

**N8**  
SEPTIEMBRE  
2014

# turismo y patrimonio

Enfoque Turístico

Enfoque Social

Enfoque Económico

Enfoque Doctrinal

Rutas Turísticas

Gastronomía y Turismo



ISSN: 1680-9556 (Impresa) ISSN: 2313-853X (Digital)  
TURISMO Y PATRIMONIO / Lima - Perú / N° 8 / pp. 1 - 184 / 2014  
La revista tiene una periodicidad anual. Open access online: [www.revistaturismoypatrimonio.com](http://www.revistaturismoypatrimonio.com)



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES



# TURISMO Y PATRIMONIO

8

## **REVISTA TURISMO Y PATRIMONIO**

### **Rector de la Universidad de San Martín de Porres**

José Antonio Chang Escobedo

### **Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología**

Johan Leuridan Huys

### **Director de la Revista**

José Marsano Delgado

Instituto de Investigación de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres

### **Comité Editorial**

Antonio Brack Egg, Educador, Ecologista, Escritor e Investigador (Perú).

Ignacio Sariego López, Escuela Universitaria de Turismo Altamira (España).

Alberto Martorell Carreño, Presidente del Comité Peruano de ICOMOS (Perú).

Eduardo Dargent Chamot, Universidad de San Martín de Porres (Perú).

Alfonso Vargas Sánchez, Universidad de Huelva (España).

Ricardo Morales Gamarra, Director del Proyecto Huacas del Sol y de la Luna (Perú).

### **Comité Científico Nacional**

Sergio Zapata Acha, Universidad de San Martín de Porres (Perú).

Marcia Iberico Díaz, Universidad Nacional de Trujillo (Perú).

Alejandro Málaga Núñez-Zeballos, Universidad San Agustín de Arequipa (Perú).

Jeannette Sampe Palomino (Perú).

Elmo León Canales, Pontificia Universidad Católica del Perú (Perú).

### **Comité Científico Internacional**

Daniel Meyer, Universidad Andrés Bello (Chile).

Jordi Treserras, Universidad de Barcelona (España).

José Eduardo Vidaurri, Universidad de Guanajuato (México).

Lluís Mundet, Universidad de Girona (España).

Alfredo Conti, Vicepresidente ICOMOS para América Latina (Argentina).

Wanda George, Mount Saint Vincent University (Canadá).

Helaine Silverman, Universidad de Illinois (USA).

Jukka Jokilehto, Patrimonio Mundial (Finlandia).

Dosso Sindou, Director de Patrimonio Mundial (Costa de Marfil).

Haitham Nour (República Árabe de Egipto).

Neil Silberman, Universidad de Massachusetts (USA).

Poonam Chaudhary, Universidad de Jammu (India).

Virginia Flores, ICOMOS (República Dominicana).

Miguel Ángel Acerenza (México).

Oswaldo Páez, Universidad Internacional SEK (Quito).

Toshiyuki Kono, Universidad de Kyushu (Japón).

La revista Turismo y Patrimonio, publica trabajos referidos al campo académico y profesional del turismo. La revista Turismo y Patrimonio es una publicación anual del Instituto de Investigación de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres.

ISSN: 1680-9556 (Impresa) ISSN: 2313-853X (Digital)

Hecho el Depósito Legal: N° 2000-0760

Correspondencia, suscripciones y solicitudes de canje: [revistaturismoypatrimonio@usmp.pe](mailto:revistaturismoypatrimonio@usmp.pe)

Dirección: Av. Tomás Marsano 242, Lima (34), Perú. Teléfono: (511) 513 6300

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

Impreso en:

Dennis Morzán Delgado

Impresiones & Empastes

Tiraje: 1000 ejemplares

Webmaster responsable: Rosario Suárez (Oficina de Diseño y Multimedia)

Correctora de estilo: Juana Iglesias

## CONTENIDO

### SECCIÓN I: INVESTIGACIÓN Y TURISMO

#### 1. Enfoque turístico

¿LOS PRINCIPALES DESTINOS SON TAMBIÉN LAS PRINCIPALES POTENCIAS EN LA INVESTIGACIÓN EN TURISMO? LA EXPERIENCIA ESPAÑOLA .....	15 - 30
Alfonso Vargas Sánchez Universidad de Huelva, España	

ATISBOS A LA INVESTIGACIÓN TURÍSTICA EN MÉXICO: ORIGEN, EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL .....	31 - 37
José Eduardo Vidaurri Aréchiga Universidad de Guanajuato, México	

#### 2. Enfoque social

EL ROL DE LOS ACTORES SOCIALES EN LOS MUNICIPIOS DE GUATAPÉ-PEÑOL DESDE EL PARADIGMA DEL TURISMO SOSTENIBLE .....	41 - 46
Claudia Giraldo Velásquez Colegio Mayor de Antioquia, Colombia	

ESPACIOS TURÍSTICOS RURALES PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE: EL TURISMO RURAL COMUNITARIO DEL PERÚ .....	47 - 61
Ignacio Sariego López Observatorio Turístico de Cantabria Escuela Universitaria de Turismo Altamira	

DESARROLLO HUMANO EN ESPACIOS TURÍSTICOS .....	63 - 75
Ana María Huaita Alfaro University College London, Reino Unido	

#### 3. Enfoque económico

EL IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN EL PERÚ 1990 – 2012 .....	79 - 92
José Marsano Delgado Universidad de San Martín de Porres, Perú	

TURISMO SOSTENIBLE A TRAVÉS DE INNOVACIONES DE ECONOMÍA SOCIAL (Nota de investigación) .....	93 - 100
Sonia Tello Rozas Université du Québec à Montréal – UQÀM (Canadá)	

TURISMO Y PATRIMONIO	Lima - Perú	Nº 8	Septiembre 2014	pp. 1 - 184	ISSN: 1680-9556 (Impresa) ISSN: 2313-853X (Digital)
----------------------	-------------	------	-----------------	-------------	--------------------------------------------------------

## 4. Enfoque doctrinal

CRITERIOS DE COMPARACIÓN ENTRE ITINERARIOS CULTURALES  
(PATRIMONIALES) Y RUTAS DISEÑADAS ..... 103 - 114

Alberto Martorell Carreño  
Presidente de Icomos Perú, Perú

FORMACIÓN PROFESIONAL UNIVERSITARIA EN TURISMO EN LA REGIÓN  
LA LIBERTAD Y SU RELACIÓN CON LAS NECESIDADES FORMATIVAS  
DEL SECTOR TURISMO ..... 115 - 126

Marcia Adriana Iberico Díaz  
Universidad Nacional de Trujillo, Perú

**SECCIÓN II: HACER TURISMO**

## 1. Rutas turísticas

LA RUTA DEL VINO Y DEL PISCO EN EL VALLE DE VÍTOR, AREQUIPA ..... 133 - 143

Alejandro Málaga Núñez-Zeballos  
Universidad San Agustín de Arequipa, Perú

## 2. Gastronomía y turismo

EL PISCO: PATRIMONIO DEL PERÚ ..... 147 - 156

Eduardo Dargent Chamot  
Instituto del Vino y del Pisco de la Universidad de San Martín de Porres, Perú

RESCATANDO LOS SABORES OCULTOS DEL MAR DEL PERÚ ..... 157 - 173

Jeannette Sampe Palomino  
Instituto de Investigación de Turismo, Universidad de San Martín de Porres, Perú

**RESEÑAS**

ITINERARIOS CULTURALES Y PATRIMONIO MUNDIAL

Alberto Martorell  
Lima: Fondo Editorial de la Universidad de San Martín de Porres, 2010, 742 p. .... 177 - 179

María del Carmen Carrasco Coello  
Presidenta de IPPAIS

REFLEXIONES EN TORNO AL TURISMO CULTURAL EN EL PERÚ.

Pamela Cueva Chacón, Diana Guerra Chirinos,  
Fernando Tavera y Phyllis Tepperman.  
Lima: Universidad San Ignacio de Loyola, 2011, 136 p. .... 181

Jessica Figueroa Pinedo  
Universidad de San Martín de Porres, Perú

TURISMO Y PATRIMONIO	Lima - Perú	Nº 8	Septiembre 2014	pp. 1 - 184	ISSN: 1680-9556 (Impresa) ISSN: 2313-853X (Digital)
----------------------	-------------	------	-----------------	-------------	--------------------------------------------------------

## CONTENTS

### SECTION I: RESEARCH AND TOURISM

#### 1. Tourism approach

ARE THE MAIN DESTINATIONS THE MAIN PRODUCERS OF TOURISM RESEARCH TOO? THE SPANISH EXPERIENCE .....	15 - 30
----------------------------------------------------------------------------------------------------	---------

Alfonso Vargas Sánchez  
Universidad de Huelva, España

A GLANCE TO THE RESEARCH ABOUT TOURISM IN MEXICO: ORIGIN, EVOLUTION AND CURRENT CONDITION .....	31 - 37
-------------------------------------------------------------------------------------------------	---------

José Eduardo Vidaurri Aréchiga  
Universidad de Guanajuato, México

#### 2. Social approach

THE ROLE OF SOCIAL ACTORS IN THE MUNICIPALITIES OF GUATAPE-PEÑOL SEEN FROM THE SUSTAINABLE TOURISM PARADIGM .....	41 - 46
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------

Claudia Giraldo Velásquez  
Colegio Mayor de Antioquia, Colombia

RURAL TOURIST AREAS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT: COMMUNITY-BASED RURAL TOURISM IN PERU .....	47 - 61
----------------------------------------------------------------------------------------------	---------

Ignacio Sariego López  
Observatorio Turístico de Cantabria  
Escuela Universitaria de Turismo Altamira

HUMAN DEVELOPMENT IN TOURISM SPACES .....	63 - 75
-------------------------------------------	---------

Ana María Huaita Alfaro  
University College London, Reino Unido

#### 3. Economic approach

THE ECONOMIC IMPACT OF TOURISM IN PERU 1990-2012 .....	79 - 92
--------------------------------------------------------	---------

José Marsano Delgado  
Universidad de San Martín de Porres, Perú

SUSTAINABLE TOURISM THROUGH SOCIAL ECONOMY INNOVATIONS (Research Note) .....	93 - 100
------------------------------------------------------------------------------	----------

Sonia Tello Rozas  
Université du Québec à Montréal – UQÀM (Canadá)

TURISMO Y PATRIMONIO	Lima - Perú	Nº 8	Septiembre 2014	pp. 1 - 184	ISSN: 1680-9556 (Impresa) ISSN: 2313-853X (Digital)
----------------------	-------------	------	-----------------	-------------	--------------------------------------------------------

## 4. Doctrinal approach

COMPARATIVE CRITERIA BETWEEN CULTURAL ROUTES (HERITAGE) AND DESIGNED ROUTES .....	103 - 114
Alberto Martorell Carreño Presidente de Icomos Perú, Perú	

UNIVERSITY PROFESSIONAL TRAINING IN TOURISM IN LA LIBERTAD REGION – PERU AND ITS RELATIONSHIP TO THE TRAINING NEEDS OF THE SECTOR .....	115 - 126
Marcia Adriana Iberico Díaz Universidad Nacional de Trujillo, Perú	

**SECCIÓN II: MAKING TOURISM**

## 1. Tourist routes

THE WINE AND PISCO ROUTE AT THE VITOR VALLEY (AREQUIPA) .....	133 - 143
Alejandro Málaga Núñez-Zeballos Universidad San Agustín de Arequipa, Perú	

## 2. Gastronomy and Tourism

PISCO: HERITAGE OF PERU .....	147 - 156
Eduardo Dargent Chamot Instituto del Vino y del Pisco de la Universidad de San Martín de Porres, Perú	
RESCUING THE HIDDEN FLAVORS OF THE SEA OF PERU .....	157 - 173
Jeannette Sampe Palomino Instituto de Investigación de Turismo, Universidad de San Martín de Porres, Perú	

**BOOK REVIEWS**

ITINERARIOS CULTURALES Y PATRIMONIO MUNDIAL Alberto Martorell Lima: Fondo Editorial de la Universidad de San Martín de Porres, 2010, 742 p. ....	177 - 179
María del Carmen Carrasco Coello Presidenta de IPPAIS	

REFLEXIONES EN TORNO AL TURISMO CULTURAL EN EL PERÚ Pamela Cueva Chacón, Diana Guerra Chirinos, Fernando Tavera y Phyllis Tepperman. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola, 2011, 136 p. ....	181
Jessica Figueroa Pinedo Universidad de San Martín de Porres, Perú	

TURISMO Y PATRIMONIO	Lima - Perú	Nº 8	Septiembre 2014	pp. 1 - 184	ISSN: 1680-9556 (Impresa) ISSN: 2313-853X (Digital)
----------------------	-------------	------	-----------------	-------------	--------------------------------------------------------



Sección I:  
INVESTIGACIÓN Y TURISMO

# ENFOQUE TURÍSTICO

# ¿LOS PRINCIPALES DESTINOS SON TAMBIÉN LAS PRINCIPALES POTENCIAS EN LA INVESTIGACIÓN EN TURISMO? LA EXPERIENCIA ESPAÑOLA

## ARE THE MAIN DESTINATIONS THE MAIN PRODUCERS OF TOURISM RESEARCH TOO? THE SPANISH EXPERIENCE

Alfonso Vargas Sanchez  
Universidad de Huelva, España

Recibido: 17 de abril de 2013

Aceptado: 24 de julio de 2014

---

### RESUMEN

Hoy en día no cabe concebir un modelo de desarrollo turístico que no se alimente de la investigación científica, conforme al denominado por Etzkowitz (2008) modelo de la triple hélice. Es por ello que hemos analizado la relación que pudiera existir entre la importancia del turismo en un país o región y el peso a nivel internacional de su producción científica. Así, hemos podido constatar el crecimiento experimentado por la producción española en lo que va del siglo, que ha llevado a España a situarse, en consonancia con su peso en el turismo mundial, como uno de los países punteros en investigación, aunque aún lejos de la hegemonía de Estados Unidos y Reino Unido. A escala nacional, también ha sido identificada la contribución de las comunidades autónomas y de las universidades a la generación de conocimiento científico a nivel internacional, y se hace un balance de las principales revistas en las que los trabajos han sido publicados.

**Palabras clave:** Investigación, ISI, producción científica, turismo.

### ABSTRACT

It is unconceivable today a model of tourism development without a strong connection to the scientific research community, according to the triple helix model, authored by Etzkowitz (2008). This is why we have analyzed the relationship that might exist between the importance of tourism in a country or region and the weight of its international scientific output. In this sense, we have seen the growth experienced during this century by the Spanish scientific production, which has been placed, in line with its weight in the world tourism, as one of the leading countries in research, although still far from the hegemony of the United States and United Kingdom. Nationally, the contribution of regions and universities to the generation of scientific knowledge at international level has been also identified, as well as major journals in which the papers have been published.

**Key words:** Research, ISI, scientific output, tourism

## Introducción

¿Existe correlación entre la posición de un país en el ránking mundial del turismo y la producción investigadora en este campo? ¿Son los países que dominan la industria turística los que más conocimiento producen?

Si medimos la primera variable en función del número de llegadas internacionales de turistas, los datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) correspondientes a 2011 nos muestran el panorama que sigue (Tabla1), con los siguientes países líderes:

**Tabla 1**

<b>País</b>	<b>Millones de turistas internacionales (a)</b>	<b>Posición en el ránking (a)</b>	<b>Miles de millones de US\$ (a)</b>	<b>Contribución total al PIB (%) (b)</b>	<b>Contribución total al empleo (%) (b)</b>
Francia	79,5	1	53,8	9,7	10,9
EE.UU.	62,3	2	116,3	8,6	10,1
China	57,6	3	48,5	9,2	8,3
España	56,7	4	59,9	15,3	15,4
Italia	46,1	5	43,0	10,4	11,8
Turquía	29,3	6	23,0	11,0	8,2
Reino Unido	29,2	7	35,9	6,8	7,5
Alemania	28,4	8	38,8	4,6	4,9
Malasia	24,7	9	18,3	15,0	13,1
México	23,4	10	11,9	12,5	13,8

Fuentes: (a) World Tourism Organization; (b) World Travel & Tourism Council. Todos los datos están referidos al año 2011.

España es, por tanto, el cuarto país del mundo en número de llegadas de turistas extranjeros, el segundo en ingresos y, entre ellos, el que cuenta con un mayor peso de este sector en la economía nacional, tanto en términos de Producto Interno Bruto (PIB) como de empleo.

En cuanto a la producción investigadora, hemos tomado la base de datos ISI Web of Science<sup>1</sup>, considerada en la actualidad como la principal plataforma de información científica. De hecho, la publicación en revistas incluidas en los índices del Institute for Scientific Information (ISI) suele ser la principal referencia a la hora de evaluar la actividad investigadora.

Sería lógico que aquellos países en los que el turismo tiene mayor peso a escala global fueran también países líderes en la producción de conocimiento científico para alimentar la industria turística. España es uno

<sup>1</sup> Incluye: Science Citation Index Expanded (SCI-EXPANDED), Social Sciences Citation Index (SSCI), Arts & Humanities Citation Index (A&HCI), Conference Proceedings Citation Index-Science (CPCI-S) y Conference Proceedings Citation Index-Social Science & Humanities (CPCI-SSH).

de esos países y, por ello, nos proponemos conocer cuál es su posición en materia de investigación en turismo, en términos relativos respecto al resto de países líderes. Además, como ha quedado patente, es el país en cuya economía el turismo tiene un mayor peso.

El horizonte temporal del estudio abarca los años transcurridos del presente siglo: es decir, el período comprendido entre 2001 y 2012.

### **Documentos sobre turismo**

La primera búsqueda fue realizada utilizando “Tourism” como tópico y los referidos países como “Address”<sup>2</sup>, para ubicar la procedencia de los documentos extraídos. El resultado fue el que se recoge en la Tabla A1 (ver Anexo), de la que destacamos lo siguiente:

- La producción documentaria en España es más elevada en relación con el número total de documentos contabilizados (81%).
- Cuantitativamente ocupa el quinto lugar, detrás de Estados Unidos (que claramente lidera), China, Inglaterra y Australia.
- Llama la atención el muy rezagado lugar de Francia, primer país receptor de turismo internacional. Asimismo, la penetración de la lengua inglesa es la más baja entre todos los países punteros.

En cuanto a la evolución experimentada en los 12 años del presente siglo (Tabla A2, en Anexo), es claro que, en general, se ha producido un crecimiento muy notable de la producción científica. En el caso de España se ha multiplicado casi por diez, incluso más si tomamos el pico alcanzado en 2011. No obstante, el crecimiento más espectacular es el de China que, de mantenerse, pronto alcanzará una posición de liderazgo.

La investigación en estos años ha estado dominada por dos grandes temas o enfoques (Tabla A3, en Anexo): el de los estudios y ciencias medioambientales (predominante en casi todos los países, menos en China y Malasia), y el de la economía y los negocios. Tras ambos países, España es el país en el que la temática de economía y empresa ostenta un mayor peso en la producción científica sobre turismo.

### **Artículos sobre turismo**

Nos concentraremos seguidamente en la parte más importante de la producción científica: los artículos.

En este apartado, y según la Tabla A5 (ver Anexo), la supremacía de Estados Unidos e Inglaterra se puede ver amenazada a mediano plazo por China. España ocupa el cuarto lugar por número de artículos ISI. Tomando las tres principales revistas de turismo por su factor de impacto en el la edición 2011 del Índice de Ciencias Sociales de JCR, Inglaterra y China son los países con un mayor peso de producción en esas tres revistas. En un segundo nivel se encuentran, con porcentajes muy semejantes, Estados Unidos, España y Turquía (Tabla A4, en Anexo).

<sup>2</sup> Reino Unido (UK) no aparece como tal, por lo que hemos utilizado en su lugar Inglaterra (England).

Aparte del espectacular crecimiento de China, solo los crecimientos de Malasia y Turquía son parangonables al de España, que ha multiplicado su producción de artículos por más de once (casi por catorce si tomamos la referencia de los artículos publicados en 2011).

La Tabla A6 (ver Anexo) lista las universidades españolas con mayor producción de artículos ISI en el período 2001-2012, con las de las Islas Baleares y Alicante claramente a la cabeza. Por comunidades autónomas, la distribución de los autores nacionales es la siguiente (Tabla 2):

**Tabla 2**

Comunidad Autónoma	Nº	%	RK	Universidades con mayor contribución
ANDALUCÍA	123	16,2	2	Granada (25), Málaga (24) y Sevilla (21)
ARAGÓN	14	1,8	12	Zaragoza (14)
ASTURIAS	8	1,1	15-16-17	Oviedo (8)
BALEARES	79	10,4	5	Islas Baleares (79)
COMUNIDAD VALENCIANA	111	14,6	3	Alicante (61) y Valencia (22)
CANARIAS	53	7,0	6	Las Palmas Gran Canaria (32) y La Laguna (21)
CANTABRIA	13	1,7	13-14	Cantabria (13)
CATALUÑA	132	17,4	1	Aut. Barcelona (34), Barcelona (30) y Girona (22)
CASTILLA - LA MANCHA	20	2,6	9	Castilla - La Mancha (20)
CASTILLA Y LEÓN	24	3,2	8	Valladolid (10)
EXTREMADURA	8	1,1	15-16-17	Extremadura (8)
GALICIA	33	4,3	7	Santiago (15) y Vigo (15)
COMUNIDAD DE MADRID	83	10,9	4	Autónoma (26) y Complutense (26)
REGIÓN DE MURCIA	13	1,7	13-14	Murcia (12)
COMUNIDAD F. DE NAVARRA	18	2,4	11	Navarra (14)
PAÍS VASCO	19	2,5	10	País Vasco (16)
UNED	8	1,1	15-16-17	Universidad Nacional de Educación a Distancia (8)
Total	759	100	-	-

Fuente: Elaboración propia con datos de ISI Web of Science.

Se observa una clara dicotomía entre las comunidades autónomas del Estado español, con un bloque de seis que concentran casi el 80% de los autores: Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana, Madrid, Baleares y Canarias. En el resto la investigación en turismo se ha desarrollado poco.

En cuanto a las fuentes donde se han publicado los artículos, el *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* debe ser destacado, por tratarse del tercer título con más artículos de turismo publicados (Tabla A7, en Anexo), solo por detrás de *Tourism Management* y *Tourism Economics*.

Los temas ambientales/ecológicos, junto con tópicos de las ciencias sociales, han sido los más tratados (Tabla A8, en Anexo). La economía de la empresa y la geografía destacan a continuación, con la sociología y otros ya a bastante distancia.

En el epígrafe siguiente nos centraremos en la categoría dominante en España: “hospitalidad, ocio, deporte y turismo”, con prácticamente un tercio de los artículos, según expresa la Tabla A9 (ver Anexo). En este aspecto hay diferencias considerables entre países, con China-Malasia (con más de la mitad) y México en extremos opuestos.

### Artículos sobre hospitalidad, ocio, deporte y turismo

Como se deriva de la Tabla A10 (ver Anexo), España es el país cuya producción de artículos publicados en revistas ISI ha crecido más en los últimos años dentro de este ámbito. Esta evolución le permite situarse en el quinto lugar por número total de artículos publicados en lo que llevamos de este siglo, tan solo por detrás de Estados Unidos, Australia, Inglaterra y China.

La Tabla A11 (ver Anexo) detalla las principales universidades españolas por su producción de artículos ISI en esta categoría, destacando nuevamente las de Islas Baleares y Alicante. Asimismo, la Tabla A13 (en Anexo) completa este panorama con las universidades líderes en cada uno de los países considerados.

Por comunidades autónomas la distribución de los autores nacionales es la que sigue (Tabla 3):

**Tabla 3**

Comunidad Autónoma	Nº	%	RK	Universidades con mayor contribución
ANDALUCÍA	35	13,8	4	Málaga (12)
ARAGÓN	4	1,6	11-12	Zaragoza (4)
ASTURIAS	1	0,4	17	Oviedo (1)
BALEARES	47	18,6	1	Baleares (47)
COMUNIDAD VALENCIANA	43	17,0	2	Alicante (26)
CANARIAS	24	9,5	5	Las Palmas de Gran Canaria (15)
CANTABRIA	4	1,6	11-12	Cantabria (4)
CATALUÑA	38	15,0	3	Barcelona (11) y Girona (11)
CASTILLA - LA MANCHA	3	1,2	13-14-15-16	Castilla -La Mancha (3)
CASTILLA Y LEÓN	7	2,8	8	Valladolid (4)
EXTREMADURA	3	1,2	13-14-15-16	Extremadura (3)
GALICIA	6	2,4	9-10	Vigo (4)
COMUNIDAD DE MADRID	17	6,7	6	Autónoma (7)
REGIÓN DE MURCIA	3	1,2	13-14-15-16	Murcia (3)
COMUNIDAD F. DE NAVARRA	9	3,6	7	Navarra (6)
PAÍS VASCO	3	1,2	13-14-15-16	País Vasco (2)
UNED	6	2,4	9-10	Universidad Nacional de Educación a Distancia (6)
Total	253	100	-	-

Fuente: Elaboración propia con datos de ISI Web of Knowledge.

En esta categoría la concentración de la producción científica es aún mayor, con cinco comunidades claramente destacadas, en este orden: Baleares, Comunidad Valenciana, Cataluña, Andalucía y Canarias; obviamente las regiones turísticas por antonomasia. Obsérvese en la Tabla 4 el enorme impacto que el turismo tiene en las Islas Baleares (y también en Canarias).

**Tabla 4**

%	Baleares	Canarias	C. Valenc.	Andalucía	España
PIB	43,2	27,4	12,8	12,5	10,0
EMPLEO	30,3	30,2	12,6	11,9	7,3
GASTO PÚBLICO	11,2	9,1	5,4	2,9	1,2
IMPUESTOS	39,1	30,7	11,9	12,5	-

Fuente: Exceltur. Estudio Impactur, Islas Baleares (2009).

En cuanto a las revistas en que esos artículos han sido publicados, *Tourism Management*, *Tourism Economics*, *Annals of Tourism Research* e *International Journal of Tourism Research* son las que ostentan la primacía en España, en ese orden. El listado de las diez fuentes más relevantes se recoge en la Tabla A12 (ver Anexo). La Tabla A14 del Anexo la complementa con la indicación de los títulos más recurrentes en el resto de países considerados.

### Las revistas ISI

Mejorar el posicionamiento como país requiere, claramente, incrementar el número de artículos publicados en este tipo de revistas, que son las mejor consideradas en la comunidad científica. A tal efecto, recogemos:

1. Dentro de la categoría “Hospitality, Leisure, Sport & Tourism” encontramos, en la edición 2011 del Índice de Ciencias Sociales JCR, un total de 36 revistas. Centrándonos en las que corresponden a turismo y hospitalidad, nos quedamos con las 16 siguientes (Tabla 5), ordenadas por factor de impacto.

**Tabla 5**

Título abreviado	ISSN	JCR Data					Artículos	Vida media de citas
		Total de citas	Factor de impacto	Factor de impacto (5 años)	Índice de inmediatez			
ANN TOURISM RES	0160-7383	3646	3.259	3.356	0.183	71	>10.0	
TOURISM MANAGE	0261-5177	4391	2.597	3.701	0.401	152	6.5	
J SUSTAIN TOUR	0966-9582	954	1.929		0.767	43	5.7	
INT J HOSP MANAG	0278-4319	1265	1.771		0.061	114	5.2	
J TRAVEL RES	0047-2875	2411	1.579		0.098	51	>10.0	
J HOSP TOUR RES	1096-3480	462	0.943		0.000	24	7.1	
INT J CONTEMP HOSP M	0959-6119	906	0.929		0.019	53	7.5	
CORNELL HOSP Q	1938-9655	116	0.878	0.953	0.106	47	2.7	
TOURISM GEOGR	1461-6688	328	0.840		0.037	27	6.9	
CURR ISSUES TOUR	1368-3500	297	0.836		0.256	43	5.7	
INT J TOUR RES	1099-2340	488	0.816		0.075	40	6.9	
SCAND J HOSP TOUR	1502-2250	174	0.630		0.065	31	4.6	
TOURISM ECON	1354-8166	606	0.579		0.013	76	7.0	
J HOSP LEIS SPORT TO	1473-8376	61	0.346		0.000	29		
ASIA PAC J TOUR RES	1094-1665	140	0.300		0.027	37	6.4	
J TOUR CULT CHANGE	1476-6825	42	0.175		0.000	22		

Fuente: 2011 JCR Social Science Edition.

2. La información acerca de las características de las principales revistas es importante para que los potenciales interesados puedan elegir la más adecuada en función del perfil del trabajo que se pretende publicar.

Así, Svensson, Svaeri y Einarsen (2009), en un análisis de los trabajos empíricos publicados en las revistas que aparecen en la Tabla 6 en el período comprendido entre los años 2000 y 2007, nos muestra el claro predominio de los estudios cuantitativos (en especial del *Journal of Hospitality Tourism Research*), siendo *Annals of Tourism Research* la revista con mayor tendencia hacia los estudios cualitativos y hacia aquellos que combinan ambas metodologías (triangular).

Tabla 6

Título	Diseño de la investigación empírica			Total
	Cuantitativo	Cualitativo	Triangular	
Annals of Tourism Research	51,5%	22,4%	26,2%	340
Cornell Hotel and Restaurant Quarterly	65,7%	20,6%	13,7%	175
International Journal of Hospitality Management	68,4%	(23,2%)	(8,3%)	228
Journal of Hospitality Tourism Research	90,2%	4,3%	5,5%	164
Journal of Travel Research	74,9%	7,0%	18,1%	299
Tourism Management	65,4%	13,8%	20,9%	508
Total	67,1%	15,3%	17,6%	1.714 (100%)

Fuente: Svensson, Svaeri y Einarsen (2009).

También puede ser interesante conocer las procedencias geográficas de los datos de los trabajos publicados en estas revistas. Tal y como refleja la Tabla 7, es llamativa la escasa presencia de artículos de América del Sur, llegando a estar ausentes por completo en el *Journal of Hospitality Tourism Research*. Se trata de la zona del mundo menos investigada, lo que revela una gran oportunidad, fruto del vacío existente.

Tabla 7

Título	África	Asia	Australia	Europa	América del Norte	América del Sur
Annals of Tourism Research	3,3%	18,1%	12,1%	34,0%	31,5%	1,1%
Cornell Hotel and Restaurant Quarterly	1,0%	9,6%	4,5%	8,1%	72,7%	0,4%
International Journal of Hospitality Management	1,2%	22,7%	8,5%	30,0%	36,4%	1,2%
Journal of Hospitality Tourism Research	0,6%	17,6%	8,5%	8,5%	64,8%	-
Journal of Travel Research	2,9%	31,1%	14,1%	33,5%	17,8%	0,6%
Tourism Management	1,0%	13,7%	18,1%	19,4%	47,2%	0,6%
Total	2,0%	22,0%	12,8%	27,1%	41,2%	1,2%

Fuente: Svensson, Svaeri y Einarsen (2009).

3. En la medida en que conectemos con los temas prioritarios que marcan la agenda de investigación en este campo científico, las posibilidades de tener cabida en este tipo de revistas *top* serán mayores.

Por ejemplo, Holmes, Jones, Lockwood, Miller, Scarles, Szivas y Tribe (2006) plantean cinco grandes temáticas: metodologías de investigación, educación en turismo, cultura y patrimonio, gestión de la hospitalidad (hotelería) y turismo sostenible.

Brunelli, Macedo-Soares, Zouain y Borger (2010), por su parte, delimitan una serie de macrolíneas de investigación, a partir de una revisión de artículos publicados en el quinquenio 2005-2009 (entre paréntesis el porcentaje de artículos clasificados en cada categoría), las que se listan a continuación (Tabla 8).

**Tabla 8**

ESTRATEGIA (14,2%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventaja competitiva.</li> <li>• Competitividad.</li> <li>• Alianzas estratégicas y redes.</li> <li>• Análisis de los grupos de interés.</li> <li>• Desempeño.</li> </ul>	DIRECCIÓN (8,2%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección.</li> <li>• Recursos humanos.</li> <li>• Gestión del turismo.</li> <li>• Externalización.</li> </ul>
MÁRKETING (34,5%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumidor.</li> <li>• Imagen/Marca.</li> <li>• Análisis del mercado.</li> <li>• Compras.</li> <li>• Identidad/Percepción.</li> </ul>	DESARROLLO (12,3%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo local.</li> <li>• Comunidades.</li> <li>• Impactos económicos.</li> <li>• Globalización.</li> <li>• Exclusión social.</li> </ul>
SOSTENIBILIDAD (8,8%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo sostenible.</li> <li>• Turismo sostenible.</li> <li>• Impactos del turismo.</li> <li>• Medio ambiente.</li> <li>• Responsabilidad social.</li> </ul>	POLÍTICAS PÚBLICAS (2,5%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gobernanza.</li> <li>• Administración pública.</li> <li>• Formulación de políticas.</li> <li>• Política económica.</li> </ul>
NICHOS (13,9%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Patrimonio histórico y cultural.</li> <li>• Turismo cultural.</li> <li>• Turismo religioso.</li> <li>• Turismo de aventura.</li> <li>• Turismo senior.</li> </ul>	INVESTIGACIÓN (5,6%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Epistemología.</li> <li>• Metodologías.</li> <li>• Taxonomías.</li> <li>• Estudios críticos.</li> <li>• Investigación interdisciplinaria.</li> </ul>

Fuente: Brunelli et al. (2010).

Finalmente la OMT, en el Foro del Algarve de junio de 2011, también ha establecido una agenda de investigación centrada en tres grandes líneas: desarrollo y competitividad, cambio climático y sostenibilidad, gobernanza y política turística.

## Conclusiones

El presente trabajo comenzó con unas interrogantes a las que debemos dar respuesta.

Si comparamos la posición de los países según el número de llegadas internacionales de turistas con la producción de artículos ISI sobre turismo en general (Tabla 9), España se encuentra al mismo nivel, verificándose una correspondencia entre ambas variables (cuarto lugar en ambos casos). Por otra parte, países como Estados Unidos y Reino Unido (las dos principales potencias investigadoras) cuentan con una posición en términos de producción científica mejor que la que ocupan en el referido ránking de destinos turísticos; situación opuesta a la de Francia, cuya posición en cuanto a producción científica está muy lejos (décimo tercer lugar) del liderazgo que ostenta como destino receptor de turismo internacional.

Si efectuamos la comparación con los ingresos generados por el flujo de turistas internacionales, Estados Unidos es el líder aventajado desde ambos puntos de vista. España, siendo el segundo país generador de ingresos, es el cuarto en producción científica, aunque Francia, que le sigue, está bastante peor posicionada, en los términos ya referidos.

**Tabla 9**

Posición en el ranking	Millones de turistas internacionales (2011)	Nº de artículos publicados bajo el tópico "Tourism" (2001-2012)
1	Francia	EE.UU.
2	EE.UU.	Inglaterra
3	China	Australia
4	España	España
5	Italia	China
6	Turquía	Canadá
7	Reino Unido	Italia
8	Alemania	Taiwán
9	Malasia	Alemania
10	México	Turquía

Fuente: Elaboración propia.

No obstante:

- La producción de artículos científicos de España en la categoría "Hospitality, Leisure, Sport & Tourism" nos sitúa un puesto más abajo (quinto), habiendo sido desbancados por China, cuyo crecimiento hace presagiar que pronto nos superará en producción total en materia de turismo, incluso amenazando a mediano plazo la supremacía anglosajona ya referida.
- La producción de artículos ISI sobre turismo se ha multiplicado por seis en la última década (2003-2012), pasando en la categoría "Hospitality, Leisure, Sport & Tourism" a multiplicarse casi por diez en ese mismo período. Esto da idea del fuerte crecimiento experimentado y de la creciente (además de rápida) inserción internacional de la investigación española en turismo.
- Por comunidades autónomas sigue existiendo una clara correspondencia entre las regiones turísticas por excelencia y el peso de las publicaciones científicas a escala internacional: el arco mediterráneo, Andalucía y Canarias son las más destacadas. Las universidades de las Islas Baleares y de Alicante han sido las más activas en lo que va del siglo.

## Referencias

- Aguiló, E. & Vich, G. A. (1996). La investigación en el ámbito de la política turística. *Estudios Turísticos*, 129, 23-36.
- Albacete-Sáez, C. A. & Fuentes-Fuentes, M. M. (2010). Difusión de la investigación española sobre turismo en revistas internacionales. *Análisis Turístico*, 9, 14-29.
- Antón, S., López i Palomeque, F., Marchena, M. & Vera, J. F. (1996). La investigación turística en España. *Estudios Turísticos*, 129, 165-208.
- Ballantyne, R., Packer, J. & Axelsen, M. (2009). Trends in tourism research. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 149-152.
- Bigné, J. E. (1996). Turismo y Marketing en España: Análisis del estado de la cuestión y perspectivas de futuro. *Estudios Turísticos*, 129, 105-128.
- Bote, V. (1996). La investigación en España sobre el turismo y desarrollo económico. *Estudios Turísticos*, 129, 9-22.
- Brunelli, M. Q., Macedo-Soares, T. D. L., Zouain, D. M. & Borger, A. P. (2010). Scientific research in tourism: review of the literature from 2005 to 2009. *Revista de Administração Pública*, 44(5), 1225-1240.
- Bueno, E. J. (1996). La investigación sobre las empresas turísticas en España: el estado del arte. *Estudios Turísticos*, 129, 61-80.
- Dann, G. (2011). Anglophone Hegemony in Tourism Studies Today. *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, 1(1), 1-30. Recuperado de <http://www.uhu.es/publicaciones/ojs/index.php/et/article/view/1017>
- De la Calle, M. & García, M. (2004). La investigación geográfica del turismo en España. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 24, 257-277.
- Esteban, A. (2000). La investigación turística en la universidad española. *Estudios Turísticos*, 144-145, 155-180.
- Esteban, A. & Reinares, E. M. (1996). La investigación de la demanda turística en España: recopilación y análisis. *Estudios Turísticos*, 129, 81-104.
- Etzkowitz, H. (2008). *The Triple Helix: University-Industry-Government Innovation In Action*. London: Routledge.
- Figuerola, M. (2000). Los trabajos de investigación de la economía del turismo en el Instituto de Estudios Turísticos: 1974-1993. *Estudios Turísticos*, 144-145, 17-46.
- Holmes, K., Jones, P., Lockwood, A., Miller, G., Scarles, C., Szivas, E. & Tribe, J. (2006). An eclectic agenda for Tourism and Hospitality Research. *Tourism and Hospitality Research*, 7(1), 76-82.
- Jones, P. A. & Phillips, D. (2003). What use is research anyway? Industry and academie's differing views. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(5), 290-293.
- Ortega, E. & Rodríguez, B. (2004). La investigación turística a través de tesis doctorales: Un análisis comparativo entre España y Francia. *Estudios Turísticos*, 159, 5-28.
- Sánchez, M. & Marín, M. B. (2003). La investigación en turismo y economía de la empresa publicada en revistas especializadas españolas: 1996-2001. *Papers de Turisme*, 33, 6-39.
- Svensson, G., Svaeri, S. & Einarsen, K. (2009). Empirical characteristics' of scholarly journals in hospitality and tourism research: An assessment. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 479-483.
- Vera, J. F. & Ivars, J. A. (2001). La formación y la investigación turística en España: una visión de síntesis. *Papers de Turisme*, 29, 6-27.
- Vargas-Sanchez, A. (2011a). Tourism Research in Spain: The State of the Art. *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, 1(1), 93-110. Recuperado de <http://www.uhu.es/publicaciones/ojs/index.php/et/article/view/1019>
- Vargas-Sánchez, A. (2011). ¿Los principales destinos son también las principales potencias en la investigación en turismo? *Estudios Turísticos*, 188, 91-111.

## ANEXO

(Fuente: ISI Web of Science, 2001-2012)

**Tabla A1**

Distribución por países de los tipos de documentos publicados bajo el tópico "Tourism" (2001-2012)

Tipo dedocumento	FRANCIA	EEUU	CHINA	ESPAÑA	ITALIA	TURQUÍA	INGLATERRA	ALEMANIA	MALASIA	MÉXICO
Nº total de docs(Rk*)	329(12º)	3,002(1º)	2,355(2º)	879(5º)	488(7º)	402(10º)	1,421(3º)	450(8º)	120(31º)	113(32º)
Nº de artículos(Rk**)	231(13º)	2,150(1º)	588(5º)	715(4º)	339(7º)	294(10º)	1,034(2º)	321(9º)	64(35º)	84(32º)
% artículos	70.213	71.619	24.968	81.342	69.467	73.134	72.766	71.333	53.333	74.336

\*Australia es 4º, Canadá 6º, Taiwán 9º, Perú 84º (11 documentos).

\*\*Australia es 3º, Canadá 6º, Taiwán 8º, Perú 81º (9 artículos).

**Tabla A2**

Evolución temporal del número de documentos publicados bajo el tópico "Tourism"

Tipo dedocumento	FRANCIA	EEUU	CHINA	ESPAÑA	ITALIA	TURQUÍA	INGLATERRA	ALEMANIA	MALASIA	MÉXICO
2001	9	112	9	14	17	5	63	17	1	4
2002	26	150	18	16	14	4	73	28	0	6
2003	6	141	26	23	11	11	67	20	1	4
2004	13	164	44	22	21	14	63	22	1	9
2005	16	163	42	36	22	22	81	23	2	4
2006	24	214	79	55	31	22	86	22	2	9
2007	24	231	141	73	31	33	95	25	2	5
2008	31	316	327	105	41	33	138	50	11	19
2009	53	339	379	110	61	54	154	42	8	12
2010	57	392	444	123	66	65	189	63	26	11
2011	32	401	517	164	96	88	206	74	39	12
2012	38	379	329	138	77	51	206	64	27	18
Total	329	3,002	2,355	879	488	402	1,421	450	120	113
% en inglés	79.635	99.567	94.268	86.576	98.770	93.532	99.859	87.333	99.167	79.646

**Tabla A3**

Peso de las principales áreas temáticas en la producción científica de cada país bajo el tópico "Tourism" (2001-2012)

Principales áreas temáticas (%)	FRANCIA	EEUU	CHINA	ESPAÑA	ITALIA	TURQUÍA	INGLATERRA	ALEMANIA	MALASIA	MÉXICO
ENVIRONMENTAL SCIENCES / ECOLOGY	30.395	23.185	27.304	30.830	31.967	35.821	26.319	24.889	16.667	32.743
BUSINESS ECONOMICS	14.286	16.589	39.830	26.507	18.238	22.886	21.816	10.444	28.333	8.850

**Tabla A4**

Peso de la producción científica de cada país (artículos) bajo el tópico "Tourism" (2001-2012) en las tres principales revistas de turismo por factor de impacto en JCR Social Science2011

Principales revistas (%)	FRANCIA	EEUU	CHINA	ESPAÑA	ITALIA	TURQUÍA	INGLATERRA	ALEMANIA	MALASIA	MÉXICO
ANNALS OF TOURISM RESEARCH	1.732	6.512	4.932	4.615	2.065	3.741	11.509	0.935	-	1.190
TOURISM MANAGEMENT	3.030	8.233	14.116	11.329	7.080	11.565	9.188	2.804	6.250	-
JOURNAL OF SUSTAINABLE TOURISM	-	2.093	2.211	0.559	-	1.020	1.934	1.246	4.688	-
Total	4.762	16.838	21.259	16.503	9.145	16.326	22.631	4.985	10.938	1.190

**Tabla A5**

Evolución temporal del número de artículos publicados bajo el tópico "Tourism" en cada país

Nº de artículos	FRANCIA	EEUU	CHINA	ESPAÑA	ITALIA	TURQUÍA	INGLATERRA	ALEMANIA	MALASIA	MÉXICO
2001	7	72	6	10	13	4	41	14	1	4
2002	12	93	14	12	11	4	46	16	0	4
2003	0	96	12	19	7	9	49	15	0	1
2004	7	104	20	15	9	10	36	11	1	5
2005	9	107	18	29	14	16	57	13	1	1
2006	19	127	26	44	18	19	56	9	0	5
2007	15	166	25	55	20	24	67	19	2	2
2008	21	216	64	92	27	23	101	41	5	16
2009	41	252	69	91	41	40	110	29	5	9
2010	41	300	100	92	47	54	146	45	13	10
2011	26	310	129	138	65	51	160	57	18	10
2012	33	307	105	118	67	40	165	52	18	17
Total	231	2,150	588	715	339	294	1.034	321	64	84
% en inglés	78.355	99.488	100	86.014	98.525	91.156	99.807	84.424	98.438	77.381

**Tabla A6**

Principales instituciones responsables de la producción científica española (artículos) bajo el tópico "Tourism" (2001-2012)

Rk	Principales instituciones	Nº de artículos	%
1	UNIV ISLAS BALEARES	72	10.070
2	UNIV ALICANTE	61	8.531
3	UNIV BARCELONA	29	4.056
4	UNIV AUTÓNOMA BARCELONA	28	3.916
5	UNIV LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	27	3.776
6-7	CSIC	25	3.497
	UNIV GRANADA	25	3.497
8	UNIV MÁLAGA	24	3.357
9	UNIV AUTÓNOMA MADRID	23	3.217
10-11	UNIV GIRONA – UNIV VALENCIA	22	3.077

**Tabla A7**

Principales revistas que recogen la producción científica española (artículos) bajo el tópico "Tourism" (2001-2012)

Rk	Principales revistas	Nº de artículos	%
1	TOURISM MANAGEMENT	81	11.329
2	TOURISM ECONOMICS	52	7.273
3	BOLETIN DE LA ASOCIACION DE GEOGRAFOS ESPANOLAS	39	5.455
4	ANNALS OF TOURISM RESEARCH	33	4.615
5	SERVICE INDUSTRIES JOURNAL	18	2.517
6-7	INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM RESEARCH	16	2.238
	SCRIPTA NOVA REVISTA ELECTRONICA DE GEOGRAFIA Y CIENCIAS SOCIALES	16	2.238
8	JOURNAL OF COASTAL RESEARCH	12	1.678
9	OCEAN COASTAL MANAGEMENT	11	1.538
10	JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH	9	1.259

**Tabla A8**

Principales áreas temáticas de la producción científica española (artículos) bajo el tópico "Tourism" (2001-2012)

Rk	Principales áreas temática	Nº de artículos	%
1	SOCIAL SCIENCES OTHER TOPICS	238	33.287
2	ENVIRONMENTAL SCIENCES ECOLOGY	222	31.049
3	BUSINESS ECONOMICS	197	27.552
4	GEOGRAPHY	81	11.329
5	SOCIOLOGY	42	5.874
6	ENGINEERING	37	5.175
7	COMPUTER SCIENCE	32	4.476
8	WATER RESOURCES	30	4.196
9-10	GEOLOGY	25	3.497
	URBAN STUDIES	25	3.497

**Tabla A9**

Principales categorías de la producción científica española (artículos) bajo el tópico "Tourism" (2001-2012)

Rk	Principales categorías científicas	Nº de artículos	%
1	HOSPITALITY LEISURE SPORT TOURISM	233	32.587
2-3	ENVIRONMENTAL STUDIES	133	18.601
	MANAGEMENT	133	18.601
4	ENVIRONMENTAL SCIENCES	96	13.427
5	GEOGRAPHY	81	11.329
6	ECONOMICS	47	6.573
7	SOCIOLOGY	42	5.874
8	ECOLOGY	38	5.315
9	BUSINESS	36	5.035
10	WATER RESOURCES	30	4.196

**Tabla A10**

Evolución temporal del número de artículos publicados en la categoría "Hospitality, Leisure, Sport & Tourism" en cada país.

Nº de artículos	FRANCIA	EEUU	CHINA	ESPAÑA	ITALIA	TURQUÍA	INGLATERRA	ALEMANIA	MALASIA	MÉXICO
2001	0	17	4	1	2	3	17	0	0	0
2002	0	31	3	3	1	2	13	1	0	0
2003	0	20	2	5	1	3	19	1	0	0
2004	1	28	7	6	0	3	11	0	0	1
2005	1	29	5	8	0	6	17	0	0	0
2006	0	34	9	17	3	5	16	1	0	0
2007	2	47	12	19	0	9	27	2	0	0
2008	2	109	37	29	7	8	54	2	2	0
2009	4	99	45	28	9	5	46	1	4	0
2010	7	119	64	33	14	15	63	6	8	2
2011	7	135	75	36	18	12	57	12	10	0
2012	10	129	56	48	22	11	83	13	10	0
TOTAL	34	797	319	233	77	82	423	39	34	3
Ránking *	22º	1º	4º	5º	13º	12º	3º	20º	23º	55º
% en inglés	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
% s/ total turismo	14.719	37.070	54.252	32.587	22.714	27.891	40.909	12.150	53.125	3.571

\*2º es Australia.

