

# Turismo rural comunitario: una tentadora alternativa para futuros emprendedores



**Christian Nicacio**

Estudiante de noveno ciclo de la facultad de Gestión y Alta Dirección con mención en Gestión Empresarial. Perteneció al Quinto Superior de su facultad. Ganador del Torneo de Negociación Diplomacy 2016. Interés en la investigación académica y temas relacionados con desarrollo sostenible, interculturalidad y gestión de servicios.

En los últimos años apareció en el Perú un nuevo modelo de turismo no convencional: el turismo rural comunitario.

Este nuevo modelo de turismo, ha ido ganando reconocimiento debido al gran desarrollo que ha tenido, y el cual se ve reflejado en un aumento constante de su demanda, así como una gran proliferación de emprendimientos en este sector.

De acuerdo con estadísticas brindadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2016), los emprendimientos formales en el rubro específico de turismo rural comunitario han aumentado notablemente, siendo 42 en 2010, aumentando a 65 en 2011 y pasando a ser 76 en 2016. Este notable aumento de la oferta ha ido de la mano con un creciente incremento de la demanda, ya que “en tres años (2014-2016) el número de visitantes a comunidades pasó de 80 mil a 300 mil al año” (Correo, 2016). Uno de los aspectos más resaltantes y diferenciadores del turismo rural comunitario son los beneficios económicos y sociales que esta actividad puede ofrecer a diversos stakeholders, destacando el involucramiento de pueblos originarios en la participación para la toma de decisiones y beneficios económicos provenientes de las

actividades relacionadas con la oferta turística, beneficios que el turismo comercial clásico o convencional no ha permitido lograr.

“El Perú es uno de los principales destinos en Latinoamérica y uno de los países que más se beneficia con en turismo rural comunitario”

En el siguiente texto se mostrarán las principales razones por las que se afirma que esta actividad permite crear un desarrollo sostenible; así como los aspectos positivos y negativos que ofrece el contexto actual y los principales retos que tendrán que afrontar los emprendedores que deseen incursionar en este sector específico del turismo.

Para empezar, se establecerá una definición clara de turismo rural comunitario con el objetivo de diferenciarlo de otros tipos de turismo. Para ello, nos guiaremos de la definición brindada por MINCETUR (2006), entidad que define al turismo rural comunitario como “toda actividad turística, recreativa y comple-

mentaria que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible con la participación de las comunidades campesinas y/o nativas” (p. 4). La característica principal de esta actividad es que es vivencial, es decir, permite al turista involucrarse y participar en actividades tradicionales de la comunidad local como agricultura, ganadería, textilera, etc. Por ejemplo, en muchos casos se puede ver a turistas participando en actividades de pastoreo o cultivo. La oferta turística de la granja Porcón (Cajamarca) es un claro ejemplo de lo vivencial que puede llegar a ser el turismo rural comunitario. En este lugar, los turistas tienen la posibilidad de unirse a comuneros locales en sus labores diarias ordeñando vacas y pastoreando al ganado (Reyna, 2015). Además, permite al turista conocer y familiarizarse con la cultura y los valores locales. Las condiciones que posee el Perú como país multicultural, complejo geográficamente y diverso en recursos naturales (flora, fauna, etc.) hacen que la oferta nacional sea percibida como original, diferenciándose ésta del resto de la región (Latinoamérica) y del mundo. Esto contribuye al aumento de las posibilidades de crecimiento del turismo rural comunitario como actividad económica.

El desarrollo de esta actividad se ha dado tan intensamente en nuestro país que se puede afirmar que actualmente el Perú es uno de los principales destinos en Latinoamérica y uno de los países que más se beneficia con en turismo rural comunitario, ya que “esta actividad favorece a cerca de tres mil familias de forma directa y a treinta mil de forma indirecta” (Sariego 2013, p.53).

Ahora, ¿por qué afirmamos que esta actividad puede lograr desarrollo sostenible? A continuación, se explicará por qué se realiza esta afirmación, así como las diferentes formas en que el turismo rural comunitario crea valor. De acuerdo con el informe brindado por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (1987), documento en donde se establece por primera vez una definición oficial de desarrollo sostenible, se define éste como “aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras de satisfacer sus necesidades” (p. 60).

