

## INNOVACION EN DESTINO:

### TURISMO DE BASE COMUNITARIA: UNA EXPERIENCIA EN EL

### VALLE SAGRADO - CUSCO- PERÚ

Arturo moreno Arrieta

UNIVALI

Carlota vieira Mendonça

Giovanna Tavares

Guido Quiñones Paucar

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria-Espanha

**RESUME:** El presente trabajo pretende identificar y argumentar sobre el turismo de base local como una práctica de innovación al destino turístico tradicional. Los objetivos son conocer las características de lo segmento en la región del Valle Sagrado en Cusco, Perú, ampliando la comprensión y percepción del concepto. La metodología es cuantitativa y basada en análisis de la demanda.

**PALABRAS CLAVES:** Turismo; Base local; experiencia; autóctonos; sostenibilidad; innovación.

**ABSTRACT:** This paper aims to identify and argue about the local-based tourism as a form of innovation in traditional tourist destination. The objectives are to know the characteristics of the segment in the region of the Sacred Valley in Cusco, Peru, extending the understanding and perception of the concept. The methodology is quantitative and based on a demand analysis.

**KEY WORDS:** tourism, local Base; experience, indigenous, sustainability, innovation

**INTRODUÇÃO:** Por tratar-se de um tipo de turismo relativamente recente, todavía no existe una definición unánime a nivel internacional. Por este motivo es necesario

Promoção



Realização



mencionar algunos de los más importantes autores que han creado sus propias definiciones.

La definición más aceptada de turismo de base comunitaria establece que un alto nivel de control y una porción considerable de los beneficios deben estar en manos de miembros de comunidades locales (Scheyvens, 1999, Mitchell y Reid, 1999; Jones, 2004; Ramsa-Yaman y Mohd, 2004 y Kontogeorgopoulos, 2005).

Para algunos, el turismo comunitario involucra a diferentes actores en la planificación de la actividad, tomando decisiones de manera conjunta (Jamal y Getz, 1995; Ried 1997). Para otros, el turismo comunitario es el que desarrollan grupos cooperativos u organizaciones comunales (McDonald y Joliffe; Mbeaiwa, 2003). Finalmente, para Wearing y McDonald, 2002, el turismo comunitario supone una relación simbiótica, en la cual el turista sólo es una parte más en el sistema, en lugar de ser el centro de atención.

La Asociación de los Moradores da Prainha do Canto Verde define en su sitio <http://www.prainhadocantoverde.org/turismo/turismocomunitario/> el turismo de base comunitaria como:

“Toda forma de organización empresarial apoyada en la propiedad del territorio y en la autogestión de los recursos de la comunidad y particulares con prácticas democráticas y solidarias de trabajo y de distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios destinados en el encuentro cultural con los visitantes”.

En vista de la literatura y de las experiencias examinadas, consideramos que para que el turismo de base comunitaria arraigue y se desarrolle de forma satisfactoria, los territorios en los que se vaya a establecer deberían poseer las siguientes características:

- Población con fuerte identidad propia.

- Predisposición de la población a desarrollar una actividad turística, aceptando el consiguiente e inevitable contacto con otras culturas y sociedades.
- Capacidad de organización propia.
- Existencia de atractivos (culturales y naturales).
- Reinversión en capital social e infraestructuras de la mayor parte de los beneficios obtenidos de la actividad turística.

A pesar de que Perú incorporó recientemente el turismo rural en su oferta, es en la actualidad el país andino que más ha desarrollado la materia en cuanto a políticas, normas y planificación. Ha recibido un gran apoyo de la Agencia Española de Cooperación para el Desarrollo (AECID) y la Organización Mundial del Turismo (OMT). El Plan Nacional Estratégico de Turismo 2008-2018 reconoce la modalidad de Turismo Rural Comunitario.