**Tabla A11**

Principales instituciones responsables de la producción científica española (artículos) en la categoría "Hospitality, Leisure, Sport & Tourism" (2001-2012)

Rk	Principales instituciones	Nº de artículos	%
1	UNIV ISLAS BALEARES	46	19.742
2	UNIV ALICANTE	26	11.159
3-4	UNIV LAS PALMAS GRAN CANARIA	12	5.150
	UNIV MÁLAGA	12	5.150
5-6	UNIV BARCELONA	11	4.721
	UNIV GIRONA	11	4.721
7	UNIV LA LAGUNA	9	3.863
8-9	UNIV AUTÓNOMA MADRID	7	3.004
	UNIV VALENCIA	7	3.004
10-11	UNIV NAVARRA – UNIV SEVILLA	6	2.575

**Tabla A12**

Principales revistas que recogen la producción científica española (artículos) en la categoría "Hospitality, Leisure, Sport &amp; Tourism" (2001-2012)

Rk	Principales revistas	Nº de artículos	%
1	TOURISM MANAGEMENT	81	34.764
2	TOURISM ECONOMICS	52	22.318
3	ANNALS OF TOURISM RESEARCH	33	14.163
4	INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM RESEARCH	16	6.867
5	JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH	9	3.863
6	INTERNATIONAL JOURNAL OF HOSPITALITY MANAGEMENT	7	3.004
7	JOURNAL OF TRAVEL TOURISM MARKETING	6	2.575
8-9	CURRENT ISSUES IN TOURISM	5	2.146
	INTERNATIONAL JOURNAL OF CONTEMPORARY HOSPITALITY MANAGEMENT	5	2.146
10	CORNELL HOSPITALITY QUARTERLY	4	1.717

**Tabla A13**

Principales instituciones de cada país responsables de la producción científica (artículos) en la categoría "Hospitality, Leisure, Sport &amp; Tourism" (2001-2012)

Rk	FRANCIA	EEUU	CHINA	ESPAÑA	ITALIA	TURQUÍA	INGLATERRA	ALEMANIA	MALASIA	MÉXICO
1	PERPIGNAN	TEXAS A&M	HONG KONG POLYTECH	ISLAS BALEARES	BOLZANO	MUGLA	SURREY	MUNICH	MALAYA	AUTONOMOUS UNIV OF THE STATE OF MEXICO
2	SAVOIE	PURDUE	SUN YAT SEN	ALICANTE	BOLOGNA	ADNAN MENDERES - MUSTAFA KEMAL	BOURNEMOUTH	BREMERHAVEN UNIV APPL SCI - JOHANNES GUTENBERG UNIV MAINZ	SAINS MALAYSIA	COLIMA
3	LILLE 1 MONTPELLIER 1	ARIZONA STATE	HONG KONG	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA - MÁLAGA	SASSARI	BOGAZICI	NOTTINGHAM	JENA	NOTTINGHAM	

**Tabla A14**

Principales revistas que recogen la producción científica de cada país (artículos) en la categoría "Hospitality, Leisure, Sport &amp; Tourism" (2001-2012)

Rk	FRANCIA	EEUU	CHINA	ESPAÑA	ITALIA	TURQUÍA	INGLATERRA	ALEMANIA	MALASIA	MÉXICO
1	TOURISM ECONOMICS - TOURISM MANAGEMENT	TOURISM MANAGEMENT	TOURISM MANAGEMENT	TOURISM MANAGEMENT	TOURISM MANAGEMENT	TOURISM MANAGEMENT	ANNALS OF TOURISM RESEARCH	TOURISM MANAGEMENT	INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM RESEARCH	ANNALS OF TOURISM RESEARCH -
2		ANNALS OF TOURISM RESEARCH	JOURNAL OF TRAVEL TOURISM MARKETING	TOURISM ECONOMICS	TOURISM ECONOMICS	ANNALS OF TOURISM RESEARCH	TOURISM MANAGEMENT	JOURNAL OF SUSTAINABLE TOURISM - TOURISM ECONOMICS	CURRENT ISSUES IN TOURISM - TOURISM ECONOMICS	INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM RESEARCH -
3	JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH	JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH	JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH	JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH	JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH	INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM RESEARCH	INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM RESEARCH			JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH

# ATISBOS A LA INVESTIGACIÓN TURÍSTICA EN MÉXICO: ORIGEN, EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL

## A GLANCE TO THE RESEARCH ABOUT TOURISM IN MEXICO: ORIGIN, EVOLUTION AND CURRENT CONDITION

José Eduardo Vidaurri Aréchiga  
Universidad de Guanajuato, México

Recibido: 15 de agosto de 2013

Acceptado: 24 de julio de 2014

---

### RESUMEN

Se presenta información sobre el origen, la evolución y la situación actual de la investigación turística en México, tomando como referencia algunos de los estudios más relevantes en la materia. El panorama es general, no específico, y busca identificar los hitos que han marcado el desarrollo académico y científico de la investigación turística en México.

**Palabras clave:** Investigación, México, revistas, turismo.

### ABSTRACT

This article presents information about the origin, evolution and current status of tourism research in Mexico in reference to some of the most relevant studies on this subject. The outlook is general, nonspecific, and looks to identify the milestones that have marked the academic and scientific development on tourism research in Mexico.

**Key words:** Research, Mexico, journals, tourism

### **La emergencia de la investigación turística: de la espontaneidad a la institucionalización**

La investigación turística en México ha experimentado diversas transformaciones en las últimas décadas. Podemos referir, en principio, los estudios desarrollados principalmente a partir de los años treinta del siglo XX, cuando la actividad comenzó a tener una presencia más o menos consistente en el país, justo cuando se empezaron a consolidar la paz y la estabilidad luego del prolongado proceso de la revolución mexicana.

De acuerdo con Alfonso de Jesús Jiménez Martínez y Ana Priscila Sosa Ferreira (2006), la investigación sobre el fenómeno turístico está ligada al “descubrimiento” turístico del puerto de Acapulco, específicamente con la intención de conocer la dinámica de los desplazamientos. El fenómeno despertó el interés de algunas dependencias gubernamentales y se concentró en el análisis de dichos desplazamientos, los trazos de las carreteras y algunos aspectos relacionados. Esto continuó en la década de los cuarenta, cuando se detectó la necesidad de conocer los efectos de los acontecimientos que en materia turística habían ocurrido en la década precedente. Durante el gobierno de Manuel Ávila Camacho (1940-1946), el Banco de México efectuó una investigación sobre los efectos del turismo norteamericano en el país, cuyos resultados fueron presentados en el Segundo Congreso Interamericano de Turismo celebrado en México en septiembre de 1941 (Jiménez Martínez & Sosa Ferreira, 2006).

Luego de estas referencias la investigación turística fue escasa. En los años cincuenta aparecieron algunos trabajos como el elaborado por Lucas de Palacio –quien había creado en 1922 la Asociación de Administradores y Propietarios de Hoteles, que desde 1941 pasó a llamarse Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles–, titulado *El turismo, su evolución* y editado en 1952. Destaca también la investigación inédita de Armando Herrerías, “Turismo: proyección integral, historia y actualidad”, de 1958.

En 1959 se creó la licenciatura en turismo en la Universidad Autónoma del Estado de México, acción que pone en evidencia el interés por la formación de profesionales para el área. En los años sesenta el Consejo Nacional de Turismo impulsó la conformación del Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, que se ocupó de desarrollar indagaciones tendientes a la integración de información para la planeación, la promoción y el comportamiento de los visitantes (Castillo & Lozano, 2006: 89).

En 1968, la celebración de los Juegos Olímpicos en México fue motivo para el desarrollo de investigación turística abordando aspectos como la motivación, la publicidad y la investigación de carácter estadístico. La temática turística fue abordada de manera más abundante desde entonces por diversas instituciones como el Banco de México. En 1967, el Departamento de Turismo del Gobierno de México edita el libro *El turismo como medio de comunicación humana*, donde figura ya una perspectiva académica más lograda, que marcará un cambio notable en la investigación sobre el tema en el país y donde instituciones como la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) tuvieron una efectiva participación.

Otras instituciones de educación superior, como el Instituto Politécnico Nacional, la Universidad de Guadalajara y la Universidad Autónoma de Baja California impulsaron también la investigación, fortaleciendolos

aspectos operativo, conceptual y metodológico, con perspectivas regionales y espaciales de la actividad turística (Castillo & Lozano, 2006: 90).

En 1969 se crea el Fondo para la Promoción de la Infraestructura Turística (Infratur), un organismo del Banco de México destinado a estudiar y arriesgar la promoción de destinos turísticos alejados en el país, como Quintana Roo, luego de que desde 1966 Pedro Dondé realizara estudios estadísticos sobre la situación y las expectativas del mercado turístico mexicano. En 1969 se tiene ya un proyecto turístico para la región y en 1970 se instala el primer campamento en Cancún que daría paso a uno de los primeros centros turísticos integralmente planeados. Hacia 1974 la Secretaría de Hacienda crea el fideicomiso denominado Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur), que sustituyó a Infratur y que impulsó la creación de centros turísticos similares. Tanto Infratur como Fonatur son referidos en el sentido de que su creación despertó el interés de diversas instituciones financieras que se ocuparon de desarrollar investigación turística, primordialmente en materia de fomento de la inversión privada en el sector.

### **Una mayor presencia académica**

El estudio de Eugenio MacDonald Escobedo, *Una aproximación al conocimiento turístico*, publicado por la UNAM en 1970, marcó un parteaguas en la investigación sobre la materia en México, ya que logra distinguir formalmente las orientaciones que se seguían en el país; el aspecto más atendido fue el enfoque administrativo, además de aspectos conceptuales y algunos otros temas dispersos. MacDonald resaltaba ya la importancia de la investigación en materia turística, principalmente en las instituciones formativas de carácter superior ya que de ello dependería la calidad de la enseñanza impartida, como comentan Jiménez y Sosa (2006: 64).

La economía y las finanzas habían sido hasta entonces el punto central y casi único de atención en las investigaciones turísticas y no fue sino hasta que se conocieron los trabajos de Jafar Jafari, *The Role of Tourism in the Socioeconomic Transformation of Developing Countries* (1973), y de Valene Smith, *Anfitriones e invitados* (1977), que la dimensión social comenzó a cobrar fuerza de manera paulatina.

Las investigaciones con orientación social y económica para promover el desarrollo regional a través del turismo se impulsan con la creación de otros dos organismos: el Centro Interamericano de Capacitación Turística (Cicatur), dependiente de la Organización de Estados Americanos (OEA) y el Centro Internacional de Estudios Superiores de Turismo (CIEST), dependiente de la Organización Mundial de Turismo (OMT) que buscaba la capacitación superior en esta disciplina.

Más adelante, en los años ochenta, se creó –al parecer luego de la fusión del Cicatur y el CIEST– el Centro de Estudios Superiores del Turismo (CESTUR), dependiente de la Secretaría de Turismo Federal, que impulsó la determinación de perfiles turísticos y el monitoreo de los destinos mexicanos, dando lugar a estudios sobre la viabilidad del turismo cultural en México y otros relacionados con inversión y promoción de los destinos mexicanos.

En los años noventa destaca la incorporación de nuevas problemáticas en la investigación turística. Primordialmente podemos destacar lo relacionado con los efectos ambientales del turismo, más investigaciones de mercado y un destacado interés por parte de expertos de diferentes campos del conocimiento que han incorporado el tema turístico como base de sus investigaciones.

### **Un ejercicio objetivo**

Sin dejar de lado los avances, pocos o medianos, que se han alcanzado en materia de investigación turística en México es indudable que hay que promoverla aún más, atendiendo en primer término a la reflexión de Basilio Verduzco Chávez (octubre / diciembre 2005: 24) en su artículo “Experiencia, necesidades y prioridades de investigación turística en México”: “las razones de la poca investigación turística derivan en principio de la falta de comunicación entre los investigadores y del lugar que ocupa el turismo en la toma de decisiones en el ámbito público”. Una motivación más delicada aún es la falta de interés en los problemas fundamentales sobre la naturaleza de los procesos que rodean al turismo. Verduzco Chávez reflexiona igualmente sobre la necesidad de impulsar más la investigación turística. Preguntas como: ¿cuáles son las líneas que se deben promover?, ¿qué perspectivas se deben introducir al estudio del turismo? y ¿cuáles son las prioridades de investigación a la luz de la experiencia que se tiene en este campo?, sirvieron de base para la celebración de un seminario-taller, en septiembre de 2005, que contó con la participación de diversos actores, con el propósito de hacer un diagnóstico del estado de la investigación turística y los derroteros que debía seguir.

El seminario-taller logró convocar a 17 instituciones, las cuales –mediante un instrumento determinado y una metodología específica– identificaron prioridades desde la perspectiva de líneas de investigación, a las que otorgaron una ponderación que ayudó a definir las. El ecoturismo, el medio ambiente y la sustentabilidad obtuvieron la mayor puntuación indicada entre paréntesis (9); la gestión, la cultura empresarial y la calidad de los servicios se ubicaron en segunda posición (7), casi de manera conjunta con la educación turística (6); posteriormente figuró la investigación sobre desarrollo y diseño de nuevos productos (5). Ligeramente por debajo del rango intermedio se ubicaron los temas de desarrollo económico regional e impactos socioculturales del turismo, el turismo cultural y el patrimonio, y la participación comunitaria en proyectos (4); el apartado más amplio sumó mercadotecnia turística, estudios de política y gestión de proyectos, y estudios teórico-conceptuales (3); la evaluación de proyectos y los estudios de demanda (2); y, finalmente, la historia del turismo y los estudios internacionales (1).

De manera complementaria se presentó una oportunidad para identificar las necesidades insuficientemente atendidas referidas en la experiencia. El resultado, presentado gráficamente, fue útil para detectar la importancia relativa de las principales líneas de investigación que se desarrollan; siendo, asimismo, revelador porque permitió identificar cuatro líneas de trabajo desatendidas: los estudios de actores involucrados y los procesos de negociación; los estudios de género; turismo y seguridad; y la organización y fomento de la investigación turística.

No es el propósito de la presente reflexión mostrar todos los resultados obtenidos y la metodología explicada por Verduzco Chávez (2005). Solo queremos enfatizar la trascendencia de un ejercicio colectivo de actores

involucrados en el quehacer científico y la investigación turística. Las prioridades identificadas en el seminario-taller arriba mencionado son las siguientes:

- Avanzar en la rigurosidad teórica y metodológica de los estudios de turismo, particularmente en la línea de estudios teóricos y conceptuales.
- Profundizar en el estudio de los procesos de política pública y gestión de proyectos.
- La temática de sustentabilidad y la de educación turística son prioritarias.

El ejercicio incluyó una necesaria identificación de las prioridades nacionales por sector de interés o sector de impacto y el resultado arrojó que el ecoturismo, el medio ambiente y la sustentabilidad son prioritarios para los sectores productivo, social y público; el desarrollo regional y los impactos socioeconómicos son prioridad principal en el sector social y en el público, pero no en el sector productivo; la gestión, la cultura empresarial y la calidad de los servicios resultaron prioritarios para el sector social.

El resultado del estudio detecta, entre otros aspectos, la necesidad de desarrollar la investigación, fortalecer las redes de investigadores y centros de investigación turística, mejorar las condiciones de comunicación y la cooperación entre los investigadores, consolidar grupos de trabajo que puedan lograr el reconocimiento nacional en alguna línea de investigación y ampliar oportunidades de investigación abordando temas emergentes. Anexamos el enlace en las referencias finales para quienes deseen consultar el artículo completo.

### **Investigación científica sobre turismo en México y su difusión**

En lo que respecta a la difusión de la investigación científica sobre turismo en México, hemos de mencionar el artículo de Patricia Picazo Peral y Sergio Moreno Gil, publicado en la revista *El Periplo Sustentable* de la Universidad Autónoma del Estado de México, en el número 24 de enero-junio de 2013. El artículo refiere en principio que la actividad turística ha cobrado gran relevancia para la economía mexicana, al grado de ser considerada una prioridad nacional. Como punto de apoyo se toma en consideración el arribo de 23,4 millones de turistas internacionales al país, ubicándolo en la décima posición mundial en relación a ese número de turistas.

A pesar de ello revelan que la investigación turística sigue siendo limitada e insuficiente y lo deseable sería otorgarle mayor atención y relevancia, aunque se pone en consideración también las dificultades que enfrentan las investigaciones realizadas en Latinoamérica para obtener una adecuada difusión, ya sea por el sesgo negativo entre editores y revisores o por las dificultades para conceptualizar adecuadamente las investigaciones; además de las barreras idiomáticas.

Picazo Peral y Moreno Gil ponen el acento en el hecho de que las publicaciones académicas representan el principal vehículo de comunicación entre los investigadores y resultan vitales para transmitir los hallazgos académicos, columnas del conocimiento. Recomendamos la lectura del artículo por contener valiosas reflexiones sobre los beneficios que implican las publicaciones tanto para los académicos como para las instituciones de

educación superior a las que están adscritos. En tanto presentaremos aquí algunos de los resultados, a nuestro juicio, más importantes de la investigación referida.

Las investigaciones que han sido publicadas en revistas científicas del sector turístico buscan mostrar cuál es la realidad mexicana, desarrollando en primer término una indagación sobre los estudios enfocados a evaluar las publicaciones científicas en turismo, y otra sobre el liderazgo académico y la evaluación del impacto de la investigación turística tanto a nivel internacional como nacional.

Posteriormente explican cómo procedieron a la selección de la muestra de revistas que integran la investigación y exponen cómo seleccionaron los trabajos más relevantes en el área, considerando en principio el reconocimiento internacional de las revistas, atendiendo a la variedad de materias que engloba la industria turística, y tomando en cuenta la permanencia y continuidad de las publicaciones. La muestra incluyó 31 revistas y un total de 2.020 artículos realizados por instituciones iberoamericanas entre los años 2006 y 2011. La indagación se hizo a través de las páginas *web* de las revistas y utilizando recursos electrónicos como EBSCO, Scopus, Elsevier y Dialnet.

En las conclusiones presentadas por Picazo Peral y Moreno Gil, la investigación turística en México registra un crecimiento notable que lo ubica como la tercera potencia en producción científica en Iberoamérica. La mayor parte de la producción mexicana, el 64,59%, ha sido publicada en *El Periplo Sustentable* (México), *Estudios y Perspectivas en Turismo* (Argentina) y *Gestión Turística* (Chile). También se destaca la importancia de la revista *Pasos* (España).

En lo que respecta a las universidades, se ubica en primer lugar la Universidad Autónoma del Estado de México, seguida por la Universidad de Quintana Roo y por la Universidad de Guadalajara.

Si bien es cierto que la investigación científica en turismo en México es relativamente reciente, ha experimentado un notable crecimiento, las aportaciones son relevantes y han contribuido mucho a la definición de futuras estrategias de fomento a la investigación. Otras conclusiones importantes son el hecho de que la cantidad de publicaciones no implica su calidad, ya que los artículos deben ser medidos por su utilidad y no por el prestigio de la revista o el número de citas que ha tenido; en consecuencia, lo que debe buscarse es el impacto en la comunidad académica.

Se debe aclarar que no es nuestro propósito hacer una reseña de los artículos que hemos utilizado para apoyar la presente comunicación, sino más bien encontrar información relevante que nos permita reflexionar sobre el origen, la evolución y el estado de la investigación turística en México. La prospectiva es una tarea conjunta y a ello apunta la mayor parte de las referencias detectadas en las conclusiones de los artículos de apoyo.

Para finalizar queremos recomendar también la lectura del texto *Educación superior e investigación turística retos, problemas y desilusiones*, de Gómez (2012), que ofrece una serie de interesantes reflexiones

sobre la educación superior y la investigación turística, principalmente en México; aunque aborda problemáticas presentes en toda América Latina. Cuestiones como la ciencia y el turismo, la educación y el turismo, así como los retos de la educación y la investigación en turismo son abordadas por el autor.

## Conclusiones

El desarrollo de la investigación turística en México no ha sido una tarea fácil, sus orígenes se remontan a esfuerzos individuales y aislados movidos por el interés de tener un mayor y más objetivo conocimiento del fenómeno que, por sus efectos económicos, se ha convertido en una prioridad nacional. La investigación turística en México ha seguido, de alguna manera, los derroteros marcados por las tendencias internacionales y aun cuando inicialmente fue promovida y financiada por instituciones como dependencias públicas y bancarias, hoy se concentra mayormente en las universidades públicas y privadas.

A pesar de los grandes esfuerzos realizados, la investigación turística en México sigue siendo insuficiente para atender las necesidades de un sector fuerte y en expansión. Se requiere mayor sensibilidad para confiar en las tareas de investigación y apoyarlas. Asimismo se necesita de la integración de grupos interdisciplinarios y transdisciplinarios que desarrollen investigación tomando el hecho turístico como tema y como objeto de estudio.

Igualmente se precisa una mayor cooperación internacional, ya que es evidente la existencia de necesidades y problemas comunes, aunque no siempre uniformes. La investigación en cooperación puede ofrecer resultados provechosos para los países y/o destinos participantes.

## Referencias

- Castillo, M. & Lozano, M. (2006). *Apuntes para la investigación turística*. México: Universidad de Quintana Roo.
- Gómez, S. (2012). *Educación superior e investigación turística: retos, problemas y desilusiones*. México: Universidad de Guadalajara.
- Jafari, J. (1973). *The Role of Tourism in the Socioeconomic Transformation of Developing Countries*. Ithaca NY. Cornell University. M.S. Thesis.
- Jiménez, A. J. & Sosa, A. P. (2006). *Notas sobre las etapas de la investigación del turismo en México*. En Análisis del turismo. México: Sectur.
- Picazo Peral, P. & Moreno Gil, S. (2013). Difusión de la investigación científica en turismo. El caso México. *El Periplo Sustentable*, 24.
- Smith, V. (1993). *Hosts and Guests: the anthropology of Tourism*. Baltimore: University of Pennsylvania Press.
- Verduzco Chávez, B. (2005) Experiencia, necesidades y prioridades de investigación turística en México. *Carta Económica Regional*, 17(94). Recuperado de <http://cartaeconomica.cucea.udg.mx/administracion/uploads/articulo30.pdf>

# ENFOQUE SOCIAL

# EL ROL DE LOS ACTORES SOCIALES EN LOS MUNICIPIOS DE GUATAPÉ-PEÑOL DESDE EL PARADIGMA DEL TURISMO SOSTENIBLE

## THE ROLE OF SOCIAL ACTORS IN THE MUNICIPALITIES OF GUATAPE-PEÑOL SEEN FROM THE SUSTAINABLE TOURISM PARADIGM

Claudia Giraldo Velásquez  
Colegio Mayor de Antioquia, Colombia

Recibido: 2 de junio de 2013

Aceptado: 24 de julio de 2014

---

### RESUMEN

En la presente investigación se determina el rol de los actores sociales, entendiéndose como tales tanto a los residentes, empresarios, administradores municipales y turistas como a las diferentes entidades que actúan en aspectos relacionados con el desarrollo sostenible del turismo en los municipios de Guatapé y Peñol, ubicados en Antioquia (Colombia). Asimismo, se hace una evaluación de sus diferentes desempeños en aspectos ambientales, socioculturales y económicos.

**Palabras clave:** Desarrollo turístico, destino turístico, rol de los actores, sostenibilidad, turismo.

### ABSTRACT

In this research it has been determined the role of social actors –which are understood as residents, entrepreneurs, city managers, tourists and different entities working on issues related to the sustainable development of tourism in the municipalities of Guatapé y Peñol, located in Antioquia (Colombia). The performances of these actors have been evaluated in relation to environmental, socio-cultural and economic issues.

**Key words:** Tourism development, tourist destination, role of actors, sustainability, tourism

## Introducción

Guatapé y El Peñol son municipios de Colombia localizados en la subregión Oriente del departamento de Antioquia; ubicados, respectivamente, a 75 y a 62 kilómetros de Medellín, ciudad capital del departamento. Estos municipios pasaron a ser parte del sistema eléctrico y energético del país con la construcción del embalse Peñol - Guatapé, para el cual el río Nare se represó en dos etapas: una en el año 1970 y la otra en 1978.

Después de la inundación, el paisaje cambió: ya no existía el viejo parque para pasar las tardes y apareció en su lugar el espejo de agua que para algunos de los habitantes fue el monstruo que destruyó a su pueblo. La inundación también generó cambios en la economía ya que las mejores tierras, destinadas a la agricultura o a la producción de leche en pequeñas parcelas, quedaron bajo las aguas del embalse. Quienes no migraron se vieron obligados por las circunstancias a trabajar en nuevos oficios como el manejo de lanchas, o en restaurantes y hoteles, pues el embalse se convirtió en un recurso turístico. En el caso del municipio de Guatapé la actividad turística se presentó como la principal opción de subsistencia para un porcentaje de la población que no abandonó el pueblo.

Es importante resaltar que, por tradición, los habitantes de estos municipios (Guatapé-Peñol) habían realizado actividades económicas sobre todo agrícolas y, por tanto, no estaban preparados para asumir ni mucho menos para planificar la nueva actividad turística.

A partir de esta situación contextual, en los años 2011 y 2012 se realizó un estudio acerca del rol de los actores sociales en el desarrollo del turismo sostenible, que abarcó tanto a residentes, empresarios, administradores municipales y turistas, como a diferentes entidades que tienen que ver con esta actividad a nivel local, mediante muestreos aleatorios y no aleatorios, y la aplicación de técnicas como la encuesta y la entrevista. Se evaluó el rol desempeñado por cada una de estas poblaciones en los tres aspectos que enmarcan el concepto de turismo sostenible: ambiental, sociocultural y económico.

## Nota metodológica

Se realizaron muestreos aleatorios con una confiabilidad del 95% y un error del 5%, muestreos no aleatorios y entrevistas. Se efectuó un análisis descriptivo y se aplicó la prueba Chi cuadrado bajo la hipótesis nula de independencia de las variables, y el coeficiente de correlación V de Cramer en los casos en que la hipótesis nula fue rechazada.

Entre los resultados más significativos cabe mencionar que aunque los dos municipios tienen planes de desarrollo turístico, muchas de las acciones y decisiones de los diferentes actores no obedecen a las directrices propuestas en dichos planes. En la actualidad no se dispone de una regulación en lo que concierne a las diferentes actividades realizadas en el embalse. Existen muchos aspectos básicos para la sostenibilidad del destino que no están siendo intervenidos por ninguna de las poblaciones bajo estudio, y los diferentes actores emprenden diversidad de acciones, muchas veces contradictorias. Sin embargo, no puede desconocerse que hay un trabajo y un interés en un desarrollo más organizado del turismo.

Puede decirse que no existen roles complementarios ni orientados hacia un proyecto específico y no se percibe un desempeño que apunte a la sostenibilidad del destino.

## **Resultados de la investigación**

### ***1. Residentes***

Pudo concluirse que existe un porcentaje relativamente alto de residentes con algún conocimiento de la problemática ambiental, pero no se observó un trabajo real para intervenir dicha problemática.

En porcentajes muy altos los residentes manifestaron no tener ninguna representación para tratar a nivel municipal los temas relacionados con el turismo, no haber elaborado metas y objetivos con otros actores para el desarrollo de esta actividad, no haber firmado acuerdos con los entes municipales ni planteado propuestas para que la comunidad se beneficie cultural, social y económicamente de dicho desarrollo. No obstante, es importante reconocer la existencia de un pequeño porcentaje de residentes que está interviniendo e interactuando en estos temas.

Además, llama la atención que a pesar del malestar que tienen los residentes en lo relacionado con la movilidad y la congestión, la inmensa mayoría manifestó el deseo de una mayor actividad turística, lo que permitió concluir que no se establece una asociación de la importancia del turismo con su calidad de vida en estos aspectos sociales.

Se pudo observar que aunque existen emprendimientos de residentes de los dos municipios, realmente no es muy clara la participación de la comunidad en esa cadena de valor que se llama turismo. Lo que se percibió fue un cansancio y un agotamiento de la comunidad, y un empleo estacional o informal.

### ***2. Empresarios***

Un porcentaje alto de empresarios ha trabajado en lo ambiental, pero más desde lo referente al manejo de residuos sólidos. En otros aspectos de gran importancia –como planteamiento o ejecución de alguna propuesta para el uso racional de los recursos turísticos, o diseño de estrategias para que los actores del turismo (población, turistas y empresarios) aporten a la conservación del destino– no se observó ninguna iniciativa. Es preocupante el hecho de que solo un porcentaje ínfimo identificó la problemática ambiental del destino, y aún más la gran indiferencia observada frente a la capacidad de carga que enfrenta este destino, ya que en los fines de semana con lunes festivo puede recibir un número de turistas que se encuentra en una relación de tres a uno frente a la cantidad de residentes.

Desde lo sociocultural fueron evaluados aspectos como la utilización del plan de desarrollo turístico para sustentar las propuestas, la realización de procesos de retroalimentación con diferentes actores, el diseño de planes de emergencia para eventualidades, la inclusión de las necesidades de personas con movilidad reducida en los proyectos de infraestructura, el planeamiento de estrategias para dar a conocer a los turistas

los aspectos culturales del destino y para que el turismo contribuya económicamente al cuidado de dicho destino y al bienestar de la comunidad, sin encontrarse trabajos al respecto; aunque nuevamente es importante resaltar el esfuerzo y compromiso de un porcentaje pequeño de empresarios que ha asumido emprendimientos en algunos de los temas mencionados. No obstante, incluso en estos empresarios no se observó una comprensión ni una intervención en lo sociocultural desde una dimensión amplia.

En lo que concierne al ámbito económico ha habido, nuevamente por parte de un pequeño porcentaje de empresarios, solicitudes de capacitación y formación, realización de estudios de demanda y desarrollo de ofertas diferenciadoras, específicamente en Guatapé.

El porcentaje de informalidad es altísimo y se manifiesta en la carencia de un registro nacional de turismo y en la existencia –reflejada en las entrevistas hechas– de negociantes del turismo más que de empresarios, enfatizando que no es posible encontrar una masa crítica donde la gran mayoría centra su interés en un lucro personal a corto plazo y donde una ínfima minoría actúa con intereses a mediano y largo plazo. En general se presenta una competencia desleal, pues algunos empresarios utilizan estrategias no muy éticas para vender su producto.

### ***3. Administradores municipales***

Se encontró que la administración municipal no ha determinado la capacidad de carga del destino ni ha utilizado indicadores para entender el impacto ocasionado por el turismo, aunque afirmó haber identificado la problemática ambiental, manifestando la existencia de contaminación del embalse y problemas de basura. Se ha diseñado programas para el control y gestión de desechos, pero vinculados en forma predominante a la separación de la basura y a su reutilización. No se ha planteado estrategias para que los actores del turismo (población, turistas y empresarios) aporten a la conservación del destino.

En ninguno de los dos municipios se percibe un trabajo planificado, pues no están utilizando un plan de desarrollo para sustentar sus propuestas ni controlan el desarrollo turístico del destino; no se observan intervenciones en algunos elementos relacionados con la responsabilidad del turismo con el destino y con la población, ya que no existen planes de emergencia para eventualidades; no se han tenido en cuenta las necesidades de las personas con movilidad reducida para el desarrollo de propuestas de infraestructura; no se han generado estrategias para que el turismo favorezca el bienestar de la comunidad ni para que posibilite la vinculación económica de la población local al desarrollo del turismo. Lo que hay que reconocer es el planteamiento y desarrollo de propuestas de infraestructura turística y de ofertas diferenciadoras; además, de la realización de estudios de demanda y de trabajos por la seguridad del destino. El municipio de El Peñol se ha preocupado asimismo por mantener la calidad del paisaje.

En el tema de gestión pública existe una gran falencia ya que se desconocen las herramientas para la actuación en turismo, mientras que los directores de planeación de los dos municipios no incluyen el tema turístico en el plan de ordenamiento territorial debido a su desconocimiento de la ley 300 (ley del turismo).

Las oficinas de turismo de los municipios dependen de la Secretaría de Deporte y Cultura, son las que menos recursos tienen y están dirigidas por personas que no están familiarizadas con el tema turístico.

#### ***4. Turistas***

Para la mayoría de los turistas los efectos positivos del turismo son el crecimiento de la economía y la generación de empleo; de lo cual se puede inferir que ignoran que también puede influir positivamente en lo ambiental y en lo sociocultural.

Los efectos negativos más nombrados por los turistas son la contaminación ambiental, visual y auditiva, pero no se observa una asociación de esta problemática con el desenvolvimiento de su actividad. Puede concluirse que no perciben efectos negativos socioculturales, como por ejemplo la invasión foránea que desplaza a los residentes.

Llama la atención que un porcentaje relativamente alto de turistas manifiesta no haber contribuido en nada al cuidado del destino, y el porcentaje alto que responde afirmativamente a esta cuestión se ha limitado a arrojar la basura en el lugar que corresponde, pero no señala otro tipo de acciones como podrían ser el cuidado con la velocidad de las lanchas que está causando una erosión en el embalse o la disminución del ruido que ocasionan sus diferentes actividades.

En lo relacionado con el turismo sostenible la concepción de la mayoría se centra en el autosostenimiento de este sin fuentes externas y en un turismo amigable con el medio ambiente, sin mencionar otros aspectos culturales y sociales.

#### ***5. Otras entidades que tienen que ver con el desarrollo del turismo en los dos municipios***

Se ha logrado articular entidades como la Promotora Turística Paisajes, la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño y el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), pero –según palabras de un entrevistado– solo les ha sido posible realizar acciones muy puntuales por la falta de alineación del gobierno nacional y del gobierno departamental.

Entidades como ISA, ISAGEN y EPM, que son las interesadas en el tema energético, apenas están empezando a entender y asumir que ocuparse del turismo es una manera de trabajar por lo ambiental, ya que es una forma de proteger los embalses.

La Corporación Ambiental Rionegro-Nare (Cornare), EPM y el Ministerio de Transporte están tratando de construir las normas de regulación del uso del espejo del agua, ya que hasta ahora no se había hecho nada en dicho ámbito.

No se puede desconocer que existe un acercamiento de diferentes instituciones al tema turístico, pero todo sigue siendo muy retórico, ya que las políticas nacionales se quedan en enunciados, en globalidades, pero

no tienen estructura para la gestión. El Plan de Desarrollo Turístico Departamental 2012-2016 (a cargo de la Dirección de Turismo de Antioquia) no presenta posibilidades de gestión, ya que simplemente se refiere a asuntos relacionados con proyectos. No se observa un convencimiento de que realmente el turismo es una salida estratégica para el desarrollo; pareciera que en el país este sigue siendo un sector marginal, hasta el punto de que podría decirse que para Medellín, Antioquia y Colombia el turismo es un asunto de segundo o tercer nivel.

## Conclusiones

De los resultados obtenidos se pudo percibir que los diferentes actores no se han cuestionado ni han interiorizado lo que es la sostenibilidad en el sentido amplio del término; sin desconocer que desde las realidades del día a día empiezan a plantearse cuestiones importantes al respecto, y están surgiendo propuestas y trabajos más encaminados hacia el logro de este horizonte soñado.

En general se podría afirmar que no se ha construido un proyecto que logre aunar voluntades y desempeños. No se percibieron roles complementarios ni unificados, sino visiones y actuaciones individuales y, por tanto, las relaciones entre los diferentes actores no obedecen a un entramado que permita una real articulación. No existe un destino con un proyecto de turismo sostenible en el que converjan acciones e intereses. El turismo sostenible es un proyecto de construcción colectiva, para el que los actores no tienen construida una cultura.

De todas maneras se reconoció que, a pesar de las circunstancias adversas, se está empezando a construir una conciencia y un interés por organizar la dinámica de este destino, aunque muchas veces no se tengan las condiciones ni los conocimientos necesarios para lograrlo, lo que ha generado acciones aisladas, producto muchas veces de la emotividad y de la desesperanza.

## Referencias

Empresas Públicas de Medellín (EPM)

*Revista EPM* (1979). Vol.1, N° 5. Oct/Dic.

*Revista EPM* (1980). Vol.2, N° 1. Ene/Mar.

Gómez, L. A. & Espinal, J. (2010). *Desarrollo social con energía. La Central Hidroeléctrica Guatapé, factor de desarrollo*. Medellín: Fundación Codesarrollo.

Múnera, L. F. (2011). *Potencial hidroeléctrico de Antioquia. Inventario, perspectivas y estrategias*. Medellín: Banco de Iniciativas Regionales para el Desarrollo de Antioquia (BIRD Antioquia).

# ESPACIOS TURÍSTICOS RURALES PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE: EL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL PERÚ

## RURAL TOURIST AREAS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT: COMMUNITY-BASED RURAL TOURISM IN PERU

Ignacio Sariego López  
Observatorio Turístico de Cantabria  
Escuela Universitaria de Turismo Altamira

Recibido: 17 de mayo de 2014

Acceptado: 24 de julio de 2014

---

### RESUMEN

El turismo rural comunitario (TRC) es un fenómeno relativamente reciente que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basado en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de una comunidad. Perú, en su calidad de país megadiverso, reúne condiciones apropiadas para liderar este modelo turístico a escala mundial, como una nueva forma de viajar, dotando al visitante de una experiencia única y vivencial que potencie la imagen del país como auténtico, competitivo y de calidad. La presente investigación ofrece los resultados obtenidos mediante la Acción Integrada del Programa de Cooperación Interuniversitaria e Investigación Científica de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) titulado: Observatorio Turístico del Perú, Turismo Rural Comunitario (en adelante Programa OTP-TRC) partir de esta referencia se presentarán diversos análisis de las actividades turísticas relacionadas con los destinos comunitarios prioritarios, siguiendo criterios de representatividad geográfica, accesibilidad, tipo de organización, diversidad ecológica, diversidad cultural, origen de la iniciativa y nivel de desarrollo.

**Palabras clave:** Comunitario, Perú, reducción de pobreza, rural, turismo.

### ABSTRACT

Community-based Rural Tourism (TRC) is a relatively recent experience which is developing in the countryside, in a planned and sustainable way based on the participation of local populations organized for the benefit of a community. Peru, as a megadiverse country, has the appropriate conditions to lead this touristic model on a global scale, as a new form of travel, giving visitors a unique and existential experience that enhances the image of Peru as a real, competitive and high quality country. This research study presents the results obtained by the Integrated Action of the Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), Interuniversity Cooperation and Scientific Research Program entitled: Peru Tourist Observatory: Community-based Rural Tourism. From this standpoint, the article will offer a range of analyses of the touristic

activities involving the priority community targets. The criteria followed will include geographical representation, accessibility, type of managing organization, ecological diversity, cultural diversity, origin of the initiative, and level of development.

**Key words:** Community, Peru, reducing poverty, rural, tourism

---

## Introducción

El turismo sigue siendo hoy por hoy uno de los sectores económicos con mayor repercusión y peso en las economías de muchas regiones del mundo. Los importantes flujos económicos que produce, así como la gran cantidad de empleos que genera, convierten a esta actividad en uno de los pilares socioeconómicos con mayor consistencia y estabilidad a nivel mundial (Antón & Vera, 1998; Barrado, 2004; Cooper & Hall, 2008; Gunn, 2002; Rivas & Magadán, 2012; Sáez, 2009; Shaw & Williams, 2004; Valls, 2004).

Sin embargo, el vínculo existente entre el turismo y la economía no se limita exclusivamente a la riqueza que esta actividad produce, sino que su propio desarrollo está muy influenciado por el contexto socioeconómico en el que se desenvuelve (Butler, Hall & Jenkins, 1998; Morrison, Lynch & Johns, 2004; Petrou, Pantziou, Dimara & Skuras, 2007). La industria turística debe hacer frente a una incesante **expansión de la demanda** mundial que exige la especialización creciente de la oferta turística. Los cambios en esta demanda son, incluso, cada vez más profundos y determinantes; así, Fayós planteó hace algunos años la llegada de la “Nueva Era del Turismo” (Serra, 1999: 4) como un espacio temporal en el que los consumidores son más expertos, más independientes, más activos, más cultos, y donde los valores como el respeto al medio natural y cultural están más presentes. Otros autores (Shaw et al., 2004: 117) reafirman esta teoría asegurando que el crecimiento del turismo posfordista nos conduce hacia productos especializados y nichos de mercado específicos, que provocan gran volatilidad en las preferencias de consumo debido al incremento de modelos no masificados y más funcionales. Por este motivo, el mercado turístico está experimentando una **fuerte evolución competitiva** (Rodrigues & Carrasqueira, 2011; Sariego & Moreno, 2009; Smith, 1994). La carrera por el éxito de destinos y productos está provocando profundos y constantes cambios en el sector que afectan de manera notable a su estructura (Ivars, Rodríguez & Vera, 2012).

Este nuevo escenario está permitiendo la expansión de un modelo de turismo alejado de las actividades recreativas convencionales, apostando de forma decidida por el conocimiento y la experiencia compartida con comunidades locales, lo que se denomina turismo responsable, turismo solidario o turismo comunitario. Según numerosos autores (Ashley, Roe & Goodwin, 2001; Gascón, 2005; Maldonado, 2006; Tresserras & Mohamed, 2009; Cañada, 2010; Pastor & Almarcha, 2011; entre otros), este modelo turístico ocupa particularmente un interés creciente en nuestras sociedades.

El turismo rural es una actividad difícil de definir, puesto que adopta distintas formas, según el lugar y el momento en el que se desarrolle. Existen innumerables intentos de definir el turismo rural y todos ellos coinciden en otorgar al entorno natural y cultural un papel preponderante. En muchas ocasiones, las definiciones de las

diferentes clases de turismo alternativo –turismo verde, turismo responsable, turismo comunitario, agroturismo o ecoturismo– se emplean indistintamente. Sin embargo, es necesario puntualizar que la variada tipología de ocio tiene connotaciones desiguales según la oferta, la demanda o el medio donde se realice.

Por todas estas diferencias puede ser útil separar los conceptos de turismo responsable, rural y natural; aunque las motivaciones, comportamientos, perfil de la demanda, canales de comercialización, respuestas de agentes implicados y la triple condición responsable, rural y natural, son circunstancias que dificultan su diferenciación en los países menos desarrollados. Además, se le debe sumar el concepto “comunitario” cuando se desarrolla en **convivencia con determinadas comunidades nativas**, con rasgos y cultura propios. Día a día surgen nuevos modelos de desarrollo turístico que hacen aún más difícil establecer criterios para diferenciar los distintos patrones de la actividad.

La generalización de este modelo turístico es un fenómeno relativamente reciente, impulsado por los **sectores más jóvenes de la sociedad**, y que se ha visto acelerado principalmente desde comienzos de este siglo. Las causas de este auge son muy diversas, aunque entre ellas cabe destacar el incremento de la información y sensibilización por parte de ONG y medios de comunicación, el apoyo de los organismos públicos como forma de paliar la pobreza, y los cambios en los valores de la sociedad.

Desde un punto de vista economicista, el turismo rural comunitario puede dinamizar ciertos territorios, reactivando economías locales más allá de quienes están implicados directamente en los servicios de alojamiento; así, genera una importante demanda vinculada a la producción y venta de alimentos y bebidas, guiado de rutas, alquiler de servicios de transporte o elaboración y comercio de artesanías, entre otras actividades.

Sin embargo, no todas las consecuencias del turismo son positivas. En muchas ocasiones, la actividad turística provoca una transformación negativa en el territorio. El carácter difuso y no extractivo puede llevar a ignorar estos impactos, y no solo por motivos de saturación y contaminación, significativamente influidos por sus componentes territoriales y ambientales, sino por la descoordinación entre el nuevo uso del territorio y su vocación, tolerancia y ruptura de los paisajes culturales ancestrales. El turismo no solo consume suelo sino también sociedades.

Según diversos autores (Cañada, 2009; Gascón, 2009; Goodwin, Mc Combes & Eckhardt, 2009; Maldonado, 2006; Pastor & Almarcha, 2011), el turismo comunitario se entiende como un **modelo de integración con la cultura local de un territorio**, en todos sus aspectos. Es decir, el turismo comunitario, además de manifestar una identidad cultural propia, desde el punto de vista operativo, tiene una realidad tan íntimamente ligada al territorio que en ningún caso puede desarrollarse de espaldas a él. Para algunos autores (Azevedo & Luiza, 2004), durante muchos años, las comunidades rurales indígenas desarrollaron diversas estrategias adaptativas para alcanzar una estabilidad socioambiental que les permitiera crecer y conservar su cultura, sin pensar que el turismo pudiera tener un espacio dentro de su cotidianeidad.

La actividad tiene cada vez más presencia y ocurre lo mismo en otros contextos: el envenenamiento desde instituciones públicas por intereses políticos o desde instituciones privadas por intereses económicos ha generado demasiadas expectativas en los territorios.

Muchos espacios alejados de circuitos turísticos tradicionales anhelan, con poco éxito, incorporarse a una importante cadena de comercialización. Este error, como bien señala Gascón (2010), rompe la estructura y la vocación social de un territorio, con los problemas que ello conlleva. Para un poblador rural, una propuesta cooperativa agropecuaria permite adecuar sus expectativas de desarrollo, por lo que parece lógico priorizar intervenciones en sectores propios en detrimento de los que promueven la introducción de sectores nuevos, sobre los que la población local tiene escasa o nula formación e información. El mismo autor propone la necesidad de conocer los sistemas de distribución del poder y las tradiciones culturales existentes, debido a que el cambio de actividades económicas en un territorio significa procesos complejos de sensibilización y asunción de nuevas tareas por parte de la sociedad local. Además, algunos estudios (Twining-Ward & Ferguson, 2011) señalan que el turismo está generando en determinados territorios mayores desigualdades entre hombres y mujeres por el reparto inequitativo de los beneficios. Sin embargo, la socialización de este fenómeno turístico sigue avanzando, aunque con más demora de la que muchos inversores, agencias o, incluso, pobladores, desearían.

La “apertura al público” de numerosas comunidades, junto con la creación de nuevos productos vivenciales y otros factores relacionados con esta oferta turística distinta, han satisfecho el interés y motivaciones de diversos segmentos del mercado, permitiendo un moderado crecimiento de esta actividad.

Entre las muchas experiencias en Latinoamérica, el Perú, en su calidad de país megadiverso, reúne condiciones apropiadas para liderar este modelo turístico a escala mundial. Las experiencias de desarrollo del turismo rural comunitario (o turismo responsable) surgidas hasta la fecha se han dado, en su mayoría, por iniciativa de emprendedores que identificaron oportunidades de negocio para atender una incipiente demanda o gracias a proyectos desarrollados con el apoyo de organizaciones de cooperación y/o empresas privadas.

Actualmente son más de setenta los destinos comunitarios con los que cuenta el Perú, en distintos grados de desarrollo, articulados dentro del Programa de Turismo Rural Comunitario. Su rápida evolución está permitiendo que estas iniciativas ya cuenten con un referente capaz de coordinar y garantizar todos sus servicios. Además, las condiciones del país permiten diversificar las experiencias por climas, ecosistemas y culturas. Estos emprendimientos se están ejecutando con una gran aceptación entre las comunidades locales, así como por parte de los turistas que las visitan.

Actualmente, la participación de la comunidad peruana en la gestión y operación de los emprendimientos está garantizada de forma directa y unitaria mediante organizaciones asociativas comunitarias, o de forma directa y múltiple en alianza estratégica con otros actores cuyos objetivos son afines, como gobiernos locales, ONG y cooperación internacional.

El Estado peruano, por su parte, a través de sus gobiernos regionales y locales, ejerce sus competencias en la dotación de bienes públicos básicos, en el ordenamiento del territorio, en la planificación local y en la creación del entorno adecuado, facilitando programas de capacitación y asistencia técnica para la consolidación de esta oferta turística.

Esta investigación ilustra brevemente los primeros resultados sobre la demanda del turismo comunitario en los principales destinos del Perú. Los resultados presentados muestran una parte del Programa OTP-TRC. Este análisis particular no puede ser tomado más que como una aproximación general, y en ningún caso se trata de un estudio de detalle sobre la situación concreta de una comunidad rural peruana.

### **El Programa OTP-TRC**

El origen de este artículo se circunscribe al Programa OTP-TRC. El objetivo de este programa es contribuir al fortalecimiento de los centros de educación superior y de investigación del Perú, a través de actividades conjuntas y de transferencia de conocimientos y tecnología que permitan crear o mejorar capacidades institucionales.

Específicamente para esta investigación trabajan coordinadamente la Escuela Universitaria de Turismo Altamira de la Universidad de Cantabria, la Universidad Nacional de Cajamarca y el Observatorio Turístico del Perú de la Universidad de San Martín de Porres; además de las antenas de Chiclayo, Cuzco y Arequipa de dicho observatorio. Estas tres instituciones reúnen y ponen a disposición del proyecto 14 investigadores y ocho becarios.

La Acción Integrada prevista desarrollará herramientas metodológicas consensuadas por todos los participantes, basadas en la creación y aplicación en el territorio de un modelo de satisfacción de visitantes (Servperf), así como en el establecimiento de una primera evaluación de calidad del servicio turístico en distintas comunidades rurales del Perú.