El turismo rural comunitario es una actividad compatible con el desarrollo sostenible debido a que ha demostrado ser una actividad socialmente responsable que no pone en riesgo los recursos y condiciones para el desarrollo de las futuras generaciones. Sin embargo, su beneficio no se limita a lo mencionado, sino que también permite crear valor económico y social, como veremos a continuación.

En primer lugar, esta actividad ha permitido crear valor económico dinamizando las economías locales, al permitir que se generen ingresos mediante el desarrollo de sectores tradicionales como agricultura, ganadería, textilera, etcétera, en conjunto con el desarrollo de otros servicios relacionados con la oferta turística como alimentación, transporte, hospedaje, entre otros.

Por otro lado, este tipo de turismo también permite crear valor social. Para comprender cómo esta actividad crea valor social se debe tener, en primer lugar, una clara definición de este tipo de valor, para lo cual se tendrá como referencia lo siguiente: “se crea valor social cada vez que se da respuesta a una necesidad social insatisfecha”. Y una necesidad es “toda condición para la realización del ser humano” (Beaumont 2016, p.22). El turismo rural comunitario crea valor social de diversas formas:

#### **Aumento de empleabilidad local**

Este tipo de turismo por su misma naturaleza de ser comunitario requiere de la participación de miembros de la población de las comunidades locales en las zonas en donde se desarrolla. La mayoría de los emprendimientos en el sector turismo emplea una fuerza laboral conformada, en su mayoría, por pobladores locales.

#### **Profesionalización de colaboradores locales**

El desarrollo de esta actividad también permite el aumento de capacidades y mejoras del nivel de calidad de los servicios de las personas que operan en este rubro, ya que al aumentar la experiencia laborando en este rubro, muchos pobladores de comunidades locales mejoran sus capacidades de gestión;

## Contexto actual

además, cada vez ponen más empeño en las mejoras de los estándares de calidad de los diversos servicios que se ofrecen (hospedaje, alimentación, etc.). Quizá este sea el aspecto más resaltante ya que de acuerdo con Beaumont “El proceso de satisfacer estas dimensiones humanas que llamamos necesidades es un proceso de desarrollo de las capacidades” (2016, p.23).

**Reforzamiento de identidad local**

Se produce un reforzamiento de la identidad local gracias a la transmisión de aspectos culturales a los visitantes de la región.

Además, el turismo rural comunitario preserva los recursos naturales de las comunidades locales, manteniendo el entorno ambiental en buenas condiciones para el desarrollo de futuras generaciones, sin poner en riesgo los recursos naturales o la calidad de vida de las personas, evitando así impactos sociales negativos.

“Se produce un reforzamiento de la identidad local gracias a la transmisión de aspectos culturales a los visitantes de la región”

En resumen, el turismo rural comunitario es una actividad que se desarrolla en armonía con el ecosistema que lo rodea, debido a que los procesos e insumos relacionados con las actividades que conllevan este tipo de turismo son ecoamigables, es decir, no perjudican el medio ambiente, garantizando así la conservación de los recursos naturales. Además, no solo se presenta como una importante alternativa de desarrollo para las futuras generaciones de las comunidades locales, sino que estimula el desarrollo de capacidades de miembros de la comunidad y refuerza su identidad local, lo cual le da mayores posibilidades de desarrollo en el futuro. Por todo esto, afirmamos que el turismo rural comunitario es una actividad que permite lograr un desarrollo sostenible.