El Valle Sagrado de Perú reúne las primeras cuatro características esenciales para el desarrollo del turismo de base comunitaria. A su favor destacan los siguientes factores: variedad geográfica que determina una gran diversidad ecosistémica y climática, una rica y sólida herencia cultural de la civilización incaica y una fuerte identidad cultural con rasgos organizativos fruto de dicha herencia.

Considerando la Innovación como la Introducción de nuevos conocimientos o nuevas combinaciones de conocimientos ya existentes con el objetivo de producir nuevos o mejores productos/servicios o desarrollar procesos más eficientes o introducir una nueva comercialización de los productos, de forma a satisfacer las demandas del mercado y alcanzar una ventaja competitiva, este estudio investiga una forma de desarrollar la actividad turística incipiente en nueve comunidades de El Valle Sagrado: Amaru, Chichubamba, Cuper Alto, Cuper Pueblo, Huayllabamba, Maras, Ollantaytambo, Patacancha y Piscacucho.

## 2. CARACTERÍSTICAS DEL VALLE SAGRADO – CUSCO - PERÚ

El departamento de Cusco tiene una superficie de 72.104 km<sup>2</sup> y su geografía está definida por las cordilleras Oriental y Central de los Andes. Su orografía presenta una enorme variedad: elevadas montañas; altas mesetas y altiplanos; extensas pampas bordeadas de profundas quebradas por las que discurren encañonados los ríos, formando valles y cañones; una selva alta (parte de las provincias de Urubamba, Calca, Paucartambo y Quispicanchis, y toda la provincia de La Convención); y, por último, un llano amazónico que constituye más de la mitad de la superficie del departamento de Cusco. A pesar de que este departamento es por tanto más amazónico que andino, la cultura incaica se estableció principalmente en esta última zona.

**FIGURA 1: DEPARTAMENTO DE CUSCO Y SUS PROVINCIAS**



Fuente: PROMPERU

Perú posee un sistema legal que favorece el desarrollo socioeconómico. En el caso concreto del sector turístico, cabe destacar las siguientes leyes y un decreto:

- Ley nº 26961 de desarrollo de la actividad turística.
- Ley nº 27293 del Sistema Nacional de Inversión Pública, modificada por la ley nº 28802.
- Ley General de Comunidades Campesinas, nº 24656. Se trata de una ley específica sobre la autonomía y autogobierno de las comunidades campesinas.
- Decreto legislativo nº 1012 que aprueba la ley marco de asociaciones entre el sector público y el privado para la generación de empleo. Dicho decreto contiene normas que contribuyen a agilizar la inversión privada y a fomentar los emprendimientos mixtos.

El gobierno peruano cuida sus lazos con la banca internacional ofreciendo un marco de participación y de seguridad que contribuye a conferir una imagen de estabilidad. El clima de inversión es por tanto favorable, tal como lo atestigua la explotación de los yacimientos minerales que aportan un importante parte del PIB nacional.

Las recientes tendencias políticas favorables al turismo se están viendo reflejadas en la mejora de la Ley de Turismo, que aún está en proceso de aprobación. Sin embargo, el centralismo de Lima y el proteccionismo hacia sus inversores obstaculizan las mejoras de las infraestructuras aeroportuarias de la ciudad de Cusco,

debido al temor de que la construcción de un aeropuerto internacional en esta ciudad pueda arrebatar parte del flujo internacional al aeropuerto de Lima.

La población económicamente activa en la región es de aproximadamente 770.000 personas, siendo de 440.000 en las zonas turísticas, es decir un 56% del total de la población activa de la región. Aproximadamente el 53% de la población del departamento participa directa o indirectamente en la actividad turística.