Las diferentes antenas del Observatorio Turístico del Perú toman datos sobre diversos aspectos, entre los que destacan valores tangibles: alojamiento, comida, servicios higiénicos, limpieza, oferta de productos artesanos o la posibilidad de realizar actividades; y valores intangibles: empatía y atención al cliente, relación calidad/precio, sensación de seguridad, confiabilidad y profesionalidad, etc.

La investigación emite diagnósticos periódicos sobre esta evaluación continua con el fin de consolidar un polo de competitividad referente en el Perú, mediante la aplicación de herramientas de innovación turística y tecnológica para el desarrollo del turismo rural comunitario. De esta manera se pretende consolidar una red de investigación permanente en centros de investigación universitaria y no universitaria, que se identifiquen como los principales actores territoriales en la toma de decisiones para la aplicación efectiva del Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario del Perú (PNTRC) del Mincetur.

## El Perú: turismo rural comunitario

La actual política del país aplicada desde las instituciones públicas está ligada a estas iniciativas comunitarias, centrando su interés en construir una cultura de viaje y fortalecer el posicionamiento del Perú como destino turístico de primer nivel.

Las perspectivas de desarrollo turístico son muy alentadoras. Según los últimos datos oficiales de la Organización Mundial del turismo, Perú muestra un crecimiento del 9% de llegadas al país en el 2012, frente al 4% en el mundo y 4% en las Américas; un crecimiento de llegadas del mercado latinoamericano del 12%; y un crecimiento del flujo turístico interno del 7%. Todo ello unido a la conectividad directa con Francia son referencias que generan excelentes perspectivas a futuro.

En el año 2013, las principales líneas de actuación externa del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) basaron su trabajo en el fortalecimiento del turismo interregional, el posicionamiento en Europa como segmento de alto gasto y la exploración de nuevos mercados en India, China, Corea, países árabes, países nórdicos y Rusia. Asimismo, y de forma interna, el Mincetur pretende diversificar y desestacionalizar los viajes a destinos no convencionales; consolidar los destinos tradicionales en coordinación con el sector privado y los gobiernos regionales; impulsar destinos no convencionales en temporada alta; estimular viajes hacia destinos no tradicionales durante días feriados a escala local, regional y nacional (turismo intra e interregional); y enfocar acciones hacia nichos de mercado específicos: orgánico, étnico, comercio justo, alpaca, biocomercio y café *gourmet* (PromPerú, 2012).

Dentro de este contexto se sitúa el turismo rural comunitario del Perú. Las comunidades rurales peruanas cuentan, en general, con la virtud de conservar una alta cohesión y una fuerte identidad, asociada a referentes culturales propios, cuyo origen se encuentra en la historia, el paisaje o las costumbres. Conceptualmente este modelo se define como, “toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural de manera planificada y sostenible con la participación de las poblaciones locales organizadas para el beneficio de la comunidad, donde la cultura rural es el componente clave del producto” (Mincetur, 2008: 4).

Las comunidades rurales peruanas, de la misma manera que otros territorios distribuidos por el mundo, presentan problemas, retos y conflictos similares. Algunos estudios desarrollados en Ecuador, Sudáfrica, Santa Lucía, Nepal, Uganda y Namibia (Ashley et al., 2001) muestran algunos inconvenientes comunes a los enfrentados por dichas comunidades: escasa cooperación de las autoridades en la conservación y en el desarrollo del turismo, necesidad de un apoyo de conocimiento externo, bajo número de visitas respecto a las expectativas creadas, falta de capacitación para brindar servicios turísticos, sobre dependencia de las agencias y operadores, carencia de producto estructurado e inaccesibilidad logística en lugares remotos, entre otras dificultades.

Para intentar paliar estos y otros problemas asociados a las comunidades rurales peruanas surgió, a nivel institucional, desde el Mincetur, el Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario (PNTRC), que articula

emprendimientos rurales preparados para recibir turistas, con el fin de contribuir al desarrollo económico local y a la reducción de la pobreza del país.

La oportunidad de este modelo de gestión debe su origen a que, de los 17 días que en promedio invierten los extranjeros en el país, el 80% transcurre en zonas urbanas, cuando los principales íconos turísticos se ubican en ambientes rurales. Esta circunstancia ocasiona que los beneficios del turismo no estén llegando a todos los espacios; por ejemplo, el 10% de empresarios de Cuzco concentra el 80% de las divisas por turismo. El PNTRC surge, entonces, como política de inclusión económica y social por parte del Estado peruano para facilitar la distribución de las rentas generadas.

Pese a tratarse de una política inclusiva, el enfoque del programa es claro respecto al hecho de alejarse de los conceptos de turismo “propobre”, “voluntariado”, “solidarismo”, transformando el enfoque de turismo para paliar la pobreza en un enfoque competitivo mediante la dotación de servicios profesionales, siguiendo parámetros de buenas prácticas y el impulso de la cultura empresarial como base para un desarrollo efectivo.

La diferencia que imprime el programa para los destinos comunitarios que están asociados a la iniciativa nacional, con el resto de emprendimientos, se basa en el sistema de organización asociativa y en la búsqueda de la experiencia única basada en la atención personalizada, el negocio de detalle relacionado con vocación territorial y el acrecentamiento de la cultura local.

En números, la evolución de destinos comunitarios dentro del programa muestra un crecimiento exponencial al pasar desde los 42 emprendimientos de 2011 a los 72 de 2013, y proyectándose a 92 para 2016, todos ellos en diferentes velocidades de desarrollo. Actualmente esta actividad favorece a cerca de tres mil familias de forma directa y a treinta mil de forma indirecta. Se calcula que en 2012 fueron más de cien mil turistas los que visitaron los emprendimientos, especialmente en Cuzco, Puno y Arequipa, que captan el 80% de la demanda. En cuanto a su resultado económico en cifras, esta actividad genera cerca de dos millones de dólares anualmente, habiendo recibido desde el 2003 alrededor de veinte millones de dólares en procesos de ejecución de proyectos de inversión pública e infraestructuras a través del Plan Copesco.

El programa contempla el desarrollo de determinadas líneas de acción en lo que respecta a las competencias sectoriales, como son: el fortalecimiento de gobiernos locales y organizaciones públicas y privadas vinculadas a la gestión del desarrollo local; la conciencia turística y la educación para el desarrollo; la gestión del patrimonio ambiental y cultural; la gestión empresarial (micro y pequeña empresa turística rural); y la promoción turística y articulación comercial (Mincetur, 2008).

La evaluación externa del apoyo de AECID a este programa entre 2007 y 2012 (AECID, 2012) manifiesta resultados muy destacados. El estudio se plantea con el objeto de conocer el grado de éxito en el diseño del proyecto, su proyección y ejecución, la participación de las contrapartes, la administración y gestión de recursos, y el impacto sobre la población beneficiaria. De esta evaluación se obtienen algunas conclusiones muy interesantes que se pueden resumir en diez aspectos:

1. El liderazgo del Mincetur en materia de turismo rural comunitario ha sido un factor determinante para su fortalecimiento como política pública.
2. La fase de diseño está caracterizada por la escasa cooperación de los actores regionales y locales, emprendimientos y otras iniciativas y/o entidades relacionadas (universidades, fundaciones, ONG, etc.), siendo únicamente un resultado del trabajo del gabinete de una serie de expertos. Afortunadamente la redirección en el año 2009 permitió un avance adecuado.
3. El proyecto no ha transmitido correctamente los conocimientos del programa a la mayoría de los territorios alejados de los circuitos tradicionales. En determinadas administraciones regionales y locales de destinos prioritarios se carece de capacidades instructivas adecuadas debido a la alta rotación de su personal.
4. Las comunidades beneficiadas tienen mayor sentimiento de pertenencia en relación con sus recursos, su identidad cultural, su territorio, etc.; además, ha mejorado su autoconfianza y motivación. No obstante, muchos de los emprendimientos que están en fase de despegue necesitan mayor apoyo de la administración, principalmente en la generación de capacidades y habilidades para consolidarse en el turismo rural comunitario.
5. No se dispone de un sistema conjunto y unificado que recoja y procese toda la información para conocer si se han registrado mejoras en los emprendimientos y en la población beneficiaria. Esta deficiencia puede estar relativamente aliviada con la continuidad del Observatorio Turístico del Perú.
6. Muchos emprendimientos no pueden desarrollar un producto de turismo rural comunitario de calidad por no disponer de infraestructuras básicas.
7. Hay factores limitantes en las capacitaciones impartidas, debido a la escasa presencia en los talleres de representantes de las administraciones regionales y/o locales; además de las dificultades en la apropiación de las tecnologías y metodologías empleadas en distintos destinos comunitarios.
8. Los aspectos relacionados con el posicionamiento comercial del turismo comunitario en el país y fuera de las fronteras peruanas no son adecuados y deben seguir mejorando.
9. Existen indicios de mejoras en el nivel de ingresos y aumento en el volumen y flujo turístico hacia los emprendimientos.
10. Las consecuciones, resultados e impacto del proyecto son positivos en general, pero irregulares y dispares en cuanto a zonas, teniendo en cuenta la complejidad geográfica, cultural y social del país. No obstante, el aspecto relacionado con equidad de género es una materia pendiente.

En resumen, las valoraciones son positivas pero el PNTRC requiere mejoras. Finalmente, buena parte de todos estos programas, principalmente por la incidencia sobre destinos no tradicionales, tendrá una indudable repercusión en los territorios rurales del Perú y, en consecuencia, en las comunidades que los configuran.

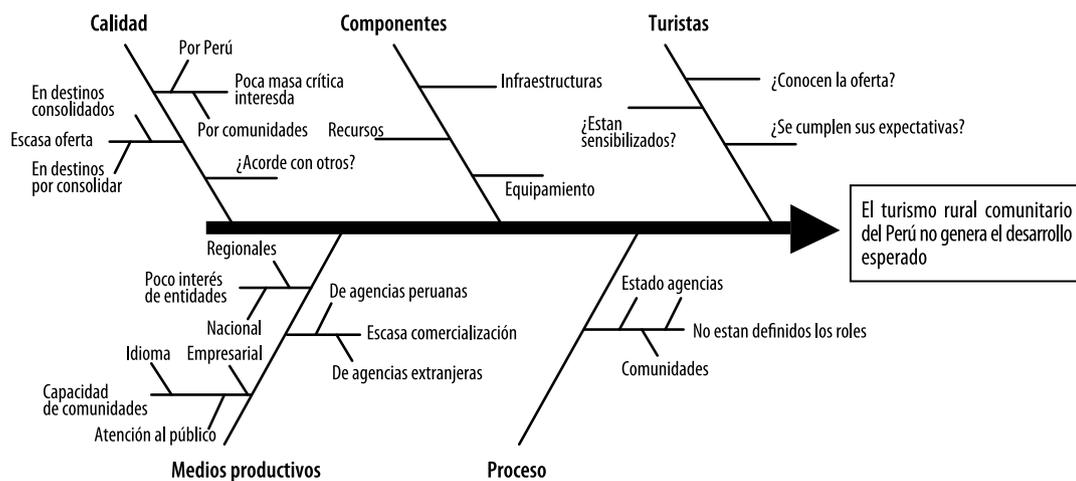
## Metodología de la investigación

El marco metodológico propuesto para esta investigación alude al modelo causa-efecto definido por Kaoru Ishikawa en 1943. Se trata de un sistema que ilustra de manera relacional un problema y las posibles causas-efectos que lo generan.

Siguiendo este modelo, la investigación pretende averiguar si el turismo rural comunitario en el Perú está generando el desarrollo esperado para las comunidades que lo albergan. Resulta imposible incidir en todas las variables que condicionan la respuesta; por ello, los resultados globales que se obtienen en la Acción Integrada solo establecen una aproximación a la realidad, mes a mes, desde abril hasta diciembre de 2012, estudiando principalmente la oferta y la demanda.

La teoría de la causalidad refleja que los efectos (positivos y negativos) del turismo para las comunidades no dependen de una variable monocausal sino que existen múltiples factores que intervienen, por lo que resulta necesario que haya cierta asociación entre ellos. Las causas o factores que influyen en el proceso requieren una investigación adecuada para prevenir la aparición de efectos no deseados. Los criterios que se han definido para determinar la causalidad son: calidad, medios productivos, componentes, proceso y turistas (Figura 1).

**Figura 1.** Modelo causa-efecto aplicado al turismo rural comunitario



Fuente: Elaboración propia a partir del modelo de Kaoru Ishikawa.

Como se ha descrito anteriormente, el proyecto de cooperación desarrolla una metodología de trabajo específica para definir la evolución de los principales destinos comunitarios del país y, de alguna manera, ilustrar de forma significativa la realidad del turismo comunitario en el Perú.

La selección de los destinos de estudio se ha realizado de forma coordinada con el Mincetur y con el Observatorio Turístico del Perú (Tabla 1), teniendo en cuenta las comunidades que forman parte del programa, las que poseen un notable flujo de visitantes y las que se distribuyen según los siguientes criterios:

- **Representatividad geográfica.** Al tratarse de un diagnóstico de nivel nacional es muy importante contar con una muestra que incluya emprendimientos de diferentes regiones geográficas del país.
- **Accesibilidad.** Se ha tenido en cuenta la selección de emprendimientos en función de su ubicación, desde aquellos que cuentan con buena accesibilidad hasta los que evidencian deficientes condiciones de acceso.
- **Tipo de organización que gestiona.** Se han identificado las diferentes formas organizativas: asociaciones, grupos organizados, grupos de interés, cooperativa, empresa multicomunal, etc.
- **Diversidad cultural.** Los emprendimientos han sido seleccionados atendiendo a la diversidad cultural existente en el Perú: quechuas, aimaras, amazónicos y mestizos.
- **Origen de la iniciativa.** Se ha considerado el tipo de institución que lideró el emprendimiento: ONG, gobierno local, gobierno regional, persona natural, empresa privada, etc.
- **Nivel de desarrollo.** Para que la muestra sea realmente representativa se ha incluido emprendimientos con diferentes niveles de desarrollo: alto, medio, incipiente.
- **Diversidad ecológica.** Para representar un amplio espectro ecológico se ha comprendido emprendimientos en diferentes ecosistemas naturales.

A partir de todas estas variables, la selección definitiva de las comunidades de estudio es la siguiente:

**Tabla 1**  
Comunidades rurales de estudio

Valle Sagrado (Cuzco)	Maras, Raqchi, Parque de la Papa y Chinchero.
Lago Titicaca (Puno)	Atuncolla, Llachón, Uros, Luquina-Karina, Amantani y Taquile.
Cañón del Colca (Arequipa)	Sibayo, Yanque y Coporaque.
Ruta Moche (Chiclayo)	Chiclayo y Chaparrí.
Granja Porcón (Cajamarca)	Granja Porcón.

Fuente: Elaboración propia.

La presentación de los resultados mensuales se realiza a través de un boletín que cumple principalmente con el objetivo de mostrar la evolución del turismo comunitario a todos los agentes involucrados.

## Resultados

En esta publicación se presentarán los datos obtenidos en el estudio de la demanda de las iniciativas de turismo rural comunitario del Perú en el año 2012, los cuales constituyen una primera parte de los resultados de la Acción Integrada.

Concretamente, se han realizado pruebas de implantación del Observatorio en el lago Titicaca, Valle Sagrado, Cañón del Colca, Ruta Moche y Cajamarca, manteniendo representatividad suficiente a nivel nacional. Fruto de ello se han realizado algunos ajustes sobre determinadas encuestas.

Tomando como referencia para este estudio los análisis recogidos por el Observatorio, se presenta una muestra de 3.144 encuestas, distribuida de la siguiente forma:

**Tabla 2**  
Distribución de la muestra por comunidades

REGIÓN	COMUNIDADES ENCUESTADAS	TOTAL
AREQUIPA	Coporaque	231
	Sibayo	198
	Yanque	244
CAJAMARCA	Porcón	279
CHICLAYO	Chaparrí	224
	Chiclayo/ Plaza	120
CUZCO	Chincho	190
	Maras	184
	Parque de la Papa	132
	Raqchi	191
PUNO	Amantani/ Colono	252
	Llachón	213
	Luquina	153
	Sillustani/ Atuncolla	175
	Taquile	184
	Uros	174

Fuente: Elaboración propia.

En relación con los resultados obtenidos y para una mejor comprensión, es importante destacar algunos aspectos que se han tenido en cuenta:

1. Las encuestas referidas a Chiclayo no responden propiamente a valoraciones sobre la ciudad, ya que solo se toman muestras de turistas que ya hayan visitado alguna comunidad rural de la Ruta Moche.
2. El análisis particular referido al “valor de satisfacción global” está desarrollado en torno a un índice que se utiliza para comparar valores que no se pueden cotejar mediante otra forma matemática. A través de esta herramienta se puede cuantificar las dimensiones conceptuales que se plantean mediante reducción a la unidad. Las variables que agrupa este índice son: alojamiento, comida, servicios higiénicos, limpieza,

ambientes para realizar actividades, productos artesanales, empatía/atención al cliente, relación calidad/precio, sensación de seguridad, confianza/responsabilidad, y profesionalidad.

3. El dato del gasto medio está referido a dólares o euros de forma indistinta. Aunque sabemos que el valor de las monedas no es paritario, la investigación asume esa pequeña desviación para facilitar las tareas del encuestador y del encuestado.
4. Por último, para desarrollar el empleo de series estadísticas en la comparación de las medias de una variable analizada, se recurre al manejo de los datos a través del programa SPSS de IBM.

### Consideraciones finales

El debate sobre la posibilidad de desarrollo que ofrece el turismo comunitario debe plantearse desde una perspectiva más amplia de lo que se ha hecho hasta el momento. Por medio de esta investigación –y, en general, de toda la Acción Integrada que se llevó a cabo a lo largo de 2012– no puede llegar a valorarse con exactitud si el desarrollo del turismo rural comunitario es positivo o negativo para un territorio.

Si bien la revisión de la literatura permite entrever indicios de que el turismo comunitario está generando riesgos por la sobre expectativa y el abandono de actividades tradicionales, el aporte de esta investigación no pretende concluir el debate sino continuarlo. Los resultados que se presentan solo expresan una aproximación a la realidad y confirman la complejidad existente a la hora de evaluar esta temática.

Aunque todavía la comparación con otros años no pueda realizarse, según los datos obtenidos del año 2012 se perciben algunos rasgos de interés como, por ejemplo, que más de las tres cuartas partes de los visitantes de las comunidades (77,6%) son extranjeros. No obstante, mientras los destinos del sur (Cuzco, Arequipa y Puno) mantienen cifras elevadas de visitantes extranjeros, el resultado es menor en las comunidades de la Ruta Moche y de Cajamarca por la presencia de turistas nacionales en una notable proporción. Los análisis de perfil indican además, que los visitantes vienen por primera vez al país (84,53%) para conocer sus recursos y su cultura.

El tiempo de estancia muestra también datos diferenciados entre norte y sur, resultando un dato final de 15,31 días de media. De este total de estancia temporal en el país, los visitantes de las comunidades solo emplean una media de 0,62 de pernoctación en las comunidades, resultando un dato muy poco significativo. La valoración global de los servicios tangibles e intangibles es alta, alcanzando casi el 80% de satisfacción; los viajes por cuenta propia a las comunidades todavía no son significativos (menos de una cuarta parte de los visitantes), generando un gasto medio de 33 dólares por visitante/día por todos los servicios.

En resumen, el perfil general del viajero comunitario en el Perú puede describirse como un turista extranjero de entre 30 y 40 años, que visita el país por primera vez, viene organizado por una agencia y permanece alrededor de 15 días. No siempre pernocta en las comunidades pero su valoración es buena, especialmente la relativa a los servicios intangibles (ver Tabla 3).

**Tabla 3**  
 Resumen de resultados obtenidos para 2012

Relación extranjeros / total (%)	77,60%
Primera visita al país (%)	84,53%
Estancia media en Perú	15,31 días
Pernoctación media en comunidades	0,62 noches
Valor de satisfacción global (100 máx.)	79,19 puntos
Viajes por cuenta propia / total (%)	24,92%
Gasto medio por cuenta propia en comunidad (persona / día)	33,43 US\$/•

Fuente: Elaboración propia.

No obstante, además de los resultados obtenidos, interesa resaltar en estas consideraciones finales la metodología aplicada, indicando que el estudio supone un comienzo para intentar llegar a resolver el marco metodológico propuesto.

Si bien la comunidad científica seguirá debatiendo algunos problemas de partida –como que no todos los lugares pueden convertirse en destinos turísticos o la falta de capacidades para ejecutar determinados programas en el medio rural de los países del sur–, otras dificultades añadidas que se deben citar son las capacidades caducas que se insertan en programas de cooperación, o los peligros de la superproducción de artesanía análoga, o quizá la pérdida de valores por la escenificación de rituales turísticos y de entretenimiento. Esta investigación solo propone desarrollar un sistema de información turística que provea de datos continuos de tipo cualitativo y cuantitativo, sin olvidar los problemas inherentes a determinadas estrategias de comercialización.

Sin querer restar importancia a las dificultades observadas y a la falta de otros estudios particulares, defendemos la validez del método como una forma aproximada de exploración de la situación. Los resultados obtenidos en los análisis del año 2012 concuerdan a grandes rasgos con la valoración cualitativa que nos da el conocimiento de la actividad turística en las comunidades rurales peruanas.

## Referencias

- 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.
- Álvarez, R. (2004). *Principios de investigación del mercado turístico*. Gijón: Corditur.
- Antón, S. & Vera, J. F. (1998). Métodos y técnicas para la planificación turística del territorio. En S. Antón & J. Oliveras (Eds.). *Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo*. Tarragona: Actas de las V Jornadas de Geografía del Turismo, Grup d'Estudis Turístics, Unitat de Geografia. Universitat de Rovira i Virgili.
- Ashley, C., Roe, D. & Goodwin, H. (2001). *Pro-poor tourism strategies: Making tourism work for the poor: A review of experience*. Nottingham: ODI, IIED y CRT.
- Ávila, R. & Barrado, D. (2005). Nuevas tecnologías en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de Turismo*, 15, 27-43.
- Azevedo, L. & Luiza E. (2004). *Ecoturismo en sociedades indígenas: ¿una propuesta sostenible? The Commons in an Age of Global Transition: Challenges, Risks and Opportunities*. The Tenth Biennial Conference of the International Association for the Study of Common Property (IASCP). Oaxaca: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Barrado, D. (2004). El concepto de destino turístico: una aproximación geográfico-territorial. *Estudios Turísticos*, 160, 45-68.
- Buadés, J., Cañada, E. & Gascón, J. (2012). *El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces*. Colección Thesis. Madrid: Foro de Turismo Responsable.
- Butler, R., Hall, M. & Jenkins, J. (1998). *Tourism and Recreation in Rural Areas*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Cañada, E. (2009). *Impactos del turismo en los países del sur y turismo rural comunitario*. Nicaragua: Fundación Luciérnaga y AECID.
- Cañada, E. (2010). *Aportes del turismo comunitario en los procesos de desarrollo rural de Centroamérica*. En M. Nello & L. Beas (Eds.). Actas I Congreso Coodtur. Tarragona: Universidad Rovira y Virgili.
- Chías, J. (2005). *El negocio de la felicidad*. Madrid: Ediciones Pearson Educación.
- Clarke, J. (2005). Effective Marketing for Rural Tourism. En D. Hall, I. Kirkpatrick & M. Mitchell (Eds.). *Rural Tourism and Sustainable Business*. Bristol: Chanel View Publications.
- Cooper, C. & Hall, M. (2008). *Contemporary tourism: an international approach*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Gascón, J. (2005). *Gringos como en sueños. Diferenciación y conflictos campesinos en los Andes peruanos ante el desarrollo del turismo*. Lima: IEP Ediciones.
- Gascón, J. (2009). *El turismo en la cooperación internacional. De las brigadas internacionalistas al turismo solidario*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Gascón, J. (2010). *Limitaciones del turismo rural comunitario como instrumento de cooperación internacional. El concepto de Vocación Social del Territorio*. En M. Nello & L. Beas (Eds.). Actas I Congreso Coodtur. Tarragona: Universidad Rovira y Virgili.
- Goodwin, H., McCombes, L. & Eckardt, C. (2009). *Consulting Advances in Travel Philanthropy. Raising money through the travel and tourism industry for charitable purposes*. Leeds: WTM Responsible Tourism Day Report 2.
- Gunn, C. A. (2002). *Tourism planning: basics, concepts and case*. London: Routledge.
- IBM (2010). *SPSS Statistics Base 19. SPSS Inc. and IBM Company*. Documento de Trabajo.
- Ivars, J. A., Rodríguez, I. & Vera, J. F. (2012). La reinención de los destinos turísticos maduros: modelos evolutivos y dinámicas turístico-territoriales. Benidorm como paradigma. En F. Vera & I. Rodríguez (Eds.). *Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras. Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades* (pp. 269-296). Colección Desarrollo Territorial. Valencia: Publicacions de la Universitat de Valencia.
- Maldonado, C. (2006). *Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta*. SEED: Documento de Trabajo N° 79. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo.

- Mincetur (2008). *Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Perú*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Recuperado de [http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/LINEAMIENTOS\\_DESARROLLO\\_TURISMO\\_RURAL\\_ARTE.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/LINEAMIENTOS_DESARROLLO_TURISMO_RURAL_ARTE.pdf)
- Morrison, A., Lynch, P. & Johns, N. (2004). International Tourism Networks. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(3), 197-202.
- Pastor, M<sup>a</sup>. J. & Almarcha, F. (2011). *Interculturalidad*. AECID. Barcelona: Ed. Icaria.
- Petrou, A., Pantziou, E. F., Dimara, E. & Skuras, D. (2007). Resources and activities complementarities: the role of business network in the provision of integrated rural tourism. *Tourism Geographies*, 9(4), 421-440.
- PromPerú (2012). *Plan Estratégico Institucional 2012-2014*. Documento de Trabajo. Lima: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- Rivas, J. & Magadán, M. (2012). *Planificación y gestión sostenible del turismo*. Oviedo: Septem Ediciones.
- Roberts, L. & Hall, D. (2001). *Rural Tourism and Recreation. Principles to Practice*. Wallingford, Oxon, UK: CABI Pub.
- Rodrigues, L. & Carrasqueira, H. (2011). Análisis del desempeño competitivo de los destinos turísticos balnearios: el caso de Algarbe versus el Sur de España. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(4), 855-875.
- Sáez, A. (2009). Los nuevos retos de la actividad turística en el marco de una estrategia de desarrollo local. En J. M. Rodríguez & M. M. Alonso (Eds.). *Nuevas tendencias y retos en el sector turismo: un enfoque multidisciplinar*. Madrid: Delta.
- Sariego, I. & Moreno, A. (2009). *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico en el Valle Sagrado de Perú: Ollantaytambo*. I Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Turismo, Cooperación y Desarrollo. Tarragona.
- Sariego, I. & Esquivias, A. (2010). *Análisis de la demanda turística del municipio de Ribamontán al Mar*. Ayuntamiento de Ribamontán al Mar. Carriazo. Documento inédito.
- Serra, J. (1999). *Espacios temáticos patrimoniales*. Seminario: Turismo y gestión del patrimonio cultural. Santander: Universidad Internacional Menéndez Pelayo.
- Shaw, G. & Williams, A. (2004). *Tourism and Tourism spaces*. London: SAGE Publications.
- Smith, S. (1994). The Tourism Product. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 582-595.
- Sotomayor, C., Valer, R. & Palma, L. (2009). *Diagnóstico del Turismo Rural Comunitario en el Perú*. Lima: Mincetur.
- Tresserras, J. & Mohamed, O. (2009). Turismo arqueológico en el Magreb: la gestión sostenible del patrimonio, el turismo responsable y los programas de cooperación al desarrollo. En J. Tresserras, X. Medina, P. Santonja & P. Solanilla (Eds.). *Turismo y cooperación al desarrollo en el Mediterráneo*. Barcelona: Colección Ibertur.
- Twining-Ward, L. & Ferguson, L. (2011). *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo*. Madrid: OMT y NN.UU.
- Valls, J. F. (2004). *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Barcelona: Gestión 2000.

# DESARROLLO HUMANO EN ESPACIOS TURÍSTICOS

## HUMAN DEVELOPMENT IN TOURISM SPACES

Ana María Huaita Alfaro  
University College London, Reino Unido

Recibido: 28 de mayo de 2013

Aceptado: 24 de julio de 2014

---

### RESUMEN

La importancia ganada por el sector turismo en la actualidad invita a analizar su estrecha relación con el desarrollo humano y así complementar la clásica visión de desarrollo económico aplicada a la evaluación de este sector. Para ello se introduce el enfoque de desarrollo humano como expansión de capacidades, con el propósito de observar cómo es posible a partir del turismo atender de manera integral las necesidades de bienestar de las personas. Aplicando este enfoque de capacidades se analizan los procesos y elementos que definen el contexto turístico, y se identifican oportunidades y riesgos a los cuales se debe hacer frente para alcanzar experiencias enriquecedoras en él. En particular, se resalta la importancia de observar los encuentros entre locales y visitantes, y las interacciones en torno a la cultura como dinámicas facilitadoras para un desarrollo inclusivo y sostenible.

**Palabras clave:** Cultura, desarrollo humano, enfoque de capacidades, gestión del desarrollo, inclusión, participación, Perú, turismo.

### ABSTRACT

The current importance achieved by the tourism sector leads to the analysis of its close relationship with human development, thus complementing the classic vision of economic development applied when evaluating this sector. In this intention, the human development and capabilities approach is introduced in order to observe how it is possible to broadly meet needs in terms of human well-being from tourism. Processes and elements defining the tourism context are analysed applying the capabilities approach, and opportunities and risks to achieve enriching experiences within this context are identified. In particular, it is highlighted the importance to observe encounters between locals and visitors as well as interactions around culture as dynamics facilitating an inclusive and sustainable development.

**Key words:** Culture, human development, capabilities approach, development management, inclusion, participation, Peru, tourism

## Introducción

Se considera al turismo como una actividad económica que tiene la potencialidad de contribuir sustancialmente a la disminución de la pobreza, especialmente cuando se desarrolla con la participación directa de las poblaciones involucradas (Huaita, 2012). Por ello, muchos proyectos de desarrollo han sido formulados en esta línea, dando lugar a oportunidades laborales y al incremento de ingresos a partir de la provisión de servicios turísticos, principalmente asociados al disfrute de atracciones naturales y culturales de las localidades (Telfer, 2003). Sin embargo, es necesario ampliar la concepción que se tiene del turismo y hacer explícita su relación con el desarrollo humano trascendiendo la dimensión económica, observando cómo es posible a partir de este atender de manera integral las necesidades de bienestar de las personas.

Para efectos de este análisis se propone observar al turismo no como una actividad o como un sistema de elementos fijos, sino como un campo donde la confluencia de diversos procesos sociales y la interacción con la cultura ofrecen oportunidades para alcanzar avances sostenibles en el bienestar de las personas (Alkire & Deneulin, 2009; Sen, 1999; UNDP, 1990). En consecuencia, se propone ahondar en el análisis del turismo desde un enfoque de desarrollo humano, donde se resalte la centralidad de la expansión de capacidades y libertades humanas a partir de las experiencias turísticas. La disponibilidad de oportunidades para el logro de condiciones de bienestar desde estas experiencias es altamente dependiente de las particularidades del contexto institucional y cultural donde se desenvuelven los individuos y es por ello que el análisis y práctica del turismo deben emplear lentes que abarquen los múltiples ámbitos que este implica (Rodríguez, 2008).

## El camino hacia el desarrollo humano

Según la coyuntura y las corrientes de pensamiento reinantes, el desarrollo ha sido entendido desde perspectivas que divergen en sus fundamentos pero convergen, al menos en la teoría, en asumir que el objetivo final del desarrollo está en la mejora del bienestar de las personas. Es ello lo que lo convierte en un tema de revisión permanente y también en una preocupación latente para todo aquel que considere influir desde su accionar en su destino individual y colectivo.

En la práctica, el bienestar se ha pretendido entender como una situación a nivel *macro* y se le ha relacionado en primer lugar con la eliminación de la pobreza y con la bonanza económica. Por ello el desarrollo ha estado ampliamente ligado a enfoques de crecimiento económico como la base para el logro de este bienestar. Estos enfoques se han centrado principalmente en observar el incremento de ingresos y rentas como sinónimos de mejoras en la calidad de vida, imponiendo así una visión ciertamente *reduccionista* de lo que esta última implica (Spence, 2009). Más aún, el crecimiento económico ha tomado tradicionalmente las orientaciones impuestas por aquellos actores de mayor poder político y económico, no respondiendo de esta manera a las necesidades de las mayorías en condiciones menos favorables (North, 1990).

A pesar de que esta perspectiva aún define muchas de las políticas y acciones en la gestión del desarrollo, hay una creciente atención por lograr un desarrollo más *integral*. La pobreza y las limitaciones al bienestar pueden experimentarse en múltiples dimensiones y estas no recaen únicamente en la satisfacción de necesidades

económicas. Esto lleva a poner énfasis en las necesidades de las personas y a tomar en cuenta las diferentes dimensiones –como las referentes a procesos políticos, sociales y medioambientales– sobre las que estas limitaciones recaen.

Las diversas crisis financieras y los conflictos sociales, el desigual crecimiento interno y la falta de equidad en oportunidades, entre otros retos para la gestión del desarrollo en la actualidad, han puesto en evidencia las demandas por renovar las perspectivas frente a la comprensión del desarrollo y el bienestar. Estas situaciones han llevado a revisar procesos como la distribución de capitales, las instituciones, las particularidades de los contextos sociales y la capacidad de los sistemas de gobierno para satisfacer las demandas de calidad de vida y sostenibilidad por parte de las poblaciones (Donnelly, 1999). De esta forma, renovados enfoques basados en el desarrollo a nivel de las personas como base para logros a nivel *macro* han ido ganando espacios en una nueva agenda para el desarrollo a escala internacional (Arbour, 2006).

### **Un paradigma de desarrollo basado en las capacidades**

Un paradigma central para el desarrollo humano es aquel identificado como el enfoque de capacidades o *capability approach*. Desde este enfoque, el desarrollo humano se entiende como un proceso de expansión de libertades individuales al cual se llega a través de la “expansión de capacidades de las personas para ejercer el tipo de vida que valoran” (Sen, 1999: 18).

De acuerdo a Sen (1999), la relevancia de las libertades recae en que ellas cumplen dos roles fundamentales en el proceso de desarrollo. Las libertades humanas son en sí mismas metas del desarrollo, puesto que su logro implica la superación de una serie de privaciones en el bienestar de las personas. A su vez, las libertades son medios para el desarrollo dada su función como instrumentos para la superación de dichas privaciones. Así, las capacidades son entendidas como las posibilidades de tener y hacer aquello que una persona valora en las diversas dimensiones de la vida, apuntando a logros que trascienden aquellos en términos materiales (Sen, 1992, en Samman & Santos, 2009).

### **Perspectivas sobre la promoción del desarrollo**

Al entender el desarrollo humano como un proceso de expansión de capacidades individuales es posible identificar dos subprocesos clave por observarse desde la *teoría* y la *práctica* (UNDP, 1990):

1. La formación de las capacidades (por ejemplo, a través de condiciones como servicios mejorados de educación y salud, y recursos para el enriquecimiento de conocimientos y habilidades).
2. El uso que las personas hacen de las capacidades adquiridas (por ejemplo, a través de su participación en actividades productivas, actividades de ocio o en asuntos políticos, culturales o de decisión pública).

Ambos subprocesos deben ser considerados en la gestión del desarrollo y llaman a dedicar una especial atención a la ampliación de oportunidades que permitan a las personas concretarlos. Ante la complejidad de este reto, se resalta la importancia del involucramiento de instituciones sociales, políticas, económicas, entre

otras –formales e informales–, que incidan en el ámbito local pero también que lo trasciendan. Estas son, por ejemplo, “el Estado, el mercado, el sistema legal, los partidos políticos, los medios de comunicación, los grupos de interés público y los foros de discusión pública, entre otros” (Sen, 1999: xii-xiii, traducción libre).

Las instituciones definen en gran medida la formación y uso de capacidades a partir del establecimiento de condiciones que facilitan la eliminación de privaciones a libertades básicas tales como: limitadas opciones para la generación de ingresos, pobreza, inequidad social sistemática, intolerancia, estados represivos, malnutrición, mortalidad prematura, entre otras (Johnson, 2009; Sen, 1999). Por ejemplo, los sistemas democráticos permiten una participación política abierta y generan espacios públicos donde todos pueden expresar sus aspiraciones y creencias. Más aún, brindan condiciones para prevenir la centralización de poderes. Asimismo, reglas justas para el acceso a mercados pueden impulsar la productividad y facilitar una distribución equitativa de bienes entre la población (Evans, 2004).

En general, este enfoque pone en primer plano las necesidades y aspiraciones reales de las personas, y sobre todo la ampliación de sus capacidades para que puedan actuar como agentes en la construcción de sus destinos y los de sus comunidades (Samman & Santos, 2009; Sen, 1999). Además, se realiza la centralidad de reconocer las particularidades de cada contexto y de fortalecer las instituciones sociales y la autodeterminación de los individuos para promover procesos participativos que aseguren acciones efectivas, en términos del logro de dichas necesidades y aspiraciones (Chambers, 1997; Chopra & Duraiappah, 2008; Deneulin, 2008; Putnam, 1993; Sen, 1999). Se puede afirmar entonces que los elementos fundamentales de este enfoque son la agencia (entendida como auto-eficacia de los individuos), las relaciones de poder (entre los diversos actores que interactúan en el proceso de desarrollo) y participación (de todos estos actores, de manera inclusiva) (Frediani, 2010).

Estas consideraciones llevan a identificar la importancia de evaluar los mecanismos o procesos que conducen al desarrollo y, dentro de ello, la relevancia de observar las relaciones entre las personas y su contexto (Chopra & Duraiappah, 2008; Dreze & Sen, 2002). La promoción del desarrollo, en la teoría y en la práctica –desde el estudio de la realidad hasta la gestión e implementación de proyectos–, puede abordarse a partir de los múltiples campos donde se desenvuelven las dinámicas humanas. En cada uno de ellos son identificables los aspectos antes resaltados para poner en marcha un proceso de desarrollo centrado en las personas.

A manera de ilustración y respondiendo al interés de nuestro estudio, se observará al turismo como uno de estos campos desde donde puede evaluarse el desarrollo sobre la base del enfoque de capacidades.

### **Las personas primero: reflexiones sobre los estudios y gestión del desarrollo turístico**

El turismo ha sido largamente descrito como un negocio y como un fenómeno social, resaltando la marcada importancia que se otorga a la generación de capitales a partir de él. Del mismo modo, se le ha observado como un “*set* predominantemente exótico de productos de consumo que ocurren en lugares y momentos específicos” (Larsen, Urry & Axhausen, 2007: 245). Se le ha descrito también como un sistema, restándole

características propias de su dinamismo e identificando en él elementos *fijos* como son “demanda de viaje, intermediarios turísticos, características del destino y consecuencias” (Nogués, 2008: 144).

Estas concepciones, coincidentes en buen grado, han orientado tanto los programas para el desarrollo turístico como los estudios realizados sobre el tema. Así, se han generado discursos acerca de sus diversos impactos otorgándoles una connotación de peligrosos para los destinos turísticos. También se han evaluado las tendencias y experiencias de consumo por parte de los visitantes, privilegiando la generación de ingresos y gestionando las actividades turísticas de manera ajena de las comunidades; es decir, sin considerar a los lugareños en la planificación del desarrollo turístico (Flacke-Neudorfer, 2008). Sobre este último punto hay numerosos ejemplos donde la bonanza económica generada por el turismo no se refleja en el bienestar de la población del destino en cuestión.

Es así que se ha dejado de lado la adopción de perspectivas que permitan observar al turismo dentro de un marco más amplio, en el cual pueda verse de manera más explícita su relación con el desarrollo. Ante estas consideraciones, se propone identificar al turismo como un campo o un contexto en sí mismo, el cual se rige por las dinámicas de los actores y otros componentes que alberga –como instituciones, recursos y procesos– y donde todos cumplen un rol importante en atender a las necesidades reales de las personas.

En esta dirección han surgido interesantes enfoques para el estudio y desarrollo del turismo. Por ejemplo, Nogués (2008: 145) sugiere que es central entender cómo las relaciones entre individuos y sus actividades en un contexto turístico otorgan significados y sentidos particulares a “nociones como sostenibilidad, desarrollo, turismo y patrimonio cultural”. Por otro lado, Flacke-Neudorfer (2008: 246) resalta la importancia de entender “lo que las personas hacen con y dentro del turismo” y llama a dejar atrás el clásico enfoque (cuantitativo) de seguimiento de sus impactos.

El turismo se asimila dentro de las dinámicas de la *posmodernidad*, como la globalización, la creciente facilidad para la movilidad espacial –con motivo de actividades como migración, trabajo, estudio, vida familiar y amical, etc.–, la predominancia de las comunicaciones virtuales, la apertura a la socialización entre agentes de diversas procedencias, entre otras. A través del turismo se han incrementado los momentos de encuentro entre visitantes y locales, generándose cambios en la manera de experimentar los desplazamientos y los encuentros (Urry, 2002a). De esta forma, las interacciones entre personas permiten a los individuos tomar conciencia de su pertenencia a un mundo social mucho más amplio que se despliega ante ellos (Melville, Selby & Cliff, 2007). Asimismo, las interacciones con el entorno influyen en la percepción de los componentes del mundo natural y construido que forma parte de las experiencias turísticas.

Estas observaciones permiten reconocer en el turismo su estrecha relación con el desarrollo de las personas, especialmente cuando se incluye a las poblaciones de los destinos turísticos desde la concepción de los proyectos y actividades. Como señala Santana (2003: 10), “el turismo ya no es algo externo a las sociedades” y, por consiguiente, no es externo a los individuos que las componen, participen o no directamente de la oferta/demanda de productos turísticos.

De esta forma se evidencia el hecho de que el turismo se hace más efectivo para el desarrollo humano cuando se gestiona con un enfoque *desde el interior* de las comunidades, pero también se deja entrever que el progreso del turismo recae ampliamente en la forma en que es asimilado por las personas en la actualidad. Esto último está íntimamente relacionado con las manifestaciones culturales que confluyen en la experiencia turística y es por ello que en este punto es importante observar más de cerca el rol de la cultura.

## Cultura y turismo

Dadas las ideas expuestas previamente, es importante mencionar el lugar central que se ha otorgado a la cultura en los discursos y políticas para el desarrollo del turismo. En concordancia con el enfoque de capacidades, la libertad para tomar parte de manifestaciones culturales es básica para el desarrollo humano y, a partir de ella, se satisfacen necesidades y se alcanzan otras libertades fundamentales para los individuos (Sen, 2004).

La cultura puede entenderse como “aquella mezcla de manifestaciones, modos, lo que se dice, lo que se hace, circunstancias y contextos que adquieren su sentido dentro de un grupo específico y dan sentido a la vida social...” (Nogués, 2008: 145, traducción libre). Esto incluye dentro de la cultura a los valores sociales, las normas, las tradiciones y otros aspectos que se (re)crean a partir de la convivencia en un colectivo y localidad, y le dan sentido a la vida en su interior. A su vez, dentro de un mismo colectivo pueden convivir diversas culturas provenientes de las diferentes afiliaciones y bagajes de los individuos que lo integran, y sobre los cuales forman sus identidades. Los intercambios entre culturas diversas hacen que se compartan recursos y que estas experimenten constantes evoluciones (Sen, 2004). Esto permite identificar el valor de las contribuciones de las diferentes culturas al enriquecimiento continuo de las personas y, con ello, la importancia de la apertura a la diversidad cultural.

No obstante, el rol de la cultura frente a la intersección del turismo y desarrollo es con frecuencia reducido a ser únicamente un medio para el desarrollo económico y para el éxito de las prácticas turísticas. En particular, el patrimonio cultural es identificado para estos efectos. El patrimonio puede entenderse como el bagaje cultural e histórico que surge a partir de las experiencias vividas por individuos de otros tiempos. Este patrimonio adquiere contemporaneidad a través de los individuos que lo comparten de diferentes maneras en la actualidad, incluso mediante las prácticas turísticas, pues estas “le dan vida y lo transforman en actos de percepción y conocimiento de una época, de un lugar o de una experiencia...” (Urbano, 2012: 189). Más aún, el patrimonio cultural se introduce en la vida contemporánea a través de la oferta, demanda y consumo de productos y servicios que forman parte de las experiencias a partir del turismo, involucrando así a visitantes y locales (Urbano, 2012).

Por tanto el patrimonio, así como otros aspectos culturales, tiene un valor mucho mayor al normalmente observado. El enriquecimiento de la vida a través de la cultura permite a las personas observarse de manera más plena en su contexto: desarrollando habilidades sociales, mejorando su participación en sociedad, valorando y apropiándose de recursos locales, así como de los provistos por otras culturas. Del mismo modo, este enriquecimiento se traduce en el planteamiento de aspiraciones, toma de decisiones y uso de oportunidades del contexto para concretar mejores opciones para su futuro (Appadurai, 2004; Robinson & Picard, 2006).

Por ello resultan contraproducentes las visiones que limitan la función de la cultura para el florecimiento humano; por el contrario, debe observarse cómo “las propuestas de desarrollo encuentran múltiples posibilidades de articulación con la cultura” (Rey, 2009) y sentar las condiciones para que estas puedan ser puestas en práctica.

En este sentido, existen aspectos que permiten vislumbrar potencialidades a partir de las experiencias culturales y turísticas para el desarrollo humano. Por ejemplo, el sector cultural ha sido identificado como un importante generador de empleos, promotor de innovaciones tecnológicas y facilitador de transacciones económicas a nivel global. La escala de movilización de recursos y beneficios desde este sector llama a fortalecer la participación de los gobiernos en el acompañamiento de estos procesos. A la vez, se hace evidente la necesidad de un mayor involucramiento de agentes del sector privado y de la sociedad civil con el propósito de facilitar un desarrollo sostenido, así como equidad e inclusión en el mismo. Esto debe verse traducido en la concepción de lugares, ciudades y pueblos convertidos en espacios –sociales y físicos– que propicien encuentros para promover la creatividad, el planteamiento de aspiraciones y los emprendimientos de las personas, incitadas por su paso a través de estos espacios.

### **Turismo y desarrollo para todos**

Para que el campo turístico se convierta verdaderamente en uno donde pueda accederse a logros en términos de desarrollo humano, es importante identificar factores centrales, dependientes de cada contexto, que condicionen que esta relación turismo/desarrollo humano se concrete efectivamente. En este sentido, se puede mencionar factores claves y generales al contexto de nuestro país, como la mejora y la ampliación del acceso a la educación formal, la aceptación de la diversidad cultural –tanto al interior de las comunidades de los destinos turísticos como de los visitantes– y el acceso a recursos que permitan el desarrollo de actividades productivas (medios de financiamiento, conocimiento pertinente a dichas actividades y tecnología). Es decir, es necesario un contexto social e institucional que sustente la apertura al turismo y facilite el desarrollo de capacidades para la creación de soluciones innovadoras de promoción del sector y, a través de ello, la mejora de la calidad de vida (por ejemplo, mediante el establecimiento de negocios locales).

Estas observaciones permiten identificar a la vez la importancia de la formación de “públicos” o consumidores, y de “creadores” o emprendedores, con el fin de sentar las bases para una interacción positiva entre los agentes involucrados en el desarrollo turístico y entre ellos y el destino de interés (Aguilar, Hiernaux & Lindón, 2006; Appadurai, 2004; Florida, 2003). Así se incrementa el involucramiento y acceso a oportunidades a partir de un campo en crecimiento como el turístico, y se aprovechan de manera más amplia las opciones que ofrece la modernidad (Urry, 2002a; Urry, 2002b). De esta forma, puede observarse cómo el crecimiento del turismo en una localidad y el bienestar de su sociedad están muy relacionados con el buen funcionamiento de las instituciones que inciden en ella.

Un lugar crece en atractivo turístico junto con el incremento de oportunidades que ofrece para que las personas puedan disfrutar de libertades que les permitan tener logros de vida que valoran (Urry, 2002a). El turismo puede identificarse como un campo donde tanto visitantes como locales encuentran recursos para su

propio desarrollo a partir del disfrute de actividades e interacciones diversas (en buen grado en torno a expresiones culturales). Estas experiencias permiten a su vez que las personas accedan a las potencialidades que ofrece el mundo moderno al reducir cada vez más los límites para transcurrir entre lugares y momentos, y con ello aprovechar al máximo las capacidades que gana al interactuar con sociedades y sus creaciones (Melville et al., 2007; Urry, 2002a).

### *Los retos*

El disfrute de actividades culturales y turísticas, tanto por parte de los visitantes como de los locales, implica una apertura a la diversidad cultural y la tolerancia hacia personas “externas” a las comunidades receptoras, al igual que una capacidad adecuada para atender la demanda de productos y servicios por los visitantes. Sin embargo, con frecuencia se han alimentado discursos de protección de lo local y se han resaltado los riesgos antes que los beneficios que conllevan las experiencias turísticas y la interacción entre individuos de diferentes culturas. Así, se ha llegado a promover un cierto *extremismo* en el desarrollo de lazos entre los miembros de una comunidad, basándose en la búsqueda de conservación del patrimonio y de la tradición compartidos. Esto puede ser perjudicial en el sentido que lleva a la exclusión de individuos externos a la comunidad y al rechazo de su *cultura*, y con ello a inherentes limitaciones en oportunidades para su crecimiento.