**Aspectos positivos**

El contexto internacional está actuando en pro de la actividad turística. De acuerdo con las cifras mostradas por la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo es una actividad que se perfila como muy prometedora a futuro ya que desde el año 2010 hasta el 2016 se ha producido un continuo crecimiento de 4% anual de las visitas de turistas a nivel mundial. Para ser más específicos, analizaremos el progreso nacional y regional de esta actividad de acuerdo a información presentada por la OMT en su Barómetro Mundial 2016. A nivel regional, en las Américas (Norte, Centro y Sudamérica) se ha producido un crecimiento de 4% de las llegadas de turistas a diferentes destinos de esta región. Sudamérica ha sido la región más favorecida, ya que se ha producido un notable incremento de 7% de llegadas de turistas a esta parte del continente. A nivel nacional, el Perú experimentó un crecimiento de 6.8% durante el primer semestre del 2016. Los principales países emisores de turistas a destino nacional son Estados Unidos, Chile y Ecuador. De acuerdo con prospectos realizados por la OMT, se espera que estas cifras se mantengan o aumenten en un punto porcentual para el 2017.

En el contexto local (Perú), el sector público se está convirtiendo en un importante promotor de esta actividad. Al emprendedor peruano en este sector se le presentan las instituciones del sector público como importantes aliados estratégicos para lograr un desarrollo local y mejorar la oferta de su servicio turístico. La toma de conciencia de la importancia del sector turismo y el accionar de algunas instituciones del sector público se está mostrando muy favorable para el desarrollo de esta actividad, ya que, actualmente se están aplicando una serie de políticas públicas enfocadas en aumentar la actividad turística en el interior del país buscando crear una cultura de viaje en el ciudadano peruano, todo esto con el objetivo de posicionar al Perú como un destino turístico inigualable y de primer nivel. De hecho, existe un plan estratégico nacional de turismo (PENTUR)

que agrupa una serie de políticas públicas cuyo objetivo es promover iniciativas en este sector y convertir al Perú en una potencia turística para el 2021.

Además, actualmente existen algunas tendencias a nivel mundial que le ofrecen a esta actividad la posibilidad de un potencial crecimiento en un futuro próximo. En primer lugar, se debe mencionar a la creciente conciencia ambiental que se ha ido desarrollando en las últimas décadas debido a los problemas y al deterioro de las condiciones climáticas globales. Actualmente las personas están muy preocupadas por encontrar actividades económicas que sean rentables y que, al mismo tiempo, promuevan el cuidado del medio ambiente, y es justamente en este contexto que el turismo rural comunitario se ha presentado como una gran alternativa. De acuerdo con una encuesta realizada por Ipsos Apoyo (2015) por encargo de P&G “el 68% de los consumidores latinoamericanos considera muy importante estar involucrado en alguna actividad que ayude el medio ambiente”. Asimismo, “un 65% de los encuestados considera muy importante estar involucrado en alguna acción que apoye a su comunidad”. En segundo lugar, en los últimos años se ha dado una revalorización por lo rural, por lo pacífico, lo diferente a lo urbano, y esto es debido al estilo de vida predominante que lleva la mayoría de las personas en la actualidad. “El desenvolvimiento de la vida urbana generó en una gran parte de sus habitantes una sensación de agobio, de asfixia, de desnaturalización del medio y de la vida en sí misma. Los urbanistas empezaron a sentirse encerrados en su espacio natural” (Clementi 2012, p.19). El agotador ritmo de vida de las personas que conforman la fuerza laboral en las ciudades, además del escaso contacto con la naturaleza ha contribuido a aumentar esta tendencia. Ambas tendencias sociales mencionadas han favorecido el surgimiento y desarrollo del turismo rural comunitario como actividad económica sostenible.

### Aspectos negativos

Sin embargo, el contexto actual también posee una serie de características negativas que dificultan el desarrollo de esta actividad. El principal inconveniente que impide el

desarrollo de esta actividad es la deficiente situación de nuestra infraestructura a nivel nacional, especialmente redes viales que comunican las diversas regiones del interior del país. De acuerdo con estudios realizados:

La infraestructura vial del país se compone de 78,687 Km. de carreteras, que se clasifican en tres tipos de redes: nacional (22%), departamental (18%) y vecinal (60%). Con respecto al estado de las vías, 14% del total de la red se encuentra asfaltada, 23% afirmada, 18% sin afirmar y 45% en trocha (IPE, 2009, p.18).