### **3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

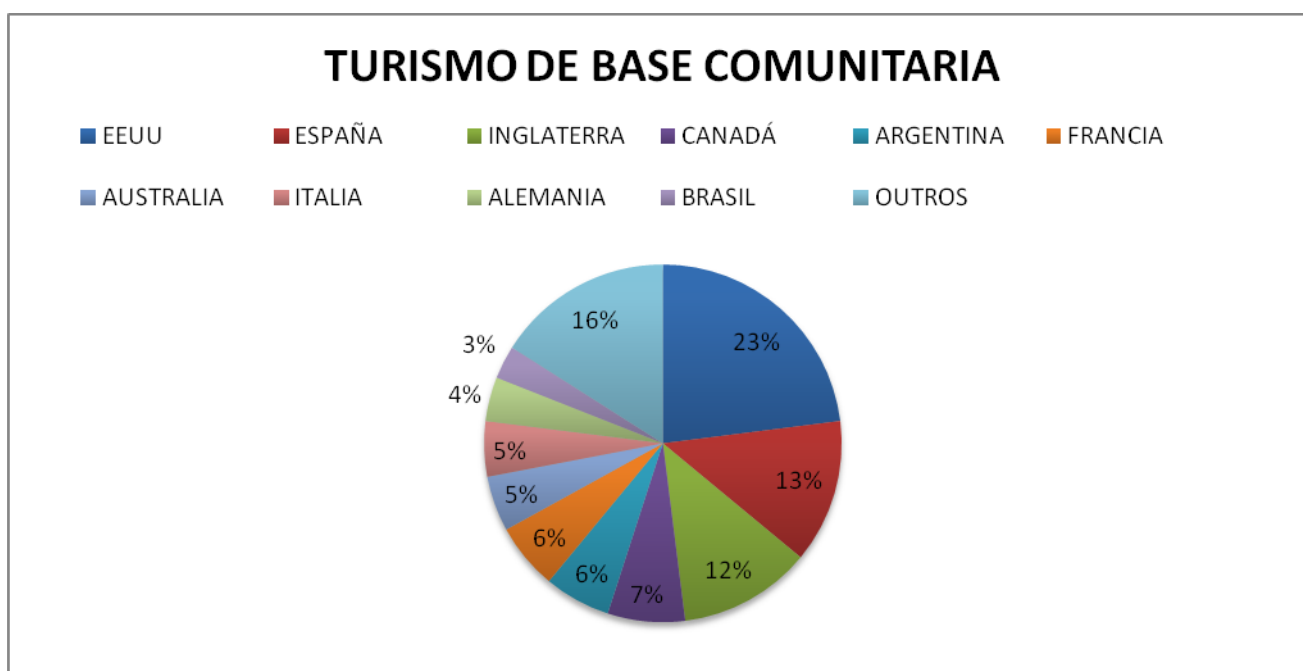
El turismo mundial se caracteriza por las nuevas tendencias de consumo, como la búsqueda de nuevas experiencias, el conocimiento de otras costumbres y tradiciones, y la convivencia con otras culturas, es decir, lo que constituye la esencia del turismo de base comunitaria. Para Perú esta nueva demanda supone la oportunidad de desarrollar de forma sostenible el turismo en comunidades campesinas por su riqueza de costumbres ancestrales y auténticas.

El objetivo del análisis de la demanda es determinar el comportamiento y la composición del flujo turístico, además de describir la evolución y la composición del perfil del turismo de El Valle Sagrado de Cusco. En este sentido, PromPerú (promoción del turismo de Perú) llevó a cabo en 2007 el primer estudio de carácter cuantitativo sobre el perfil del turista de base comunitaria. Los objetivos de dicho estudio es conocer las motivaciones de viaje, los intereses y la experiencia previa del turista en visitas a comunidades nativas.

La metodología consistió en una entrevista personal directa utilizando un cuestionario estructurado y estandarizado con preguntas abiertas y cerradas. Se llevó a cabo en las salas de embarque del aeropuerto Alejandro Velasco Astete de Cusco. El tamaño de la muestra es poco significativa, 200 casos, pero son los únicos datos de los que se disponen, dado que la administración peruana no ha empezado hasta hace

poco a estudiar este tipo de demanda. La medición de la demanda es fundamental para el éxito de cualquier territorio cuyo objetivo sea atraer visitantes.