No obstante, es importante hacer prevalecer la libertad de los locales para decidir la apertura o no al desarrollo de actividades turísticas y al consumo del patrimonio cultural que albergan. También es importante poner en valor la participación y el trabajo de los locales, y no permitir que el turismo beneficie únicamente a aquellos con mayor poder político y económico. Es común observar el poco valor que se otorga a la formación de las poblaciones en los destinos turísticos con el fin de facilitar su participación en este campo. Esto se refleja en múltiples aspectos, como los deficientes (o ausentes) servicios educativos y de capacitación para el trabajo, así como la explotación de la mano de obra (bajos salarios, horarios extensos, pésimas condiciones para laborar, entre otros aspectos).

Todo ello impide que las personas encuentren verdaderamente en el campo turístico medios para la mejora de su calidad de vida. El rechazo a esta realidad puede verse reflejado en conflictos varios, como los que se producen al interior de las comunidades –por ejemplo, cuando hay intereses contrarios, lo cual podría llevar al fraccionamiento de estas– o entre las comunidades, los consumidores y los promotores de turismo (agentes del sector público y privado). También puede ocasionar que los individuos de las localidades tomen decisiones que van en detrimento de su desarrollo, con la intención de obtener mejores condiciones de trabajo y mejores salarios –por ejemplo, el abandono de la escuela con el propósito de buscar mejores ingresos para la familia o el escape del hogar/localidad también por aspiraciones de mejores ingresos–, enfrentando sentimientos de desarraigo y las duras condiciones que implican el empezar *desde cero*.

De otro lado, los discursos en defensa de lo local han asumido al bagaje histórico y cultural como un conjunto de normas o pautas que definen de antemano la forma en que los individuos ingresan a la sociedad, negando

de esta forma su libertad de construir su propia identidad. Esto último es particularmente relevante, puesto que la construcción de la identidad implica el uso de la razón y de las capacidades que las personas adquieren durante la socialización, así como la asimilación de las múltiples afiliaciones que les ofrece el mundo moderno (Sen, 2006). Si disponen de las libertades para que ello ocurra, las personas pueden intervenir en el establecimiento de espacios receptivos a la diversidad y, a la vez, facilitadores de experiencias turísticas enriquecedoras. Se cumple así que “las culturas vivas son tan sólidas que pueden asumir la globalización [entre otros procesos contemporáneos] sin que esta sea traumática” (Hulerig, 2006) y sin restar los beneficios para el florecimiento humano antes resaltados para el turismo.

### *Las oportunidades*

El turismo tiene la potencialidad de contribuir al desarrollo desde múltiples dimensiones. Por el lado de la cultura, puede sustentar la construcción de valores como la solidaridad y el respeto por las diferencias culturales o de credos. Esto se ve traducido en un tejido social fortalecido, donde las tensiones sociales se ven disminuidas. Más aún, puede contribuir a incrementar la participación de los habitantes en la preservación de las tradiciones y del patrimonio que comparten, identificándolos como activos que enriquecen su experiencia de vida en su localidad, así como la experiencia de quienes la visitan.

Incluso los lugares de procedencia de los visitantes son influenciados por la vivencia turística, ya que participan del intercambio de recursos culturales (valores, costumbres, expresiones), financieros (a través de los gastos que implica la visita), entre otros (Urry, 2002a). Por otro lado, la apertura a un campo como el turismo permite el incremento de oportunidades laborales y la diversificación de mecanismos para la generación de ingresos.

Así, sobre la base de un tejido social fortalecido y de las capacidades desarrolladas en las dinámicas turísticas, cabe promover acciones conducentes al desarrollo de manera sostenida. Por ejemplo, se potencia el desempeño de las personas en diferentes espacios y procesos sociales que las afectan y eso cala en su participación cívica y política. Del mismo modo se da lugar a relaciones cooperativas en las actividades económicas, donde se promueve la participación del sector privado. Con ello se da paso a una nueva forma de entender el neoliberalismo, un “neoliberalismo social” (Andolina, Laurie & Radcliffe, 2009), el cual también promueve el desarrollo de capacidades a partir de la experiencia de interactuar con agentes de este sector y la participación en mercados.

Estas observaciones pueden trasladarse al caso particular de Perú, donde el turismo, tanto interno como receptivo, ha tenido un crecimiento sustancial en los últimos años (Observatorio Turístico del Perú, 2013). Ello invita a plantear mecanismos que eliminen las profundas privaciones que experimentan numerosas comunidades del país y así permitir a la población lograr mayores beneficios a partir de estas oportunidades. La capacitación e inclusión de los pobladores en líneas estratégicas para el crecimiento del país, como es el caso de la promoción del turismo, son grandes tareas aún por emprender. Para ello debe aplicarse una perspectiva basada en las personas y atenderse cuestiones centrales como: ¿qué es lo que esperan las

personas en su localidad a partir del turismo?, ¿de qué manera conciben ellas su participación en las actividades turísticas?, ¿cómo se refleja su participación en logros de calidad de vida?, ¿qué significados y valores renovados se otorga a los elementos del contexto turístico?, ¿cómo esto da nuevos sentidos a la vida social en la localidad?, entre otras.

### **Caso de estudio: “Porteadores” del Camino Inca (Cuzco, Perú)**

Una reciente investigación enfocada en las comunidades rurales cercanas a la ruta turística conocida como Camino Inca, que conecta la ciudad de Cuzco con la ciudadela de Machu Picchu, permite observar varias implicancias del turismo en términos de desarrollo humano para los miembros de dichas comunidades. De manera central, la investigación aborda las experiencias de los pobladores que trabajan como “porteadores” (cargadores y proveedores de servicios a turistas durante su recorrido por el Camino Inca) y los cambios que reportan en sus aspiraciones y acciones para lograr una mejor calidad de vida. Las comunidades en las cercanías del Camino Inca, al igual que otras numerosas comunidades situadas en la zona sur de los Andes de Perú, han observado el crecimiento de ciudades cercanas pero han permanecido ajenas a los beneficios derivados de estos avances. Incluso a pesar del incremento del flujo turístico, como ha sido el caso del que se produce hacia Machu Picchu dado su creciente reconocimiento internacional, las intervenciones por parte de los sectores público y privado han estado dirigidas a atender directamente la demanda turística y asegurar la generación de ingresos a partir de las actividades de este sector, sin un enfoque de sostenibilidad social.

Ante esta situación, los testimonios de los pobladores de las zonas estudiadas reflejan las profundas limitaciones que ellos perciben, no solo por la situación económica de sus familias sino también por el propio contexto. Elementos clave identificados en dicho contexto han sido, por un lado, aquellos relacionados a lo impuesto por instituciones externas a las comunidades: insuficiente acceso a servicios de educación y salud, pobres condiciones de vivienda y nutrición, prevalencia de medios de trabajo de alta demanda física y mínima retribución económica, ausencia de actores e instituciones que puedan generar un cambio a las duras y restrictivas realidades en las que se desenvuelven (como ejemplo, la falta de mecanismos para hacer cumplir una ley que establece condiciones dignas de trabajo para los “porteadores”). Por otro lado, los “porteadores” identifican elementos que derivan de las instituciones y normas locales, como las débiles relaciones entre algunos miembros de la comunidad e incluso al interior de las familias (reportando en estas últimas casos de violencia), así como la poca eficiencia de las organizaciones locales para manejar las presiones de las actividades turísticas en las localidades.

Dentro de este contexto, los pobladores participantes del estudio han señalado al turismo como un sector que les ha permitido, a pesar de las duras circunstancias, encontrar nuevas formas de trabajo y nuevas formas de mirarse a sí mismos e identificar aspectos en los que desean progresar. Si bien los ha motivado a mejorar en términos de servicios y productos para satisfacer la demanda de los visitantes, los “porteadores” han identificado que el desarrollo de habilidades y la adquisición de conocimientos, a

través de servicios educativos y de capacitación, son necesidades centrales para salir de la pobreza. La identificación de estos factores para su propio desarrollo ha surgido en buen grado a partir de las interacciones mantenidas con los turistas, a través del uso de habilidades de comunicación y el acceso a conocimientos varios, incluyendo un buen manejo en más de un idioma. Sin embargo, también se han observado conflictos de identidad entre los pobladores, pues las condiciones sociales en las que se desenvuelven llegan a ser más restrictivas que facilitadoras para el logro de sus aspiraciones. A pesar de ello, aquellos que han podido sortear dificultades y alcanzar logros de vida que valoran, han resaltado el rol central de las capacidades adquiridas para este propósito. Así, el caso de los “porteadores” permite observar cómo a través del turismo se presentan posibilidades para un replanteamiento de modos de vida individual y en comunidad, y hace evidente la disponibilidad o no de herramientas para redefinir un entorno físico y social de pobreza mantenido por generaciones.

Referencias: Arellano, Espinoza y Howitt, 2013; Rollefson, Espinoza y Arellano, 2012.

### **A manera de conclusión**

A lo largo de estas reflexiones se ha buscado mostrar cómo el turismo tiene la potencialidad de generar espacios en los que las personas alcancen vidas individuales y sociales más fructíferas y plenas. Con este propósito, se ha identificado la relevancia de observar los procesos que ocurren dentro de las experiencias turísticas para determinar oportunidades y riesgos en términos de desarrollo humano, a los cuales se debe hacer frente para así enriquecer las experiencias en el contexto turístico. En particular, se ha valorado la importancia de los encuentros entre locales y visitantes, y el intercambio de experiencias en torno a la cultura como oportunidades para el desarrollo de capacidades.

Del mismo modo, centrar la evaluación del turismo y del desarrollo en los protagonistas –locales y visitantes– de dichas experiencias permite reconocer las diversas dimensiones donde las personas experimentan privaciones a sus libertades y donde centran sus aspiraciones. De allí la importancia de recoger esta información de los mismos actores involucrados, de reconocer su rol crucial en el desarrollo turístico y de priorizar mejoras en su bienestar antes que el beneficio económico de las minorías con mayor poder. De esta manera la gestión del desarrollo se vuelve más eficiente pues se identifican los campos y acciones donde debe trabajarse en forma prioritaria para atender libertades y aspiraciones, como la educación, la gestión territorial, la protección del patrimonio cultural, etc.

En la gestión del desarrollo, en general, la búsqueda de concertación entre el crecimiento económico con el progreso en otras esferas del desarrollo humano, de manera inclusiva y sostenible, presenta retos ineludibles para los agentes de gobierno, pero llama también a un mayor involucramiento desde otros sectores. Por ejemplo, un ámbito aún por explotar es el de la incorporación de actores del sector privado en la promoción de actividades que generen mayor participación de las poblaciones.

Así, el enfoque de capacidades antes planteado resulta relevante en cuanto invita a colocar especial atención en la interacción entre las personas y entre estas y su contexto. Del mismo modo, permite analizar al turismo como un campo donde las personas interactúan con lugares y momentos donde nada es estático, ni las identidades, ni las relaciones ni los recursos presentes, pero donde el enriquecimiento y la evolución de las personas son permanentes.

## Referencias

- Aguilar, M., Hiernaux, D. & Lindón, A. (2006). *Lugares e imaginarios en la Metrópolis*. Barcelona: Anthropos.
- Alkire, S. & Deneulin, S. (2009). A Normative Framework for Development. En S. Deneulin & L. Shahani (Eds.). *An introduction to the Human Development and Capability Approach*. London: Earthscan.
- Andolina, R., Laurie, N. & Radcliffe, S. (2009). *Indigenous Development in the Andes. Culture, Power, and Transnationalism*. London: Duke University Press.
- Appadurai, A. (2004). The Capacity to Aspire: Culture and the Terms of Recognition. En V. Rae & M. Walton (Eds.). *Culture and Public Action*. Stanford: Stanford University Press.
- Arbour, L. (2006). Foreword. En B. Andreassen & S. Marks (Eds.). *Development as a Human Right. Legal, Political, and Human Dimensions*. London: Harvard University Press.
- Arellano, A., Espinoza, C. & Howitt J. (2013). I don't want them to suffer like I have: Porters of the Inca Trail's views on education and aspirations for social change. En M. Gravari, L. Bourdeau & M. Robinson (Eds.). *World Heritage Sites and Tourism: Global and Local Relations*. UK: Ashgate Publishing Limited.
- Chambers, R. (1997). *Whose Reality Counts? Putting the First Last*. London: IT Press.
- Chopra, K. & Duraiappah, A. (2008). Operationalizing capabilities in a segmented society: the role of institutions. En F. Comim, M. Qizilbash & S. Alkire (Eds.). *The Capability Approach. Concepts, Measures and Applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Deneulin, S. (2008). Beyond individual freedom and agency: structures of living together in the capability approach. En F. Comim, M. Qizilbash & S. Alkire (Eds.). *The Capability Approach. Concepts, Measures and Applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Deneulin, S. & Shahani, L. (Eds.) (2009). *An introduction to the Human Development and Capability Approach*. London: Earthscan.
- Dreze, J. & Sen, A. (2002). *India: Development and Participation*. New York: Oxford University Press.
- Donnelly, J. (1999). Human Rights, Democracy, and Development. *Human Rights Quarterly*, 21(3), 608-632.
- Evans, P. (2004). Development as Institutional Change: The Pitfalls of Monocropping and the Potentials of Deliberation. *Studies in Comparative International Development*, 38(4), 30-52.
- Flacke-Neudorfer, C. (2008). Actors or victims? Actor-oriented perspectives on new forms of tourism. Chapter 14. En P. Burns & M. Novelli (Eds.). *Tourism Development. Growth, Myths and Inequalities*. Wallingford: CAB International.
- Florida, R. (2003). Cities and the Creative Class. *City & Community*, 2(1), 3-19.
- Frediani, A. (2010). Sen's Capability Approach as a framework to the practice of development. *Development in Practice*, 20(2), 173-187.
- Huaita, A. M. (2012). Ecoturismo y desarrollo humano: el caso de una asociación privada con la Comunidad de Infierno. *Turismo y Patrimonio*, 7, 23-31.
- Hulerig, E. (2006). El retorno de la identidad étnica: Entrevista a Luis Millones. *Gaceta Cultural del Perú*, 24, 14-15.
- Johnson, S. (2009). Institutions, Markets and Economic Development. En S. Deneulin & L. Shahani (Eds.). *An introduction to the Human Development and Capability Approach*. London: Earthscan.

- Larsen, J., Urry, J. & Axhausen, K. (2007). Networks and Tourism. Mobile Social Life. *Annals of Tourism Research*, 34(1), 244-262.
- Melville, R., Selby, M. & Cliff, M. (2007). *Re-telling the city. Exploring narratives of Liverpool*. Impacts 08. The Liverpool Model, European Capital of Culture Research Programme.
- Nogués, A. M. (2008). A contextual approach to the power relation between tourism and development (Chapter 10). En P. Burns & M. Novelli (Eds.). *Tourism Development. Growth, Myths and Inequalities*. Wallingford: CAB International.
- North, D. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Observatorio Turístico del Perú, BADATUR. *Perú: Crecimiento del turismo receptor*. (Último acceso: 01/04/2013). Recuperado de [www.observatorioturisticodelperu.com/mapas/ctrtotal.pdf](http://www.observatorioturisticodelperu.com/mapas/ctrtotal.pdf)
- Putnam, R. (1993). The prosperous community: social capital and public life. *American Prospect*, 13, 35-42.
- Rey, G. (2009). *Industrias culturales, creatividad y desarrollo*. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.
- Robinson, M. & Picard, D. (2006). *Tourism, Culture and Sustainable Development. Programme "Culture, tourism, development"*. Division of cultural policies and intercultural dialogue, Culture Sector, UNESCO. Paris: UNESCO.
- Rodríguez, A. (2008). Tourism, Indigenous People and Conservation in the Ecuadorian Amazon. En A. Stronza & W. Durham (Eds.). *Ecotourism and Conservation in the Americas*. Trowbridge: Cromwell Press.
- Rollefson, J., Espinoza, C. & Arellano, A. (2012). Responsible Tourism and Poverty: The Porters of the Inca Trail. En Coloquio Internacional Rutas Turísticas e Itinerarios Culturales: entre la memoria y el desarrollo. Université Laval (Québec, Canadá) 13 al 15 de junio de 2012. *Actas del Coloquio, Volumen II*, 492-499.
- Samman, E. & Santos, M. (2009). *Agency and Empowerment. A review of concepts, indicators and empirical evidence. Draft paper prepared for the 2009 Human Development Report in Latin America and the Caribbean*. Oxford Poverty and Human Development Initiative, University of Oxford.
- Santana, A. (2003). Patrimonios culturales y turistas: Unos leen lo que otros miran. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1(1), 1-12.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. New York: Alfred A. Knopf.
- Sen, A. (2004). How does culture matter? En V. Rao & M. Walton (Eds.). *Culture and Public Action*. Stanford: Stanford University Press.
- Sen, A. (2006). *Identity and Violence*. London: Penguin Books.
- Spence, R. (2009). Economic Growth. En S. Deneulin & L. Shahani (Eds.). *An introduction to the Human Development and Capability Approach*. London: Earthscan.
- Telfer, D. (2003). Development Issues in Destination Communities. En S. Singh, D. Timothy & R. Dowling. *Tourism in Destination Communities*. Wallingford: CABI Publishing.
- UNDP (1990). *Human Development Report 1990. Concept and Measurement of human development*. Chapter 1: Defining and measuring Human Development. Nueva York: United Nations Development Programme.
- Urbano, H. (2012). La identidad en búsqueda de un patrimonio en los espacios turísticos. *Cultura*, 26, 179-189.
- Urry, J. (2002a). *Consuming places*. New York: Taylor & Francis e-Library.
- Urry, J. (2002b). *Mobility and connections*. (Último acceso: 01/04/2013). Recuperado de [www.ville-en-mouvement.com/telechargement/040602/mobility.pdf](http://www.ville-en-mouvement.com/telechargement/040602/mobility.pdf)

# ENFOQUE ECONÓMICO

# EL IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN EL PERÚ 1990 - 2012

## THE ECONOMIC IMPACT OF TOURISM IN PERU 1990 - 2012

José Marsano Delgado  
Observatorio Turístico del Perú  
Universidad de San Martín de Porres, Perú

Recibido: 28 de agosto de 2013

Aceptado: 24 de julio de 2014

---

### RESUMEN

El artículo analiza y evalúa el comportamiento macroeconómico del sector turismo en el Perú entre los años 1990 y 2012, con especial atención en su creciente importancia económica dentro del sector servicios y en sus posibilidades de desarrollo para el período 2013-2016. El análisis y evaluación están basados en la información cuantitativa del Banco de Datos Turísticos del Perú (BADATUR Perú) del Observatorio Turístico del Perú (OTP).

**Palabras clave:** Demanda, gasto, oferta, tasa de crecimiento, turismo interno, turismo receptor.

### ABSTRACT

The article analyzes and evaluates the macroeconomic performance of the tourism sector in Peru between the years 1990-2012, with special attention placed in the growing economic importance of its service sector, and its development prospects for the period 2013-2016. The analysis and evaluation are based on quantitative information from the Tourist Data Bank of Peru (BADATUR Peru), Tourism Observatory of Peru.

**Key words:** Demand, spending, supply, growth rate, domestic tourism, inbound tourism

## Introducción

Durante los primeros años de la década de los noventa el desarrollo del turismo mostró indicadores negativos. En efecto, entre 1988 y 1992, el número de turistas extranjeros se redujo de 359.000 a 216.534 visitantes, lo cual representó una tasa media anual de contracción en el turismo receptor de -11,87%, debido principalmente al clima de violencia terrorista que condujo al país a un estado de inestabilidad económica y social.

El impacto fue muy severo en los ingresos por concepto de divisas, tanto en el ámbito de las cuentas nacionales como en el sector turismo. En el período 1988-1992 estos ingresos mostraron una tasa anual de crecimiento negativo del orden del -11,30%. Fue en dichos años cuando se aplicó en el país un conjunto de medidas orientadas a pacificarlo y a estabilizarlo económicamente, lo que mejoró de manera sustancial su imagen turística en el exterior. Ello se evidenció en los ingresos por divisas del sector, los que crecieron en el período 1993-2012 a una tasa media anual del 15,34%. Mientras que en el período 1990-2012 la tasa de crecimiento media anual había sido del 13,08% (Tabla 1).

**Tabla 1**  
Perú: ingresos monetarios del turismo receptor

Año	Ingresos en dólares
1990	217,000,000
1991	225,000,000
1992	156,000,000
1993	215,000,000
1994	331,000,000
1995	428,000,000
1996	670,000,000
1997	816,000,000
1998	845,000,000
1999	890,000,000
2000	911,000,000
2001	788,000,000
2002	801,000,000
2003	923,000,000
2004	1,142,000,000
2005	1,308,000,000
2006	1,383,000,000
2007	1,854,000,000
2008	2,380,000,000
2009	2,015,000,000
2010	2,242,472,508
2011	2,695,000,000
2012	3,240,000,000

Tasa de crecimiento anual: 13,08% Fuente: B.C.R.P y BADATUR Perú. Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

Para el período 2013-2016 se ha estimado una tasa media de crecimiento del 3,69% en los ingresos del turismo receptor peruano, teniendo en consideración las secuelas de la crisis económica mundial. Hemos partido de la premisa de que el gasto per cápita se mantendrá en un monto no mayor a US\$ 1.281 (Tabla 2).

**Tabla 2**

Perú: Ingresos monetarios proyectados del turismo receptor

Año	Ingresos en dólares
2013	3,358,232,000
2014	3,482,851,738
2015	3,611,020,628
2016	3,743,906,243

Tasa de crecimiento anual: 3,69%. Fuente BADATUR Perú. Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

El desenvolvimiento del turismo receptor, pese a los atentados terroristas del 11 de septiembre del año 2001 en Estados Unidos, mostró en el período 1993-2012 un flujo de arribos de visitantes con una tasa promedio de crecimiento anual del 12,45%, mientras que en el período 1998-2012 fue del 8,47%. Por su parte, las estimaciones para el período 2013-2016 del OTP esperan una tasa anual de crecimiento del 3%. Consideramos que no debe perderse de vista la crisis económica mundial, conforme lo señalamos en el párrafo anterior (ver Tablas 3 y 4).

**Tabla 3**

Perú: Turismo receptor histórico

Año	Turismo receptor cantidad de personas
1988	359,000
1989	334,000
1990	316,871
1991	232,012
1992	216,534
1993	271,901
1994	386,120
1995	479,231
1996	662,736
1997	746,599
1998	819,530
1999	944,000
2000	793,183
2001	792,466
2002	859,379
2003	881,010
2004	1,244,608

<b>Año</b>	<b>Turismo receptor cantidad de personas</b>
2005	1,296,010
2006	1,347,850
2007	1,540,107
2008	1,822,358
2009	1,754,528
2010	1,949,976
2011	2,242,472
2012	2,528,373

Tasa de Crecimiento: 8,47%. Fuente: BADATUR Perú. Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

**Tabla 4**

Perú: Turismo receptor proyectado

<b>Año</b>	<b>Turismo receptor proyectado</b>
2013	2,604,224
2014	2,682,351
2015	2,762,821
2016	2,845,706

Tasa de crecimiento anual: 3,00%. Fuente: BADATUR Perú.  
Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

## Evaluación del turismo en el Perú 1990-2012

### *El turismo receptivo peruano*

El BADATUR Perú del Observatorio Turístico del Perú ha estimado en 2.528.373 los visitantes extranjeros no residentes arribados al país en el año 2012, siendo el porcentaje de procedencia por continentes el siguiente (Tabla 5):

1. América : 76,79%
2. Europa : 17,44%
3. Asia : 4,13%
4. Oceanía : 1,44%
5. África : 0,20%

**Tabla 5**  
Turismo receptor peruano por continentes (2012)

Continente	Arribos
América	1,941,538
África	5,057
Asia	104,422
Europa	440,948
Oceanía	36,408
Total Arribos	2,528,373

Fuente: BADATUR Perú. Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

A nivel de países emisores, los más importantes durante el 2012 por la cantidad de personas que arribaron al Perú fueron: Chile, con una participación del 31,80% del total de visitas; Estados Unidos con el 17,67%; Ecuador, con el 6,89%; y Argentina con el 6,52%. Lo que permite inferir que estos cuatro países representan el 62,88% del turismo receptor peruano y de ellos dos son fronterizos y tres sudamericanos.

En este sentido existe un campo muy amplio para la diversificación del turismo receptor. Los países europeos y casi todos los asiáticos aún no se encuentran entre los principales países emisores y constituyen por lo tanto regiones de interés para el ámbito turístico, tanto por el elevado nivel cultural de su población como por su alto poder adquisitivo (Tabla 6).

**Tabla 6**  
Los quince primeros países generadores de visitas hacia el Perú

País	Cantidad de visitantes (2012)
Chile	803,945
Estados Unidos	446,652
Ecuador	174,251
Argentina	164,888
Colombia	128,016
Brasil	125,961
España	109,960
Bolivia	99,644
Francia	84,233
Alemania	62,383
Canadá	60,912
Reino Unido	59,807
Venezuela	57,925
México	47,856
Italia	45,456

Fuente: BADATUR Perú y DIGEMIN. Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

De los turistas que vienen al Perú, 56% se encuentran en un rango de edad que fluctúa entre los 25 y 44 años, con una mayor proporción del sexo masculino (61%) y el 89% del total tiene educación superior universitaria o estudios de posgrado. Asimismo, el 65% trabaja a tiempo completo en su país de origen y para un 77% sus ingresos anuales fluctúan entre los 15 mil y 200 mil dólares. Esto indica que su capacidad de gasto es elevada, lo cual permite aseverar que los ingresos no son una restricción en su decisión de viajar.

El arribo de turistas al Perú se realiza durante todo el año, pero en forma significativa en dos estaciones en particular. La primera de ellas ocurre en los meses de julio y agosto, período que coincide con la época de verano y la temporada de vacaciones en el Hemisferio Norte, principalmente en los Estados Unidos de Norteamérica, y es precisamente el período de mayor salida de nacionales de dicho país al exterior. La segunda estación importante es a fines de año (entre diciembre y enero), influenciada principalmente por la estación de verano y temporada de vacaciones en países vecinos como Chile y Ecuador. Desde 1994, cuando empezó el crecimiento sostenido del turismo receptor, la estacionalidad se ha mantenido, aunque no en forma muy significativa. Es posible que las campañas de publicidad se hayan concentrado en promocionar destinos específicos en los períodos antes señalados, lo cual es quizás importante en el corto plazo, pero en el mediano plazo puede generar concentración y saturación de la demanda.

En ese sentido, considerando nuestras condiciones climáticas y variada oferta turística, el reto para el mediano y largo plazo debería ser promover el turismo receptor a nivel de distintos nichos de mercado, como el ecoturismo, el turismo de aventura y otros sumamente refinados como el de la observación de la fauna y flora, en donde contamos con ventajas comparativas. Un ejemplo de lo antes expuesto lo podemos observar en Machu Picchu, donde la tasa anual de visitantes a la ciudadela mostró un crecimiento medio del 12,08% en el período 1993-2012, habiendo recibido en el año 2012 la cantidad de 1.114.434 visitantes; es decir, un promedio diario de 3.053 personas, considerando los 365 días del año (Tabla 7).

Estudios realizados en el país coinciden en señalar que el Perú es visto por los extranjeros como un destino turístico histórico-cultural; sin embargo, ofrece posibilidades de desarrollo para diversos tipos de turismo como el de aventura o el ecoturismo, opciones que a nivel mundial también son muy apreciadas.

Aunque sería útil conocer con precisión las preferencias de los turistas extranjeros, la información disponible permite clasificarlos entre aquellos que visitan el país por motivos de recreo y aquellos que vienen por negocios. Esta distinción es muy importante dado que los viajes de recreo se pueden considerar como una demanda final; es decir, se emprenden por sí mismos. En cambio los viajes de negocios son una demanda derivada, un insumo necesario para que se produzcan otros servicios. Quienes viajan por motivos de recreo suelen gastar menos que los que lo hacen por negocios. De otro lado, el número de turistas que visita el país por esta última causa se ha incrementado de manera considerable en los últimos años, probablemente debido a las mayores inversiones que vienen realizando las empresas extranjeras en el país.

**Tabla 7**

Llegada de visitantes al Santuario Histórico de Machu Picchu (Ciudad Inka de Machu Picchu, Camino Inka Piscacucho Km. 82, Camino Inka Qorywayrachina Km. 88, Camino Inka Chachabamba Km.104)

<b>Año</b>	<b>Extranjeros</b>	<b>Nacionales</b>	<b>Total</b>
1980	100,534	45,032	145,566
1981	96,060	37,214	133,274
1982	77,234	46,548	123,782
1983	65,570	54,552	120,122
1984	72,069	51,450	123,519
1985	67,545	59,169	126,714
1986	77,966	63,686	141,652
1987	89,726	101,162	190,888
1988	116,911	70,431	187,342
1989	97,594	51,842	149,436
1990	72,867	47,682	120,549
1991	41,112	36,183	77,295
1992	39,724	54,851	94,575
1993	58,090	69,525	127,615
1994	111,083	96,539	207,622
1995	159,590	88,951	248,541
1996	198,664	98,334	296,998
1997	189,030	105,002	294,032
1998	227,709	106,854	334,563
1999	286,600	95,591	382,191
2000	352,294	68,096	420,390
2001	294,437	126,433	420,870
2002	308,814	148,284	457,098
2003	333,805	190,003	523,808
2004	338,402	218,477	556,879
2005	475,315	204,636	679,951
2006	480,741	210,884	691,625
2007	548,168	251,900	800,068
2008	616,111	242,100	858,211
2009	581,880	233,388	815,268
2010	472,742	227,089	699,831
2011	670,959	300,683	971,642
2012	762,469	351,965	1,114,434

Fuente: Ministerio de Cultura - Dirección Regional de Cultura - Cuzco. Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

Según información del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), así como de las estimaciones del OTM, a través de BADATUR, los turistas extranjeros en el Perú realizan gastos mayores a quienes visitan otros países de Latinoamérica. El gasto per cápita de los turistas en el país experimentó entre 1990 y 2012 una tasa media de crecimiento anual del 2,76%. En el año 2012 el gasto per cápita fue de US\$ 1.281. Según las pautas dictadas por la Organización Mundial del Turismo (OMT), los gastos de transporte no incluyen el pasaje internacional y solo corresponden al traslado hacia los lugares turísticos y la movilidad local. Entendemos que el incremento en el gasto promedio per cápita obedeció básicamente a tres factores:

1. Las empresas prestadoras de servicios cuyas tarifas se cobran en dólares se vieron afectadas por la apreciación del nuevo sol durante el año 2012. Debe considerarse en este caso que gran parte de sus costos operativos se cancela en moneda nacional.
2. En virtud a las negociaciones y posterior aprobación del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos de Norteamérica y otros tratados comerciales celebrados con importantes economías mundiales, el país recibió muchos visitantes (hombres de negocios), quienes según la OMT deben considerarse como turistas. El gasto medio de este tipo de visitantes es superior al del turista convencional que visita el Perú.
3. Otro factor que no se debe de pasar por alto es el del efecto demostración: la postulación y posterior elección de Machu Picchu entre las nuevas siete maravillas del mundo provocaron en el mercado turístico mundial un incremento superior a la tendencia de su flujo turístico, factor que incidió también en el aumento del gasto per cápita. Cabe señalar que el tiempo promedio de permanencia de los turistas en el país es de 12 días. Los principales rubros de gasto son restauración, alojamiento y transporte interno.

### ***El turismo interno peruano***

En los últimos años el Estado dictó diversas medidas orientadas a promover la actividad turística. Por ejemplo, se ha dispuesto la acumulación de los feriados en los fines de semana con el propósito de promover excursiones o viajes cortos de turismo local. El supuesto implícito de esta medida es que una de las principales restricciones para el desarrollo del turismo nacional es el tiempo disponible de los potenciales turistas. Este supuesto es razonable, aunque pese al crecimiento autosostenido de la economía peruana en los últimos años su efecto distributivo es aún incipiente, por lo que la actividad turística interna de largo aliento no se ha desarrollado plenamente. No obstante, se han mejorado y/o reparado las principales carreteras del país, con lo cual se han acortado las distancias entre los principales lugares de origen (Lima, Arequipa, Trujillo, etc.) y los principales lugares de destino turístico (Ayacucho, Cuzco, Trujillo, etc.). El Estado, a diferencia del turismo receptor, no se ha propuesto una meta cuantitativa específica en relación al turismo interno nacional.

Si se observa el número de pernотaciones en los establecimientos de hospedaje se podría concluir que en el año 2012 hubo 13.849.207 turistas nacionales. Sin embargo, esta cifra puede estar sobreestimada, dado

que muchas de las pernoctaciones no son realizadas por “turistas” en sentido estricto, sino por población local que acude a establecimientos de hospedaje por diversos motivos (Tabla 8)

**Tabla 8**  
Perú: Turismo interno

Año	Turismo interno histórico
1992	6,265,755
1993	6,868,294
1994	6,787,455
1995	7,506,903
1996	7,676,356
1997	7,922,130
1998	8,218,234
1999	8,704,239
2000	9,156,933
2001	9,543,813
2002	10,529,419
2003	10,401,705
2004	10,784,118
2005	11,166,531
2006	11,538,997
2007	11,931,358
2008	12,310,867
2009	12,693,597
2010	13,075,807
2011	13,458,016
2012	13,849,207

Tasa de crecimiento anual: 4,05%. Fuente: BADATUR Perú.  
Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

En tres ciudades principales del país –Lima, Arequipa y Trujillo– se aplicó una encuesta a la población de los estratos socioeconómicos A, B y C, cuyos resultados indican que el 19,06% de los encuestados realizó viajes de turismo entre abril de 2009 y abril de 2010. Si esta cifra es extrapolada a la indicada en la Tabla 9, la cantidad de nacionales o residentes en el Perú que efectuó única y exclusivamente actividades turísticas en el país –es decir, cuya única motivación de viaje fue conocer nuevos lugares y desarrollar actividades propiamente turísticas– para iguales segmentos de la población ascendería en el 2012 a 4.200.000 personas. Ello desde luego no implica que, de acuerdo a la normatividad de la OMT, se desconozca que las personas que realizan viajes por otros motivos dentro del país y que pernoctan por más de un día fuera del lugar de

su residencia habitual, deban dejarse de considerar dentro de las cifras del turismo interno. En consecuencia, de acuerdo a las estimaciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), el total de peruanos o residentes en el país que lleva a cabo viajes internos sería de siete millones; es decir que a los 4,2 millones cuya única motivación para viajar dentro del país es realizar exclusivamente actividades turísticas, de acuerdo a las estimaciones del OTP, se deben adicionar 2,8 millones de personas cuyo viaje no fue exclusivamente por motivos de turismo.

Se puede inferir que esta actividad crecerá en la medida en que se incremente cuantitativa y cualitativamente el empleo y, por ende, el consumo turístico de la población; variable además dependiente del crecimiento del PBI.

Los turistas nacionales proceden en su mayor parte de la ciudad de Lima: seis de cada diez hogares respondieron que uno o más de sus miembros hicieron algún viaje de turismo en el 2010. De otro lado, casi el 70% de estos hogares pertenece a los estratos A, B y C de la población. Con relación a los turistas propiamente dichos, se estima que la mayor parte de ellos es joven (el 59% tiene menos de 35 años de edad), se puede decir que hombres y mujeres viajan por igual y la mayoría viaja acompañado, sea por familiares (49,9%) o por amigos (28,1%). Solo un 22% de los turistas nacionales viaja solo.

El motivo principal de los viajes efectuados por los turistas nacionales es conocer nuevos lugares del país, seguidos por quienes tenían como propósito la visita a parientes o amigos. El 40% de los turistas entrevistados respondió que su viaje obedecía a ambos motivos, un 60% indicó que su finalidad fue principalmente turística, en tanto que un 16% señaló que viajó adicionalmente por negocios o trabajo.

En realidad estos datos corresponden a lo esperado. Las visitas a los amigos o parientes son el motivo principal del turismo nacional en casi todos los países del mundo. Estos turistas usualmente utilizan los días de descanso disponibles para hacer estos viajes que resultan de bajo costo, dado que en estos casos los gastos en hospedaje y alimentación se pueden reducir o en todo caso compartir.

En el caso del turismo interno, existe también una clara estacionalidad a lo largo del año, aunque es ligeramente diferente a la observada en el turismo receptivo. Existen dos grandes estaciones en la primera mitad del año y dos estaciones medianas en la segunda mitad. La primera de ellas es el mes de enero, que coincide precisamente con el inicio de las vacaciones escolares y de algunas universidades, motivo por el cual muchas familias aprovechan esta ocasión para realizar viajes de turismo. La otra fecha importante es entre marzo y abril, especialmente debido a la Semana Santa, cuando las familias viajan masivamente por el país. Las otras dos fechas destacadas son julio y noviembre. En julio son las vacaciones escolares y los trabajadores dependientes obtienen pagos adicionales por las gratificaciones de fiestas patrias. En noviembre existen fiestas regionales que estarían explicando este comportamiento, especialmente en el norte del país.

Los turistas nacionales gastan aproximadamente US\$ 500 per cápita en sus viajes por el país anualmente. El gasto estimado del turista nacional equivale al 39% de lo gastado en promedio por el turista extranjero.

Esto se explica por las siguientes razones:

1. Son evidentes las diferencias de ingresos entre los consumidores extranjeros y los nacionales.
2. Los turistas nacionales permanecen menos tiempo en viaje de turismo. La duración promedio es de seis días.
3. El gasto per cápita del turista nacional es de US\$ 83,33 diarios; es decir, el 78,06% de lo que gastan diariamente los turistas extranjeros.
4. El menor nivel de gasto observado entre los turistas nacionales obedece a que se ahorran gran parte del costo al visitar principalmente a los amigos y parientes, quienes les proporcionan hospedaje y a veces hasta alimentos.
5. El transporte hacia los lugares turísticos (72% del turismo interno) se realiza en bus, a diferencia de los turistas extranjeros que lo hacen generalmente por avión.
6. El turista nacional por lo general no realiza compras o gastos de esparcimiento en la misma magnitud que los turistas extranjeros.

### ***El tamaño del mercado turístico y el aporte al PBI***

La información analizada permite ensayar una estimación global del tamaño cuantitativo del mercado turístico en el país. En primer lugar, si se asume que el número de viajeros nacionales asciende a siete millones de personas (cifra señalada por Mincetur), en tanto que los turistas extranjeros ascienden a 2,5 millones de personas (según BADATUR Perú), en la actualidad nuestro mercado estaría conformado por un 44,21% de turistas nacionales cuya única motivación es el turismo (4,2 millones de personas, según BADATUR Perú), un 29,47% de viajeros nacionales no solo realiza actividades turísticas (2,8 millones de personas) y un 26,32% de turistas extranjeros. En el año 2012 los turistas extranjeros generaron ingresos finales ascendentes a US\$ 3.240 millones, mientras que el consumo final de los turistas nacionales fue de US\$ 3.500 millones, por lo que el tamaño económico del mercado fue de US\$ 6.740 millones; la cifra de ingresos del turismo receptor representó el 7% de las exportaciones de dicho año y, en términos de aporte al PBI, tanto el turismo interno como el receptivo significaron el 3,7%.

### **Los efectos positivos macroeconómicos del turismo en la economía**

El primer efecto que se observa es el incremento del PBI. Según BADATUR Perú, la participación del sector turismo en el producto nacional, para el año 2012, se estima en 3,7%, por lo que el PBI del sector turismo para dicho año fue de 8.801.453.000 millones de nuevos soles constantes; cifra bastante interesante para la economía peruana, si se considera que el turismo es un amplio generador de mano de obra (Tabla 9).

**Tabla 9**

Perú: PBI del sector turismo

<b>Año</b>	<b>PBI del sector turismo en miles de nuevos soles constantes</b>	<b>PBI en miles de nuevos soles constantes</b>	<b>Participación porcentual en el PBI</b>
1991	3,182,868	83,759,691	3.80%
1992	3,002,420	83,400,557	3.60%
1993	3,145,485	87,374,589	3.60%
1994	3,450,211	98,577,444	3.50%
1995	3,746,360	107,063,889	3.50%
1996	3,949,506	109,759,994	3.60%
1997	4,454,131	117,293,987	3.80%
1998	4,545,513	116,522,250	3.90%
1999	4,588,175	117,587,416	3.90%
2000	4,705,717	121,056,942	3.89%
2001	4,820,523	121,317,087	3.97%
2002	4,847,635	127,407,427	3.80%
2003	5,434,367	132,544,850	4.10%
2004	5,578,536	139,141,251	4.01%
2005	5,923,486	148,639,991	3.99%
2006	6,064,522	160,145,464	3.79%
2007	6,687,000	174,348,006	3.84%
2008	7,176,247	191,366,582	3.75%
2009	7,144,987	193,107,770	3.70%
2010	7,772,316	210,062,607	3.70%
2011	8,311,098	224,624,276	3.70%
2012	8,801,453	237,877,108	3.70%

Fuente: BADATUR Perú e INEI. Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

El segundo efecto se puede observar en la participación del turismo receptor dentro del total de las exportaciones y en su aporte al cierre de la brecha de la Balanza Comercial del Perú, la cual hasta el año 2001 fue deficitaria (Tabla 10).

**Tabla 10**

Balanza Comercial del Perú y los efectos del turismo receptor(en millones de dólares)

Año	Exportaciones	Importaciones	Saldo Balanza Comercial	Ingreso turismo receptor	Porcentaje en participación de exportadores	Saldo Balanza del turismo receptor	Contribución al saldo de la Balanza Comercial
1993	3,384	4,123	-739	215	6%	-54	0%
1994	4,425	5,584	-1,159	331	7%	65	6%
1995	5,492	7,750	-2,258	428	8%	131	6%
1996	5,877	7,869	-1,992	670	11%	320	16%
1997	6,824	8,567	-1,743	816	12%	382	22%
1998	5,757	8,262	-2,505	845	15%	393	16%
1999	6,087	6,793	-706	890	15%	447	63%
2000	6,951	7,407	-456	911	13%	381	84%
2001	7,007	7,273	-266	788	11%	196	74%
2002	7,647	7,440	207	801	10%	185	-89%
2003	8,986	8,285	701	923	10%	303	-43%
2004	12,547	9,818	2,729	1,034	8%	393	-14%
2005	17,247	12,084	5,163	1,241	7%	561	-11%
2006	23,800	14,866	8,934	1,383	6%	627	-7%
2007	27,955	19,599	8,356	1,854	7%	812	-10%
2008	31,594	28,432	3,162	2,380	8%	1,105	-35%
2009	26,885	21,011	5,874	2,015	7%	934	-16%
2010	35,565	28,815	6,750	2,242	6%	1,019	-15%
2011	46,269	36,967	9,302	2,695	6%	1,281	-14%
2012	45,639	41,113	4,526	3,240	7%	1,605	-35%

Fuente: BADATUR Perú e INEI. Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

Un tercer efecto es la generación y contribución de divisas inherente a la Balanza en Cuenta Corriente, ya que para fines del caso el turismo receptor se ha convertido en un agente generador de divisas, siendo la quinta actividad generadora de divisas para el país en el 2012, considerando exportaciones tradicionales y no tradicionales (Tabla 11).

**Tabla 11**

Principales productos y servicios generadores de divisas.(en millones de dólares)

Año	Mineros	Agrícolas y agropecuarios	Pesqueros	Petróleo derivados	Textiles	Turismo	Sidero-metalúrgicos y joyería	Químicos
2006	14,851	1,785	1,763	1,713	1,469	1,383	829	601
2007	17,493	1,963	1,954	2,248	1,730	1,854	907	803
2008	18,656	2,597	2,413	2,663	2,018	2,380	908	1,041
2009	16,508	2,456	2,200	1,894	1,492	2,015	560	837
2010	21,974	3,165	2,526	3,088	1,558	2,242	918	1,223
2011	27,849	4,503	3,146	4,704	1,986	2,695	1,128	1,645
2012	26,637	4,122	3,302	4,959	2,157	3,240	1,253	1,624

Fuente: BCRP y BADATUR Perú. Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

## Conclusiones

1. En una economía globalizada, donde los medios de comunicación juegan un papel fundamental y de inusitada rapidez en la formación de la opinión pública nacional e internacional, es esencial cuidar tanto la imagen interna como externa del país.
2. El Perú ya experimentó el impacto de una convulsión social que estuvo a punto de quebrar la totalidad de la industria turística, perdiendo muchos mercados y permitiendo que al amparo de ello aparecieran nuevos países ofertantes, retrasando la generación de infraestructura de planta en comparación con otros países que tienen similar oferta turística.
3. El Estado debe tener mucho cuidado en lo referente a la estabilidad de las políticas económicas en general, y en particular en lo vinculado a los incentivos técnicos hacia este sector, no solo por ser un rubro generador de riqueza y de divisas, sino por la capacidad multiplicadora de mano de obra que implica.
4. Nuestra oferta turística, en un 92%, es de naturaleza histórico-cultural. No es menos cierto que hemos gozado de ventajas comparativas en este tipo de turismo; pero hoy en día muchos países con similares características han ampliado su abanico de oferta turística, combinando este tipo de turismo con el de aventura, el recreacional y el ecoturismo, entre otros. El Perú debe seguir estos ejemplos, ya que en el mediano plazo se puede encontrar con ingratas sorpresas.
5. Se debe tener presente que, en una economía moderna, las ventajas comparativas vinculadas al turismo no siempre se han obtenido por herencia. Con ello nos referimos a países que, poniendo al servicio de la industria turística la aplicación de tecnologías de punta, han logrado convertir regiones de sus territorios en verdaderos paraísos turísticos (recreacionales, de aventuras, entre otros), consiguiendo ventajas competitivas difíciles de superar.

## Referencias

BADATUR PERU: [www.observatorioturisticodelperu.com](http://www.observatorioturisticodelperu.com)

BCRP: [www.bcrp.gob.pe](http://www.bcrp.gob.pe)

Barros de Castro, A. & Lessa, C. (1995). *Introducción a la economía. Un enfoque estructuralista*. México: Siglo Veintiuno Editores.

Marsano, J. (2003). *Economía del turismo*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.

Monitor (1995). *Turismo en el Perú*. Lima: Comisión de Promoción del Perú.

PromPerú (2011a). *Perfil del turista extranjero 2010*. Lima: Comisión de Promoción del Perú.

PromPerú (2011b). *Perfil del turista nacional 2010*. Lima: Comisión de Promoción del Perú.

# TURISMO SOSTENIBLE A TRAVÉS DE INNOVACIONES DE ECONOMÍA SOCIAL

## SUSTAINABLE TOURISM THROUGH SOCIAL ECONOMY INNOVATIONS

Sonia Tello Rozas  
Cátedra de Investigación en Economía Social  
Université du Québec à Montréal – UQÀM, Canadá

Recibido: 6 de agosto de 2013

Aceptado: 24 de julio de 2014

---

### RESUMEN

Esta nota de investigación presenta los principios que definen el campo de la economía social y discute las características de las organizaciones que lo conforman. Teniendo en cuenta la definición y delimitación de este campo, discutimos la pertinencia y el rol de las organizaciones de economía social en el ámbito del turismo.

**Palabras clave:** Desarrollo turístico sostenible, economía social, innovaciones sociales, Perú.

### ABSTRACT

This research note presents the principles underpinning the field of social economy and discusses the characteristics of organizations that are part of it. Given the definition and delimitation of the field, we discuss the relevance and role of social economy organizations in the tourism sector.

**Key words:** Sustainable tourism development, social economy, social innovations, Peru

## Introducción

De acuerdo con las estadísticas producidas por el Observatorio Turístico del Perú (OTP), el turismo presenta en nuestro país una evolución positiva desde hace más de una década. Entre 1988 y 2012 la tasa de crecimiento anual para el segmento histórico del turismo internacional fue de 8,47% (el número de turistas ha pasado de 359 mil a 2.528.373). Sin embargo, muchas de las regiones más atractivas desde el punto de vista turístico presentan aún los niveles nacionales de pobreza y de exclusión social más elevados (Tello & Paredes, 2002; Vásquez, 2012; Verdera, 2007). Ante esta situación, es imperativo explorar iniciativas innovadoras e inclusivas de desarrollo turístico. Esta nota de investigación tiene como objetivo presentar un modelo de organización empresarial basado en valores humanistas (democráticos y solidarios), que contribuya de manera cada vez más importante a las dinámicas de desarrollo contemporáneas: las organizaciones de economía social.