“El reto más importante será el de adecuar los diferentes estilos de gestión con la cultura predominante en la comunidad local con quien se trabajará”

En general, el estado de las redes viales peruanas es regular y/o malo. Este tipo de turismo se desarrolla en espacios rurales, espacios que están conectados con el resto del país mediante carreteras o caminos muy accidentados o muy estrechos. Esto produce que la mayoría de turistas se desanimen y decidan acudir a agencias de turismo ubicadas en centros urbanos o poblados con mejor acceso. Tan solo algunos turistas que cuentan con vehículos más compactos y resistentes (camionetas 4x4, etc.) se animan a tomar estas rutas que comunican los destinos turísticos rurales. Aunque se debe mencionar que en los últimos años el sector público ha mostrado cierto interés por mejorar la infraestructura en provincias del interior del país, aún falta mucho por hacer.

### Retos y recomendaciones para emprendedores del turismo rural comunitario

La bonanza por la que está pasando el turismo rural comunitario genera una gran atracción y aparición de nuevos emprendedores en este sector. Sin embargo, incursionar en este

sector no será una tarea fácil. Las personas que deseen involucrarse en la gestión de una empresa que realice actividades de turismo rural comunitario tendrán que enfrentar una serie de retos que, de no superarse, podrían llevar cuesta abajo sus proyectos de emprendimiento.

Sin lugar a dudas, el reto más importante será el de adecuar los diferentes estilos de gestión con la cultura predominante en la comunidad local con quien se trabajará. En un país de tanta diversidad cultural como el Perú, Lanegra (2016) sostiene que se debe emplear una “adecuación cultural horizontal”, lo cual consiste en “un proceso de diálogo intenso entre los gestores sociales y los representantes de los distintos grupos culturales. Esto implicaría generar espacios de diálogo en los cuales los distintos pueblos indígenas se convierten en socios o aliados en la definición de la estrategia” (p.42). Muchas veces la etapa más difícil de una empresa dedicada al turismo comunitario es el establecimiento de relaciones entre empresa y comunidad local y el fracaso en este proceso representa el fracaso del proyecto en general. Es por eso que el primer paso para asegurar el éxito futuro de la empresa es establecer buenas relaciones con miembros locales.

Tomemos por ejemplo el caso Posada Amazonas expuesto por Montoya (2013), un albergue turístico que se logró construir gracias a las buenas relaciones establecidas entre la comunidad local “Ese Eja del Infierno” y la empresa canadiense de turismo Rainforest Expeditions, cuya alianza nos muestra un claro ejemplo de trabajo conjunto entre comunidad nativa y sector privado. El primer objetivo que se planteó la empresa fue el ganarse la aprobación de los miembros de la comunidad local. Para lograrlo, se establecieron buenas relaciones con José Mishaja, quien en ese entonces (1995) era presidente de la comunidad. Mishaja fue quien se encargó de reunir a la gente y colaborar en la comunicación del proyecto de emprendimiento que se tenía. Para reforzar las buenas relaciones con la comunidad, Eduardo Nycander, representante de Rainforest Expeditions, junto con otros miembros de la empresa, adoptaron un estilo de vida similar al de los miembros de la comunidad, comenzando a vivir dentro de la comunidad en carpas que el-

los mismos se habilitaron. Su trabajo consistía principalmente en hacer todo lo posible para convencer a los miembros de la comunidad local de que el proyecto iba a ser beneficioso para ambas partes, razón por la cual se iba a ganar la colaboración de los miembros de la comunidad para la construcción del albergue. Para lograrlo, se encargaron de realizar visitas diarias a las familias que componían dicha comunidad, comunicando los principales beneficios que estas familias obtendrían como mayores ingresos, empleabilidad de varios de sus familiares, mejoras en su nivel de calidad de vida, etc. Las negociaciones entre empresa y comunidad local duraron aproximadamente 3 años.