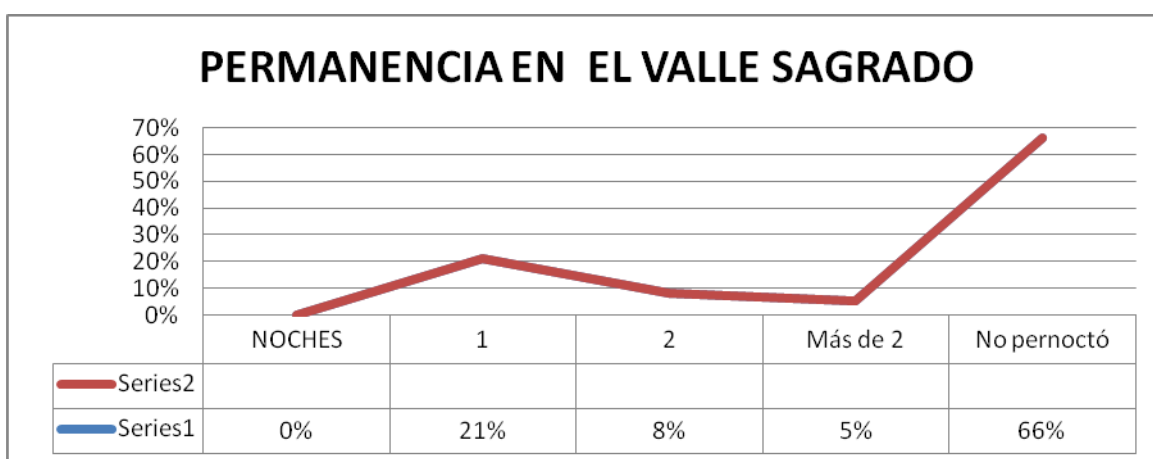
FIGURA 2: PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES



Fuente: Elaboración propia basada en datos de PromPerú 2007

La demanda de turismo comunitario en Perú procede en su mayoría de EE.UU., España e Inglaterra. Si la comparamos con la demanda turística total de Perú, EE.UU. sigue siendo el principal emisor frente a Inglaterra Canadá, Francia y Alemania, que tienen una importante participación. La principal característica de este tipo de turismo es que está orientado a personas alocéntricas con deseo de viajar para experimentar otras culturas.

FIGURA 3: TIEMPO DE PERMANENCIA



Fuente: Elaboración propia basada en datos de PromPerú 2007

La estancia media en Perú es de 8 a 14 días, pero el 66% que visita El Valle sagrado no pernocta debido al desconocimiento sobre esta posibilidad. El gasto medio por turista en Perú es de 1.162 USD por estancia, mientras que el gasto diario en las comunidades del Valle Sagrado está en torno a 71 USD. La falta de coherencia de estos datos (destinos que pueden abarcar desde un turismo de negocios en Lima hasta un turismo comunitario en El Valle Sagrado y estancias medias difíciles de estimar), hace que sean difícilmente representativos.

Desde el punto de vista socio demográfico, el turista de base comunitaria en Perú es principalmente varón, soltero, con un alto grado de formación, y procede fundamentalmente de Estados Unidos o Europa. En su mayor parte desea visitar comunidades autóctonas. Cusco es la ciudad de Perú que recibe más turistas con experiencia previa en turismo comunitario. Los visitantes valoran más los alojamientos



que les permitan disfrutar del contacto con la comunidad, sacrificando ciertas comodidades. La información se busca por Internet, por lo que la mayoría planifica sus vacaciones antes de iniciar el viaje. Gran parte llega con un paquete turístico y la visita constituye una parte de él. En cuanto a la calificación de los servicios, los guías de turismo y la comida están bien valorados, quedando peor parados los servicios higiénicos, cuya valoración es bastante negativa.