En el contexto de la crisis actual (social, medioambiental, económica y financiera), la economía social desempeña un papel fundamental en el suministro de soluciones innovadoras, en particular en el ámbito de los servicios públicos (Bouchard, 2012). Caracterizadas por la limitación o prohibición de la distribución de utilidades, así como por su forma particular de toma de decisiones (la gobernanza) y su funcionamiento democrático (Evers & Laville, 2004), por lo general las organizaciones de economía social buscan hacer frente a las fallas del Estado o del mercado, tanto en el contexto de los países desarrollados (Mertens, 2010) como en los países en desarrollo (Tello & Gauthier, 2012). Mediante la combinación de diversos recursos financieros y humanos (trabajo voluntario, donaciones, subvenciones, ingresos por actividades comerciales, etc.), estas organizaciones pueden reaccionar más rápidamente que el Estado en la satisfacción de ciertas necesidades (Weisbrod, 1988). Además, tienen la capacidad de responder a demandas específicas en las cuales las empresas con fines lucrativos no muestran interés porque estas demandas no son una fuente suficiente de beneficios (Vienney, 1994). Si tenemos en cuenta que la innovación social “*concerns the implementation of new social and institutional arrangements, new forms of resource mobilization, new answers to problems for which available solutions have proven inadequate or new social aspirations*” (Klein, Fontan, Harrison & Lévesque, 2012:11), varias iniciativas de economía social pueden entonces ser consideradas como innovaciones sociales.

¿Es posible proponer estas formas de innovación social para impulsar proyectos de turismo sostenible? Con el fin de dar algunas pistas de respuesta a esta cuestión, presentamos aquí un cuadro de análisis que, basado en los fundamentos de la economía social, puede inspirar nuevas iniciativas y nuevas investigaciones en el campo del turismo.

En la primera parte de nuestra nota, definimos y delimitamos el campo de la economía social. En la segunda, tomando en cuenta los elementos que dan forma a este campo, presentamos una reflexión sobre su pertinencia en el marco de la actividad turística y, a través de ejemplos concretos, invitamos al lector a repensar el desarrollo del turismo entorno de proyectos innovadores, inclusivos y sostenibles.

## Delimitación del ámbito de la economía social

La definición, los análisis y las prácticas relacionados con la economía social varían considerablemente según el contexto y el rol asumidos por el Estado y por el mercado (Defourny & Nyssens, 2010; Vaillancourt, 2006). Algunos autores consideran que este campo se refiere a todas las empresas, con o sin fines de lucro, que tienen una finalidad social (Lane & Casile, 2011) o a la totalidad del sector del voluntariado y de las organizaciones sin fines de lucro (Quarter, Mook & Armstrong, 2009). Otros autores se basan en elementos que van más allá de los objetivos sociales con el fin de definir la economía social: elementos tales como las reglas de funcionamiento (Vienney, 1994), el carácter emprendedor (Nyssens, 2006) o las características de solidaridad y reciprocidad (Laville, 1994).

Bouchard (2011) y Lévesque (2013) explican que la economía social ha sido analizada desde dos perspectivas teóricas diferentes. Según el enfoque anglosajón (Estados Unidos y Reino Unido) el análisis se centra en el estatus “sin fines de lucro” (Salamon, 1996) y hace hincapié en la generación de ingresos (Kerling, 2006). En Europa Occidental (en particular en los países de habla francesa) y en Quebec la gestión y el funcionamiento democrático de un grupo de organizaciones que **producen bienes y servicios** constituyen el punto focal (Evers & Laville, 2004). En este grupo se incluyen las cooperativas, las mutuales y las organizaciones sin fines de lucro que realizan una actividad productiva.

Inscritos en la misma perspectiva, Defourny y Nyssens (2010) señalan que en los Estados Unidos la economía social está relacionada con los emprendimientos empresariales con fines sociales que se han desarrollado de manera principal –aunque no exclusivamente– en el sector sin fines de lucro. En Europa, en cambio, donde la institucionalización de las empresas sociales está asociada a la evolución de las políticas públicas, la economía social se configura como una búsqueda de la democratización de la economía. En este contexto, el cual tomamos como referencia para nuestro análisis, la economía social ha sido definida alrededor de tres elementos principales: el estatus jurídico, el sector de actividad y algunos criterios específicos relacionados con la gestión y la participación de los miembros de la organización.

Con respecto al *estatus jurídico*, la **distribución restringida o prohibida de utilidades** es una de las características que determinan si una organización hace parte de la economía social. Así, todas las cooperativas y mutuales pertenecen a este campo. En cuanto a las organizaciones sin fines de lucro (*non-profit organisations*), en el enfoque que utilizamos solo se consideran las que producen bienes o servicios (Bouchard, 2011). Esta característica nos lleva a explicar el segundo elemento: el *sector de actividad*. Las organizaciones que no tienen como objetivo realizar actividades productivas están excluidas del ámbito de la economía social (por ejemplo, las asociaciones profesionales, las organizaciones políticas, las comunidades religiosas, sindicatos y fundaciones que buscan recoger y redistribuir los recursos).

Finalmente, *dos criterios* ayudan a delimitar más finamente el campo de la economía social: i) la *autonomía de gestión* con respecto al Estado y a las empresas con fines de lucro, ii) la *gobernanza democrática*. La autonomía de gestión se basa principalmente en la **adhesión voluntaria de los miembros** (es decir, libre entrada y libre salida) y en la **independencia en la toma de decisiones**. En cuanto a la gobernanza, el

sistema de toma de decisiones debe estar basado en **prácticas democráticas**. En un sentido amplio, este criterio se refiere al control que los miembros ejercen sobre la dirección, la estructura y el modo de operación de la organización (Desforges, 1980). Todos estos elementos, representados gráficamente en la Figura 1, nos permiten identificar el núcleo de la economía social.

**Figura 1.** Los límites de la economía social (a partir de Bouchard, 2013)



Además de estos elementos, para entender la existencia y funcionamiento de las organizaciones e economía social se debe considerar la doble naturaleza sobre la que ellas se fundan. Como indican Rousselière y Bouchard (2011), el modelo de organización de la economía social se define por la combinación de dos dimensiones: 1) la actividad económica (por ejemplo, la elaboración y comercialización de paquetes turísticos) y 2) la misión social (por ejemplo, proporcionar puestos laborales para las personas excluidas del mercado de trabajo). La misión social puede estar directamente relacionada con la actividad económica principal (por ejemplo, el turismo) o puede variar (por ejemplo, la explotación del turismo rural destinada a la educación de jóvenes). Esta dualidad fue señalada en la década de los ochenta por Vienney (1980, 1994), quien demuestra el carácter bipolar de la estructura productiva de la economía social (sobre todo entre las cooperativas y mutuales). Según el autor, estas organizaciones se caracterizan por ser creadas por un grupo de personas que comparten un proyecto colectivo y que deciden fundar y operar una empresa de propiedad colectiva con el fin de poner en marcha dicho proyecto.

Inspirado en este enfoque, Desforges (1980) analiza la estructura y las decisiones estratégicas de las cooperativas y hace hincapié en dos componentes que, según él, son esenciales para la comprensión de las organizaciones colectivas: la “asociación” y la “empresa”. La asociación constituye el fundamento de una organización colectiva y puede desempeñar diferentes roles de acuerdo a la evolución organizacional. La empresa, que encarna el proyecto colectivo, debe cumplir las condiciones propias del mercado (ser competitiva, ser capaz de sobrevivir a la competencia, etc.). Además, el autor identifica dos atributos adicionales que afectan a la estrategia y al desarrollo de la empresa colectiva: la propiedad y el uso (*l’usage*). A veces, las empresas

colectivas pueden privilegiar la propiedad (por ejemplo, las cooperativas que emplean estrategias de diversificación para aumentar el número de negocios que pertenecen al grupo), mientras que otras se centran en el uso (por ejemplo, las cooperativas que son creadas para que los miembros puedan acceder a ciertos productos o servicios. Es el caso de las organizaciones colectivas de turismo social orientadas hacia sus miembros). A largo plazo, la sostenibilidad que la asociación ofrece a la empresa estará esencialmente relacionada con el “uso” que los miembros realizan de las actividades que esta desarrolla.

### **Turismo y economía social**

Teniendo en cuenta el cuadro de análisis discutido en la sección anterior, exploramos aquí las posibilidades de un desarrollo turístico sostenible, inclusivo y democrático, basado en los principios y características de las organizaciones de economía social.

- **Apropiación local.** El éxito de un proyecto de desarrollo reposa en gran medida sobre su grado de apropiación por parte de los actores locales (Pozzebon, Tello & Delgado, 2013). Demoustier y Richez-Battesti (2010) constatan que la economía social está cada vez más asociada a proyectos de desarrollo local y regional. Es más, en ciertos casos, la economía social ha sido definida como estrategia de desarrollo local (Baptista & Bartholo, 2010). En el caso del turismo, muchos proyectos del rubro son presentados como “participativos o vivenciales” porque los turistas pueden participar de las actividades cotidianas de las comunidades que los acogen. A pesar de que estas experiencias puedan ser enriquecedoras para ambas partes (visitantes y visitados), por lo general las empresas que desarrollan y comercializan estos productos no son locales (Pérez, 2012). Un gran porcentaje de la riqueza generada es, en consecuencia, apropiada por actores ajenos a la comunidad local (Arellano, 2011). El desarrollo de empresas locales permite la “apropiación local” tanto del producto (si este es concebido por la empresa) como de la riqueza que su comercialización pueda generar. Si estas empresas además de ser locales son también colectivas, la “producción turística” que ellas realicen puede contribuir a la democratización de los beneficios y, dependiendo de la amplitud de las organizaciones de economía social, a nuevas dinámicas de desarrollo económico local.
- **Anclaje local y territorial.** Una de las características de las empresas que se desarrollan en el ámbito de la economía social es que cuentan con una legitimización local (RISQ, 2008): los actores locales participan de las actividades de la empresa (produciendo o consumiendo) y contribuyen en la producción de bienes o servicios (por ejemplo, como trabajadores asalariados o como voluntarios); ellos constituyen así un pilar esencial del desarrollo de la organización. Además, en muchos casos, los proyectos se fundan en alianzas con el Estado o con empresas privadas locales. Este anclaje local determina la sostenibilidad de la empresa a largo plazo y contribuye así al desarrollo económico local (Mertens, 2010). En el campo del turismo, Richez-Battesti y Oswald (2013) discuten el caso del grupo de turismo social Village Clubs du Soleil (VCS), en el cual una organización colectiva intenta inscribir las actividades de ocio propuestas a los turistas en la dinámica local (por ejemplo, participación en las fiestas tradicionales locales, animaciones realizadas por grupos locales, etc.). Además, la organización ha desarrollado formas de “coinversión”, como en el caso de la estación de esquí Superbagnères, donde VCS invirtió en la rehabilitación de un monumento que es el

ícono histórico de la región para convertirlo en hotel (Le Grand Hotel). El riesgo de inversión por la rehabilitación del monumento patrimonial fue asumido por VCS en contraparte de un alquiler simbólico pagado al gobierno local.

- **Impactos sociales y contribución al desarrollo sostenible.** Algunas experiencias, en las cuales los actores locales han sido involucrados en la gestión del turismo, muestran que los impactos positivos de esta forma de gestión son importantes: incremento en el nivel del capital humano, empoderamiento, emancipación económica, etc. (Huaita, 2012). En el caso de proyectos basados en los valores de la economía social, además de los efectos económicos (creación de empleos, incrementos en los ingresos, etc.) se evidencian impactos sociales importantes, como la reducción de la exclusión por medio de actividades económicas (por ejemplo, las empresas de inserción social), el incremento de la amalgama social (por ejemplo, las cooperativas de habitación), la reducción de desigualdades sociales (por ejemplo, las empresas de prestación de servicios). Una experiencia interesante que ilustra los impactos sociales y la contribución de empresas de economía social al desarrollo local es el de la Union Nationale des Centres Sportifs de Plein Air (UCPA) (Légaut, 2013). Uno de los objetivos de esta organización colectiva especializada en servicios de ocio es crear empleos de calidad que no se desplacen de una región según la rentabilidad del proyecto. Asimismo, la empresa busca asegurar la consecución de una carrera profesional para sus empleados e invierte en el desarrollo de capacidades y en el capital humano.
- **La democratización de la economía y del turismo.** La economía social es sin duda una alternativa interesante para democratizar la economía y la distribución de la riqueza. En el campo del turismo, Légaut (2013) y Viannay (2013) exploran experiencias que han permitido el acceso de algunos grupos desfavorecidos a las actividades de ocio. El primer autor muestra cómo la UCPA ha democratizado las vacaciones hacia destinos de montaña o de playa, especialmente entre los jóvenes. La organización ha creado, asimismo, espacios deportivos móviles y actividades estacionales en medios desfavorecidos de los centros urbanos. Viannay (2013) presenta la experiencia de VVF Villages, una asociación que se funda sobre dos objetivos: 1) proponer la posibilidad de vacaciones accesibles y de calidad a un gran número de personas; 2) ser un actor importante en el desarrollo local. Esta empresa de economía social ofrece productos turísticos con una política tarifaria de reducciones directas a las familias en función de sus ingresos. Además, la organización es reconocida por su gestión democrática, la inversión en sus recursos humanos y por su aporte a la economía local.

## A modo de conclusión

En respuesta a las fallas del Estado o del mercado se desarrollan iniciativas sociales notables por su capacidad innovadora y creativa. En el caso de los países en vías de desarrollo, estas iniciativas son numerosas y sus resultados son importantes. En el Perú, la experiencia de Villa El Salvador (Lima), de la cooperativa de café Putina Punco (Sandía) o de la gestión de residuos sólidos en Cerro El Pino (Lima) ilustran bien la amplitud de estas iniciativas, muchas de las cuales adoptan un proyecto económico y son entonces enmarcadas en el campo de la economía social.

La contribución de las organizaciones que hacen parte de este campo a las dinámicas de desarrollo depende en gran medida del rol del Estado. Bouchard (2010) explica que en los contextos donde el Estado presenta muchas deficiencias, las organizaciones de la economía social sirven de paliativo para llenar los espacios dejados por el “mal desarrollo”. En un contexto basado en el “Estado providencia”, la economía social sirve de complemento a las acciones públicas y a los mecanismos de mercado. En otros casos, cuando el Estado ha creado el marco legal e institucional para el desarrollo de formas alternativas de emprendimiento empresarial, las organizaciones de economía social participan en la construcción de nuevos marcos normativos, sus prácticas son reconocidas y legitimadas por los otros actores del sistema (el Estado y el mercado). Teniendo en cuenta los problemas de distribución de la riqueza y de exclusión social que aqueja a la mayor parte de los países latinoamericanos, es indispensable que los responsables políticos contribuyan al desarrollo y a la sostenibilidad de proyectos locales innovadores, más aún si se trata de proyectos “endógenos” (es decir, iniciados por los actores locales) que se fundan en principios democráticos de gestión (asociaciones, mutuales, cooperativas).

En el ámbito del turismo, donde muchos destinos reconocidos internacionalmente presentan aún graves problemas de “pobreza socioeconómica” (por ejemplo, la región de Cuzco en Perú; Arellano, 2011; Tello & Paredes, 2002), el rol facilitador del Estado es urgente e indispensable: un Estado que cree las condiciones políticas, legales y administrativas para que las iniciativas locales puedan ser sostenibles.

Esta nota de investigación presenta los principios de una alternativa interesante y viable para un desarrollo turístico más equitativo y democrático: la economía social. Estos pueden servir de base para el planteamiento de nuevas iniciativas y pueden inspirar también proyectos de sistematización de experiencias en el ámbito del turismo, principalmente en el contexto latinoamericano, así como investigaciones tanto teóricas como empíricas.

## Referencias

- Arellano, A. (2011). Tourism in poor regions and social inclusion: The porters of the Inca Trail to Machu Picchu. *World Leisure Journal*, 53(2), 104-118.
- Baptista, E. & Bartholo, R. (2010). Les entreprises sociales de base communautaire, nouveaux protagonistes pour un autre développement. Une étude sur quelques groupes productifs dans le contexte Brésilien. *Innovations*, 3(33), 203-224.
- Bouchard, M. (2010). The evaluation of the social economy in Quebec: With regard to stakeholders, mission and organizational identity. En M. Bouchard (Dir.). *The Worth of the Social Economy: An International Perspective* (pp. 11-132). Bruselas: CIRIEC y Peter Lang.
- Bouchard, M. (2011). Introduction. L'innovation sociale en économie sociale. En M. Bouchard (Dir.). *L'économie sociale. Vecteur d'innovation. L'expérience du Québec* (pp. 1-20). Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Bouchard, M. (2012). Social innovation, an analytical grid for understanding the social economy: the example of the Quebec housing sector. *Service Business*, 6(1), 47-59.
- Bouchard, M. (Ed.) (2013). *Innovation and the Social Economy: The Quebec Experience*. Toronto: University of Toronto Press.
- Defourny, J. & Nyssens, M. (2010). Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 32-53.
- Demoustier, D. & Richez-Battesti, N. (2010). Les organisations de l'économie sociale et solidaire: gouvernance régulation et territoire. *Géographie Économie Société*, 12(1), 5-14.
- Desforges, J. G. (1980). Stratégie et structure des coopératives. *Revue du CIRIEC, numéro especial: Stratégies et développement des coopératives*, 12(1), 32-58.

- Evers, A. & Laville, J. L. (2004). Defining the third sector in Europe. En A. Evers & J. L. Laville (Eds.). *The third sector in Europe*. Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Huaita, A. M. (2012). Ecoturismo y desarrollo humano. El caso de una asociación privada con la comunidad de Infierno. *Turismo y Patrimonio*, 7, 24-31.
- Kerlin, J. A. (2006). Social enterprise in the United States and Europe: Understanding and learning from the differences. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 17(3), 246-262.
- Klein, J. L., Fontan, J. M., Harrisson, D. & Lévesque, B. (2012). The Quebec system of social innovation: a focused analysis on the local development field. *Finisterra. Revista Portuguesa de Geografia*, XLVII(94),9-28.
- Lane, M. D. & Casile, M. (2011). Angels on the head of a pin: The SAC framework for performance measurement in social entrepreneurship ventures. *Social Enterprise Journal*, 7(3), 238-258.
- Laville, J. L. (Ed.) (1994). *L'économie solidaire. Une perspective internationale*. Paris, Desclée de Brouwer, 1994.
- Légaut, G. (2013). L'UCPA, entreprise associative sociale et solidaire. *ESPACES Tourisme et Loisir*, 310, 111-114.
- Lévesque, B. (2013). How Social Economy Won Recognition in Québec at the End of the Twentieth Century. En M. Bouchard. *Innovation and Social Economy*. Toronto: University of Toronto Press.
- Mertens, S. (Ed.). (2010). *La gestion des entreprises sociales*. Lieja, Belgica: EdiPro.
- Nyseens, M. (Dir.). (2006). *Social enterprise*. London: Routledge.
- Pérez, B. (2012). Retóricas de turismo y desarrollo en los Andes. La red de turismo rural comunitario Pacha Paqareq, Perú. En R. Asencio & B. Pérez (Eds.). *¿El turismo es cosa de pobres? Patrimonio cultural, pueblos indígenas y nuevas formas de turismo en América Latina*. Colección Pasos Edita N° 8. IEP. Recuperado de <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosedita/PSEdita8.pdf>
- Pozzebon, M., Tello Rozas, S. & Delgado, N. (2013). The use and consequences of participatory GIS in a Mexican municipality: Applying a multilevel framework. *RAE. Revista de Administração de Empresas - Journal of Business Administration* (en prensa).
- Quarter, J., Mook, L. & Armstrong, A. (2009). *Understanding the Social Economy: A Canadian Perspective*. Toronto: University of Toronto Press.
- Richez-Battesti, N. & Oswald, P. (2013). Les principes de l'économie sociale et solidaire au cœur de la stratégie des Villages Clubs du soleil. *ESPACES Tourisme et Loisir*, 310, 99-110.
- RISQ (2008). *Guide d'analyse des entreprises d'économie sociale*. Québec: Réseau d'Investissement Social du Québec.
- Rousselière, D. & Bouchard, M. (2011). À propos de l'hétérogénéité des formes organisationnelles de l'économie sociale: isomorphisme versus écologie des organisations en économie sociale. *Canadian Review of Sociology. Revue Canadienne de Sociologie*, 48(4), 415-453.
- Salamon, L. M. (1996). *The Emerging Nonprofit Sector: An Overview*. New York: Manchester University Press.
- Tello, S. & Gauthier, B. (2012). Les tontines favorisent-elles la performance des entreprises au Cameroun? *Revue d'Économie du Développement*, 26(1), 5-39.
- Tello, S. & Paredes, J. C. (2002). Turismo, pobreza y desarrollo. Una propuesta de análisis para América Latina. *Alcuth*, 1, 29-51.
- Vaillancourt, Y. (2006). Le tiers secteur au Canada, un lieu de rencontre entre la tradition américaine et la tradition européenne. *Canadian Review of Social Policy. Revue Canadienne de Politique Sociale*, 56, 23-39.
- Vásquez, E. (2012). *El Perú de los pobres no visibles para el Estado: La inclusión social pendiente a julio del 2012*. Documento de discusión DD/12/04. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Verdera, F. (2007). *La pobreza en el Perú. Un análisis de sus causas y de las políticas para enfrentarla*. Lima, Instituto de Estudios Peruanos.
- Viannay, C. (2013). VVF Village, entreprise d'économie sociale et solidaire. *ESPACES Tourisme et Loisir*, 310, 115-117.
- Vienney, C. (1980). Rapports d'activités et rapports de sociétariat. En J. G. Desforges & C. Vienney (Dir.). *Stratégie et organisation de l'entreprise coopérative* (pp. 251-286). Montreal: Éditions du Jour.
- Vienney, C. (1994). *L'économie sociale*. Paris: La Découverte.
- Weisbrod, B. (1988). *The nonprofit economy*. Cambridge: Harvard University Press.

# ENFOQUE DOCTRINAL

# CRITERIOS DE COMPARACIÓN ENTRE ITINERARIOS CULTURALES (PATRIMONIALES) Y RUTAS DISEÑADAS

## COMPARATIVE CRITERIA BETWEEN CULTURAL ROUTES (HERITAGE) AND DESIGNED ROUTES

Alberto Martorell Carreño  
Presidente de Icomos Perú, Perú

Recibido: 18 de noviembre de 2013

Aceptado: 24 de julio de 2014

---

### RESUMEN

El avance de la teorización sobre un tema requiere desarrollar criterios útiles para contrastar y comparar los diferentes conceptos involucrados. En el número 7 de *Patrimonio Cultural y Turismo* (diciembre de 2012) planteamos una primera aproximación a esta clase de discusión en lo concerniente al concepto de “itinerarios culturales”. En este artículo elaboramos una aproximación comparativa más detallada, considerando los mismos criterios propuestos para distinguir entre itinerarios culturales (o itinerarios patrimoniales si aplicamos la terminología usada en las Directrices Prácticas de la Convención de Patrimonio Mundial) y otros tipos de rutas que no son históricas sino creadas o diseñadas obedeciendo a diferentes motivaciones y elementos.

**Palabras clave:** Criterios de comparación, itinerarios culturales, itinerarios patrimoniales, rutas creadas, rutas diseñadas.

### ABSTRACT

The theoretical improvements on an academic issue require developing criteria useful to contrast and compare different concepts under discussion. In the former issue of *Patrimonio Cultural y Turismo* (N° 7, December 2012) we proposed a first approach to this kind of exercise concerning to “cultural routes” concept. In this article we elaborate a more detailed comparative approach, considering the same criteria proposed to distinguish between cultural routes (or patrimonial routes if we use the terminology used in the Operational Guidelines of the World Heritage Convention) and other kind of routes which are not historic, but designed through different motivations and elements.

**Key words:** Comparative criteria, cultural routes, heritage routes, created routes, designed routes

## Marco teórico

El tema de los itinerarios culturales de carácter patrimonial (itinerarios patrimoniales) tiene su origen en la inscripción del Camino de Santiago de Compostela (Camino Francés) en España como Patrimonio Mundial y luego ha tenido sus principales desarrollos en la Carta Internacional de Itinerarios Culturales de ICOMOS (Quebec, 2008) y en el Anexo III de las Directrices Prácticas para la Aplicación de la Convención de Patrimonio Mundial (cuya última versión en español data del 2011). Entre los principales estudios realizados sobre el tema cabe mencionar las actas de diversas reuniones del Comité de Itinerarios Culturales de ICOMOS (CIIC, 2001 a y b; 2009), así como trabajos de Feliu (2009), Hernández (2010), Martínez (2010), Martorell (2003; 2004 a y b; 2005 a, b y c; 2006; 2008 a y b; 2012), Suárez-Inclán (1999 a y b; 2003, 2005 y 2007) y Tresserras (2006). Este conjunto de estudios, consultados para la realización del presente artículo, constituyen una teorización acerca de los llamados *itinerarios patrimoniales* o *itinerarios culturales* que, de acuerdo a los textos antes citados constituyen un corpus histórico, en el que la base epistemológica es la de la teoría del patrimonio cultural como objeto de estudio de carácter histórico, básicamente, por lo que se incluyen en su ámbito aquellos casos de itinerarios que han tenido (y en algunos casos mantienen) un uso como vías de comunicación ciertas, concretas y, por ende, física e históricamente determinables. Nuestra teorización ha partido de un análisis de los diversos casos que corresponden a la categoría en la Lista del Patrimonio Mundial, determinándose que las características comunes de todas ellas es su historicidad, y los procesos de movimiento de personas facilitados mediante la *conectividad geográfica* facilitada por la vía material o el uso continuo del territorio con ese fin, y cuya consecuencia principal es generar interrelación entre las poblaciones vinculadas con su recorrido y uso tradicionales.

Sobre el tema de las rutas culturales europeas debe hacerse una referencia genérica a la página *web* del Instituto Europeo de Itinerarios Culturales (<http://www.culture-routes.lu>) y a las respectivas páginas de las numerosas rutas aprobadas en su contexto, donde destacamos el trabajo de Tondré (2007). Sobre otros tipos de rutas la literatura es inmensa y no necesariamente rigurosa, sobresaliendo los artículos de Briedenhann y Wickens (2004), Donaire y Gali (2008), Hernández (2011) y López-Guzmán y Sánchez (2008). Se trata de una aproximación distinta del tema de las comunicaciones, en las que hablamos de *rutas diseñadas*, en torno a determinados temas de interés, pero que no necesariamente cumplen con la característica de ser resultado de un uso histórico previo. Puede así no haber existido una vía de comunicación histórica sino que hay un *hilo conductor* temático que las determina. Es, entonces, la comunicación actual y el posible recorrido por dicho interés temático lo que las determina.

## Análisis comparado

En los siguientes párrafos se realiza un análisis comparativo de los itinerarios de tipo patrimonial y de otras rutas creadas o diseñadas, poniéndose especial énfasis en sus características básicas, criterios metodológicos y aplicativos, basados en la teorización antes esbozada y los análisis comparativos realizados.

### *Por su origen*

Dado que estamos desarrollando criterios objetivos de comparación entre los llamados “itinerarios culturales” y toda una serie amplia de propuestas que abarcan desde los “itinerarios culturales europeos” hasta las rutas turísticas, consideramos que este criterio de diferenciación es verdaderamente importante.

En efecto, sostenemos que los “itinerarios patrimoniales” son entidades preexistentes a cualquier intento moderno de interpretación y patrimonialización que podamos emprender respecto a cualquiera de ellos, y que el hecho de que un itinerario en especial no sea materia de reconocimiento, declaratoria o estudio alguno no lo desnaturaliza ni contradice sus valores. Se trata de un bien cultural resultante de un proceso histórico e incluso en caso de que su existencia se mantenga al margen del conocimiento humano, la potencialidad de descubrimiento de sus valores recae en su existencia misma. Un itinerario cultural, por lo tanto, es un bien determinado por su trazado y utilización histórica. No se crea, no se inventa, no se diseña. Existe.

Las muestras son muchas y diversas. En España, el Camino de Santiago de Compostela, conocido como el Camino Francés, se corresponde con el trazado descrito en el *Códice Calixtino*<sup>1</sup>, considerado por algunos como la primera “guía del viajero”, y que contiene la descripción de dicho camino, utilizado desde época anterior al siglo XI del que data el referido códice. Comprende no solo el trazado físico, sino un impresionante repertorio de edificios religiosos y seculares que forman parte integrante del itinerario histórico, como los llamados “hospitales de peregrinos” (por ejemplo el Hospital del Rey en Burgos); verdaderas joyas de la ingeniería como el puente La Reina en el poblado del mismo nombre, en Aragón; catedrales maravillosas como la de Burgos, la de León y la del propio Santiago de Compostela. Ese camino es, pues, un trazado histórico que tuvo uso real y concreto, vinculado principalmente a la peregrinación hacia la catedral de Santiago, pero no utilizado únicamente con ese fin.

Un ejemplo cercano de este tipo de bien lo tenemos en el denominado Qhapaq Ñan o Camino Principal Andino, que incluye las miles de rutas que partiendo en dirección a los cuatro *suyos* (es decir hacia los cuatro puntos cardinales) desde la plaza del Cuzco, se extendieron a zonas tan lejanas como el territorio andino argentino, el área central de Chile, pasando por toda Bolivia y luego por todo Ecuador hasta Nariño (Colombia).

El Qhapaq Ñan ha sido materia de un proyecto de bastante largo aliento, en el que han participado los seis países andinos (Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Perú) y el Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO. Dentro de ese proyecto se constituyó un “Comité de sabios” que propuso la siguiente definición:

...Qhapaq Ñan es uno de los mayores logros del mundo antiguo, y, a la fecha, sirve como vínculo entre las formas de vida ancestrales y contemporáneas en la América Andina. Este Camino Principal

---

<sup>1</sup> El *Códice Calixtino* es un manuscrito que data del siglo XII, en cuyo Libro V se describe el recorrido que los viajeros debían seguir desde Francia para arribar a Santiago de Compostela. De autor anónimo, se le atribuye a Américo Picaud.

Andino conectó una bien desarrollada red de vías y una infraestructura construida a lo largo de un período de más de 2,000 años por las culturas andinas preincaicas. Muchos de esos sitios ya han sido consagrados en la Lista del Patrimonio Mundial. Este sistema de rutas longitudinales y latitudinales, que se expandió a lo largo de más de 23,000 kilómetros, conectó varios centros productivos, administrativos y ceremoniales y a los centros de poder y los valles cálidos tanto como los desiertos y las juntas en los más alejados puntos del imperio. Esta red de caminos se constituyó en una rica fuente de todas las clases de relaciones a lo largo del territorio y fue parte integral del sistema de poder, al unir al imperio tanto física como orgánicamente. Este sistema de comunicación continental creció como una respuesta a un programa político que data del siglo XV. Los incas extendieron las rutas a los lejanos confines del imperio para asegurar que el flujo de ideas, poder, bienes y cosmologías alcanzara fácilmente todas las áreas del vasto imperio inca algo más de cuatro millones de kilómetros cuadrados de tierra desde la costa del Pacífico hasta los 500 metros sobre el nivel del mar (Comité del Patrimonio Mundial, junio-julio 2007).

Como podemos apreciar, la vigencia de estos caminos es cierta, concreta y tangible desde mucho antes de haberlos pensado como patrimonio cultural.

Veamos ahora el caso de los itinerarios culturales creados que, esencialmente, son de dos tipos: itinerarios basados en algún hilo temático histórico, patrimonial, territorial, etc. –lo que les da un significado determinado– e itinerarios turísticos propiamente dichos. La institución que más ha trabajado rutas del primer tipo es el Instituto Europeo de Itinerarios Culturales (EICR por sus siglas en inglés), cuyo objetivo tiene que ver con la creación de lazos culturales entre los diversos pueblos del viejo continente. De hecho, este tipo de itinerario es definido como “una ruta que cruza uno o más países o regiones, organizada en torno a temas cuyo interés histórico, artístico o social es evidentemente europeo, ya sea en razón de la ruta geográfica seguida o por la naturaleza y/o alcances de su rango y significatividad” (Capp, 2001).

Esto genera un amplio margen, en el que se han incluido desde rutas patrimoniales como el mencionado Camino de Santiago de Compostela –es decir, rutas preexistentes a cualquier intento de gestión o interpretación cultural, resultado del proceso histórico y por lo tanto correspondientes al primer tipo que venimos comentando– hasta rutas creadas en torno a eventos como festivales y ritos populares de Europa, o vinculadas a la fantasía literaria como la Ruta de Don Quijote (que no por provenir de la pluma más importante de la lengua española, como es la de Cervantes, deja de ser fantasía). Resulta curioso y digno de ser citado el tratamiento legal recibido justamente por la ruta del ingenio cervantino, que tuvo su propia ley, hoy derogada, dada por el parlamento del gobierno autonómico de Castilla-La Mancha (Ley 7/2006 de 20 de diciembre) y que definía dicha ruta como “el conjunto de caminos, vías pecuarias, antiguas plataformas ferroviarias y otras vías de uso público conectadas entre sí y que se describen en el anexo I de esta ley, de acuerdo con la cartografía que figura en el anexo II”. No se trata entonces necesariamente de la posible localización de los lugares que en la obra literaria se describen y que, eventualmente, podrían tener un correlato en la realidad material.

Los orígenes de los itinerarios culturales europeos tienen así dos derroteros bastante alejados entre sí. Por un lado pueden coincidir con los itinerarios patrimoniales y por otro pueden abarcar criterios de gran amplitud, cuyo referente común es el hecho de ser europeos. En esta última variable tenemos aún dos criterios adicionales de diseño: recorridos en torno a referentes patrimoniales como la Ruta del Barroco (que se inspira en los lugares más sobresalientes de esta corriente artística) y los que toman, como hemos visto, incluso referencias literarias.

Pero la libertad es mayor cuando hablamos de rutas turísticas, en cuyo caso no hay necesariamente un criterio temático ni mucho menos un itinerario histórico determinado y concreto. Los intereses de una propuesta turística pueden agregarse libremente a un recorrido sin que ello vaya en desmedro de la propuesta. Puede tratarse incluso de lo que solemos llamar “turismo cultural” porque su principal referente está conformado por sucesos culturales, que no tienen que estar ni vinculados entre sí ni responder a un hilo conductor cultural. Las distancias, la disponibilidad de vuelos directos, el atractivo de los sitios, etc. son criterios que se adoptan al definir este tipo de propuestas, buscando sobre todo generar una ganancia al *tour* operador. Allí las alternativas son infinitas. Tomo alguna al azar de Internet: Madrid, Burdeos, París, Ámsterdam, Frankfurt, Praga, Innsbruck, Venecia, Florencia, Roma, Niza, Barcelona y nuevamente Madrid. Este recorrido es ofertado bajo el nombre de “Leyendas de Europa II” en el sitio *web*: [http://www.sierraverdeperu.net/principal/index.php?page=shop.product\\_details&flypage=garden\\_flypage.tpl&product\\_id=437&category\\_id=35&option=com\\_virtuemart&Itemid=101](http://www.sierraverdeperu.net/principal/index.php?page=shop.product_details&flypage=garden_flypage.tpl&product_id=437&category_id=35&option=com_virtuemart&Itemid=101). Tal vez, el criterio principal aplicado es la viabilidad del recorrido continuo por autovías seguras y de buena calidad, además de un diseño que permite una ida y un retorno igualmente atractivos.

### *Por su naturaleza*

Los itinerarios de carácter patrimonial tienen, como hemos visto, un origen histórico determinado. Se puede tratar tanto de trazados concretos sobre la superficie terrestre –donde se modifica el espacio geográfico con el fin de superar los obstáculos que se presenten–, como de montañas o quebradas, grandes desiertos o cursos de agua. Ante este tipo de obstáculos, con el afán de generar conectividad territorial, los hombres han desarrollado una serie de instrumentos tecnológicos como puentes, túneles, etc. Todo ese conjunto de bienes contribuyó a darle a los itinerarios sus dos valores esenciales: conectividad para facilitar el movimiento de personas a través de ellos e interrelación entre sus usuarios, cuyos resultados se pueden apreciar hoy en día en tendencias arquitectónicas diseminadas y compartidas, corrientes de pensamiento, creencias religiosas, etc. Esto significa que la naturaleza de un itinerario cultural es rica y compleja. Incorpora una serie de elementos funcionales que han permitido, y en muchos casos siguen haciéndolo así, el desplazamiento de los seres humanos. Y este es un elemento clave cuando queremos aproximarnos al tipo de bienes que venimos caracterizando: para entenderlo es necesario comprender la lógica de su funcionamiento.

Dicha lógica determina la distancia entre los hospitales de peregrinos en el Camino de Santiago de Compostela, que oscilan entre los 21 y 25 km y que, de acuerdo a la naturaleza del terreno, son los que puede recorrer una persona; aproximadamente la misma distancia a la que se encuentran entre sí los tambos

del Qhapaq Ñan. Algo mayor es la distancia propia de las postas, lugares de descanso y avituallamiento de los caminos reales, donde se utilizaba animales de carga y transporte. En ese caso se trata de 30 km, lo que se explica por los traslados, por ejemplo, de ganado, pues seguramente la capacidad de recorrido de los caballos es mayor.

En cambio, los itinerarios diseñados y las rutas turísticas en general tienen puntos incluidos según el criterio de quien los trace. No son históricos y por lo tanto no abarcan dentro de su conceptualización determinados bienes por razones funcionales, sino por criterios actuales y modernos, que con libertad elige el responsable del diseño. Nótese que no estamos disminuyendo su valor, pero es necesario juzgarlo dentro de sus características y, justamente, de acuerdo a su naturaleza. Sin lugar a dudas una ruta turística bien diseñada se convierte en una placentera experiencia y contribuye al conocimiento de los sitios y al acrecentamiento espiritual de los turistas que adquieran los derechos de recorrerla.

### ***Por su contenido***

Un itinerario patrimonial contiene de manera unitaria y como elementos propios del sistema de comunicación histórico que se ha dado a través de él, aquellos elementos asociados a su funcionalidad (como el caso de los tambos incas, los hospitales de peregrinos y las postas antes mencionadas) y una serie de otros elementos resultantes del proceso de interinfluencia cultural que su uso ha generado entre unas y otras poblaciones ubicadas a lo largo del recorrido. Pensemos, por tomar otro ejemplo, en la Ruta del Incienso, inscrita en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO el año 2005, donde además del trazo mismo del camino se consideran integrantes del itinerario otros elementos, que la descripción oficial de la UNESCO detalla indicando su ubicación. En el caso del desierto del Néguev precisa que se trata de cuatro antiguas ciudades nabateas: Avdat, Haluza, Mamshit Kurnub y Shivta, así como de una serie de fortalezas y paisajes agrícolas que marcaban los caminos por donde transitaban el incienso, la mirra y las especias hacia la cuenca del Mediterráneo, un comercio sumamente rentable entre el sur de la Península Arábiga y la cuenca del Mediterráneo, que tuvo lugar desde el siglo III a. C. hasta el siglo II d. C. Pueden verse restos de sistemas de irrigación, construcciones urbanas, fortines y caravasares, testimonio del uso humano y de su forma de asentarse en territorios difíciles.

El contenido de una ruta diseñada o turística responde, nuevamente, a la libre decisión de quienes la crean. En el caso de los itinerarios propiamente patrimoniales, entonces, es el uso histórico de los elementos y la evolución del transcurrir del proceso mismo los que la integran. En los demás hay una amplia gama de posibilidades, que pueden incluir (o no) referentes patrimoniales, pero la asociación entre ellos no está dada por la historia, sino por la intencionalidad de los responsables de su propuesta.

### ***Por su patrimonialidad***

Un itinerario cultural es un todo unitario, y cada uno de sus componentes forma parte integrante del mismo proceso de comunicación y del movimiento de personas y bienes que se han dado a lo largo de su vigencia.

Este factor debe ser cuidadosamente tenido en cuenta por quienes se encarguen del estudio y selección de sitios que se van a considerar en el proceso de identificación. Muchas veces se comete el error de incluir únicamente los elementos más “monumentales”, dejando de lado por ejemplo los puntos de vigilancia que son de gran importancia en rutas comerciales o en las que discurrieron por territorios hostiles, pues garantizaban la viabilidad misma del desplazamiento.

En cambio, en el caso de rutas temáticas y turísticas, no existe un carácter unitario subyacente a su esencia misma. Si bien hay una lógica de recorrido, pueden asociarse a este de manera arbitraria bienes que no estuvieron ligados históricamente. Las rutas culturales europeas suelen tener un hilo conductor temático, pero este no perderá sentido por el hecho de que algún bien potencialmente incluíble no sea considerado. Mucho menos en el caso del recorrido turístico, donde se puede pasar por ciudades de muy diverso origen, espacios naturales o lugares de esparcimiento de muy reciente creación.

### ***Por sus objetivos***

Los objetivos primordiales de un itinerario de carácter patrimonial son su investigación histórica y su conservación con técnicas apropiadas a bienes del patrimonio cultural. Eso implica su puesta en valor y, siendo que el patrimonio cultural debe ser visto como un recurso para el desarrollo integral y sostenible de las poblaciones de sitio, su uso apropiado.

El recorrido de una ruta temática responde a criterios modernos relacionados con el conocimiento del tema elegido. Es probable que este tema esté representado por bienes patrimoniales que deberán conservarse, pero esa no es labor del responsable de la ruta, sino de quien administre el sitio concreto.

Las rutas turísticas incluyen normalmente elementos patrimoniales, pero están completamente alejadas de las labores científicas y de conservación que sobre ellos se realicen. Es más, consideramos directamente un error pretender dar al operador turístico responsabilidades sobre el sitio mismo, pues evidentemente su labor dista mucho de la especializada propia de la gestión integral del patrimonio. Lo que sí es cierto es que esos bienes patrimoniales funcionarán mejor como atractivo para los turistas en la medida en que se encuentren en el mejor estado de conservación posible. Allí sí hay una labor para el agente turístico, que puede informar a las autoridades responsables cuando existan evidencias de deterioro en bienes a los que lleva a sus clientes. Le corresponde también empaparse debidamente del conocimiento que le permita dar información fidedigna a quienes requieran sus servicios. En resumen, el objetivo de una ruta turística es el placer y el deleite de quienes la recorran, a lo que se puede agregar la generación de ingresos económicos que beneficien a la población de los lugares visitados.

### ***Por su extensión***

Un itinerario cultural tiene límites históricos, alcanza a aquellos lugares que estuvieron vinculados con el recorrido durante la vigencia de la ruta. Quien la gestione no puede agregar o quitar a su libre albedrío puntos que forman parte de ese trazo concreto. Sin embargo, hay que tener en cuenta que en algunas

ocasiones determinados tramos de la ruta histórica han desaparecido por múltiples factores, siendo uno de los más usuales la construcción moderna. En ese caso, usando fuentes de información científicamente contrastadas y comunicando debidamente el hecho, se puede complementar el recorrido con elementos modernos para recuperar la integralidad del bien.

Los itinerarios temáticos europeos pueden abarcar diversas manifestaciones del mismo tema, pero no podrán extenderse a terceros temas, por más que revistan gran interés. En cambio en una ruta turística no hay límites más allá de la capacidad adquisitiva de quienes tomen los servicios del *tour* operador que la promueva. Tanto es así que existen algunas propuestas de recorrido de carácter global, al alcance de quienes tienen ingentes recursos económicos.

### ***Por su gestión***

La gestión de un itinerario patrimonial responde a los criterios técnicos que le son aplicables, y debe tener un carácter unitario. Es necesario que se coordinen las acciones por realizarse, de tal modo que no existan discrepancias o incompatibilidades entre la gestión de uno u otro tramo del mismo itinerario.

Los itinerarios culturales europeos se realizan dentro de ciertos niveles de coordinación, pero dado que no se trata de un bien patrimonial no requieren necesariamente de la coordinación de metodologías de intervención y demás acciones. Aunque es de anotarse que estos itinerarios tienen comités de gestión en los que participan representantes de los diversos puntos incluidos y que las labores de promoción suelen ser concertadas.

La gestión de una ruta cultural es la propia de la actividad turística y tiene que ver con la logística del servicio que se brinde, la que no variará mucho entre recorridos de igual nivel en destinos diferentes.

### ***Por el tipo de actividades permitidas***

En un itinerario cultural serán permitidas aquellas acciones compatibles con los intereses de su conservación. En los demás tipos de rutas las limitaciones que se puedan dar no provendrán de la gestión del recorrido mismo, sino en todo caso de cada bien puntualmente incluido. En la ruta turística, igualmente, no hay pautas de comportamiento (salvo las de la adecuada convivencia entre los diversos visitantes), pero en cada lugar habrá que seguir las reglas locales.

### ***Por la población***

Normalmente cuando hablamos de patrimonio cultural, hacemos referencia a la población local. Esto resulta sumamente fácil, por ejemplo en un centro histórico. Pero, ¿cuál es la población local del Qhapaq Ñan, la que habita en el Cuzco o la de Nariño en Colombia (por citar un punto muy alejado)? ¿A quiénes debe beneficiar la gestión integral del bien? ¿A quiénes perjudica la destrucción de uno de los tramos, probablemente a miles de kilómetros de su lugar de residencia, pero que forman parte de “su” itinerario?

La respuesta necesaria es que cada uno de los puntos a lo largo del itinerario cultural está habitado en condiciones igualitarias por la misma población de sitio, pues se trata del mismo bien. Por ello se requiere hacer todos los esfuerzos posibles para que cada poblador local entienda que, más allá de su territorio, el bien se explica en su totalidad.

El sentido de “población local” en otro tipo de rutas difiere totalmente. En el ejercicio del turismo, cuando se piensa en población local se suele considerar el tema de las actitudes hacia el visitante, por ejemplo. Una máxima del turismo es que se trata de una actividad generadora de recursos de manera extensiva. Esto es cierto si se tiene en cuenta criterios participativos, se da acceso al visitante a la experiencia y se realiza contacto directo con el lugareño.

### ***Por la información y presentación***

La información y presentación de un itinerario cultural deben dar cuenta de su unicidad y de los procesos de comunicación, movimiento de personas e interinfluencia cultural que se han dado a lo largo de su uso histórico. Uno de los graves problemas de gestión es que la patrimonialización integral del camino muchas veces resulta inviable dada su amplitud. En el caso de su inscripción como Patrimonio Mundial, por ejemplo, pensar en los estándares máximos de conservación que ello implica para un recorrido de varios miles de kilómetros resulta ser económicamente inviable. Pero justamente si ello ocurre se puede recurrir a los centros de interpretación para compensar el hecho de que un tramo sea integrado de manera directa y otros no.

Ahora bien, la información de las otras versiones de itinerario busca igualmente desplegar la integridad del recorrido, que deberá estar claramente incluido en la documentación de presentación de una ruta turística determinada.

Sin embargo, un itinerario cultural requerirá que se resalten los bienes funcionalmente vinculados a su historia, a los que nos hemos venido refiriendo en diversos ítems de este artículo. También es importante que se refleje la integralidad del proceso de intercambios que se haya dado y las corrientes de pensamiento, religiosas, artísticas y de otra naturaleza que explican los bienes que lo representan.

### ***Por su duración***

Un itinerario cultural no tiene una fecha de caducidad, pues los hechos acaecidos en su recorrido forman ya parte concreta y verídica de la historia, algo que no se puede decir de los otros tipos de itinerarios que por diversas razones podrían quedar totalmente desensamblados. De hecho, en el mundo del turismo, la innovación lleva muchas veces a que se abandone la oferta de un determinado recorrido que pasa rápidamente a ser sustituido por otro, sobre la base de los criterios propios del mercado: la oferta y la demanda.

## Conclusión

Hemos demostrado con bastante detalle que los itinerarios culturales o itinerarios patrimoniales son entidades históricas con características propias y que no se pueden ni deben confundir con otro tipo de recorridos, resultado del libre albedrío e iniciativa contemporáneos. El único punto conceptual que tienen en común es que implican un desplazamiento de personas sobre un determinado territorio, pero eso no es suficiente como para afirmar que comparten otras características. Sin embargo, observamos en la realidad que comienzan a proliferar ofertas creadas y diseñadas, como si tuvieran el mismo carácter que los itinerarios culturales, lo que genera una confusión considerable que debe ser superada.

Nuestra propuesta, que ya hemos planteado en ocasiones anteriores, es que se lleve a cabo una gran reunión entre expertos y representantes de los organismos involucrados, principalmente entre los que promueven las rutas culturales europeas y quienes trabajan el tema con los criterios más cercanos a la Convención del Patrimonio Mundial. Tal vez la clave está en hacer una distinción terminológica y, en ese sentido, el uso del término “itinerario patrimonial” en lugar de “itinerario cultural” que hacen las Directrices Prácticas para la Aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial podría contribuir notablemente.