Luego de haberse discutido todos los puntos controversiales del contrato, la Asamblea Comunal decidió aceptar el proyecto. A partir de ese momento, Rainforest Expeditions ganó un importante aliado, ya que, aparte de ceder el terreno para la construcción del albergue, los miembros de la comunidad local se convirtieron en la fuerza operativa del proyecto, al ofrecer mano de obra gratuita para la construcción de dicho albergue y otras construcciones que implicara el proyecto. Tal como señala Montoya (2013): “Es través del intercambio, el manejo de los conflictos y la negociación de los intereses de los grupos involucrados que se van cimentando los lazos necesarios para establecer objetivos comunes que lleven al avance de la iniciativa” (p.63).

Otro importante reto es el de capacitación a la mano de obra, la cual generalmente es no calificada. En el caso de Posada del Amazonas, varios miembros de la comunidad local “Ese Eja del Infierno” pasaron a formar parte de la fuerza laboral de la empresa Rainforest Expeditions. El proceso de capacitación en un inicio representó todo un problema debido a que los capacitadores enviados por la empresa utilizaban un lenguaje muy técnico, por lo cual los miembros de la comunidad local que eran capacitados no absorbían el conocimiento necesario para mejorar la calidad en los servicios que ofrecían.

También existían problemas culturales pues existía tensión en las relaciones entre capacitadores y capacitados debido a que existía una

percepción de que los primeros utilizaban un estilo de comunicación muy autoritario, en respuesta, los miembros de la comunidad local que estaban siendo capacitados no obedecían. En este caso se tuvo que contar con la colaboración de científicos sociales de la Universidad de Stanford para lograr realizar una adecuada capacitación.

El emprendedor que se aventure a participar en esta actividad tendrá que tener buenas habilidades comunicativas y de negociación, así como una visión estratégica, ya que la actual situación lo demanda.

También es importante mencionar que uno de los aspectos más importante por desarrollar en beneficio del turismo rural comunitario es la promoción de esta actividad. Con respecto al sector privado, se debe apuntar a conseguir como aliados a las agencias de turismo que gozan de gran tamaño y experiencia. El caso del señor Amílcar del Castillo representa un buen ejemplo de alianza con el sector privado. Amílcar es promotor del turismo comunitario en Maras, un pequeño pueblo ubicado en el Valle del Urubamba (Cusco). Él es un verdadero emprendedor, ya que fue quien realmente tuvo la iniciativa de convertir a Maras en un destino turístico, de acuerdo a lo narrado por Montoya (2013). Para lograrlo, diseñó un simple circuito turístico aliándose con algunos actores locales como un sombrerero, un pintor, entre otros miembros de la comunidad de Maras. Sin embargo, debido a la poca notoriedad y a la lejanía de Maras de la ciudad del Cusco en un inicio la demanda turística del pueblo era muy baja. Para contrarrestar la desventaja geográfica, el señor Del Castillo buscó el apoyo de agencias más importantes como Lima Tours o Pacífico Tours para que el pueblo de Maras aparezca en el mapa como destino turístico, lo cual contribuye a aumentar la demanda nacional e internacional (con la visita de turistas franceses).

Si bien se han producido algunos avances en los últimos años mediante el establecimiento de alianzas con algunos agentes publicitarios, como en el caso de Maras, en el que se consiguió el apoyo de periodistas franceses que visitaron el pueblo, la promoción del turismo

rural comunitario es aún insuficiente. Se debe iniciar una fuerte campaña de promoción, especialmente en los medios de comunicación no convencionales (medios online, redes sociales, etc.). Esta recomendación nace debido a la notoria diferencia en esfuerzos de promoción y resultados de algunos destinos turísticos.

El turismo rural comunitario del Perú tiene una ligera presencia en redes sociales, contando con cuentas oficiales en dos redes sociales (Facebook y Twitter). Los principales destinos turísticos que se promocionaban durante los primeros años de estas páginas pertenecían a los departamentos de Arequipa, Cusco y Puno, figurando entre estos destinos las islas Taquile y Anapia (Puno), los distritos de Lamay y Ollantaytambo (Cusco), entre otros. Curiosamente los destinos turísticos ubicados en las provincias de dichos departamentos “son los más concurridos, ya que captan aproximadamente el 80% de la demanda” (Sariago 2013, p.53), lo cual demuestra la gran importancia e influencia de realizar promoción en redes sociales. Tal como señala Carrasco (2013), “la falta de una adecuada difusión y promoción de los destinos de manera general hace que exista un mayor flujo de visitas en regiones sur del país, dejando de lado las comunidades del norte y centro” (p.12).