#### 4. TURISMO DE BASE COMUNITARIA EN EL VALLE SAGRADO – PERÚ

Nueve comunidades (y otras tres en proceso de adhesión) de El valle Sagrado se han organizado y han constituido la Red de Turismo Rural Alternativo “Inkaq Kusi Kausaynin” con la ayuda de tres organizaciones no gubernamentales (SNV, ARARIWA e ilCCO). La red ofrece al visitante no sólo alojamiento y manutención, sino que brinda además la oportunidad única de compartir su forma de vida, sus costumbres, su primitiva y eficaz tecnología agrícola, sus ritos, sus danzas, su cosmovisión, etc. Las comunidades participantes son: Amaru, Chichubamba, Cuper Alto, Cuper Pueblo, Huayllabamba, Maras, Ollantaytambo, Patacancha y Piscacucho.

FIGURA 4: MAPA DE LAS COMUNIDADES



Fuente: <http://www.tourrural.net/mapa.htm>

Todas las comunidades ofrecen alojamiento en viviendas particulares, en albergues o en campings, manutención (desayuno, almuerzo y cena), actividades como paseos, participación en actividades propias, observación de trabajos artesanales (elaboración textil, por ejemplo), etc.

El atractivo de este tipo de turismo radica en:

- Disfrute del paisaje y de la cultura en vivo.
- Participación en técnicas agrícolas tradicionales.
- Talleres textiles y de cerámica, tal como se transmiten de generación en generación.
- Disfrute de la música y danzas locales.
- Participación en ritos y ceremonias ancestrales.
- Paisajes que combinan naturaleza con restos arqueológicos.
- Gastronomía y productos naturales.

El acondicionamiento de las comunidades con fines turísticos es aún desconocida sin embargo se sostiene que todas pueden disponer de una red de servicios básicos.

**FIGURA 5: COMUNIDAD DE CHICHUBAMBA**



Fuente: <http://www.tourrural.net>

### FIGURA 6: COMUNIDAD DE PISCACUCHO



Fuente: <http://www.tourrural.net>

La infraestructura vial que hace posible el acceso a estas comunidades es buena. El circuito se ensambla a la medida que agrupa itinerarios independientes. Cada comunidad puede ofrecer productos o servicios de otras comunidades que no estén en su mismo circuito o ruta.

La distribución se realiza a través del sitio web [www.tourrural.net](http://www.tourrural.net) de la asociación Inkaq Kusi Kausaynin y diversas agencias de viajes internacionales (alemanas, españolas, estadounidenses, canadienses, etc.) que ofrecen alguna pernoctación o actividad en estas comunidades como complemento en sus circuitos. La asociación está activa en el mercado desde hace tan sólo cinco años.

Promoção

Realização

## 5. ANÁLISIS DEL TURISMO DE BASE COMUNITARIA EN EL VALLE SAGRADO – CUSCO - PERÚ

El turismo de base comunitaria en la zona de El Valle Sagrado cuenta con dos oportunidades principales: la captación del flujo turístico que se dirige a Machu Picchu y la aparición y desarrollo de nuevas tendencias de la demanda turística.

Machu Picchu es un destino turístico consolidado, con una afluencia anual de aproximadamente un millón de visitantes. Hasta ahora este flujo ha venido realizando sus circuitos de forma convencional o tradicional: contratación de guía y estancia en hoteles o en campamentos. Sin embargo, el surgimiento de nuevos segmentos turísticos como el turismo etnográfico hace que paulatinamente vaya creciendo una demanda de estancia y visita en los pueblos indígenas al entorno de El Valle Sagrado, cuya situación geográfica es privilegiada.

La mayor amenaza que se cierne ante el turismo de base comunitaria en El Valle Sagrado es el crecimiento planificado de la competencia. Existen otros destinos como Costa Rica que llevan más de 20 años de ventaja en este segmento. Si bien, es un mercado que no se vende explícitamente como turismo comunitario, sino como ecoturismo, este segmento se articula en gran parte en torno a una red de comunidades que han apostado por reforzar, diversificar y completar su tejido económico con actividades de tipo turístico, manteniendo siempre el control de su gestión.