## Referencias

- Briedenhann, J. & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas-vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25(1), 71-79.
- Capp, S. (2001). *The European Institute of Cultural Routes*. Recuperado de [www.arcchip.cz/w02/w02\\_capp.pdf](http://www.arcchip.cz/w02/w02_capp.pdf).
- Castillo, J. (2006). Los itinerarios culturales. Características y tipos. Principales experiencias nacionales e internacionales. *Cuadernos de Arte de la Universidad de Granada*, 37, 319-335.
- CIIC (2001a). *Actas del Congreso Internacional de Itinerarios Culturales*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte: Madrid.
- CIIC (2001b). *El Patrimonio intangible y otros aspectos relativos a los itinerarios culturales*. Congreso Internacional del CIIC. Pamplona, 20-24 de junio de 2001. Gobierno de Navarra, Pamplona.
- Comité del Patrimonio Mundial (2007). *State of advancement of the Nomination of Qhapaq Ñan – Main Andean Road for inscription on the List World Heritage*. Documento presentado en Committee Thirty First Session, Christchurch, Nueva Zelanda.
- Conti, A. (2005). The Route and its setting, changing relations over time. En A. Martorell (Coord.). *Monuments and sites in their setting-Conserving cultural heritage in changing townscapes and landscapes* (1ª ed., pp 892-897). Madrid: ICOMOS.
- Donaire, J. & Gali, N. (2008). Modeling tourist itineraries in heritage cities. Routes around the Old District of Girona. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 6(3), 435-449. Recuperado de [http://www.pasosonline.org/Publicados/6308/PS0308\\_4.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/6308/PS0308_4.pdf)
- Feliu, J. (2009). El concepto de itinerario cultural de la UNESCO en América Latina. En J. Feliu, V. Ortells & J. Soriano (Eds.). *Caminos encontrados: itinerarios históricos, culturales y comerciales en América Latina* (1ª ed., pp. 135-144). Castellón de la Plana: Universitat Jaume I.
- Feliu, J. (2011). La interculturalidad y los itinerarios culturales en América Latina. *Estudios humanísticos. Historia*, 10, 245-257.
- Gali, N. (2006). Instrumentos para la planificación de un itinerario cultural. En N. Gali (Coord.). *Itinerarios culturales. La experiencia del camino de los diamantes* (1ª ed., pp. 25-38). Girona: Universidad de Girona.
- Hernández, A. (2010). *La conformación de los itinerarios culturales. El estudio del tramo Zacatecas-Durango del Camino Real de Tierra Adentro (México)*. Disertación para optar el Diploma de Estudios Avanzados Doctorales (no publicada). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Hernández, J. (2011). Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 9(2), 225-236. Recuperado de 2013 de [http://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211\\_01.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211_01.pdf)
- López, M. (2006). Diseño y programación de itinerarios culturales. *PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 60, 20-33.
- López-Guzmán, T. & Sánchez, S. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *Pasos. Revista de Patrimonio y Turismo*, 6(2). Recuperado de 2012 de [http://www.pasosonline.org/Publicados/6208special/PS0208\\_2.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/6208special/PS0208_2.pdf)
- Martínez, C. (2010). Los itinerarios culturales: caracterización y desafíos de una nueva categoría del patrimonio cultural mundial. *Apuntes: Revista de estudios sobre patrimonio cultural*, 23(2), 194-209.
- Martínez, C. (2011). Indicadores para el monitoreo del estado de conservación de itinerarios culturales. En F. López & F. Vidargas. *Itinerarios culturales: planes de manejo y turismo sustentable* (1ª ed., pp. 59-84). México: INAH.
- Martorell, A. (2003). *Cultural routes: tangible and intangible dimensions of the cultural heritage*. En ICOMOS. Proceedings of the International Scientific Symposium "Place, memory, meaning: preserving intangible values in monuments and sites". Recuperado de <http://www.international.icomos.org/victoriafalls2003/papers.htm>
- Martorell, A. (2004a). *Paisajes e itinerarios culturales: conceptos independientes que enriquecen la teoría y la práctica de la conservación cultural*. Recuperado de [http://www.icomos-ciic.org/INDEX\\_esp.htm](http://www.icomos-ciic.org/INDEX_esp.htm)
- Martorell, A. (2004b). El Qhapaq Ñan (Camino Principal Andino) como itinerario cultural. En E. Tavarez. *La representatividad en la Lista del Patrimonio Mundial. Memorias* (Monuments and Sites IX) (1ª Ed., pp. 115-122). Santiago de Querétaro, México: CONACULTA-INAH-ICOMOS.

- Martorell, A. (2005a). El Camino de Santiago en la provincia de Burgos. En Comité Nacional de ICOMOS. *Identificación, promoción e inventario de los itinerarios culturales; Fortificaciones, ciudades y puertos en la estructura de los itinerarios culturales; Rutas comerciales, de control del territorio y de peregrinaje*. (Monuments and Sites X) (1ª ed., pp. 627-646). Ferrol, España: Autor.
- Martorell, A. (2005b). The Route of Santiago in Spain (Camino Frances) as WHS: Its Conservation and Management. En A. Nur, A. Caitlin, L. Ambrosio et al. *Monuments and sites in their setting-Conserving cultural heritage in changing townscapes and landscapes*. ICOMOS (1a. ed., pp. 1034-1044). Xi'an, China: World Publishing Corporation.
- Martorell, A. (2005c). Los itinerarios culturales como categoría del patrimonio cultural: su importancia como fuente de proyectos multinacionales de desarrollo. En Cooperación Cultural Euroamericana. *III Campus Euroamericano de Cooperación Cultural* (1ª ed., pp. 179-191). Sevilla, España: OEI.
- Martorell, A. (2006). *Buffer Zones as a Tool for Protecting World Heritage Sites: the Case of the Heritage Routes*. Recuperado de <http://www.law.kyushu-u.ac.jp/programs/english/hiroshima/papers.htm>
- Martorell, A. (2008a). *The transmission of the spirit of the place in the living cultural routes: the Route of Santiago de Compostela as case study*. Ponencia presentada en 16<sup>th</sup> General Assembly and International Symposium, Quebec, Canadá, September 28<sup>th</sup> to October 4<sup>th</sup> 2008. Finding the Spirit of the Place, Quebec, Canadá. Recuperado de [http://www.international.icomos.org/quebec2008/cd/toindex/77\\_pdf/77-Z2G7-92.pdf](http://www.international.icomos.org/quebec2008/cd/toindex/77_pdf/77-Z2G7-92.pdf)
- Martorell, A. (2008b). *Itinerarios culturales y patrimonio mundial*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Martorell, A. (2012). Itinerarios culturales: una herramienta para el desarrollo turístico sostenible. *Turismo y Patrimonio*, 7, 55-66.
- Pos, C. (2011). Itinerarios y rutas turísticas culturales. Una mirada desde la gestión turística. En Secretaría de la Nación. *Cultura y turismo: factores del desarrollo económico y social*. Buenos Aires: Autor (pp. 103-115). Recuperado de [http://www.cultura.gov.ar/archivos/noticias\\_docs/cultura\\_y\\_turismo.pdf#page=105](http://www.cultura.gov.ar/archivos/noticias_docs/cultura_y_turismo.pdf#page=105)
- Suárez-Inclán, M. (1999a). *La protección del patrimonio histórico en la normativa internacional, nacional y urbana: El caso de Madrid*. En Riflesioni di Fine di Millennio sul Futuro dei Centri Storici. II. *Restauro*, 145, 45-149.
- Suárez-Inclán, M. (1999b). El uso sensato del patrimonio a la luz de su evolución histórica y conceptual. En Universidad Politécnica de Madrid. *Tratado de Rehabilitación* (pp. 261-292). Madrid: Autor.
- Suárez-Inclán, M. (2003). *Los itinerarios culturales*. En F. Tavarez. *La representatividad en la Lista del Patrimonio Mundial. Memorias* (Monuments and Sites IX) (1ª ed., pp. 105-114). Santiago de Querétaro, México: CONACULTA-INAH-ICOMOS.
- Suárez-Inclán, M. (2005). *A new category of heritage for understanding, cooperation and sustainable development: their significance whitening the macrostructure of cultural heritage; the role of the CIIC of ICOMOS: principles and methodology*. En A. Nur, A. Caitlin, L. Ambrosio et al. *Monuments and sites in their setting-Conserving cultural heritage in changing townscapes and landscapes* (1ª ed., pp. 1076-1083). Xi'an, China: Word Publishing Corporación.
- Suárez-Inclán, M. (2007). Circular de fecha 8 de enero de 2007 a los presidentes de los Comités Nacionales y de los Comités Científicos Internacionales de ICOMOS. Correo
- Tendré, F. (2007). *El patrimonio cultural y los itinerarios culturales del Consejo de Europa: Nuevas orientaciones*. Recuperado de <http://www.redjuderias.org/red/upload/boletin/pdf/BO-08-281.pdf>
- Tresserras, J. (2006). *Rutas e itinerarios culturales en Iberoamérica. Cuadernos de Patrimonio Cultural y Turismo*, 13-50. Recuperado de [http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/cuadernos/cuaderno15\\_1.php](http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/cuadernos/cuaderno15_1.php).

# **FORMACIÓN PROFESIONAL UNIVERSITARIA EN TURISMO EN LA REGIÓN LA LIBERTAD - PERÚ Y SU RELACIÓN CON LAS NECESIDADES FORMATIVAS DEL SECTOR TURISMO**

## **UNIVERSITY PROFESSIONAL TRAINING IN TOURISM IN LA LIBERTAD REGION - PERU AND ITS RELATIONSHIP TO THE TRAINING NEEDS OF THE SECTOR TOURISM**

Marcia Adriana Iberico Díaz  
Universidad Nacional de Trujillo, Perú

Recibido: 6 de marzo de 2013

Aceptado: 24 de julio de 2014

---

### **RESUMEN**

El conocimiento y la especialización contribuyen al desarrollo de la sociedad. El turismo aporta nuevos conocimientos para el avance del mundo, pero el adecuado desenvolvimiento y logro de esta actividad requieren una visión integral, holística y sistemática, para lo cual es necesario contar con capital humano calificado, especialmente en las labores de dirección. El objetivo de este artículo es determinar la relación entre la formación profesional en turismo que imparten las universidades de la Región La Libertad y las necesidades formativas del sector. Los métodos utilizados fueron el etnográfico y el analítico-sintético, aplicando entrevistas y encuestas a los responsables involucrados en el tema. Los resultados demuestran que las universidades de la región están enfocadas en una formación técnico-operativa y que el sector tiene una visión limitada de sus necesidades formativas reales respecto a las capacidades y competencias con las que se debe contar.

**Palabras clave:** Educación, formación universitaria, profesional en turismo, turismo.

### **ABSTRACT**

The knowledge and expertise contribute to the development of society. Tourism provides new insights for the advancement of the world, but for the adequate development and achievement of this activity it is necessary an integral, holistic and systematic view. Therefore, it is necessary to have a qualified human capital especially in management. The aim of this paper is to determine the relationship between vocational training provided by universities of tourism in La Libertad Region and the training needs of the sector. The methods used are ethnographic and analytic-synthetic, using interviews and surveys at the responsible sector. The results demonstrate that the universities in the region are focused on technical training-operational and that the sector has a limited view of their real needs regarding the capabilities and skills with which workers must have.

**Key words:** Education, university training, tourism professional, tourism

## Introducción

El desarrollo alcanzado por la sociedad se debe, en gran medida, al cúmulo de conocimientos y especializaciones existentes. El turismo es uno de los acontecimientos que viene contribuyendo al desarrollo del mundo actual, pero debe ser profesional, sistemático y adecuado a las expectativas; lo que no solo involucra a las empresas con miras a su desarrollo individual o a los estados como un colectivo, sino que termina siendo todo un sistema que implica a la comunidad anfitriona en la evaluación y aprovechamiento de sus recursos y atractivos turísticos, en la promoción de la actividad tanto por parte del sector público como del privado, y en la atención al tema de la superestructura e inversión en turismo, entre otros aspectos sustanciales.

Hoy en día el turismo reclama más atención, mayor especialización, un compromiso acorde a los conceptos y tendencias del desarrollo moderno, así como visión y comprensión amplias de la sociedad, de la cultura y del ambiente que lo rodea. Entonces ya no se trata solo de formar técnicos que maximicen la eficiencia y calidad de los servicios, sino profesionales que sean capaces de innovar, de modelar la captación de técnicas y conocimientos propios, que aporten al sistema y al entorno turístico alternativas viables de desarrollo, con formación científica y técnica que les permita idoneidad en el ejercicio profesional.

La formación que actualmente se imparte en las universidades, tanto en el Perú como en el mundo, es esencialmente práctica. Muchos de los responsables confunden el rol del turismo al plantear los planes curriculares, se centran en los modelos tradicionales de atención desatendiendo la integralidad de su gestión. La observación de la realidad que enfrenta el país –sobretudo en el norte–, la escasez de una competitiva planta de servicios turísticos, recursos en estado de desarrollo incipiente, un sector prometedor, una comunidad expectante por participar frente a una demanda ávida de nuevos y mejores destinos turísticos fueron las razones que llevaron a plantear esta investigación con el objetivo de determinar la relación existente entre la formación profesional en turismo que vienen impartiendo las universidades de la Región La Libertad con las necesidades del sector.

Para ello se analizaron los planes curriculares de las universidades de la región que forman profesionales en la especialidad, se identificó la orientación de esta formación y se sistematizó la relación entre las necesidades y exigencias que presenta el sector y la formación impartida. La hipótesis planteada fue que “la formación del profesional en turismo por las universidades de la Región La Libertad se relaciona limitadamente con las necesidades formativas del sector turismo”.

La investigación se desarrolló en tres etapas: en la primera, de gabinete, se consultaron documentos y bibliografía que ayudaron a enfocar la problemática y a desarrollar la teoría pertinente; en la segunda se realizó trabajo de campo, con visitas a las universidades y a los responsables en turismo del sector público y privado para entrevistarlos y/o encuestarlos; finalmente, los datos y documentación resultantes se sistematizaron en relación con la hipótesis y los objetivos, para reflejar todo el proceso investigativo.

La escasez de antecedentes y de bibliografía no fue limitante para la investigación, ya que el acceso a fuentes primarias y la colaboración de los actores directos ayudaron al logro de las metas fijadas. En el proceso

fue necesario analizar los planes curriculares de cada universidad y comparar los perfiles profesionales, se entrevistó a los responsables educativos y se consultó las impresiones de empresas e instituciones acerca de la formación de estos profesionales y de las necesidades formativas que tienen, con el fin de comparar y saber si responden a ellas en cuanto a las competencias y habilidades requeridas por el mercado laboral de esta zona.

Fueron analizadas tres escuelas universitarias, elegidas por su antigüedad, considerándose indispensable haber tenido por lo menos una promoción egresada, lo que permitió evaluar el plan curricular terminado. En esta evaluación participaron miembros de los organismos públicos y privados, aplicándose métodos como el etnográfico y el analítico-sintético para recoger y sistematizar la información; técnicas como la observación directa, la entrevista y la encuesta, e instrumentos como el cuestionario y la guía de entrevista.

La presente es una investigación aplicada, no experimental, de estudios de correlación entre las necesidades formativas del sector turismo y la formación profesional proporcionada por las universidades de la Región La Libertad. Las unidades de análisis no han sido alteradas (*ex-post facto*) y contrastadas en la realidad para identificar las necesidades profesionales del sector turismo y cómo las universidades las atienden con sus planes de estudio; el desarrollo fue a un nivel exploratorio-correlacional pues se examina a profundidad la formación profesional en turismo en la región. Mediante una muestra aleatoria y de elección intencional se logró establecer la relación entre la formación profesional y las necesidades formativas del sector.

Se trabajó con tres de las universidades de la región que cuentan con carreras de turismo: la Universidad Nacional de Trujillo, la Universidad Católica de Trujillo y la Universidad César Vallejo, fundamentalmente porque imparten diversos modelos de formación profesional y tienen más de cinco años de funcionamiento, la población muestra entrevistada fueron tres directores de las carreras de Turismo de estas universidades y 52 autoridades de instituciones públicas y privadas. El resto de universidades es de creación reciente y su influencia en la gestión del turismo no se puede determinar con certeza. Uno de los instrumentos claves fue la encuesta que se aplicó a directivos de instituciones y empresas demandantes de profesionales, conformada por doce preguntas: tres de carácter valorativo, tres para establecer prioridades, dos sobre las habilidades y competencias profesionales, tres sobre el sector formativo y una sobre el potencial que tienen para ocupar puestos laborales vacantes.

## Resultados

El progreso de un individuo está vinculado al conocimiento, para lo cual es fundamental la educación que lo prepara desarrollando sus potencialidades hasta alcanzar el mejor desempeño posible, permitiéndole dominar la naturaleza. Uno de los niveles educativos es el universitario que lleva a la persona a su reconocimiento como profesional. El ser de la universidad se encuentra estrechamente vinculado con el ser del hombre, con su formación integral y su misión ante la sociedad. No se puede confundir a la universidad con un lugar donde el estudiante se convierta en depósito de conocimiento. La universidad ha de ser la custodia de la verdad y de la ciencia, al margen de posturas ideológicas. Es la institución generadora de pensamiento propio, transformador

y con proyección en orden de la vida social... espejo del pensamiento libre... debe trascender el campo de lo académico, pedagógico y científico, promoviendo el despertar de la imaginación creadora, como parte integral de la formación activa (Parent, Farrand, Esquivel, Soriano & Pérez, 1994).

Las universidades, para lograr su misión, hacen del currículo la herramienta básica del proceso educativo. Según Campos (2008: 136), citando a Arnaz, el currículo es “el plan que norma y conduce explícitamente un proceso concreto y determinante de enseñanza-aprendizaje que se desarrolla en una institución educativa”. Para Iafrancesco(2004: 24) es el conjunto de criterios, planes de estudio, programas, metodologías y procesos que contribuyen a la formación integral y a la construcción de la identidad cultural nacional, regional y local, incluyendo los recursos humanos, académicos y físicos para poner en práctica las políticas y llevar a cabo el proyecto educativo institucional. Dentro del currículo, el perfil profesional es el vértice que orienta y sistematiza las funciones y tareas del desempeño profesional de una persona. En opinión de Campos (Ibíd.: 152) se trata de “una descripción de las características que se requieren del profesional para abarcar y solucionar las necesidades sociales... el perfil profesional lo componen tanto conocimientos y habilidades como actitudes”.

El turismo es una actividad reciente en la vida de los hombres, producto de todos los cambios que se han suscitado en la sociedad contemporánea. La formación profesional en esta materia ha tenido que adaptarse a las concepciones de las diferentes épocas por las que ha atravesado el hombre desde que se concibiera al turismo como tal. Es más que el simple desplazamiento de personas, lleva consigo la idea de la regeneración, de la integralidad del ser humano y del respeto hacia todo lo que le acoge y le rodea. La Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA, 2004: 29) diferencia tres períodos en la evolución del turismo:

- En un primer período se le concibe como una actividad productiva menor, un tiempo inútil opuesto al trabajo y por lo tanto con escaso eco en la comunidad científica. Se trataba solo de cuestiones operativas y el aprendizaje era eminentemente práctico.
- En un segundo período se le considera como el punto de encuentro entre distintas disciplinas (Ibíd.: 30); es decir, traspassa el ámbito de la moda, de las masas y se convierte en un punto de preocupación que merece un tratamiento interdisciplinario. Es una actividad con implicaciones económicas, geográficas y sociales.
- En un tercer período es visto como un objeto de análisis especializado (Ibíd.: 32), como una unidad estructural que forma parte indiscutible del modo de vida de la sociedad y de la economía de los países del sistema capitalista. La complejidad del tratamiento que requiere el turismo obliga, por lo tanto, a que aumente el número de disciplinas que lo incorporan como objeto de estudio, hecho que lleva a tener una visión más profesional de estudio. En ese marco, la universidad tiene la responsabilidad de asumir el reto de formar profesionales con capacidades y competencias necesarias para desarrollarlo.

En las investigaciones sobre este tema no se ha considerado la necesidad urgente de enfatizar que la formación profesional debe tener un enfoque y una perspectiva integrales y, sobre todo, humanos. Los criterios con que se forman los profesionales para afrontar con éxito las necesidades que la realidad exige a esta

profesión, muchas veces se idealizan, se teorizan e incluso se ideologizan desde el punto de vista académico, pero estas percepciones no siempre son las adecuadas y conllevan errores y defectos que deforman la realidad y el normal desenvolvimiento de las actividades humanas.

El avance de la ciencia, la tecnología, la informática y la globalización; los cambios en las formas de viajar; la especialización de la hospitalidad y la presencia de atractivos turísticos en lugares con ecosistemas frágiles; el impacto de los visitantes sobre el medioambiente y la sociedad; y la competitividad que requiere cada destino turístico exigen una formación altamente especializada en los profesionales de turismo. Se requiere además una visión integral y sistémica, de modo que el manejo de un destino sea competitivo y sostenible. El sistema turístico debe ser tratado como un todo ya que implica un trabajo integrado y coordinado –horizontal y verticalmente–, entendiéndose a dicho sistema como el “conjunto de elementos (superestructura, demanda, comunidad local, atractivos, equipamiento e infraestructura) interrelacionados que proporcionan satisfacción a las necesidades de uso del tiempo libre” (Boullón, Molina & Rodríguez, 2006: 17).

El sistema turístico, por lo tanto, se convierte en el soporte de la gestión para el desarrollo de un producto competitivo, y la mejor garantía de este desarrollo es contar con profesionales probos. Juan Lucero (2006) afirma que se requiere actores que comprendan sus implicancias no solo económicas, sino también culturales, políticas y geopolíticas, sociales, ambientales y espirituales; y, en concordancia con la visión de la Organización Mundial de Turismo (OMT), afirma que el gran reto de la formación es superar el tratamiento metodológico parcelado y atomizado, proponiendo una educación integral para lograr un cuerpo de conocimientos interdisciplinario y plural, en una perspectiva conjunta (Ibíd.).

Durante las dos últimas décadas del siglo XX el turismo entra con mayor fuerza al mundo académico. En el ámbito nacional, a partir de los años noventa, se multiplicaron las universidades involucradas en la formación en turismo, asumiendo el reto de crear planes de estudio con miras a formar profesionales que sean capaces de llevar adelante esta actividad, dejando atrás la formación técnica que solo requería tres años de preparación; sin embargo, el enfoque aún mantiene un gran peso técnico-operativo, preparando profesionales básicamente para atención en hoteles, restaurantes y agencias de viajes.

### **Las universidades y la formación en turismo en la Región La Libertad**

Las carreras de turismo en las universidades estudiadas han venido desarrollándose en esta zona del país desde 1993 (Tabla 1), mostrando una gestión limitada ya que los recursos humanos, materiales y económicos dependen de la administración central de cada universidad, lo que les resta autonomía en la toma de decisiones respecto a la infraestructura y al equipamiento que deben presentar. Por ende, disminuyen los niveles de eficacia y eficiencia debido a una formación con escasa intervención en el desarrollo de este sector.

De la Universidad Nacional de Trujillo (UNT) han egresado 560 profesionales, 20 de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI (UCT) y 25 de la Universidad César Vallejo (UVC). La mayoría de los egresados de estas dos últimas universidades se desempeñan en cargos operativos en empresas turísticas, a diferencia

de los egresados de la UNT, muchos de los cuales han asumido cargos gerenciales en diferentes instituciones públicas y privadas, o se han involucrado en consultorías, en investigación y en el ámbito académico.

**Tabla 1**

Carrera profesional según universidad, facultad y año de creación

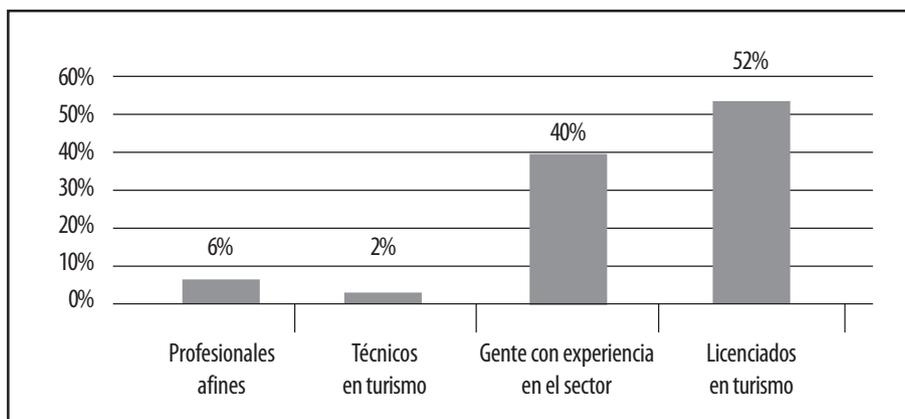
Universidad	Facultad	Escuela Profesional	Año de creación
Universidad Nacional de Trujillo	Ciencias Sociales	Escuela Académico Profesional de Turismo	1993
Universidad Católica de Trujillo	Administración y Finanzas	Carrera Profesional de Administración Turística y Hotelera	2006
Universidad César Vallejo	Ciencias Empresariales	Escuela de Administración en Turismo y Hotelaría	2007

Fuente: Registro de entrevista, mayo de 2012.

Los currículos que vienen desarrollando las carreras de turismo en estas universidades se diferencian en el enfoque formativo: en la UCT y en la UCV se orientan al ámbito técnico-operativo para empresas, mientras que la UNT presenta una visión de gestión-técnica-operativa que vincula el aspecto social (Tabla 1), las empresas y las instituciones reguladoras del sector. Esta condición se nota en las titulaciones que ofrecen: la UNT otorga el título de licenciado en turismo, la UCT titula en gerencia de servicios turísticos y hoteleros, y la UCV otorga licenciaturas en administración en turismo y hotelaría. Todas estas carreras tienen 58 cursos en sus planes de estudio, la UNT y la UCT con 220 créditos y la UCV con 210. De estas titulaciones anotamos el peso académico que se asigna a los cursos: la UNT visualiza el turismo completo, considerando cursos de planificación, gestión y operación, añadiendo a ello una notable dosis de investigación que permite a los graduandos familiarizarse con la realidad y proponer alternativas de desarrollo ante la problemática que afrontan; la UCT y la UCV entrenan a los graduandos en el campo empresarial con miras a un crecimiento de la planta turística. Sin embargo, las tres universidades presentan deficiencias en infraestructura y equipamiento, por lo que su entrenamiento en el campo operativo se ve afectado.

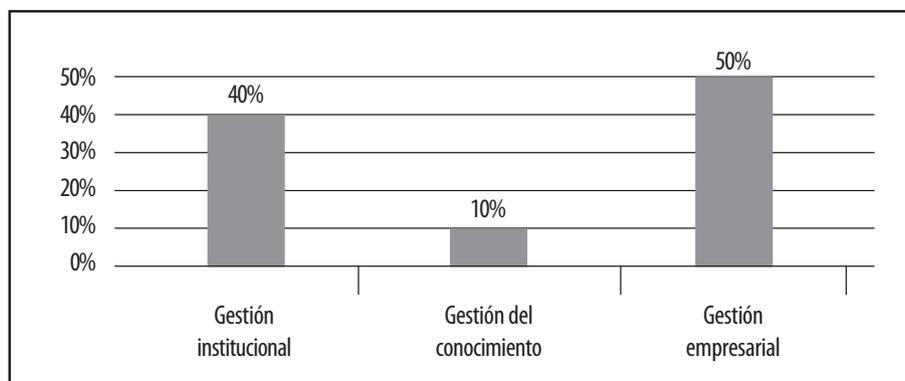
Al ser consultados los integrantes del sector público y privado vinculados al turismo acerca de su visión de la formación universitaria en relación a los cargos que los egresados deben ocupar, el 52% opina que los licenciados o profesionales en turismo debe tener la prioridad para manejar el sector (Figura 1), seguidos con relativa cercanía por la “gente con experiencia en el sector”, lo que implica que se prioriza el conocimiento y la formación profesional. En cuanto a los ámbitos de gestión, el 40% considera que los profesionales en turismo deben ocuparse de la gestión de instituciones del sector, reforzando la necesidad de cuadros profesionales (Figura 2). Sin embargo, es preciso resaltar que el 50% prioriza la gestión empresarial como campo de acción de los profesionales, mientras que el 10% considera la necesidad de desarrollar el campo académico y de investigación o de desarrollo del conocimiento.

**Figura 1.** Orden de prioridad del tipo de profesional que debe manejar el turismo según miembros del sector



Fuente: Registro de encuesta, mayo y junio de 2012.

**Figura 2.** Orden de prioridad de los ámbitos laborales en los que se debe desempeñar el profesional en turismo en la Región La Libertad según miembros del sector

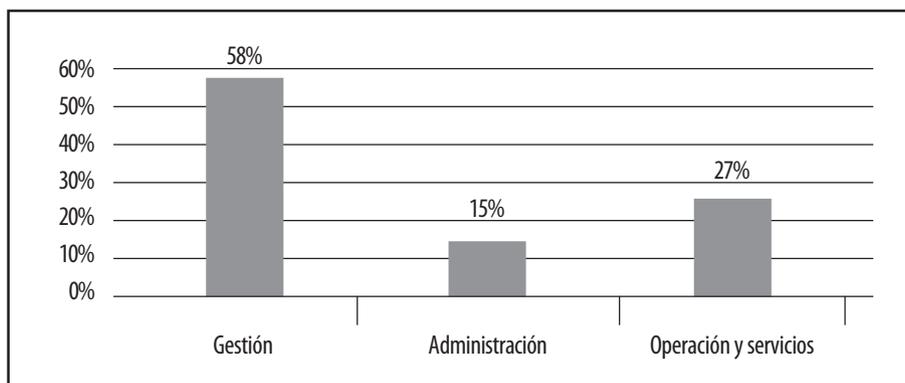


Fuente: Registro de encuesta, mayo y junio de 2012.

Las empresas son el campo más amplio en el que se desarrolla la actividad turística; sin embargo la Región La Libertad, aun cuando constituye uno de los polos empresariales más consolidados del norte peruano, no cuenta con una planta turística amplia y significativa, por lo que la gestión de empresas se convierte en una prioridad, no solo desde el punto de vista operativo, sino también desde el punto de vista de la proyección y de la dirección y canalización de inversiones que lleven a crear empresas competitivas; por ello, el 50% de los encuestados indica esa necesidad. La gestión institucional implica también la gestión de los atractivos turísticos, de las organizaciones de base y de la superestructura turística; en suma, de todo aquello que priorice al turismo como motor del desarrollo local y regional. Así, los egresados están llamados a gestionar desde un recurso turístico hasta la complejidad que implica el manejo de un destino.

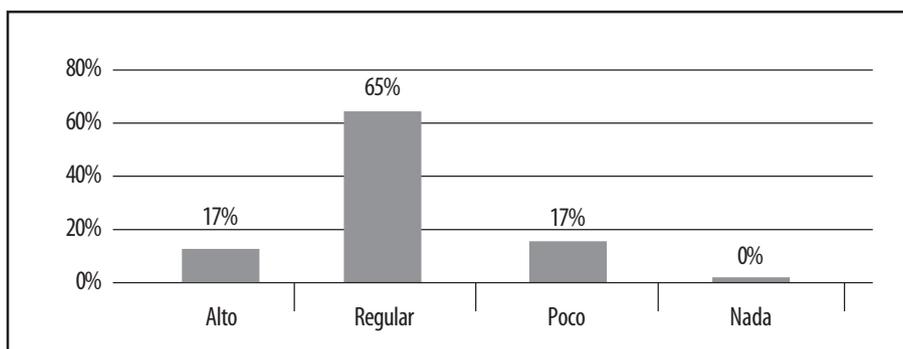
En cuanto al orden de prioridad en los niveles jerárquicos, el profesional en turismo debe estar capacitado para los niveles de gestión por sobre los de administración, entendiendo la gestión como la apuesta, iniciativa y emprendimiento para llevar adelante una idea o proyecto. En ese sentido, el 58% de los encuestados considera que los niveles de gestión deben ser ocupados por estos profesionales, el 27% opina que los puestos operativos corresponden a los profesionales en turismo; mientras que el 15% plantea como segunda opción los puestos de administración, entendida esta como una profesión específica. Por lo tanto un administrador o una jefatura no son la prioridad en el sector, lo que se necesita es recurso humano que desempeñe las funciones para las que ha sido preparado (Figura 3).

**Figura 3.** Orden de prioridad de los niveles jerárquicos para los que deben estar capacitados los profesionales en turismo según miembros del sector



Fuente: Registro de encuesta, mayo y junio de 2012.

**Figura 4.** Percepción del cumplimiento del desempeño profesional de los egresados universitarios en relación a las necesidades del turismo según miembros del sector



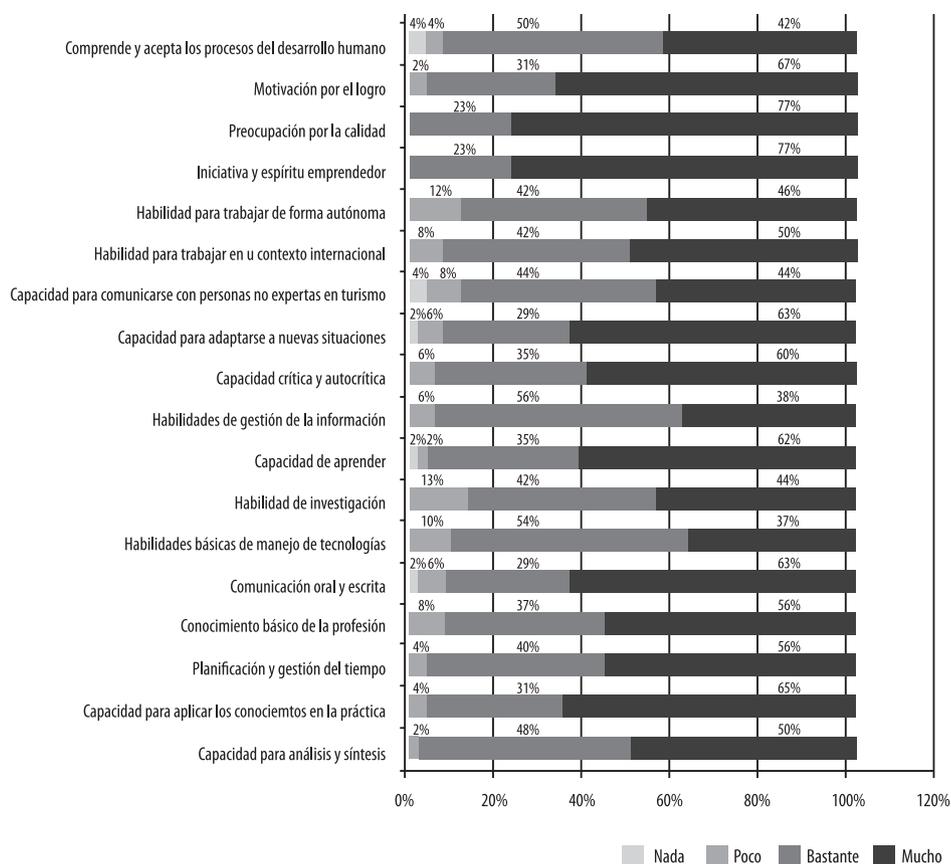
Fuente: Registro de encuesta, mayo y junio de 2012.

Al ser consultados los miembros del sector sobre su percepción del desempeño profesional en los puestos asignados a los egresados universitarios, el 17% considera que el rendimiento es alto u óptimo; sin embargo, hay un 65% que califica este rendimiento como regular, lo que está en relación con los diferentes puestos

asignados tanto en las instituciones públicas como en las privadas. Al desagregar los resultados por universidades, la UNT, con mayor presencia en el sector, resulta ser la mejor calificada, en tanto que las otras dos muestran un desempeño con menores calificaciones.

Además se hizo la consulta sobre los puestos asignados, a lo que respondieron que vienen ejerciéndose básicamente a nivel operativo, seguidos por mandos medios y por último en puestos de toma de decisiones; debido esencialmente a la formación que vienen recibiendo en las instituciones universitarias. Sin embargo, cuando se refieren a los puestos que esperan asignarles, estos se orientan a niveles de mandos gerenciales y toma de decisiones en las diferentes instituciones. También se les solicitó que opinaran sobre las competencias tanto generales como específicas que deben presentar estos profesionales. Entre las competencias generales se mencionó que deben tener “preocupación por la calidad” (77%), “iniciativa y espíritu emprendedor” (77%), “capacidad para aplicar los conocimientos en la práctica” (65%) y “motivación por el logro” (67%), como se observa en el Figura 5. Entre las competencias específicas exigidas encontramos: “desarrolla las actividades profesionales con ética, honestidad y responsabilidad” (77%), “respeta las costumbres, culturas, valores y

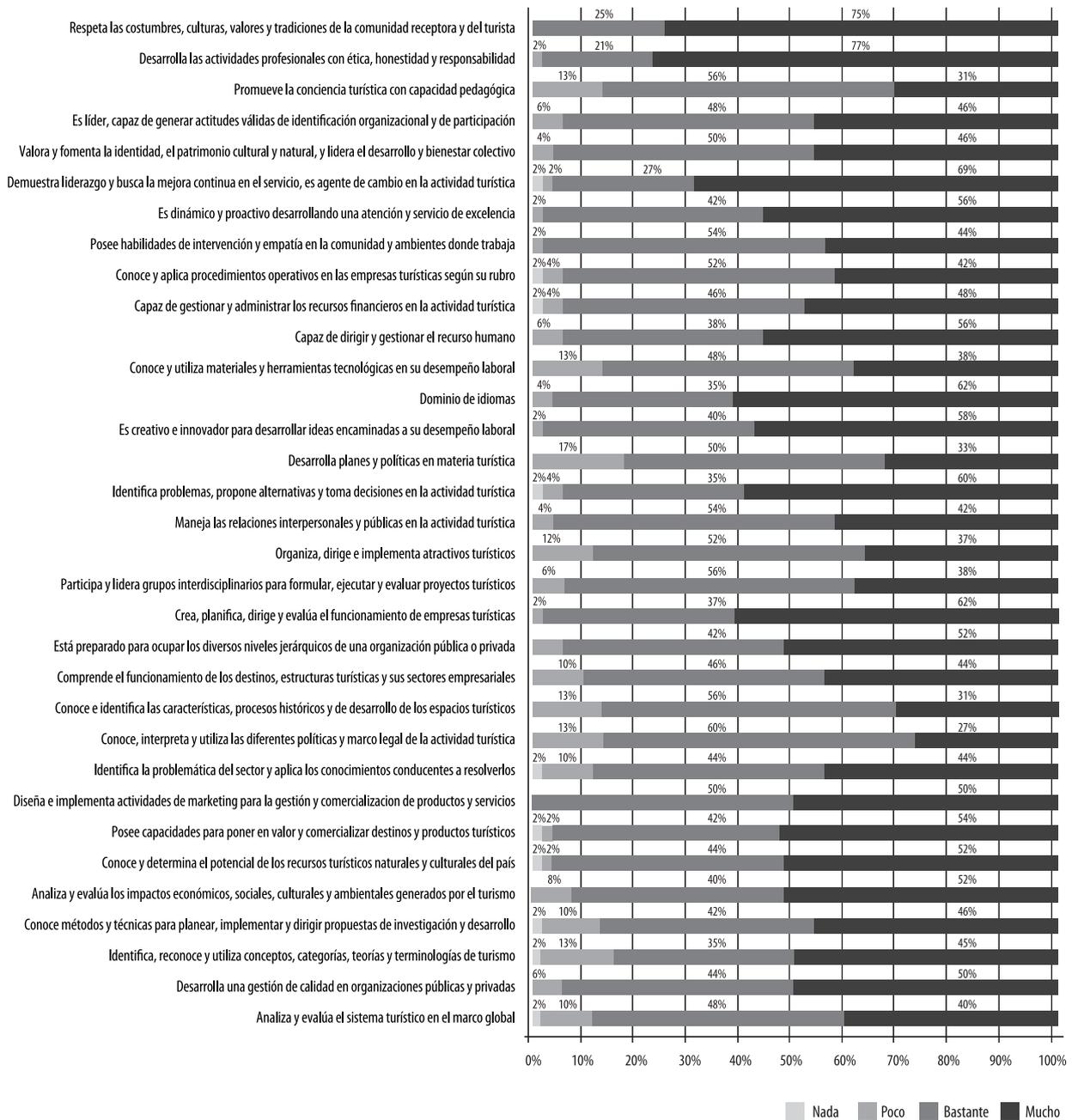
**Figura 5.** Nivel de importancia de las competencias generales que deben presentar los profesionales en turismo en la Región La Libertad según miembros del sector



Fuente: Registro de encuesta, mayo y junio de 2012.

tradiciones de la comunidad receptora y del turista” (75%), “demuestra liderazgo y busca la mejora continua en el servicio, es agente de cambio en la actividad turística” (69%) y “crea, planifica, dirige y evalúa el funcionamiento de empresas turísticas” (62%); todo lo cual se ve reflejado en el Figura 6.

**Figura 6.** Nivel de importancia de las competencias específicas que deben presentar los profesionales en turismo en la Región La Libertad según miembros del sector



Fuente: Registro de encuesta, mayo y junio de 2012.

La universidad peruana aún no ha salido del todo de la primera fase respecto a la formación y tímidamente se introduce en la segunda, las carreras turísticas están íntimamente ligadas a la administración y a la economía (Tabla 1), en sus planes de estudio se puede apreciar la tendencia a los servicios de hotelería y focalizan la formación en la parte operativa de las empresas turísticas; exceptuando a la UNT que sale de este esquema y lo enfoca como un proceso con perspectiva integral.

La formación profesional universitaria está llamada a articular de manera dialéctica el conocimiento teórico con la práctica, base para el logro de una cultura académica comprometida con la investigación, la transformación y el desarrollo de una realidad, donde el profesional aprende a pensar cooperativamente o por sí mismo a través del diálogo constructivo sustentado en el compromiso ético. La universidad es la responsable de cristalizar este compromiso respondiendo al desarrollo con perfiles profesionales acordes a la realidad. En el caso del turismo regional se necesita preparar un producto competitivo y posicionarlo, para lo cual el sector requiere que las escuelas profesionales formen ciertas competencias generales en cuanto al manejo de esta actividad.

De acuerdo a los miembros del sector, las competencias generales que priorizan son la “preocupación por la calidad”; es decir, el sector es consciente de que la prioridad en turismo es la “calidad” como el concepto más constante. Del mismo modo son prioritarios la “iniciativa y espíritu emprendedor”, seguidos de la “motivación por el logro”. Cabe enfatizar que estas competencias se requieren tanto para la “gestión empresarial” como para la “gestión institucional”; sin embargo, las universidades privadas priorizan al sector empresarial, como se puede apreciar en sus planes curriculares, buscando la competitividad de la empresa de manera particular y dejando muchas veces de lado la competitividad como destino turístico. Como se puede apreciar, las competencias generales más requeridas por el sector tienen más relación con la actitud del profesional y con el criterio para resolver situaciones muy sensibles al desarrollo turístico, para lo cual no solo es necesaria una actitud mecánica, sino una actitud crítica y de convicción de lo que se está realizando.

En cuanto a las competencias específicas mencionadas la más importante fue: “crea, planifica, dirige y evalúa el funcionamiento de empresas turísticas” (62%), lo que se explica porque la región en general busca elevar su competitividad mediante el desarrollo de inversiones con criterios de calidad, para lo cual resulta clave el recurso humano profesional.

El mismo sector resalta la importancia de aspectos que tienen que ver con la visión de desarrollo del destino turístico, del cual las empresas son componentes que contribuyen de manera significativa a la valoración y la calidad del producto turístico. Asimismo, es necesario resaltar que el tipo de profesional de turismo hoy en día debe ser proactivo, emprendedor, humano con capacidad de liderazgo y, sobre todo, que sepa trabajar en equipo, que tenga vocación de servicio y promueva el valor del patrimonio cultural y natural. De esa manera la formación profesional universitaria tendrá nuevos giros para construir un modelo científico del turismo y garantizar el desarrollo turístico de esta zona.

Es preciso entender que el sector turismo no está conformado únicamente por las empresas turísticas y menos por solo la hotelería u otro enfoque sesgado: engloba todo el aparato que dinamiza, desde sus bases

sociales correspondientes a la comunidad, su parte operativa o de servicios y economía, y la parte organizativa y formativa. No podemos negar que las comunidades miran actualmente al turismo como una alternativa de desarrollo económico, mientras que los estados lo visualizan como una alternativa de desarrollo social. En tanto la academia especializada apuesta por un desarrollo integral, cultural y ambientalmente sensato; sin embargo, al momento de planificar los estudios y formación no se realiza un análisis consciente de la realidad turística.

## Conclusiones

1. La formación profesional en turismo que vienen impartiendo las universidades de la Región La Libertad se relacionan limitadamente con las necesidades formativas del sector, como consecuencia del poco conocimiento real de estas necesidades.
2. La formación profesional en turismo que imparten las universidades en la Región La Libertad tiene un enfoque técnico-operativo, poco de gestión empresarial, casi nula de gestión de destinos y escaso manejo del desarrollo del sector productivo con una visión sistémica y holística.
3. El planteamiento de las carreras de turismo respecto a los centros laborales o de prácticas a los cuales pueden dirigirse los alumnos y egresados no responde a los perfiles profesionales que tienen; por lo tanto, los planes de estudios universitarios no reflejan lo que realmente aspiran los estudiantes.
4. Las demandas productivas del sector turístico en cuanto a la formación del recurso humano exigen que los profesionales demuestren condiciones para gestionar, gerenciar y operativizar los destinos y empresas turísticas, según se puede apreciar en las competencias generales y específicas determinadas por sus miembros (Figuras 5 y 6).

## Referencias

- ANECA (2004). *Libro Blanco del Título de Grado en Turismo*. Madrid: Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación.
- Boullón, R., Molina, S. & Rodríguez, M. (2006). *Un Nuevo Tiempo Libre*. México: Trillas
- Campos, S. (2008). *Currículo universitario por competencia*. Arequipa: Lemoine.
- Iafrancesco, G. (2004). *La evaluación integral y de los aprendizajes desde la perspectiva de una escuela transformadora: Contexto, concepto, enfoque, principios y herramientas*. Recuperado de [http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/articulos-174388\\_archivo.pdf](http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/articulos-174388_archivo.pdf)
- Lucero, J. (2006). Seminario Internacional Formación de Profesionales para el Desarrollo del Turismo y la Hotelería. Cómo preparar líderes para el cambio en el sector. Formación y competencias del profesional en turismo y hotelería. La experiencia argentina. Lima, Universidad de San Martín de Porres.
- Parent, J. M., Farrand, J., Esquivel, N., Soriano, R. & Pérez, E. (1994). *¿Qué es la Universidad?* Recuperado de <http://abulico.zzl.org/v/uni01.htm>



# SECCIÓN II: HACER TURISMO

# RUTAS TURÍSTICAS

# LA RUTA DEL VINO Y DEL PISCO EN EL VALLE DE VÍTOR (AREQUIPA)

## THE WINE AND PISCO ROUTE AT THE VITOR VALLEY (AREQUIPA)

Alejandro Málaga Núñez-Zeballos  
Universidad San Agustín de Arequipa, Perú

Recibido: 25 de octubre de 2013

Aceptado: 24 de julio de 2014

---

### RESUMEN

Hace una década se inició la gran difusión de nuestra bebida bandera: el pisco, en diferentes campañas publicitarias a cargo de marcas reconocidas y, sobre todo, a raíz de la creación de la Academia Peruana del Pisco, institución que pone énfasis en los estudios históricos de la noble bebida. En países como España, Portugal, Italia, México, Argentina y Chile se han creado rutas turísticas temáticas a partir de una bebida típica o tradicional, fomentando el flujo de turistas y generando un turismo específico: el enológico. En el Perú, los departamentos de Ica y Moquegua ya cuentan con esta ruta; sin embargo, los valles arequipeños –especialmente el de Vítor, con una tradición al respecto desde la segunda mitad del siglo XVI hasta la fecha– no poseen un circuito turístico que ofrezca este tipo de atractivos. El presente artículo muestra un panorama histórico de las principales bodegas vinícolas y pisqueras del valle de Vítor y propone además la implementación de la Ruta del Vino y del Pisco en dicho valle.

**Palabras clave:** Bodegas históricas, ruta temática, turismo enológico-pisquero.

### ABSTRACT

A decade ago, a large amount of information on our national drink pisco was made known through different advertising campaigns promoted by renowned brands and especially due to the establishment of the Peruvian Academy of Pisco, institution that emphasizes on historical studies of this fine beverage. In countries such as Spain, Portugal, Italy, Mexico, Argentina and Chile, enological tourist routes have been created based on a typical our traditional beverage, promoting a tourist flow and generating a specific type of tourism: wine tourism. In Peru, Ica and Moquegua regions have already developed this route. However, the valleys in Arequipa, especially Vítor with an enological tradition since the second half of the XVI century to date, do not have a tourist route offering this kind of attractions. This article offers a historical overview of the main wine and pisco cellars of the Vitor valley and moreover, it proposes the implementation of a Wine and Pisco Route in this valley.