En general, se podría afirmar que los aspectos positivos del contexto actual superan a los negativos; además, el potencial crecimiento que ofrece el sector turismo genera buenas oportunidades para futuros proyectos de emprendimiento en el turismo rural comunitario. La tarea que tendrán los gestores del futuro será el de superar los retos anteriormente mencionados y el convertirse en agentes que sepan relacionarse con otros agentes provenientes de los tres sectores (privado, público y social).

## Bibliografía

- **AECID (2012)** Informe de evaluación externa del proyecto de desarrollo y fortalecimiento del turismo rural comunitario en el Perú: Turural Perú 2007-2011. Documento de Trabajo. Lima: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.

- **Beaumont, M (2016)** Gestión social. Estrategia y creación de valor. Lima. PUCP.
- **Clementi, L. (2012)** Del nostálgico recuerdo al creciente entusiasmo por lo rural, indicios de la revalorización y retorno a los espacios rurales. *Geographos*. 1-25. Recuperado de: <https://web.ua.es/es/revista-geographos-gi-ecryal/documentos/retorno-rural.pdf?no-Cache=1344333448906>
- **Carrasco, D. (2013)** Turismo Rural Comunitario y el Marketing en el Perú. Lima: Organización Pro Desarrollo Turístico.
- **Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo. (1987)** Informe Anual. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/105305734/ONU-Informe-Brundtland-Ago-1987-Informe-de-la-Comision-Mundial-sobre-Medio-Ambiente-y-Desarrollo>
- **Fuller, N. (2011)** Reflexiones sobre el turismo rural como vía de desarrollo. *Estudios y perspectivas en turismo*. 20 (4), 929-942.
- **Instituto Peruano de Economía [IPE] (2009)** Los retos de infraestructura al 2018. Recuperado de: [http://ipe.org.pe/wp-content/uploads/2009/09/estudio\\_el\\_reto\\_de\\_la\\_infraestructura\\_al\\_2018.pdf](http://ipe.org.pe/wp-content/uploads/2009/09/estudio_el_reto_de_la_infraestructura_al_2018.pdf)
- **Lanegra, I (2016)** Valor social e interculturalidad. *Innova G* 1(1), 39-43
- **Lineamientos para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2006)** Recuperado de: [http://www.mincetur.gob.pe/turismo/legal/lineamientos\\_turismo\\_rural.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/turismo/legal/lineamientos_turismo_rural.pdf)
- **Medina, M. (1 de noviembre de 2016)** Perú recibe más de 300 mil habitantes por turismo rural comunitario. *Correo* Recuperado de: <http://diariocorreo.pe/economia/peru-recebe-mas-de-300-mil-visitantes-por-turismo-rural-comunitario-708186/>
- **Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR] (2016)** Turismo Rural Comunitario. Recuperado de: <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=2333>
- **Montoya, M. (2013)** Turismo Comunitario y Desarrollo Rural. Lima: IEP.
- **Morocho, O. (2011)** Desarrollo de turismo rural comunitario en la zona norte del país. Lima: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI)
- **Reyna, I. (10 de noviembre de 2015)** Granja Porcón: el paraíso de Cajamarca. *La República*. Recuperado de: <http://larepublica.pe/turismo/destinos/716325-granja-porcon-el-paraíso-de-cajamarca>
- **Sariego, I. (2014)** Espacios turísticos rurales para el desarrollo sostenible: el turismo rural comunitario en el Perú. *Revista Turismo y Patrimonio*. 8 (8), 47-61.
- **United Nations World Tourism Organization [UNTWO] (2016)** World Tourism Barometer. Recuperado de: [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom16\\_06\\_november\\_excerpt.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_06_november_excerpt.pdf)