Costa Rica es además un importante destino del mercado turístico de Estados Unidos, que a su vez es el principal país emisor de visitantes de Cusco y Machu Picchu. El alto grado de compromiso y el sentido de la responsabilidad de las nueve comunidades dispuestas a participar en la actividad turística en El Valle Sagrado es un importantísimo punto de partida para el surgimiento, el desarrollo y la consolidación de una actividad de gran calidad.

La fortaleza de las estructuras sociales heredadas de los Incas hace que estos pueblos pongan un gran empeño en formarse y trabajar por ofrecer un servicio de calidad. Se trata pues de una base indispensable para conseguir alcanzar un nivel que a medio y largo plazo pueda hacer frente a la competencia.

Esta planificación es indispensable para conseguir que el desarrollo socioeconómico que procure el ejercicio de la nueva actividad vaya acompañado por medidas necesarias como la creación, desarrollo y control de los servicios públicos: abastecimiento de agua, suministro eléctrico, gestión de residuos, enseñanza y formación

Debido al carácter incipiente de la actividad de turismo comunitario, los poderes públicos no se han preocupado hasta ahora por conocer y estudiar el perfil de su demanda, lo cual entraña el riesgo de un desarrollo inadecuado a mediano y largo plazo (creación de costosos servicios e infraestructuras que el visitante no desea ni demanda, promoción inadecuada, etc.).

Si bien la voluntad de estas comunidades es firme y clara, adolecen de una falta de coordinación en la gestión de sus actividades. Se podría decir que cada comunidad actúa por iniciativa propia, relegando la promoción y distribución de su oferta a agencias de viajes u organizaciones no gubernamentales.

Por otra parte y para terminar, según un estudio realizado por Promperu, la queja más recurrente de los visitantes de turismo comunitario de la zona es la deficiencia de los servicios de higiene

## 6. TURISMO DE BASE COMUNITARIO EN LATINOAMÉRICA

Promoção



Realização



El turismo comunitario y sus tendencias, son de reciente data en Latinoamérica, de unos quince años aproximadamente. Surge con el financiamiento de ONG europeas y organismos internacionales, los cuales han aportado los recursos para su ejecución a través de las llamadas Organizaciones de Apoyo a la Base (OAB) (Trejos 2007). Estas organizaciones han iniciado en la mayoría de los casos un acompañamiento que va desde la capacitación previa, hasta la comercialización en los mercados nacional e internacional (Casos Costa Rica y Ecuador), pasando por la consolidación del producto.

Al ser un producto relativamente nuevo, el turismo comunitario no ha logrado su consolidación en el mercado internacional, y no se cuentan con datos estadísticos que permitan analizar con rigurosidad el estado actual de la competencia del Perú frente a otros países que ya comercializan este producto como son los casos de Costa Rica y Ecuador. PROMPERÚ (Promoción del Turismo en Perú) elaboró en 2007 un estudio sobre el perfil del turista rural comunitario, que fue publicado en Marzo de 2008. Según dicho estudio, Bolivia y México se estarían perfilando como los principales competidores en Latinoamérica. (Ver cuadro).

**FIGURA 7: PAÍSES EN LOS QUE SE VISITARON COMUNIDADES NATIVAS**

Puno	Cusco	Madre de Dios
35% Bolivia	16% México	25% Bolivia
17% Chile	13% Ecuador	18% Perú
14% Argentina	10% Brasil	11% Argentina
13% Brasil	9% Bolivia	11% Brasil
13% México	8% Argentina	8% Ecuador
11% Ecuador	7% Vietnam	7% México
10% Guatemala	7% India	
8% Colombia		

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio de PROMPERÚ 2007.