**Key words:** Historical wineries, thematic route, pisco and wine tourism

## Antecedentes históricos

La presencia del vino en Arequipa estuvo inicialmente en las botas de cuero curtido traídas por los españoles que recorrieron por primera vez el valle del río Chili hacia 1535. Luego en la fundación de Arequipa el 15 de agosto de 1540, en la misa y en el brindis de honor, en la ceremonia de la traza de cuadrículas e instalación de la picota, y posteriormente en cada vivienda de las autoridades políticas, religiosas, encomenderos, artesanos y curacas.

En los veinte primeros años de vida, la ciudad estuvo convulsionada por las guerras civiles entre los conquistadores, fueron tiempos en que el flujo de mercaderías procedentes de la península ibérica a los puertos de Quilca y Chule a veces se interrumpía y generaba un alza en los precios. Las principales familias poseían en la margen izquierda del río sus huertas con manzanas, naranjas, membrillos y uvas para consumirse como fruta; la carencia de vino fue suplida por las botijas traídas de Andalucía y Castilla a precios elevados.

El 1 de enero de 1546 llegó un navío al puerto de Quilca con telas de diferentes calidades, camisas, calzas, zapatos, aves, cerdos, caballos, etc., y *unas botijas de vino y aceite*, que fueron cargadas desde la costa hasta esta ciudad por indios yanaconas enviados por los caciques *yarabahas* y *chilques*. Al parecer, no fue buena idea porque el 13 de marzo el Cabildo Civil revocó la ordenanza y prohibió la venta de vino sin previa medida. Siete meses después la autoridad recapacitó y ordenó que los indios fueran a cargar las mercaderías y que los comercializadores les pagaran a los curacas conforme a las ordenanzas establecidas (Archivo Municipal de Arequipa, en adelante AMA, año 1546).

A inicios de 1547 el teniente de capitán Juan de Silveira, a órdenes de Gonzalo Pizarro, estando en Arequipa, ordenó “que los mercaderes se moderasen en el vender el vino los cuales han subido de precio, mandan a rebajar el vino, el más caro de 20 pesos arrobado o rehenchido a contento del que lo comprare e que no lo dexen de vender, ni lo vendan a más precio, so pena de 200 pesos de oro la mitad para la Cámara de su majestad y la otra mitad para el juez que lo sentenciaré” (AMA).

Hacia fines de esa década ya existían mesones que brindaban alimentos y vino a propios y viajeros, pero ninguno estaba regulado por un arancel, por ello los precios del vino eran muy dispares y en algunos casos bastante elevados, generando la queja de la ciudadanía; o por el contrario muy baratos, “por menudo y lo venden a esclavos y así mismo que para ver taquies (bailes desenfadados) de negros en las fiestas, muchas veces se matan unos negros a otros e hacen otras cosas muy feas en servicio de Dios” (AMA). Por ello las autoridades ordenaron que ninguna persona vendiera vino a esclavos si no llevaban una cédula de su amo, “so pena de 10 pesos de oro; que se pregone que ningún esclavo haga taquies en ninguna parte de la ciudad ni fuera de ella y si lo hicieran que el alguacil los prenda e les sean dados 100 azotes, atados a la picota” (AMA). Además, por primera vez se estableció un tarifario de precios para los tambos de Vítor, Siguan, Camaná, Ocoña, Atico, Atiquipa, Acará, Chule, Chiguata y Quilca; resaltamos el precio de un cuartillo de vino blanco en seis tomines y el de un cuartillo de vino tinto en un peso y dos tomines.

Hacia 1557, los alrededores de Arequipa eran prósperos terrenos de variados cultivos de maíz, papa, cebolla, trigo y viñedos, que eran constantemente afectados por el ganado que transitaba en desorden; por ello las autoridades ordenaron:

que cualquier ganado ovejuno o puercos o cabras o ganado de la tierra y todo otro ganado menudo que fuere tomado asiendo daño en viñas en esta ciudad y en todos sus términos tenga de pena siendo tomado de día el quinto del dicho ganado siendo de 5 cabezas hasta 50 y den leña del camino se quinte y de noche tenga la pena doblada la cual se aplique las dos partes para el dueño de tal sementera o viña o heredad y la otra parte al juez y obras públicas de la ciudad por mitad (AMA, año 1557).

Claramente, la disposición protege las áreas con vides porque serían las primeras cosechas para elaborar vinos, cuyo comercio en las dos primeras décadas de vida de Arequipa colonial estuvo constituido por importaciones. Posteriormente los mercaderes, al ver su alta rentabilidad, adquirieron tierras para convertirse en productores.

El vino consumido por la población arequipeña desde la fundación de la ciudad hasta mediados de los años cincuenta fue esencialmente traído de Castilla (España); así lo demuestran los manuscritos coloniales. Los miembros de la primera generación de vecinos arequipeños, concretamente los que integraron la élite política, dirigieron el rumbo de sus negocios a la comercialización del vino, ya que se trataba de una inversión muy rentable: más tarde se incrementarían su producción y comercialización. Personas de diferentes estratos sociales y políticos se dedicaron al rubro, dando lugar a un sinfín de situaciones: por ejemplo, en 1565, el mercader Mateo Sánchez, forastero, le adeudaba al tres veces ex alcalde Juan de la Torre la suma de 1.879 pesos y 4 tomines de plata de a 4 pesos el marco por 756 botijas de vino del valle de Pitay, de las cuales 400 embotijadas a precio de 4 pesos de plata y las 356 botijas y sus quintales de pasas a 6 pesos y medio cada quintal (AMA).

En 1568, Diego Hernández de la Cuba, ex alcalde y regidor perpetuo de la ciudad, vendió a Alonso Núñez, clérigo presbítero, toda la cosecha del “vino de la tierra” de la viña y heredad de Lluculla, cada botija a precio de tres pesos de plata corriente. Se compromete a entregarlo en la bodega “a boca de tinaja” en el mes de agosto. Núñez tuvo que conseguir las tinajas para transportar el vino. Ese mismo año Juan del Salto, residente en la ciudad, recibió de Juan de Quiroz Vélez 101 botijas de “vino de la tierra”, que sumaron 505 pesos, 20 botijas de vino de Castilla a 10 pesos, suman 200 pesos; y 5 botijas de vinagre, a 6 pesos cada una (AMA N° 40: 165).

En 1569 figura una escritura de fletamento entre Diego García Serrano y Bartolomé López, residentes de la ciudad. López fletó a García Serrano 250 botijas de vino blanco de Castilla que tenía en la ciudad y fueron transportadas en “carneros de la tierra” hasta el Cuzco. Partió un 25 de agosto y en el lapso de 40 a 45 días llegó a su destino. Para ese mismo destino, Isidro López vendió a Pedro González 150 botijas de vino en caldo de la cosecha de la heredad de Pitay de Juan de la Torre, puesto en la bodega de Pitay a razón y precio cada botija del vino en caldo a dos pesos y medio de plata corriente. Ese año, la señora Juana Muñiz realizó un contrato por cinco años con el regidor del Cabildo Civil don Diego Cornejo para hacer producir en una heredad de uvas del valle de Vítor, comprando y plantando 50 mil cepas de uvas. Este dato es de suma importancia

por la elevada cantidad de cepas que iban a ser cultivadas en una enorme extensión, además de indicar a la primera mujer dedicada a esta actividad (AMA).

El cronista Juan López de Velasco, en su *Geografía y descripción universal de las Indias*, señala acerca de Arequipa: “...el temple de esta ciudad se tiene por el mejor y más apacible de todo el reino del Perú para vivir; llueve en él, y hay invierno y verano como en Castilla, y cógese en su comarca mucho trigo, de que se hace pan muy bueno y sabroso, y gran cantidad de vino, porque las viñas se crían bien en su comarca y se dan mucho á ellas, y el vino se conserva todo lo que quieren” (López de Velasco, 1971: 248).

En 1586, el funcionario de la corona española don Juan de Ulloa y Mogollón consignó: “dáse en esta ciudad gran cantidad de vino, porque hay muchas viñas y se dan mucho a ellas; y tiene cerca de sí un río con su puente” (Ulloa & Mogollón, 1965: 210).

En su *Descripción breve de toda la tierra del Perú, Tucumán, Río de la Plata y Chile*, Reginaldo de Lizárraga señala:

Cinco leguas adelante entramos en el valle llamado Vítor; éste es más ancho y donde los más de los vecinos de Arequipa tienen sus heredades; cogen mucho vino y muy bueno, que se lleva al Cuzco y se provee todo el Collao... Volviendo a la ciudad de Arequipa, es del mejor temple de este reino, por estar fundada a la falda de la sierra, de buen cielo, aunque un poco seco; dentro del pueblo se dan muchas uvas y todas las frutas nuestras, en particular peras no mayores que cermeñas... Desde aquí a Arica y aun hasta Chile, ya fenecieron los valles grandes y fértiles y se siguen vallecitos angostos y no de las calidades de los pasados; por eso haremos de ello poca memoria. Desde aquí nos comenzamos a meter la tierra adentro, distante de él 22 leguas y más, en las cuales hay dos valles, uno llamado Ciguas, de muy buena agua y mejor vino. Cinco leguas adelante entramos en el valle llamado Vítor; éste es más ancho y donde los más de los vecinos de Arequipa tienen sus heredades; cogen mucho vino y muy bueno, que se lleva al Cuzco, 65 leguas, y a Potosí, más de 140, y se provee todo el Collao (Lizárraga, 2002: pp. 47-48).

Por su parte, el cronista mestizo Felipe Guamán Poma de Ayala en su *Nueva coronica y buen gobierno* refiere:

...en la aldea de Acarí, indios de Santiago de Acarí, hanan y hurin, y Uayuri, Palpa; y tiene lo mejor del vino de todo el reino comparado con el vino de Castilla vino dorado clarísimo suave oloroso y de las uvas como mollares y las dichas mollares blanquísimo, tamaño como ciruelas, y tienen trato del vino, de la comida, pan y vino abundancia y poco agua, y tiene carne de sobra, y pasa por ella el camino real para Potosí y Cuzco, Arequipa... (Guamán Poma de Ayala, 1993: 858).

El religioso carmelita Antonio Vázquez de Espinosa, en su *Compendio y descripción de las Indias Occidentales*, señala que “se cogen más de 100,000 botijas de vino, por ser en este sitio el valle anchuroso donde están plantadas las viñas; tiene buenas caserías y bodegas; para encerrar el vino hornos donde las cuecen tinajas y las botijas” (Vázquez de Espinosa, 1969: 337).

Todo este auge en la segunda mitad del siglo XVI se vio interrumpido por el desastre natural que tuvo las consecuencias más perjudiciales en toda la historia del sur andino: el 19 de febrero de 1600 Arequipa fue azotada por dos terremotos debido a la erupción del volcán Huaynaputina, además de la lluvia de cenizas que durante 15 días cayó sobre la ciudad, reducciones indígenas y campos de cultivo, diezmado todo (Málaga, 2002).

Durante los siglos XVII, XVIII y gran parte del XIX, el valle de Vítor siguió produciendo miles de botijas de vino y aguardiente, pero bajó su producción por la crisis minera en Potosí y los cambios políticos que afectaron intereses particulares. En algunos casos los agricultores cambiaron las vides por arroz o por caña de azúcar, productos mucho más rentables y de menor cuidado que las ancestrales cepas coloniales; otros mantuvieron a duras penas sus viñedos y llegaron hasta nuestros días con sus productos artesanales que ahora son preciados vinos y piscos que entran en la modernidad de la producción y competencia nacional.

## Metodología

En la parte metodológica de esta investigación se plantea el problema de la siguiente manera: ¿el valle de Vítor cuenta con las características necesarias para la creación de la ruta temática del vino y del pisco?

El objetivo general es determinar el potencial turístico del mencionado valle para la creación de esta ruta temática, y los objetivos específicos son estudiar las características de sus principales bodegas y elaborar la Ruta del Vino y del Pisco en dicho valle. Las preguntas de la investigación son: ¿el valle posee los atractivos turísticos y la infraestructura necesarias para recibir turistas?, ¿cuáles son las bodegas que cuentan con una adecuada infraestructura para integrarse a la Ruta del Vino y del Pisco?

La presente investigación se justifica ya que la ruta turística propuesta articula a las principales bodegas en la primera Ruta del Vino y del Pisco del departamento de Arequipa, generando ingresos para los productores que incrementarán sus ventas y posiblemente llegarán a exportar sus productos. Será la primera ruta temática de la región.

Para la creación de la ruta temática propuesta se visitarán todas las bodegas del valle de Vítor, con el fin de elaborar un catastro y elegir posteriormente las adecuadas para ser incluidas en la ruta. Con el catastro se podrá tener un panorama real de las bodegas abandonadas, de las pequeñas bodegas artesanales y de las bodegas artesanales-industriales. Además, se aplicará un cuestionario para establecimientos cuyos productos van a ser difundidos a partir de la creación de una ruta temática turística.

En el Perú, la Norma Técnica emitida por el Consejo Regulador de la Producción del Pisco indica que solo los departamentos de Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna pueden ser considerados como productores oficiales, ya que históricamente los valles de estos departamentos fueron y son los principales productores de la bebida bandera del Perú; además de una singular y numerosa variedad de vinos.

Lima, Ica y Moquegua ya cuentan con la propuesta de una ruta temática como una alternativa innovadora para el desarrollo del turismo enológico y pisquero, y para atraer más visitantes a cada valle, que degusten y adquieran los productos derivados de las cepas de uvas históricas, muchas de ellas existentes desde la llegada de los españoles.

El valle de Vítor, a media hora de camino de Arequipa por la carretera Panamericana Sur, fue el principal productor de vinos y aguardientes de uva desde fines del siglo XVI hasta mediados del siglo XVIII en el virreinato peruano. Posee un acervo histórico y cultural, ya que hasta la fecha se conservan centenarias bodegas y tinajas, además de las técnicas ancestrales de procesamiento de los mostos y jugos para convertirlos en vinos y piscos de diferentes tipologías.

Con toda esta riqueza enológica y pisquera, a la fecha no se ha articulado ninguna propuesta como la presente, de allí su atractivo y singularidad. Se plantea poner en valor las bodegas y sus productos, generando un tipo de turismo –enológico y pisquero– que a la fecha está cobrando mucha importancia. Claros ejemplos los vemos en España (Rioja, Castilla-La Mancha, Andalucía, etc.), en Argentina (Córdoba, Mendoza, etc.) y en Chile. Con el desarrollo de la Ruta del Vino y del Pisco en Vítor se tendrá una mayor afluencia de turistas a esa zona, además de generar una conciencia turística en los pobladores locales y en los de la Región Arequipa.

El valle de Vítor posee las bodegas más antiguas del sur del Perú, algunas de las cuales datan de la segunda mitad del siglo XVI. Testimonio de ello lo dan las centenarias tinajas y alambiques que llegaron a producir miles de litros para abastecer un área que abarcaba desde Arequipa y el altiplano hasta Potosí.

La presente investigación sobre la creación de la Ruta del Vino y del Pisco en el histórico valle de Vítor del departamento de Arequipa se apoya en los cuestionarios que se aplicarán a los dueños de las bodegas para tener una ficha completa de cada una de ellas. En dicha ficha se consignará una cantidad de datos que permitan apreciar si el establecimiento posee condiciones para ser integrado a la ruta temática, agrupando a las históricas bodegas de este valle en el primer circuito enológico y pisquero del sur del Perú, beneficiando a los productores de vinos y piscos.

La hipótesis planteada es la siguiente: es probable que el valle de Vítor cuente con las características necesarias para la creación de una ruta temática del vino y del pisco. Las tres variables manejadas son: las bodegas, porque se elaborará un directorio de ellas; el producto, porque se verán las diferentes variedades de vinos y piscos; la ruta, que recorrerá ambos márgenes del río.

Se entiende por turismo enológico el flujo de visitantes que arriban a un lugar específico para degustar los vinos en sus diferentes variedades, además de disfrutar visitando las bodegas y los viñedos. En España las zonas vinícolas son muy prestigiosas, igual que las denominaciones de origen en las distintas regiones como Galicia, Castilla y León, Navarra, La Rioja, Penedés, Priorato, La Mancha, Levante, Ronda, Jerez y Ribera del Duero. Entre las ciudades que se distinguen por sus vinos figuran Barcelona, Madrid, Bilbao y Burgos<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> <http://blog.vinos.com/bodegas-vinedos/turismo-enologico/>

Para el diseño de la ruta se debe elegir un lugar adecuado para emplazarla, realizar un inventario de los recursos locales, definir la longitud del recorrido considerando el tiempo del que disponen los visitantes, seleccionar los rasgos interpretativos que cubran suficientemente el tema y mantenerlos en buen estado, trabajar con los posibles tópicos de la ruta, verificar los puntos de interés con relación al tema general, diseñar el itinerario, tipo de guiado, seguridad del visitante y evaluar el impacto del entorno<sup>2</sup>.

### Las bodegas

Nuestro universo son las 30 bodegas el valle de Vítor, agrupadas sobre la base de la información del Comité de Productores de Vinos y Piscos de Vítor y de sus propios habitantes.

Bodega abandonada en Pueblo Nuevo

Cáceres

Casa de Sillar

Dos Calaveritas

El Chañal

El Chocho

El Fundador

El Socavón

Fundo La Rodríguez

Fundo N° 2

Fundo N° 3

Fundo N° 4

Hacienda del Monte

Hacienda perdida Pueblo de los Desamparados

Jorge Estremadoiro

La Calderón Grande al pie de la cuesta

La Canduelos

La Compañía

La Velarde Grande

Los Sauces

Manuel Arce 1910

Paz-Soldán

Postigo

<sup>2</sup> [www.utntyh.com/wp-content/uploads/2012/04/Rutas.docx](http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2012/04/Rutas.docx)

San Juan  
Santa Teresa  
Santuario  
Sendero  
Torres de la Gala  
Viña Vítor  
Zegarra e hijos

Las cinco bodegas que producen vino y pisco en el valle de Vítor y que han sido consideradas en el Directorio Nacional de Productores de Pisco del Ministerio de la Producción (Produce) 2008, son las siguientes:

### **El Fundador**

Marca: Postigo  
Representante: Ana Postigo de Castro  
Dirección: La Caleta s/n, Vítor, Arequipa. Urb. La Cantuta C-5 José Luis Bustamante y Rivero  
Teléfono: (054) 465-594  
Mail: piscopostigo@gmail.com / piscopostigo@hotmail.com

### **El Socavón**

Marca: El Socavón  
Representante: Joniu Chávez Lucero  
Dirección: Calle Sucre 535, Cercado, Vítor, Arequipa  
Teléfonos: (054) 224-100 / (054) 465-767  
Mail: jchavez\_182@hotmail.com

### **Los Sauces**

Marca: Orgullo Perú  
Representantes: Félix Callachi y Verónica Salazar  
Dirección: Pueblo Nuevo Altura Km. 1 Carretera Panamericana, Vítor, Arequipa  
Urb. Campo de Marte Mz. H, Lote 13. Comité 4, Paucarpata  
Teléfono: (054) 467-353  
Mail: focus\_up@hotmail.com/pisco\_orgulloperu@yahoo.com

**Viña Vítor**

Marca: Pisco Viña Vítor  
 Representante: Roger Carpio Chambi  
 Dirección: Vía Panamericana 110 - Valle de Vítor, Vítor, Arequipa  
 Ricardo Palma 307, Urb. California, Paucarpata  
 Teléfonos: (054) 959-742-084 / (054) 462-956

**Zegarra e Hijos**

Marca: La Hacienda del Abuelo  
 Representante: José Santos Zegarra Bernal y Julio César Zegarra Ríos  
 Dirección: Urb. Dolores B-8 J. L. Bustamante, Vítor, Arequipa  
 Jr. Jesús Vera Fernández 877, Urb. San Germán, Lima 31  
 Teléfonos: (054) 422-224

Hay seis bodegas que no figuran en los directorios mencionados, pero los dueños están dispuestos a integrarse a la ruta y cuentan con infraestructura apropiada:

Fundo N° 2  
 Fundo N° 3  
 Hacienda El Chañal  
 Jorge Estremadoiro  
 Postigo  
 Torres de la Gala

Hay diez bodegas que producen vino y pisco en el valle de Vítor y que no integrarían la ruta turística por su infraestructura y desinterés de los dueños:

Cáceres  
 El Chocho  
 Fundo N° 4  
 La Calderón  
 La Canduelos  
 La Rodríguez  
 Paz-Soldán  
 San Juan  
 Santa Teresa  
 Sendero

Hay ocho bodegas abandonadas:

Bodega abandonada en Pueblo Nuevo

Bodega Casa de Sillar

Dos Calaveritas

Hacienda del Monte

Hacienda perdida Pueblo de los Desamparados

La Compañía

La Velarde Grande 1910

Santuario

De todos los listados se han escogido cuatro bodegas con condiciones para integrar la ruta propuesta. Figuran en el directorio de productores de pisco de Produce y al visitarlas pudimos ver que cuentan con instalaciones cómodas y con los mínimos servicios para poder ser visitadas; además de la intención e interés de sus propietarios por difundir sus variados productos de diferentes calidades. Ellas son: El Chañal, El Socavón, Viña Vítor y Zegarra; asimismo, se podría incluir en la visita la bodega abandonada de los jesuitas llamada La Compañía, pues conserva una iglesia, claustros, lagar y bodega.

### **Consideraciones finales**

La presente propuesta de creación de una ruta temática, en este caso enológica y pisquera, se basa en la necesidad de tener un producto turístico que represente a la Región Arequipa, ya que no cuenta con ella.

Con la base de datos de las bodegas perfilamos las que serán seleccionadas por sus atributos y productos de calidad con Denominación de Origen, para que puedan competir con similares de otros departamentos.

La puesta en marcha de la ruta temática dependerá del Municipio de Vítor, para poder implementar el camino con la adecuada señalización, así como coordinar las charlas de sensibilización a los bodegueros y a la población en general en buenas prácticas turísticas.

Los turistas en busca de nuevos sabores del vino y del pisco arequipeño tendrán oportunidad de visitar cinco bodegas, apreciando el valle de Vítor y su campiña, además de generar recursos a otros pobladores en sus pequeños negocios como tiendas y restaurantes.

## Referencias

- Academia Peruana del Pisco (2009). *Boletín de la Academia Peruana del Pisco*, N° 1. Lima.
- Academia Peruana del Pisco (2011). *Boletín de la Academia Peruana del Pisco*, N° 2. Lima.
- Academia Peruana del Pisco (2013). *Boletín de la Academia Peruana del Pisco*, N° 3. Lima.
- Ángeles, C. (1972). *Peruanidad del pisco*. Lima: Editorial Nueva Educación.
- Brown, K. (2008). *Borbones y aguardiente. La reforma imperial en el sur peruano: Arequipa en vísperas de la Independencia*. Lima: Banco Central de Reserva del Perú e Instituto de Estudios Peruanos.
- Buller, C. (2011). *Vinos, aguardiente y mercado. Auge y declive de la economía del vino en los valles de Arequipa (1770-1853)*. Lima: Quellca, Centro de Estudios Andinos.
- Guamán Poma de Ayala, F. (1993). *Nueva coronica y buen gobierno*. México-Lima: Fondo de Cultura Económica.
- Huertas, L. (2008). *Cronología de la producción del vino y del pisco. Perú: 1548-2008*. Lima: Academia Peruana del Pisco y Universidad Ricardo Palma.
- Lizárraga, Reginaldo de (2002). *Descripción del Perú, Tucumán, Río de la Plata y Chile*. Madrid: Dastin, D. L.
- López de Velasco, J. (1971). *Geografía y descripción universal de las Indias*. Madrid: Ediciones Atlas.
- López-Guzmán, T. & Sánchez, S. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *Pasos*, 6(2), 159-171.
- Málaga, A. (2002). *El enojo de los dioses. Terremotos y erupciones en Arequipa del siglo XVI*. En Homenaje a Franklin Pease G. Y. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú y Banco de Crédito del Perú.
- Martorell, A. (2010). *Itinerarios culturales y patrimonio mundial*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Norma Técnica Peruana (2006). *NTP211.001* Lima: Indecopi.
- Peña, E. de la (2006). *Vinos & Licores*. Lima: Mirbert.
- Ulloa y Mogollón, J. (1965). *Descripción de las Indias que su Magestad manda hacer de 1586*. Madrid: Ediciones Atlas.
- Vázquez de Espinosa, A. (1969). *Compendio y descripción de las Indias Occidentales*. Madrid: Ediciones Atlas.
- Vera, G. (2010). *Lima. El Piscoauer y el Morris Bar. Para una historia del pisco en el Perú*. Lima: Sociedad y Comunicación.
- Wiesenthal, M. & Navarro, F. (2010). *Enciclopedia del vino*. Lima: Producciones Cantabria.

# GASTRONOMÍA Y TURISMO

# EL PISCO: PATRIMONIO DEL PERÚ

## PISCO: HERITAGE OF PERU

Eduardo Dargent Chamot

Instituto del Vino y del Pisco de la Universidad de San Martín de Porres, Perú

Recibido: 20 de marzo de 2014

Aceptado: 24 de julio de 2014

---

### RESUMEN

El presente trabajo hace un recorrido por la historia del aguardiente de vino peruano que hoy conocemos con el nombre de “pisco”. Se explica su origen mencionando la noticia más antigua que se tiene de él y se hace hincapié en varios aspectos que han sido esgrimidos para pretender justificar el uso del nombre en otros lugares que tienen que ver con distribución temprana, aduciendo que en el Alto Perú “pisco” era una denominación genérica. Se alude a la etapa en la que el pisco llegó a su punto mínimo de producción explicando que no fue un abandono intencional sino guiado por las circunstancias. Finalmente se explica el proceso de generalización del nombre “pisco” para el aguardiente peruano.

**Palabras clave:** Aguardiente, alambique, cachaza, Corfú, falca, filoxera, majeños, Potosí, puntaya.

### ABSTRACT

This article takes the reader through the history of the wine brandy<sup>1</sup> that is today known as “pisco”. Explains its origin going back to the oldest reference known today. It pin-points the arguments that have been used to pretend that the name “pisco” was a generic name for the white brandy consumed in the Alto Peru region, today’s Bolivia. Covers the periods of lowest production, explaining that it was not an intentional give up of the product but that it was caused by different circumstances. The last part explains the process of the generalization of the use of the name “pisco” to refer to the Peruvian wine brandy.

**Key words:** Brandy, alembic, still cachaza, Corfu, falca, phylloxera, majeños, Potosi, puntaya

---

<sup>1</sup> En español la palabra brandy implica guarda en barricas pero en inglés el término es usado en general para los aguardientes. (In Spanish the term “brandy” is used only for destiled drinks that have not been kept in casks while in English it is used for all destiled alcohols).

## Introducción

El pisco es un aguardiente incoloro, destilado de vino, elaborado de acuerdo a reglas estrictas que incluyen características específicas: las ocho variedades de uvas autorizadas<sup>2</sup>; el rango de porcentaje de alcohol obtenido de forma natural en una destilación; la ausencia de agua, colorante, saborizante o cualquier otro aditivo; el frescor propio de no haber sido guardado en tonel; y su producción en los valles de Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna, los que por sus características climáticas y de composición de suelos hacen de estos productos merecedores de la denominación de origen “pisco”.

A diferencia del vino que acompaña a los seres humanos desde los orígenes de la civilización y es un proceso natural, el aguardiente es un invento relativamente reciente, fruto del ingenio humano y basado en los experimentos de los alquimistas del siglo XII. Las referencias tempranas a la destilación en Sudamérica son esquivas. La lectura de material brasileño llevaría a pensar que allá se destiló el jugo de caña y se produjo garapa –hoy cachaza– desde mediados del siglo XVI, mientras que el historiador Pablo Lacoste afirma que se ha encontrado en los archivos coloniales de Chile la referencia a un alambique fechado en 1586 y que habría sido fabricado en el corregimiento de Coquimbo. De confirmarse este dato con documentos originales, se trataría del alambique más antiguo registrado hasta hoy para la región<sup>3</sup>. En el caso del Perú no se han encontrado referencias a alambiques del siglo XVI, y en lo que concierne a destilados se mencionan sistemas más primitivos como las “pailas aguardienteras”, citándose la de Zepeda en Quilloay o la de Pedro Manuel “El Griego” que se verán más adelante.

De acuerdo al historiador Lorenzo Huertas, las pailas aguardienteras son seguidas por las falcas, algunas de las cuales continúan siendo usadas. Los alambiques serían los terceros en la secuencia. Nada prueba o desaprueba que se hayan empleado los tres sistemas simultáneamente

Aunque no hay constancia de la fecha de su primera destilación en el Perú, se sabe que en los monasterios se producía “agua de rosas” sobre la base de pétalos de dicha flor y que servía para hacer medicinas y perfumes (Dargent, 2009). El proceso que aquí interesa, sin embargo, para producir aguardiente de uva, tiene como referente más antiguo el testamento de un griego de la isla jónica de Corfú, afincado en Ica. Pedro Manuel, llamado “El Griego” firmó su testamento en la villa de Valverde (Ica) el 30 de abril de 1613, consignando entre sus posesiones cantidades detalladas de aguardiente. En el documento, encontrado por Huertas en el Archivo General de la Nación, se describe también el equipo usado por el griego, el cual no cuenta con el serpentín propio del alambique sino que está provisto de “una caldera grande de cobre para sacar aguardiente con su tapa e cañón” de las pailas aguardienteras y de las falcas.

<sup>2</sup> Las ocho variedades de uvas autorizadas son: Quebranta, Negra Criolla, Mollar, Uvina, Italia, Moscatel, Torontel y Albilla. Hasta hace poco las cuatro primeras eran llamadas “no aromáticas” y las cuatro últimas “aromáticas”; hoy se ha dejado de lado esa división porque se considera que todas son aromáticas aunque unas menos que otras. La variedad de pisco “Acholado” implica una mezcla de uvas pisqueras en el mosto. La Norma Técnica Peruana 211.001, 206. Bebidas alcohólicas. Pisco. Requisitos. 7ma edición: especifica que debe ser la mezcla de vinos frescos o piscos de uvas pisqueras, término que se sigue usando.

<sup>3</sup> <http://diarioeldia.cl/articulo/economia/estudio-historiadores-valida-origen-comun-pisco-chileno-peru>. 3.I.2014.

En su testamento, Pedro Manuel además de pormenorizar propiedades, deudas y obligaciones, refiere que tiene “más treinta tinajas de burney y llenas de aguardiente que ternán ciento y sesenta botijuelas de aguardiente, más un varrill lleno de aguardiente que terná treinta votixuelas de dicha agua ardiente” (Huertas, 2013: 83; en testamento f. 470v).

Interesante para el tema aquí tratado es el hecho de que, además del aguardiente y de la falca, se incluyen dos referencias más relacionadas a la producción del vino y el aguardiente.

La primera, a continuación de la mención de la caldera, dice: “Dos puntayas la una con que pasa el caño y la otra sana que es más pequeña que la primera” (Ibíd.). La segunda está relacionada a envases. En ella reitera el nombre de uno y agrega otro: “Más siete tinajas de vurney y de sangley bacías” (Ibíd.).

Considerando que la madre de sus dos hijos era su esclava malaya a quien liberó y que al tiempo de redactar el testamento ya había fallecido, se supone que llegó al Perú del sureste asiático y que “vurney” haría referencia al sultanato de Brunei o al mismo Borneo. En cuanto al término “sangley”, este es usado en Filipinas para referirse a los mestizos de chino y filipino, aunque originalmente era una palabra relacionada al comercio y a los comerciantes<sup>4</sup>. Por último, en Filipinas existe un lugar llamado Sangley Point. Se entendería entonces que con esos nombres se hace referencia a recipientes vinculados a esa parte del mundo.

“El Griego” no menciona su edad pero sí que al momento de redactar su testamento goza de buena salud, lo que hace pensar que probablemente vivió algunos años más. Por otro lado, detalla los nombres de los miembros de su familia. Sus padres “Manuel Bafia y Vela Cutzulena su mujer” (Ibíd.: 78; f. 464r.)<sup>5</sup>, ya fallecidos; Margarida Fava, su esclava y madre de sus hijos y el nombre de estos: “Marcos Manuel que será de edad de doze años poco más o menos y el otro (sic) se llama Pascuala Manuel que será de edad de ocho años antes más que menos” (Ibíd.: 85; f. 472r).

Si bien la fecha del testamento es 1613, está claro que Pedro Manuel venía produciendo vino y aguardiente de uva desde antes. Bastaría el comentario al final del documento en cuestión, donde declara que deja: “por mis bienes duzientas botijas de vino que están en mi casa y bodega de la cosecha del año pasado de seiscientos doze” (Ibíd.: 84; f. 471v). A esto se suman los últimos descubrimientos de Huertas sobre Pedro Manuel. Aunque en su testamento menciona que sus cuentas corren desde 1609 (Ibíd.: 81; f. 468r), ahora Huertas ha encontrado constancia de que estaba en Ica en 1608 y que en esa fecha tenía casa y alquilaba tierras para cultivar uvas<sup>6</sup>.

Otra referencia temprana a la elaboración de aguardiente peruano se encuentra en la descripción de Pedro de León Portocarrero, el llamado “Judío Portugués”. Esta relación fue escrita cuando ya León Portocarrero se hallaba de regreso en España. Los apuntes fueron tomados por lo tanto entre la fecha de su llegada al

<sup>4</sup> “Sangley. Indio chino o japonés que pasa a comerciar a Filipinas”. Diccionario de la Lengua Española. R.A.E. Decimonovena Edición, p. 741.

<sup>5</sup> En el testamento claramente se indica “Bafia”, pero el apellido griego es “Vafías”, que significa pintor.

<sup>6</sup> Información personal de Lorenzo Huertas en reunión de la Academia Peruana del Pisco.

Perú en 1609 y la de su embarque a la península ibérica en 1616, lo cual lo hace prácticamente coetáneo del documento de “El Griego”.

En las anotaciones que realizó a lo largo de los seis o siete años que pasó en el Perú, León Portocarrero menciona en varias oportunidades el vino y las uvas. Discute incluso los precios del vino explicando que lo elevado de estos se debe a que son llevados por mar. Al terminar su exposición al respecto brinda un dato importante para el tema que aquí interesa: “fazen mucho aguardiente en el Perú y muy bueno” (León, 2009: 41).

También es fundamental para conocer los orígenes del aguardiente peruano la información que brinda el padre Bernabé Cobo en su *Historia del Nuevo Mundo*. Cuenta el jesuita que en el Perú, hacia 1625, cuando vivía en Pisco, todos los productos de la vid eran aprovechados: “Todas las utilidades que resultan desta planta, a saber, de regalado fruto, de las pasas que se hacen muy buenas de la uva mollar, de arrope, aguardiente, vinagre y sobre todo de gran copia de vino” (Cobo, 1956).

Un dato temprano –aunque posterior a los citados arriba– es que incluye Lorenzo Huertas en su libro *Cronología de la producción del vino y del pisco*, cuando trata sobre la escritura pública fechada el 11 de diciembre de 1633, donde se menciona que el vecino de Ica y natural de Moguer, Alonso García de Zepeda, era dueño de una viña en Quilloay, de otras propiedades entre la que estaba una casa y unas tierras que “lindan con la acequia de Longar”, además de “un lagar de madera y una paila de sacar aguardiente” (Huertas, 2012: 98).

Si bien la referencia descubierta por Huertas es la que marca la fecha más temprana conocida de la producción del pisco, las otras tres –la de Pedro de León Portocarrero, la del padre Cobo, ambas relativamente cercanas en el tiempo, y la de la viña de Alonso García de Zepeda en Quilloay, menos de una década después– confirman que la producción de pisco en el país no era un asunto aislado sino que estaba difundida en el primer tercio del siglo XVII.

### **Las rutas del vino y del aguardiente**

El transporte del vino y del aguardiente en el Perú colonial fue arduo. Para la costa norte del país, la ruta más recurrida era la marítima, tanto por la dureza de los desiertos como por las avenidas. Flores Galindo explica que la ruta del norte era difícil porque en verano las crecidas de los ríos destruían los caminos improvisados y los puentes. Comenta que en la costa sur se repetía esta situación por lo que “era preferible recurrir al mar para transportar de Pisco a Lima las botijas de aguardiente sorteando así los peligros del desierto” (Flores, 1991: 53).

La ruta de Arica tenía tres posibilidades. Una que iba al Cuzco a través de Arequipa, otra que se dirigía a Tarapacá por la costa y una tercera que subía directamente a Potosí. Aunque el flujo del vino y del aguardiente de pisco se movía mayormente hacia el norte tanto del Perú como de toda la costa del Pacífico hasta Acapulco, también se realizaba el transporte desde ese puerto hasta Arica, destino inicial del azogue necesario para el proceso de amalgama con que se extraía la plata en Potosí. Gran parte de la provisión de vino y aguardiente para la sierra sur, y en especial para la región minera cuya cabeza y polo de atracción era la Villa Rica de Potosí, se realizaba desde los valles aguardenteros del sur del Perú.

El trajín de vinos, aguardientes, pasas e higos secos que se iniciaba en los valles sureños de la costa peruana hasta el Cuzco y las Charcas se conoció inicialmente como la “Ruta de los Viñateros” y posteriormente se le cambió el nombre a “Ruta de los Majeños”, en referencia directa al valle de Majes en Arequipa. El camino, saliendo de este valle, tomaba dos derroteros: uno que se dirigía al Cuzco y el otro a Paucartambo (Flores, Kuon, Samanez & Amado, 2011: 194).

La ruta subía desde Majes hacia Cailloma y de allí seguían los trajinantes hasta la ciudad del Cuzco. En Langui y Layo la “Ruta de los Viñateros” empalmaba con el Camino Real que continuaba por el altiplano hasta la villa imperial de Potosí. En el año 2007, los autores de la obra Cuzco: desde la nieve de la puna al verdor de la amazonía pudieron recoger el testimonio de un anciano de Quijabamba en la “Ruta de los Majeños” que aún recordaba la llegada de los trajinantes del vino a su pueblo. Comentaba este testigo que: “Los majeños que llegaban a Quiquijana, se establecían aquí en la plaza y su llegada era un acontecimiento, porque traían vino y se emborrachaban y bailaban en esta plaza de Quiquijana. De aquí continuaban hacia Ocongate y Paucartambo a intercambiar productos (Flores et al., 2011: 195).

### La caída de la producción

Hubo dos momentos en los que la producción del vino y del pisco decayó, pero hay que aclarar que no se trató de un abandono descuidado e intencional sino el resultado de una situación marcada por circunstancias muy especiales.

La primera ocurrió en torno a los años comprendidos en el proceso de la independencia y en el caos político que siguió. La segunda –la más mencionada por los internacionalistas– fue el reemplazo de los viñedos por cultivos de algodón, a raíz del alza del precio de este producto como consecuencia de la guerra civil norteamericana (1861-1865), y que se profundizó debido al azote de la filoxera, que destruyó los cultivos de vid en muchos valles de la costa<sup>7</sup>.

Sobre este descenso en la producción de vino y aguardiente en tiempos de la independencia y años siguientes, Carlos Buller sintetiza en pocas páginas el impacto de los cambios que se produjeron en el Perú y su repercusión en los viñedos y la industria anexa.

La revisión de los ciclos de producción que hace Buller en la región de Arequipa sirve para entender lo que ocurrió en todo el país. Esta mirada termina con la caída final y prácticamente la desaparición de la producción vinera en el sur peruano. El decaimiento, explica Buller, se inicia en la segunda década del siglo XIX. La tendencia de crecimiento “alcanza su cenit en 1816” y “a partir de entonces se inicia el reflujo”. No será esta vez algo temporal. Insiste el autor mencionado en mirar con atención una cifra que espanta y que lo dice todo: “La producción conjunta de los tres valles de Arequipa cayó de 1’471,000 arrobas en 1816 a 350,000 en 1853, lo que representa una contracción general de 76% en poco menos de cuarenta años” (Buller, 2011: 167).

<sup>7</sup> El nombre científico de la Filoxera es: *Dactylosphaera vitifoliae*. Anteriormente se le llamaba *Phylloxera vastratrix*, nombre que aún se encuentra en algunas publicaciones.

Según este autor, las causas de la baja de producción fueron: ante todo el inicio de las guerras de independencia y su impacto múltiple, la escasez de mano de obra por las levadas, la ruptura de los circuitos comerciales y la destrucción de la planta industrial. Agrega Buller que, a diferencia de lo ocurrido en crisis anteriores, en esta oportunidad confluyeron otras circunstancias que no permitieron la recuperación. A la guerra de independencia se sumó, a continuación, la guerra caudillista y la guerra de la Confederación Perú-boliviana, que incluyendo prolegómenos y colas duró hasta entrada la década de 1840.

Pocos años antes de la independencia, en 1815, cuando ya se habían producido los levantamientos de Zela y Pallardelle en Tacna, el francés Julian Mellet visitó el Perú y recorrió varias ciudades de la costa. Mellet hizo interesantísimas observaciones en su viaje, las que publicó en París en 1824 con el nombre de *Voyages dans l'intérieur de la Amérique Méridionale*. En esta obra llena de aventuras dedicó unas líneas al puerto de Pisco y al tema que aquí se trata:

Pisco es un portezuelo de mar a 50 leguas sureste de la capital que mantiene gran comercio con Lima y Guayaquil, de vinos y aguardientes. Siempre hay gran número de embarcaciones que vienen a cargar estos dos artículos.

Los alrededores de la ciudad, a un cuarto de legua del mar, están cubiertos de viñas y producen en abundancia toda clase de excelentes frutas de Europa y América; el vino que se fabrica se llama lancha, y es reconocido, tal vez, por el mejor de todo el Perú; y el aguardiente es tan bueno y mucho más fuerte que el de Cognac, tan renombrado en Francia (Mellet, 1971: 91).

Las referencias de Mellet contrastan, a la vez que confirman, los apuntes del cónsul británico Charles Milner Ricketts, escritos once años más tarde para explicar los efectos que la guerra tuvo en el comercio del puerto y que se detallarán más adelante.

Se debe entender que la guerra de la independencia tuvo un considerable impacto en los viñedos de la costa, y que el valle de Pisco fue de los primeros en sufrir las consecuencias. Con la llegada de Lord Cochrane al puerto y la oferta de libertad a quienes se incorporaran a las fuerzas libertadoras, los esclavos se unían al ejército dejando tanto los cultivos como las industrias con poca mano de obra. A esto se sumaban las levadas hechas al paso de los libertadores, que reducían aún más la capacidad productiva de las haciendas, ya que a la pérdida de mano de obra se sumaba la confiscación de bestias de carga.

El cónsul británico Ricketts, a quien ya se ha hecho referencia, en carta a su ministro en Londres Sir George Cannin, en septiembre de 1826, resume en un párrafo la situación de los productos de la vid en el Perú: “El cultivo de la vid se reduce a Pisco y sus inmediaciones. La cantidad de aguardiente que anteriormente se producía era 70,000 toneles de 18 galones cada uno, y 15,000 toneles de vino, aparte de una pequeña cantidad cerca de Arequipa; pero por la escasez de peones ahora no se produce más de 16,000 toneles de aguardiente y muy poco o nada de vino” (Ricketts, 1975: 25).

Si bien hay años de desarrollo entre mediados de siglo y la guerra con Chile, en 1854, con el inicio del boom guanero, el gobierno del mariscal Castilla dio dos leyes de suma importancia para el Perú: la libertad de los esclavos y el final del tributo indígena. La visión liberal del momento entendía estos dos saltos a la modernidad del país más como una ventaja económica que social: tanto los ex esclavos que en adelante recibirían una paga por su trabajo, como los campesinos que dispondrían de un extra para sus gastos, acelerarían el comercio y el crecimiento de la economía nacional. La realidad fue que los ex esclavos, en su mayoría ancianos, se alejaron de las tierras de cultivo, mientras que los campesinos, al no tener que conseguir dinero para el injusto tributo, prefirieron sus propias chacras. El resultado fue el despoblamiento de las tierras agrícolas, la caída de la producción y la inmediata elevación en los precios de los alimentos.

De otro lado, la temida Filoxera Vastatrix, plaga de origen americano que destruyó los sembríos de vid en Europa, llegó al Perú a fines del siglo XIX en algunos plantones importados de Francia. En 1888 se la detectó en Moquegua, en 1896 en Chincha, y en las primeras décadas del siglo XX se fue esparciendo por Ilabaya, Cinto, Locumba, Vitor, Majes y demás. Donde se pudo, los agricultores sustituyeron con cultivos de algodón los campos de vid destrozados por dicha plaga, pues su longitud de hebra lo hacía destacar en el mercado. Así pudieron salvar sus campos y la fuente de trabajo de los campesinos.

### **Los primeros registros del nombre “pisco”**

Es necesario aclarar desde cuándo se usa el término “pisco” como nombre genérico del aguardiente de vino peruano. En todo caso, para el producido en Ica la fecha no es más antigua que el inicio del siglo XIX, y para el destilado en la costa desde los departamentos de Lima a Tacna, con las características por todos conocidas, es mucho más tardía.

Es importante anotar que el aguardiente de vino que se enviaba al Alto Perú procedía tanto del puerto de Pisco como de los valles sureños, Arequipa y Moquegua en especial, y que a diferencia del que se embarcaba en Pisco –que podía ser denominado “Aguardiente de Pisco”, siempre con la preposición “de”–, a los de los otros valles se les llamaba sencillamente aguardiente, si acaso agregando el valle de procedencia. Por lo tanto “pisco” e incluso “de Pisco” nunca fue una denominación genérica. En todas partes los destilados de vino eran conocidos como “aguardiente” y en todo caso, si había duda, se decía “aguardiente de uva” para diferenciarlo del más barato que era de caña.

Si bien se menciona reiteradamente el “aguardiente de Pisco”, el término “pisco” para referirse específicamente al aguardiente de uva producido en la costa del Perú lo hallamos impreso recién en el siglo XIX.

Lorenzo Huertas describe el paso del uso específico del nombre al genérico aclarando que: “Al inicio, esta situación nominativa se produjo en la región iqueña. No todos los aguardientes tomaron la denominación de pisco, pero un buen número de personas, sobre todo de viajeros a quienes más les gustaba el apelativo pisco en lugar de aguardiente de uva, lo registraron así en sus cuadernos de notas” (Huertas, 2012: 125).

Es especialmente interesante la anotación del viajero inglés William Bennet Stevenson, quien recorrió la costa peruana en 1814 y que al pasar por el puerto de Pisco, además de comentar la excelente calidad del destilado, los volúmenes de producción y los envases de arcilla cocida en los que se almacenaba, indica explícitamente: “el aguardiente generalmente llamado pisco, pues debe su nombre al lugar donde es hecho, es de buen sabor y sin color” (Stevenson, 1972: 169), con lo que deja el primer testimonio del nombre “pisco” como sinónimo y propio del destilado en cuestión.

Una década después, el clérigo británico Hugh Salvin visitó el país en los días cercanos a la batalla de Ayacucho, y en sus escritos menciona por su nombre al aguardiente de vino. En su diario de viaje anota que el 24 de abril de 1825 visitó el puerto de Pisco y comenta al respecto: “Este distrito es conocido por la fabricación de un licor fuerte que lleva el nombre de la ciudad” (Salvin, 1973: 52).

Hay otras dos menciones directas al aguardiente y al nombre “pisco”. La primera la hace después de una visita al filósofo y científico franciscano fray Juan José Metralla en el convento de los Descalzos del barrio del Rímac. Luego de revisar los instrumentos de medición geográfica del fraile, este lo llevó a él y a sus acompañantes al refectorio donde estaba el superior del convento con otros monjes, comiendo fruta después de la cena. Señala Salvin: “El pis(c)o, fuerte licor destilado de uva, circulaba por la mesa y los monjes lo bebían puro” (Ibíd.: 15). La segunda referencia se ubica en Huaura, pequeña población de una sola calle al norte de Lima, famosa porque fue la primera del Perú donde se juró la independencia. Allí conoció a un franciscano quien –anota–, “nos ofreció excelentes quesos del país y pisco” (Ibíd.: 72). Ambas referencias del inglés son breves y sin mucha descripción, pero tienen la importancia de estar entre las primeras conocidas en las que se usa directamente el nombre “pisco” para referirse al aguardiente de vino peruano.

En 1828 Heinrich Witt utiliza el nombre “pisco” explícitamente para el aguardiente de uva producido en la región de Ica. El jueves 31 de julio del año mencionado el viajero alemán pasa por Chíncha Baja y tras un recorrido de “8 leguas” llega a Pisco, población que describe de la siguiente manera: “Pisco es el puerto de Ica, del que se encuentra a 14 leguas de distancia, y desde aquí se exporta todo el brandy o aguardiente del país que se produce y destila en ese lugar. De ahí proviene el nombre de pisco, palabra con la que se conoce el brandy en todo el Perú” (Witt, 1992: 282).

En otro momento señala la diferencia entre “pisco” y los aguardientes del sur. Su comentario es muy claro y debe tenerse en cuenta: “La comercialización que la gente de Ica realiza del brandy llamado pisco, es bastante considerable; proveen de él a todos los departamentos del norte del Perú, mientras que el brandy o aguardiente producido en los valles de Majes, Vitor, Moquegua y otros, es consumido en el sur y exportado a Bolivia” (Ibíd.: 284).