Tipo encuesta total múltiple realizada a turistas extranjeros que visitaron alguna comunidad nativa en anteriores viajes.

**FIGURA 8: PAÍSES DE LATINOAMÉRICA QUE SE ASOCIAN CON EL CONCEPTO DE COMUNIDADES NATIVAS**

PAIS	Total	EDAD				LUGAR DE RESIDENCIA	
		20 a 24 años	25 a 34 años	35 a 45 años	Más de 45 años	NORTEAMERICA	EUROPA
	%	%	%	%	%	%	%
Perú	73	81	75	64	69	74	70
Bolivia	63	78	63	62	53	53	66
Brasil	52	32	63	38	59	63	47
Argentina	40	32	49	31	37	35	39
Chile	27	22	30	33	22	30	26
Ecuador	27	30	29	26	24	30	27
México	20	24	18	18	20	19	21
Colombia	15	24	10	18	12	14	15
Venezuela	9	8	8	5	14	12	7

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio de PROMPERÚ 2007.

Cuando analizamos los cuadros observamos que este estudio se realizó a partir de una encuesta con una muestra muy poco significativa en el destino, a esto se suma la dificultad para diferenciar la diversidad de productos turísticos que han surgido en el mercado en los últimos años.

A menudo se confunden distintas modalidades como el ecoturismo, el agroturismo, el turismo rural, el etnoturismo, el turismo comunitario etc. Ello nos lleva a pensar que el resultado de esta encuesta que presenta a Bolivia y México como competidores de Perú, es muy probable que no sea cierto, suposición que se corrobora al comprobar que los únicos países latinoamericanos con presencia en ferias

internacionales como FITUR, EUROAL, y otras, son Costa Rica (a través de la operadora ACTUAR) y Ecuador (a través de la operadora MAQUITA).

El resto de los países de la región (Argentina, Bolivia, Colombia, Brasil o Nicaragua) no lo venden, aunque ya existe un desarrollo de este tipo de turismo: sólo lo comercializan a nivel nacional, pues aún no tienen un producto consolidado para su venta en los mercados internacionales.

Habría que realizar estudios más rigurosos y fiables en los mercados emisores; sólo así se dispondría de una base suficiente para identificar otros posibles competidores en regiones como África o Asia, donde ya existen países trabajando en el desarrollo de este tipo de turismo.

## 7. CONSIDERACIONES

El turismo de base comunitaria es un producto relativamente reciente, surgido de las nuevas tendencias en el turismo mundial, este ha ido apareciendo en los países en vías de desarrollo por diversos motivos: paliativo de la pobreza, diversificación de la actividad económica, herramienta para luchar contra el deterioro medioambiental y en especial como factor compensatorio al declive de alguna de las actividades económicas propias de la comunidad, vinculadas al sector primario (agricultura y ganadería). Entre los más importantes beneficios obtenidos por el desarrollo de esta modalidad de turismo destacan los siguientes:

- Integra los atractivos naturales y culturales en la vida cotidiana de la comunidad.
- Entrena competencias locales y desarrolla habilidades empresariales.
- Promueve e integra las prácticas sostenibles dentro de la oferta turística.

Promoção



Realização





- Genera los encadenamientos productivos locales.
- Promueve la tenencia de la tierra por parte de los pobladores locales.
- Distribuye los beneficios con criterio de equidad y complementa y diversifica los Ingresos de los miembros de la comunidad.
- Fortalece la organización local.

El Perú es uno de los países latinoamericanos que más ha desarrollado su legislación en materia de turismo, ha logrado importantes avances en materia de formulación de políticas públicas, sin embargo esto no ha sido suficiente para consolidar el turismo de base comunitaria, aprovechando parte de los cerca del millón de turistas que visitan cada año el departamento de Cusco. Los principales obstáculos que debe superar para alcanzar esto son: establecer una legislación específica, sensibilizar y capacitar a las comunidades de El Valle Sagrado en medioambiente, turismo y sanidad. Además es prioritario realizar estudios rigurosos sobre la potencial demanda en los principales mercados emisores (Norteamérica y Europa) sin los cuales es imposible diseñar estrategias adecuadas de comercialización.

El turismo de base comunitaria en el Valle Sagrado, Cusco, Perú es una experiencia que está empezando a desarrollar sus herramientas para lograr el título de destino sostenible, todavía es un ejemplo para toda América Latina pues si trata de un nuevo concepto de destino y puede ayudar a muchos otros lugares a planificar un turismo que ayude la comunidad y engrandezca sus valores.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

**DAVILA**, Carlos DIRCETUR “Impacto del Turismo en la Región Cusco”.. 2008. Cusco. Perú

**JAMAL**, T. B., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1): 186–204.

**JONES**, S. (2005). Community-based ecotourism: The significance of social capital. *Annals of Tourism Research*, 32(2): 303–324.

**KONTOGEOURGOPOULOS**, N. (2005). Community-based ecotourism in Phuket and Ao Phangnga, Thailand: Partial victories and bittersweet remedies. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(1): 4–23.

**MAC DONALD**, R., & **JOLLIFFE**, L. (2003). Cultural rural tourism: Evidence from Canada. *Annals of Tourism Research*, 30(2): 307–322.

**MBAIWA**, J. E. (2003). The socio-economic and environmental impacts of tourism development on the Okavango Delta, north-western Botswana. *Journal of Arid Environments* 54: 447-467.

**MITCHELL, R. E., & Reid, D. G.** (2001). Community integration: Island tourism in Peru. *Annals of Tourism Research*. 28(1): 113–139.

**NEL-LO ANDRE, Marta** (2008). Organización y características del turismo rural comunitario en Costa Rica, *Anales de Geografía*, vol. 28, núm. 2 167-188

**RAMSA-YAMAN, A. & MOHD, A.** 2004. Community-based ecotourism: A new proposition for sustainable development and environmental conservation in Malaysia. *Journal of Applied Science*. 4(4): 583–589.

**REED, M. G.** (1997). Power relations and community-based tourism planning. *Annals of Tourism Research*. 24(3): 566–591.

**SCHEYVENS, R.** (2007). Exploring the tourism-poverty nexus. *Current Issues in Tourism*, 10(2+3): 231–254.

**SOLANO, P. L.** (2007). El turismo rural en Costa Rica: Análisis de esfuerzos conjuntos e incidencia en política pública Instituto Interamericano de cooperación en Agricultura (IICA). Estudio sobre Turismo Rural en Costa Rica. Carlos R. Chavarría consultor, San José. Febrero 2009.

**TREJOS, B.** (2007). Redes de Apoyo al Turismo Comunitario en Costa Rica. Ponencia presentada en el II Encuentro Nuevas Voces en las Ciencias Sociales, Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad de Costa Rica, 27 de Abril de 2007.

**WEARING, S., & McDONALD, M.** (2002). The development of community-based tourism: Re-thinking the relationship between tour operators and development agents as intermediaries in rural and isolated area communities. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(3): 191–206

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Informe para el Perú. 2007

PROMPERU. Perfil del turista rural comunitario 2007. Perú

PROMPERU. Perfil del turista extranjero 2007. Perú

PROMPERU. Nivel de Satisfacción del Turista Extranjero 2008. Perú

Banco Mundial. 2006. Peru: Country Environmental Assessment. Environment

and Social Sustainable Development, Latin America and the Caribbean Region.  
Washington D. C.:

FAO e INRENA. 2005. Actualización de la Evaluación de los Recursos Forestales  
Mundiales a 2005. Perú. Informe Final. Lima: INRENA.

INEI. Censo 2007

[www.tourrural.net](http://www.tourrural.net)

[www.actuarcostarica.com](http://www.actuarcostarica.com)

[www.makitaturismo.com](http://www.makitaturismo.com)

*Promoção*



*Realização*