Carlos Buller, investigador profundo del aguardiente en los valles del sur peruano, en una comunicación personal donde se trataba acerca de la antigüedad del nombre pisco, comenta:

En efecto, en el sur andino no se habla más que de “aguardiente” en las fuentes coloniales. Tazmías, cuadrantes decimales, protocolos notariales, guías de aduana, cajas reales y todo tipo de documentos

oficiales, así como testimonios personales y referencias secundarias de la época sólo se refieren al aguardiente. Esto incluye, claro, a las aduanas de Potosí, que demuestran que este aguardiente llegaba de los valles de Moquegua y Locumba, principalmente, y algo de Vítor y Cinto, de ningún otro lado más. Ni siquiera se especifica “de uva” porque el de caña no circulaba (Comunicación del 15 de enero de 2014).

Aunque en los años siguientes se usaría con mayor frecuencia el nombre “pisco” para referirse al aguardiente iqueño, el término “aguardiente” en la publicidad de los destilados peruanos siguió siendo el más usado hasta entrado el siglo XX. Y el nombre se empleaba solo para referirse a los de Ica. Baste como muestra la carta que el 9 de junio de 1934 envió el señor Jorge Chamot Arróspide a la redacción del diario *El Comercio*, en la que comentaba una gestión hecha por él en Washington antes de esa fecha y que constituye una de las defensas tempranas de la peruanidad del pisco.

En su carta Chamot se refiere a un artículo aparecido en ese diario sobre los avances efectuados por el ingeniero Pedro Ricome para apoyar la exportación de los vinos y aguardientes peruanos, y a la sugerencia de que la embajada peruana en los Estados Unidos hiciese gestiones para impedir que se usara el apelativo “pisco” para aguardientes que no proviniesen del Perú.

Chamot aclara en su carta que durante la misión que desempeñó en Washington ante el Departamento de Estado norteamericano se ocupó justamente del tema del pisco y de su denominación de origen. En su carta traduce el texto de lo comunicado a las autoridades estadounidenses de esta manera: “Sobre este particular debe hacerse hincapié en que espíritus importados de otros países están usando el nombre ‘pisco’ que es producto exclusivamente peruano, ya que el único pisco genuino se produce en el área que rodea al puerto de Pisco en el Perú”<sup>8</sup>.

En tiempos más recientes si bien en Ica se le llamaba “pisco”, el término genérico “aguardiente” continuó utilizándose en los valles al sur de este departamento<sup>9</sup>. Había una clara visión de que al aguardiente de uva se le llamaba por ese nombre y fue más adelante cuando el nombre de “pisco” se generalizó para referirse a los aguardientes de vino producidos en los valles que hoy tienen derecho a usarlo.

En efecto, es recién en 1946 cuando la Resolución Ministerial 1206 aclara de manera oficial lo que se llamará pisco. En ella se especifica que “llevará la denominación pisco seguida del nombre del lugar de origen, el producto obtenido exclusivamente de la destilación de los caldos provenientes de la fermentación de jugos de uva pura, preparados y destilados por los procedimientos conocidos” (Gutiérrez, 2011: 16).

<sup>8</sup> Párrafo de la carta que Jorge Chamot, superintendente general de Aduanas, remitió al diario *El Comercio*, el 9 de junio de 1934 y que luego fue reproducida en la página 11 del número 55 de la *Revista Vitivinícola y de Industrias Anexas*, en junio del mismo año.

<sup>9</sup> Recientemente en Moquegua el empresario pisquero y promotor turístico Víctor Paredes recordaba una situación ocurrida en 1952 entre el doctor Fernández Dávila, propietario de la Botica Francesa, y don Antonio Biondi Bernales, fundador de Piscos Biondi, natural de Ica, que tiene estrecha relación con el tema que aquí se desarrolla. En esa oportunidad Fernández Dávila hizo una invitación a tomarse un “aguardiente”. Biondi socarronamente protestó diciendo: “Oye francés, eso se llama pisco”. Ante eso el farmacéutico contraatacó de inmediato con un: “En tu tierra”.

Aún hubo de pasar casi medio siglo para que el 12 de diciembre de 1990 la Resolución Directoral N° 072087, del Instituto de Investigación Industrial y de Normas Técnicas, más conocido por sus siglas ITINTEC, especificara que “pisco es una denominación de origen peruana para los productos obtenidos de la destilación de caldos, resultantes de la fermentación exclusiva de uva madura, elaborados en la costa de los departamentos de Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y los valles de Locumba, Sama y Caplina del departamento de Tacna, de acuerdo a lo establecido en la Norma Técnica Peruana N° 211-001 (Ibíd.: 17). Un mes más tarde, el 17 de enero de 1991, la mencionada resolución fue elevada a Decreto Supremo con el N° 001-91-ICTI/IND (Ibíd.).

Actualmente el pisco está protegido por una Denominación de Origen, lo que implica que se refiere a un país, región o lugar determinado que sirve para designar a un producto elaborado dentro de su territorio. La Denominación de Origen Pisco está sujeta a un reglamento de fecha 14 de febrero de 2011 y administrada por un Consejo Regulador que se ocupa de garantizar su autenticidad y calidad, tanto en el ámbito interno como en el destinado a la exportación.

## Referencias

- Buller, C. (2011). *Vinos, aguardiente y mercado. Auge y declive de la economía del vino en los valles de Arequipa (1770-1853)*. Lima: Quelca, Centro de Estudios Andinos.
- Cobo, B. (1956). *Historia del Nuevo Mundo*. Biblioteca de Autores Españoles. Tomo II, Cap. XIII. Madrid.
- Dargent, E. (2009). *La cocina monacal en la Lima virreinal*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Flores, A. (1991). *La ciudad sumergida*. Lima: Editorial Horizonte.
- Flores, J., Kuon, E., Amado, D. & Samanez, R. (2011). *Cuzco. Desde la nieve de la puna al verdor de la amazonía*. Colección Arte y Tesoros del Perú. Lima: Banco de Crédito del Perú.
- Gutiérrez, G. (2011). El desarrollo de la denominación de origen peruana pisco. *Boletín de la Academia Peruana del Pisco*, 2.
- Huertas, L. (2012). *Cronología de la producción del vino y el pisco. Perú 1548-2010*. Lima: Editorial Universitaria de la Universidad Ricardo Palma.
- Huertas, L. (2013). *Testamento de Pedro Manuel y el inicio del pisco en el Perú. Homenaje en su IV Centenario 1613-2013. Perú 1548-2010*. Lima: Editorial Universitaria de la Universidad Ricardo Palma.
- León, P. (2009). *Descripción del virreinato del Perú*. Lima: Editorial Universitaria de la Universidad Ricardo Palma.
- Mellet, J. (1971). *Viajes por el interior de la América meridional. Impresiones sobre el Perú en 1815*. En Relaciones de viajeros. Tomo XXVII, Vol. 1. Estudio preliminar y compilación de Estuardo Núñez. Colección Documental de la Independencia del Perú. Lima: Comisión Nacional del Sesquicentenario de la Independencia del Perú.
- Norma Técnica Peruana 211.001.2006. Bebidas alcohólicas. Pisco. Requisitos. 7ma Edición.
- Ricketts, Ch. (1975). *Informe al ministro George Cannin. Lima, 16 de septiembre de 1826*. En Informes de los cónsules británicos. Heraclio Bonilla (Comp.). Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Salvin, H. (1973). *Diario del Perú*. En Relaciones de viajeros. Tomo XXVII, Vol. 4. Colección Documental de la Independencia del Perú. Lima: Comisión Nacional del Sesquicentenario de la Independencia del Perú.
- Stevenson, W. B. (1972). *Memorias sobre las campañas de San Martín y Cochrane en el Perú*. En Relaciones de viajeros. Tomo XXVII, Vol. 3. Colección Documental de la Independencia del Perú. Lima: Comisión Nacional del Sesquicentenario de la Independencia del Perú.
- Witt, H. (1992). *Diario 1824-1890*. Volumen I (1824-1842). Lima: Banco Mercantil.

# RESCATANDO LOS SABORES OCULTOS DEL MAR DEL PERÚ

## RESCUING THE HIDDEN FLAVORS OF THE SEA OF PERU

Jeannette Sampe Palomino  
Investigadora externa del Instituto de Investigación de Turismo,  
Universidad de San Martín de Porres, Perú

Recibido: 11 de junio de 2014

Aceptado: 24 de julio de 2014

---

### RESUMEN

Las actividades de pesca de merluza en el Perú dejan un volumen considerable de descartes, constituidos por especies de peces y moluscos que se desechan al mar. Considerando la necesidad de entender la pesquería como parte de un sistema que corre el riesgo de desestabilizarse, se propone rescatar seis especies para que se incorporen a la oferta de restaurantes de alta cocina. Este desafío lo están asumiendo el Instituto del Mar del Perú (IMARPE) el restaurante Costanera 700 y empresas pesqueras de merluza que operan en el país.

**Palabras clave:** Descartes de pesca, merluza, peces demersales, pesca de arrastre, pesquería sostenible, seguridad alimentaria.

### ABSTRACT

Hake fishing activities in Peru leave an important volumen of discards, that is, several species of fish and mollusks that are returned to the sea. If the fishing activity must be understood as a process in risk of desestabilization, this research proposes a way to rescue six marine species intended to be included within the Haut Cuisine Peruvian restaurants. This challenge is being faced by the Peruvian Sea Institut (IMARPE), Restaurant Costanera 700 and some hake fishing companies working in Peru.

**Key words:** Discarded fishing, hake, demersal fishes, trawl fishing, sustainable fishing, food security

---

### Introducción

Mirador de estrellas, bocón, cocodrilo, bulldog, iguana marina, pulpo. Son especies que no se comercializan en el Perú. No se conocen ni se valoran. Pero en las manos correctas pueden tener un mejor destino: no ser descartadas, desechadas, olvidadas. Las especies que se descartan cuando en el Perú se pesca merluza pueden darnos la oportunidad, mediante su disfrute y una buena alimentación, de hacernos partícipes del respeto a la biodiversidad de los océanos. No es poca cosa.

Los esfuerzos por reducir los descartes de pesca se reflejan en mejores disposiciones legales, pero se requiere un mejor control de todas las actividades relacionadas. Los registros nos hablan de los descartes que se desembarcan; es decir, lo que los pesqueros desean registrar. Para mejorar las políticas al respecto se requiere conocer todo el registro de capturas de todas las embarcaciones, de todos los países.

El presente documento se ocupa de las especies que se descartan en el Perú por la pesca de merluza. Se propone que se utilicen, de manera sostenible, para consumo humano directo y que se puedan encontrar en la oferta de restaurantes. El reto lo están asumiendo el IMARPE, el restaurante Costanera 700 y empresas pesqueras de merluza.

En el pasado los subproductos de la pesca, incluidos los desechos, se consideraban de bajo valor, como un problema que debía eliminarse de la forma más conveniente o descartarse. En los dos últimos decenios se ha registrado una mayor preocupación en el mundo acerca de los aspectos económicos, sociales y ambientales de la utilización óptima de los subproductos de la pesca; así como de la importancia de reducir los descartes y las pérdidas en las fases posteriores a la captura: almacenamiento, elaboración y distribución (FAO, 2012).

### El consumo de peces en Lima

La variedad de frutos de mar que se consume en Lima es amplia, pero las seis más consumidas representan el grueso de la pesca para consumo. Y, según observamos en el siguiente cuadro, la situación es la misma hace muchos años.

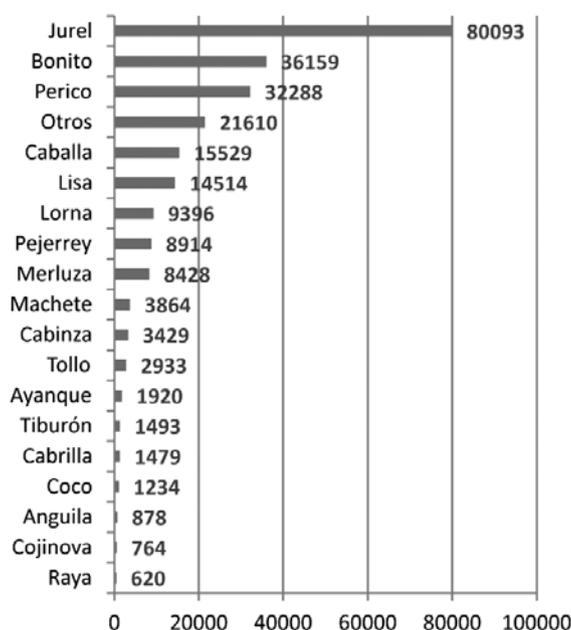


Fuente: Doucet y García, 1963.

Antes, las especies preferidas del consumidor limeño eran: cojinova, corvina, bonito, liza, tollo y pejerrey, que juntas representaban el 90% del total consumido en 1962. Según Doucet y García (1963: 20), el crecimiento de la demanda de otras especies es lento: “El público no es muy exigente de la calidad y considera buena la de los productores pesqueros. A medida que el público vaya ganando confianza y familiarizándose con el pescado refrigerado, se creará indudablemente una demanda y tendrán cabida en el mercado limeño especies que en la actualidad son poco conocidas”.

La fotografía del consumo de los años sesenta y la de medio siglo después es casi la misma. Los autores acertaban por un lado, pues se ampliaron las especies que se consumían, pero por otro erraron ya que hoy seguimos concentrando el consumo en solo un grupo de frutos de mar. Observemos el siguiente cuadro.

**Especies para consumo directo: año 2008 (TN)**



Fuente: Del Carpio y Vila, 2010: 26.

Las seis especies preferidas son: jurel, bonito, perico, caballa, lisa y lorna, que representan el 80% del consumo total en Lima Metropolitana. La capital peruana, con 8,5 millones de habitantes, consume un promedio de 26,5 kg. per cápita al año. La comercialización de pescado mueve 780 millones de dólares anuales (Del Carpio & Vila, 2010).

**Crecimiento del consumo de pescado frente al de la población - Lima**

	Año 1960	Año 2008	Crecimiento
TN de pescado	16205	245545	14.2
Población	828298	8445211	9.2

Cuadro: Elaboración propia a partir de Del Carpio y Vila, 2010; Doucet y García, 1963; INEI, 2008.

En el siguiente cuadro se puede observar el crecimiento del consumo, del cual podemos deducir que los limeños están consumiendo más cantidad de pescado, lo que desde el punto de vista nutricional es bueno.

Salvo las de profundidad, las mismas especies se siguen consumiendo hoy, 48 años después. Lo que sí sorprende es que, luego de casi medio siglo, el mar siga brindándonos, y de forma muy generosa, tanta cantidad de peces. También debemos preguntarnos por cuánto tiempo más seguirá siendo sostenible el consumo y la pesca en el Perú. Si bien nos sabemos un país privilegiado por el mar, tan rico y diverso, no nos preocupamos por pensar, como ciudadanos, en la explotación racional de sus recursos (Sampe, 2014, E2).

Otro elemento que nos debe llamar a una profunda reflexión es que entre los recursos que se capturan no siempre están las especies más populares: se pesca especies consideradas no comercializables; es por ello, principalmente, que se desecha y mucho. Sin duda, esta no es una práctica justa, ni para el mar ni para el consumidor.

### Los descartes

Los recursos naturales son considerados por la nación peruana como patrimonio, cuyo uso sostenible es promovido por el Estado. En este marco, el 19 de marzo de 2011 se promulgó el Decreto Supremo N° 005-2011-PRODUCE, que aprobó el reglamento del procesamiento de descartes y residuos de recursos hidrobiológicos, donde se define a los descartes como “aquellos recursos hidrobiológicos adulterados, alterados, descompuestos y contaminado (*sic*) enteros o por piezas, declarados no aptos para consumo humano directo”. En el documento, además, se prescribe que estos descartes y residuos de pesca, generados por la actividad pesquera orientada al consumo humano directo, se deben aprovechar, procesándose por ejemplo en plantas autorizadas de harina de pescado residual, de reaprovechamiento, de ensilado e ictiocompost.

La Comunidad Europea, por otro lado, considera a los descartes como un bien público y norma también su uso en aras de la sostenibilidad de los recursos (Consejo de la Unión Europea, 2013).

La FAO (2011) entiende como descartes de pesca a: “el pescado muerto o el pescado que no puede sobrevivir tras su liberación en vida, que se tira o se pierde” (Directrices P54); mientras que la Marine Stewardship Council brinda la siguiente definición: “Descarte, o captura descartada, es una porción de materia orgánica de origen animal de la captura total que se desaprovecha, o es vertida al mar por cualquier razón. No incluye materiales vegetales ni desechos pos captura, tales como vísceras o entrañas. Los descartes pueden estar muertos o vivos” (MSC, 2012: 42).

Lo curioso es que, en muchos países, los descartes se registran en el desembarque. Así sucede en el Perú. Y, claro, lo que llega a puerto en óptimas condiciones es la especie objetivo de cada navío. Si buscamos merluza como especie objetivo, solo transportaremos con cuidado la merluza u otras pocas especies comunes que se pueden vender con seguridad en tierra. El resto se desecha en el mar o se lleva a puerto para destinarlo a su procesamiento, pero como alimento para animales, pues ya no está apto para el consumo humano directo

(Sampe, 2014, E1). La investigación de las especies aquí mencionadas ayudará a la formulación de propuestas legislativas sobre manejo de descartes para consumo humano, directo o indirecto, en el Perú.

### **¿Por qué se producen los descartes de pesca?**

Lo ideal sería que solo se capturara la especie objetivo, pero en la realidad no sucede así, al menos no con la tecnología con la que contamos hoy. En la actualidad, los descartes aparecen a la hora de la pesca. Si bien la forma en que se realiza esta no permite una captura cien por ciento selectiva –tanto en especies como en tamaño–, la razón para que se generen los descartes es económica. Sebastián Losada lo señaló así en un taller realizado en 2002 y, desde la perspectiva de la ONG Green Peace, mencionó algunos motivos para la existencia de los descartes:

- La selección de especies que tienen mayor valor comercial debido a la capacidad limitada de las embarcaciones.
- Las especies que no alcanzan la talla mínima son descartadas por ser ilegales o porque no se pueden comercializar.
- Las especies menos comunes son eliminadas debido a su poco valor comercial (Losada, 2002).

### **El impacto de los descartes**

El manejo de los descartes no se refiere a lanzarle retos a la pesquería responsable, no se trata de dar discursos sobre sostenibilidad; se trata de entender la pesquería como un conjunto completo e integral de actividades.

Desde un punto de vista económico-productivo, la pesquería se entiende de la siguiente manera: “Está integrada por el conjunto de unidades de pesca (embarcación-tripulación) dedicadas a la extracción de un determinado recurso hidrobiológico (especie o especie y afines), en áreas definidas del mar, con el mismo tipo de embarcaciones, artes y aparejos de pesca” (Espinoza, 1999).

Como señaló Losada (2002) en su presentación en Bruselas, no se trata de gestionar poblaciones de peces solamente, sino de gestionar “el conjunto del ecosistema marino”. Esta concepción hará que se perciba de modo distinto a la actividad pesquera. Todos los actores –empresarios pesqueros, gobiernos y sociedad civil– deben coadyuvar a desarrollar una actividad pesquera sostenible en el tiempo.

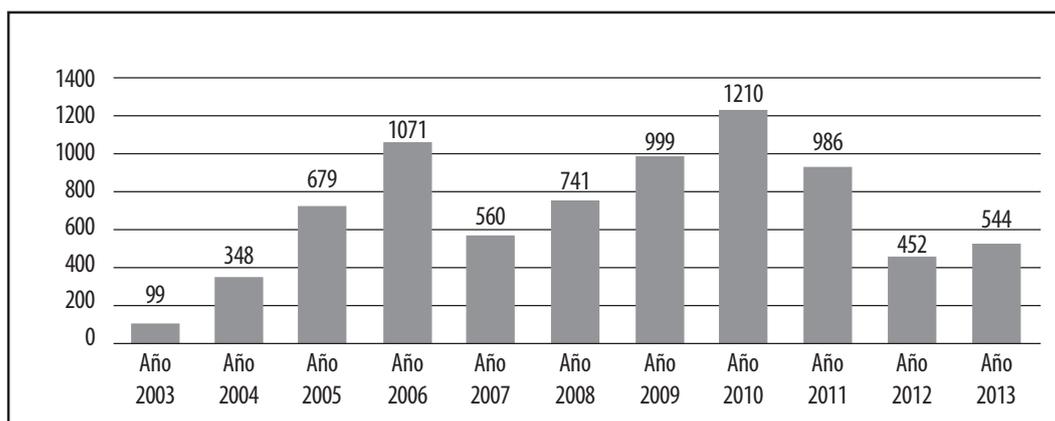
En este sentido, los descartes no son solo especies que se capturaron de manera accidental, sino son especies que, ya capturadas, se deben utilizar con el objetivo de realizar un aprovechamiento integral de la pesca para no alterar el ecosistema marino. Las consecuencias de la captura de los descartes se dan en diferentes niveles. En el nivel de población supone un índice de mortalidad mayor al que se maneja o registra oficialmente. En el nivel trófico y de ecosistema puede provocar un cambio en su estructura, también en la biodiversidad local y en los procesos productivos de las especies, pues dependerá de cuáles especies puedan aprovechar estos

excedentes “anormales” y cuáles no (Losada, 2002). Pueden afectar asimismo el fondo marino que no está preparado para recibir la cantidad de descartes y mantener su equilibrio ecológico.

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) señalaba en 1994, en *El estado mundial de la pesca y la acuicultura*, que los descartes constituían 20 millones de toneladas anuales. Sin embargo, un estudio hecho por Kieran Kelleher para esta entidad estimaba la tasa ponderada anual de los descartes en un 8% (proporción de la captura descartada sobre la captura total) del total de la pesca. La estimación de este autor, entre 1992 y 2001, es del orden de 7,3 millones de toneladas por año (Kelleher, 2008)<sup>1</sup>. En el Perú, según Kelleher, la pesca de merluza generó descartes de un orden de 15 mil toneladas en el período señalado.

En el siguiente cuadro veremos la cantidad de fauna acompañante de la pesca de merluza. No se contabiliza como descarte, pero nos da una referencia de la cantidad de especies que no se utilizan.

**Especies sin uso ni valor comercial capturadas en la pesca de merluza por año (TN)**



Fuente: IMARPE.

IMARPE nos ha proporcionado también información sobre la cantidad capturada de algunas de las especies que se trabajarán en esta iniciativa de aprovechamiento de los descartes de merluza:

**Pesca de algunas especies sin uso ni valor comercial de la pesca de merluza (kg)**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Bocón	1689	58494	72180	77315	36486	28090	39023	92169	59423	29153	66697
Bulldog	1320	25798	34729	46558	23241	37989	48460	62115	59834	37465	66475
Cocodrilo	1176	3335	12929	29274	22492	62215	39881	997	301	9654	8275
Mirador de estrellas	380	151	274	0	6	0	0	0	1	0	0

Fuente: IMARPE.

<sup>1</sup> Para metodología de cálculo de descartes ver Kelleher, 2008: 18.

## Cómo revertir la incidencia de los descartes de pesca

Losada (2002) sugiere que se pueden revertir los descartes de pesca mediante la disminución del esfuerzo pesquero, siendo más selectivos y definiendo con mayor precisión las artes de pesca para cada especie, así como mejorando el control de la actividad pesquera, no solo desde el desembarque de la especie objetivo e incidental, sino siguiendo toda la actividad que se dé a bordo de las embarcaciones. Esto se complementaría con el cierre de áreas donde se ubiquen especies juveniles imprevistas.

La FAO, a través del documento *Directrices internacionales para la ordenación de las capturas incidentales y la reducción de los descartes*, de 2011, sugiere algunas medidas para la reducción al mínimo de estos. Si bien se trata de un documento de referencia y de aplicación facultativa, pone en evidencia la necesidad de reglamentar mejor los descartes de pesca. Entre las sugerencias señaladas mencionaremos las siguientes:

- Controlar insumos y producción.
- Mejorar el diseño de las artes de pesca.
- Establecer límites o cuotas de capturas de descartes.
- Los estados deben dar estas medidas con base científica.
- Las medidas deben ser ejecutables e involucrar en su formulación a las partes interesadas.
- Tomar en cuenta que los pescadores colaborarán en la reducción de descartes si esto significa una mejora para sus ingresos (FAO, 2011).

El reglamento europeo, de enero de 2013, al que ya hemos aludido, en su afán de revertir la amenaza a la sostenibilidad que los descartes incontrolados representan, incita a los pescadores a:

- Optimizar la selectividad de las capturas de las operaciones que realizan; es decir, aplicar las técnicas de pesca para cada especie con el fin de evitar la captura de especies no deseadas.
- Incluir todas las operaciones que se realizan en el mar, y no solo la del desembarco que se produce en los puertos. De esta manera se busca racionalizar el manejo de los descartes (Consejo de la Unión Europea, 2013).

Consideramos que un modo de promover el buen manejo de descartes es a través del incentivo a las empresas pesqueras o a los armadores para que consigan la ecocertificación. El aprovechamiento de las especies de los descartes encaja en los principios que rigen los estándares de las certificaciones de pesca sostenible. Tal es el caso de los principios del Marine Stewardship Council (MSC):

- La actividad pesquera debe realizarse a un nivel sostenible para la población de peces. Toda pesquería con certificación debe operar de tal forma que se pueda continuar pescando indefinidamente y sin sobre explotar los recursos.
- Las actividades pesqueras deben gestionarse para mantener la estructura, productividad, función y diversidad del ecosistema del cual depende la pesquería (MSC, 2012).

En el Perú la certificación aún voluntaria, solo algunas empresas pesqueras están detrás de ella pero, en el futuro, será necesaria. Para lograrla, las empresas deben implementar una serie de acciones, entre ellas el manejo adecuado de los descartes. La certificación de pesca sostenible está en sus inicios, hace falta aún que se adecuen normas, que se realicen investigaciones sobre las especies de descartes y que se generen disposiciones legales que la promuevan.

### **Fauna acompañante**

Conformada por las especies que se capturan en operaciones dirigidas hacia la pesca de la especie objetivo. En el Perú, en el caso de la pesca de merluza (*Merluccius gayi peruanus*), que es la especie objetivo, las más frecuentes son: tollo, cabrilla, falso volador, perela, suco, mero, cachema, lorna, lenguado, entre otras (Ministerio de la Producción, 2003).

### **Zonas de pesca: uso de redes y mallas**

La zona habitual de pesca de merluza en el Perú se ubica en el área marítima comprendida desde el extremo norte del dominio marítimo peruano y el paralelo 06° 00' 00" S. Las embarcaciones que se dedican a este tipo de pesca son las que usan el sistema de arrastre de fondo o espineleros (Ibíd.).

### **La oportunidad tomada**

El uso de los descartes es una oportunidad que debería ser aprovechada por los actores involucrados en la explotación de los recursos del mar, quienes tendrían que asociarse para que su actividad sea sostenible; todo en un marco de acción que los llevará –y a nosotros con ellos– hacia la práctica de una nueva pesquería en el Perú, así como a contribuir con la seguridad alimentaria en el país.

Los descartes pueden ser utilizados en varios terrenos productivos: industria alimentaria pesquera, producción de cosméticos e insumos farmacéuticos, pieles, alimento para animales, fertilizantes y otros (FAO, 2012).

El biólogo Raúl Castillo, director general de investigaciones de recursos demersales y litorales del IMARPE, es un científico convencido de que el uso de los recursos que tenemos en el mar peruano está por debajo de lo que podríamos disfrutar; por ello estudia las especies que no se encuentran en nuestros mercados y promueve su consumo.

El chef Yaquir Sato, responsable de la cocina y del área de investigación y desarrollo del restaurante Costanera 700, afirma que la sostenibilidad no se trata de un discurso sino de una forma de vida; por ello estudia el consumo de especies que puedan ofrecernos calidad y buen sabor sin necesidad de depredar.

Los armadores responsables son aquellas empresas pesqueras que, al respetar los recursos que serían considerados como desecho, podrán darle valor a su quehacer con miras de una ecocertificación; por ello colaboran con el IMARPE brindando facilidades de transporte, pero en las condiciones que exigen las especies

marinas, desde el lugar de pesca hasta sus plantas en tierra. Castillo señala al respecto que se ha involucrado a varias empresas pesqueras en este proyecto.

La asociación de estos actores en una cadena positiva hace que imaginemos que es posible una industria pesquera que tome en serio su rol, no solo como comercializadora de recursos, sino en su papel originario, el de alimentar y nutrir responsablemente.

### Las especies descartadas

El caso que nos ocupa se refiere a los descartes de recursos hidrobiológicos que se generan a partir de la pesca de merluza en el Perú.

En mayo de 2013, el Barco Científico de Investigación (BIC) “Humboldt” zarpó con un destino poco usual: un destino gastronómico. Llevaba, además de los habituales científicos y técnicos, un equipo de cocineros encargado de escudriñar entre los descartes de la pesca de merluza y buscar especies que puedan ser consumidas en restaurantes en lugar de ser devueltas al mar sin vida o convertidas en alimento industrial de animales.

Los cocineros hicieron su trabajo, encontraron especies que satisficieron los requerimientos del chef Sato: ser insumos de gran calidad y de mucho sabor.

Las especies revaloradas de los descartes de merluza son demersales y se describen de la siguiente manera:

#### Pez bocón o tamboreta

Nombre científico: *Lophiodescaularis*.

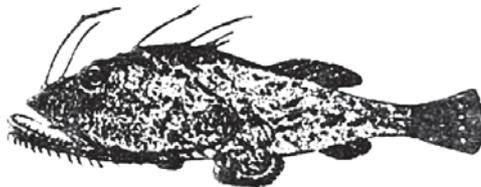
Familia: Lophiidae.

Ubicación: Entre el golfo de California en México y el Callao (18°00'S, 71°12'W) en Perú, incluyendo las islas Galápagos y las islas Coco. Es una especie bentónica de plataforma, que habita sobre fondos arenosos entre 100 y 190 m. de profundidad. Larvas pelágicas.

Descripción: Boca grande, cabeza con numerosas espinas óseas punzantes, piel suelta y sin escamas. Se le reconoce fácilmente por tener seis manchas blancas en la aleta caudal.

Otros nombres: Bocón de mar, gelatina, murciélago, pez sapo, rape bocón, rape de rabo manchado. En inglés: *Spottedtailangler*.

Talla: 15-35 cm.



Fuentes: Chirichigno y Cornejo, 2001: 125; Nakaya, K. (Ed.), 2009: 204.

### **Pez cocodrilo o caballito moro**

Nombre científico: *Peristedion barbiger*.

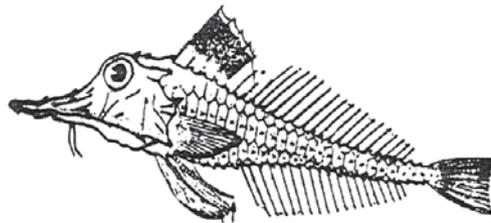
Familia : Triglidae.

Ubicación : Desde la bahía de Panamá hasta Paita en Perú. Es una especie bentónica, que habita sobre fondos arenosos y fangosos.

Descripción : Tiene el cuerpo fusiforme cubierto de placas óseas, arregladas en cuatro filas, con una espina dirigida hacia atrás.

Otros nombres : Acordeón o cocodrilo. En inglés: *Crocodilefish*.

Talla : 16 cm.



Fuentes: Chirichigno y Cornejo, 2001: 175; Nakaya, K. (Ed.), 2009: 248.

### **Pez mirador de estrellas o miracielo, perro**

Nombre científico: *Astroscopuszephyreus*.

Familia : Uranoscopidae.

Ubicación : En Hungtinton Beach (EE.UU.), y entre Mazatlán (México) y Paita (Perú). De modo ocasional se desplaza hasta Chimbote (Perú). Es una especie bentónica, semienterrada sobre fondos arenosos.

Descripción : No se cuenta con información

Otros nombres : Miraestrellas. En inglés: *Pacificstargazer*.

Talla : 19-28 cm.



Fuente: Chirichigno y Cornejo, 2001: 19.

**Pez iguana marina o pez lagartija**

Nombre científico: *Synodusevermanni*.

Familia : Synodontidae.

Ubicación : En Mazatlán, Baja California (México) y a 08°2'S, 79°19,9'W en bahía Chilca (Perú). Es una especie bentónica, que habita sobre fondos arenosos y arenoso-fangosos, entre 25 y 200 m. de profundidad.

Descripción : Cuerpo alargado subcilíndrico y cabeza algo deprimida. Color marrón oscuro con seis a siete manchas oscuras a lo largo de la línea lateral.

Otros nombres : Huavina, lagarto, lagarto garrobo, pez huevo. En inglés: *Inottedlizardfish*.

Talla : 17-28 cm.



Fuentes: Chirichigno y Cornejo, 2001: 229; Nakaya, K. (Ed.), 2009: 134.

**Buldog o astrólogo**

Nombre científico: *Kathetostomaaverruncus*.

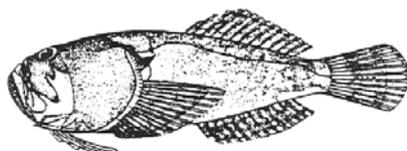
Familia : Uranoscopidae.

Ubicación : En California (EE.UU.), y de Panamá a isla Lobos de Tierra (Perú), e islas Galápagos (Ecuador). Es una especie bentoneérica semienterrada sobre fondos arenosos y fangosos, hasta 300 m. de profundidad.

Descripción : Cuerpo corto, un poco comprimido, pectoral grande, de color marrón en el dorso y blanco o marrón claro en la cara ventral. Muchas manchas blancas en el dorso y en todas las aletas, excepto las pélvicas.

Otros nombres : Miracielo buldog, miraestrellas. En inglés: *Smoothstargazer*.

Talla : 10-20 cm.



Fuentes: Chirichigno y Cornejo, 2001: 114; Nakaya et al., 2009: 291.

## Pulpo

Nombre científico: Actualmente IMARPE se encuentra en proceso de clasificación científica de la especie encontrada en el norte del Perú.

Familia : Octopodidae.

IMARPE se encuentra realizando los estudios de esta especie para hacer una determinación científica apropiada.

### Los compromisos de los actores involucrados (Sampe, 2014: E1 y E3)

- **IMARPE:** Como institución que vela por un mejor conocimiento del mar y de sus recursos hidrobiológicos busca realizar investigaciones más profundas sobre las especies escogidas, con el fin de plantear mecanismos para sugerir normas sobre la utilización de descartes de pesca para consumo humano directo y servir de engranaje entre los actores involucrados en este proyecto.
- **Costanera 700:** Como restaurante con una trayectoria amplia en manejo de insumos marinos, y reconocido por su alta calidad culinaria, es el soporte gastronómico de esta iniciativa. Ofrecerá dentro de su carta de platos los que se preparen con las seis especies seleccionadas y pondrá a disposición de quienes lo requieran información sobre su uso y recetas.
- **Armadores dedicados a la pesca de merluza:** Asumen el traslado de las especies en óptimas condiciones, desde las embarcaciones hasta por lo menos el puerto; en un primer momento, sin costo para IMARPE o para el restaurante Costanera 700.

### Recetas<sup>2</sup>

Como ya se ha dicho, el chef Yaquir Sato busca integrar a su cocina la sostenibilidad y el uso adecuado de las especies marinas. Convencido de que el respeto por la biodiversidad marina se manifiesta a través de acciones cotidianas y concretas, ha asumido la tarea de introducir en la carta del restaurante Costanera 700 especies de descartes de pesca. A continuación se presentan deliciosas y sencillas recetas, todas creadas por Sato.

Cabe señalar que las bases descritas en las recetas son preparaciones que se hacen con anticipación, pasteurizadas y esterilizadas. Se pueden preparar en casa con los insumos que se indican para cada caso.

#### *Sudado de pez bocón, bulldog o mirador de estrellas*

##### **Ingredientes**

25 g de cebolla

25 g de tomate

<sup>2</sup> Para revisar otros trabajos sobre recursos hidrobiológicos y gastronomía, ver Noriega y Zapata, 2008.

99 ml de base de sudado  
 15 ml de fondo de pescado  
 150 g de filete de pescado  
 2 g de culantro

### **Base del sudado**

Aceite, cebolla roja, ajo, pasta de ají panca, achiote, vino blanco, pisco, chicha de jora, fumet, glutamato monosódico, tomate y kion.

### **Preparación**

En un wok saltear las cebollas y tomates con un chorrito de aceite. Agregar la base del sudado y remover. Añadir el filete y el caldo, reducir durante diez minutos. Servir y terminar con culantro picado.

### ***Parihuela de pez bocón o bulldog***

#### **Ingredientes**

156 ml de base de parihuela  
 35 ml de fondo de pescado  
 1 cucharadita de wakame  
 1 cangrejo  
 3 choros  
 150 g de filete de pescado  
 1 porción de mix de mariscos  
 5 g de chuño

#### ***Base de parihuela***

Aceite, cebolla roja, ajo, pasta de ají panca, achiote, vino blanco, pisco, chicha de jora, fumet, glutamato monosódico, tomate y kion.

#### **Preparación**

Colocar en una sartén la base de parihuela. Añadir el fondo de pescado, el filete, el cangrejo y el choro. Hervir durante diez minutos. A los ocho minutos incorporar el mix de mariscos. Terminar con el chuño diluido en un poco de agua. Servir.

### ***Oilmushi de pez bocón***

#### **Ingredientes**

1 kilo de pescado bocón

810 ml de base Costanera

5 ml de aceite de ajonjolí

2 cucharadas de cebolla china picada

1 cucharada de kion cortado en juliana

Base Costanera

Kion o jengibre, azúcar, glutamato monosódico, sillao o salsa de soya, agua, ajo.

#### **Preparación**

Colocar el pescado en una fuente y agregarle la base Costanera. Llevar a horno precalentado o al vapor durante diez minutos. Servir, colocándole encima la cebolla china picada y el kion en juliana. Terminar rociándole el aceite de ajonjolí previamente calentado en una sartén hasta el punto de que humee.

### ***Batayaki de pez cocodrilo***

#### **Ingredientes**

12 pescados

1 receta de sazónador de batayaki

1 cucharada de mantequilla con sal

Sazónador de batayaki

2.5 g de ajo

2 g de sal

3 g de glutamato monosódico

1 g de pimienta

#### **Preparación**

Condimentar el pescado con el sazónador de batayaki. En una plancha de hierro untar la mantequilla y llevarla al fuego hasta que se derrita. Colocar los pescados y cocinarlos. A los tres minutos darles vuelta y servir.

***Teriyaki de pez cocodrilo, pulpo e iguana marina*****Ingredientes**

150 g de pescado o pulpo o iguana

30 g de pimienta en trozos

30 g de apio en trozos

5 ml de base de teriyaki

Base de teriyaki

Agua, azúcar, mirin, hondashi, salsa de soya, pata de pollo, katsuobushi y kombu.

**Preparación**

Insertar los trozos de pescado en una brocheta alternando con el apio y el pimienta. Bañar con salsa teriyaki y llevarla a cocción en una plancha o parrilla. A los tres minutos darle vuelta y terminar de cocinar.

***Anticucho de pez cocodrilo, pulpo e iguana marina*****Ingredientes**

150 g de pescado

75 g de salsa de anticucho

30 g de apio en trozos

30 g de pimienta en trozos

80 g de papa

30 g de choclo

**Salsa de anticucho**

Pasta de ají panca, vinagre tinto, shoyu, sal, glutamato monosódico, pimienta blanca, comino, ajo, orégano seco y azúcar.

**Preparación**

En una brocheta insertar los trozos de pescado alternando con el apio y el pimienta. Untar con la salsa de anticucho y llevar a cocción en una plancha o parrilla. A los tres minutos darle vueltas y terminar de cocinar. Servir acompañado de papa y choclo sancochados.

**Recomendaciones para la manipulación del pulpo**

Para una óptima cocción haga lo siguiente: luego de extraer las vísceras colocarlo en una bandeja y agregarle sal. Friccionarlo y empujarlo contra la bandeja, repetir hasta que expulse toda la baba. Lavar con abundante agua. Hervir agua en una olla e introducir, por cinco segundos, la mitad del pulpo para que las puntas de los brazos se enrollen, luego introducir las dos terceras partes, repetir hasta que se enrollen por completo. Cocinar por cuarenta minutos y escurrir bien.

## Conclusiones

- La preocupación por un buen manejo de descartes de pesca se da a nivel mundial y las normas que se están promulgando contribuyen a lograr un mejor control.
- La normatividad sobre el uso de descartes debe tomar en cuenta no solo la actividad de pesca de determinada especie, sino el ecosistema marino como un complejo.
- La normatividad en el Perú sobre descartes de pesca es muy restrictiva a la concepción de desecho. Mediante la investigación de especies de descarte en la pesquería de la merluza se puede abrir una oportunidad para su aprovechamiento en el consumo humano directo.
- La asociación entre IMARPE, el restaurante Costanera 700 y las empresas pesqueras es pionera en el aprovechamiento de descartes. Representa un reto para que el Perú asuma con liderazgo el camino hacia la nueva pesquería, mediante el manejo correcto de recursos hidrobiológicos.

## Referencias

- Chirichigno, N. & Cornejo, M. (2001). *Catálogo comentado de los peces marinos del Perú*. Callao: Instituto del Mar del Perú (IMARPE).
- Consejo de la Unión Europea (2013). Reglamento de procesamiento de descartes y/o residuos de recursos hidrobiológicos, 25 de enero.
- Del Carpio, L. & Vila, B. (2010). *El mercado de productos pesqueros en la Región Metropolitana de Lima*. Serie: El mercado de pescado en las grandes ciudades latinoamericanas. Montevideo: Infopesca.
- Doucet, W. & García, J. (1963). *El mercadeo del pescado en Lima: preferencias de los consumidores. Informe 19*. Callao: Instituto de Investigación de los Recursos Marinos.
- Espinoza, C. (1999). *Manual de legislación pesquera en el Perú*. Lima: Muñiz, Forsyth, Ramírez, Pérez-Taiman & Luna Victoria Abogados.
- FAO (2011). *Directrices internacionales para la ordenación de las capturas incidentales y la reducción de los descartes*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- FAO (2012). *El estado mundial de la pesca y la acuicultura*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- IMARPE (2014). Información directa recibida del Director de IMARPE.
- INEI (2008). *Censos Nacionales de Población y Vivienda 1940, 1961, 1972, 1981, 1993 y 2007*. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Recuperado de <http://www.inei.gov.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/>
- Kelleher, K. (2008). *Descartes en la pesca de captura marina mundial. Una actualización*. Documento Técnico de Pesca N° 470. Roma: FAO.
- Losada, S. (2002). *Descartes en la industria pesquera: una perspectiva desde las ONG*. Presentación en el taller “Descartes en aguas comunitarias de especies comerciales” Bruselas.
- MSC (2012). *Requisitos para la Certificación MSC*. London: Marine Stewardship Council.
- Ministerio de la Producción (2003). *Decreto Supremo N° 016-2003-PRODUCE*. Se aprueba el Reglamento del ordenamiento pesquero del recurso merluza, 30 de mayo.
- Ministerio de la Producción (2007). *Resolución Ministerial N°005-2007-PRODUCE*. Amplían área de pesca del recurso merluza, 10 de enero.
- Ministerio de la Producción (2011). *Decreto Supremo N° 005-2011-PRODUCE*. Se aprueba el Reglamento de procesamiento de descartes y/o residuos de recursos hidrobiológicos, 19 de marzo.
- Nakaya, K. (Ed.) (2009). *Deep-sea Fishes of Peru. Libro de Peces de aguas profundas del Perú*. Tokyo: Japan Deep Sea Trawlers Association.
- Noriega, C. & Zapata, S. (2008). *Recursos hidrobiológicos en la gastronomía peruana*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Sampe, J. (2014). *E1. Entrevista del 18 de enero a Raúl Castillo*.
- Sampe, J. (2014). *E2. Entrevista del 7 de febrero a Norma Chirichigno*.
- Sampe, J. (2014). *E3. Entrevista del 20 de enero a Yaquir Sato*.

# RESEÑAS

# ITINERARIOS CULTURALES Y PATRIMONIO MUNDIAL

Alberto Martorell

Lima: Fondo Editorial de la Universidad de San Martín de Porres, 2010, 742 p. ISBN: 978-972-607-91-2

Se trata de una obra que profundiza la mirada sobre una nueva categoría dentro del patrimonio mundial y, para hacerlo, plantea primero un repaso histórico extenso a la génesis y sobre todo a la conformación progresiva de los criterios básicos por los que se reconoce a los bienes del patrimonio mundial desde el punto de vista de la autenticidad, a los criterios para la evaluación del Valor Universal Excepcional y justamente a este último concepto. Surge allí la idea del “patrimonio de la conectividad e interrelación”, como fuente a partir de la cual continúa todo el hilo discursivo. Pero no solo desarrolla una serie de criterios de identificación y clasificación de los itinerarios culturales, sino que lo hace de una manera pluridimensional, detallada y profunda. Aporta asimismo un gran trabajo de sistematización de la bibliografía preexistente, en cuanto a los conceptos y a la metodología para la identificación de este tipo de bienes y sus valores; el método desarrollado ofrece una gran variedad de ejemplos de esta categoría a nivel mundial –y de manera específica dos de ellos trabajados profusamente–, gracias a los cuales podemos conocer todo el proceso para llegar a dicha nominación. Por todo ello, como dice el profesor Jesús Prieto de Prado en la presentación del libro, este se constituye en una referencia y en un manual de consulta para los distintos profesionales y estudiosos en cultura y en patrimonio.

Como se ha dicho, la primera parte ofrece una revisión de la evolución jurídica de los conceptos y de su normativa, así como de la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial (CPM), incluyendo un análisis amplio y pormenorizado del concepto patrimonial a lo largo de estos años y especialmente dentro del marco de la Convención mencionada, de los contenidos y valores de lo patrimonial, de sus escalas, de los lineamientos para la inscripción de sitios y de su gestión a través de la protección. Ya en esta primera parte, bien documentada y amplia, aborda perspectivas que son de gran utilidad para diversos profesionales, entre los que me incluyo. Muy interesante ha sido la apertura de la evolución conceptual, pasando del sitio puntual a los espacios mayores y más sistémicos que exigen una gestión, así como una conservación y protección más complejas. Esta ampliación conceptual de lo patrimonial no solo es geográfica, sino que abarca los hechos y los procesos históricos de intercambio cultural y de interrelaciones humanas construidos gracias a ellos a través de largos períodos de tiempo.

La segunda parte se centra específicamente en el análisis de un conjunto de reflexiones y propuestas metodológicas en torno a la categoría del patrimonio que el autor ha investigado: “los bienes asociados a la movilidad de las personas, que proporcionan conectividad e interrelación”, como propiedades que justifican la denominación de estas vías como itinerarios culturales. En esta parte, que particularmente ha sido muy enriquecedora, el despliegue de ejemplos a nivel mundial, para cada una de las tipologías que engloba esta categoría de patrimonio, es espectacular, como también la cantidad de opciones basadas en ejemplos no encontrados en el libro y que se pueden asociar a través de la lectura.

La tercera parte se concentra puntualmente en desarrollar dos ejemplos vinculados a la vida del autor: el Camino de Santiago, que estudió durante el desarrollo de su tesis doctoral, y nuestro Qhapaq Ñan. Con mucho detalle se comentan las características, naturaleza, valores, pasos para la nominación, etc., y se proponen y revisan los criterios considerados en la normatividad aplicada a su gestión y a su protección. El Camino de Santiago –el primer caso de patrimonio nominado bajo esta categoría– es sin duda una buena referencia para el esfuerzo que está desarrollando el Perú, con el Ministerio de Cultura a la cabeza, en el caso de la nominación del Qhapaq Ñan, y el libro recopila y analiza los distintos estudios y acciones en torno a este proceso. Recoge también la reflexión del interés que tienen los vacíos existentes en el expediente para la inscripción del Camino de Santiago, tanto en la identificación del trazado y en las incompatibilidades de los datos, como en la solución de un problema de gestión unitaria dada su categoría de patrimonio supranacional (normatividad y autoridad vinculantes a escala supranacional, para velar por todo el conjunto en cuanto a los instrumentos de gestión), en el sentido de que todas estas limitaciones son lecciones aprendidas que pueden superarse en el trabajo por la nominación del Gran Camino Andino que atraviesa los países de esta región.

El libro es también innovador, en el sentido de que aborda una de las más recientes categorías de patrimonio, y una de las más complejas por su naturaleza, por su extensión, por su variedad y porque –como afirma el propio autor– es de los pocos bienes donde además de “la infraestructura del camino” es importante la impronta sinérgica que ha generado en los territorios que enlaza umbilicalmente, las relaciones desarrolladas en él, y las creaciones y culturas construidas en su resguardo. Asimismo, como expresa el profesor Prieto, “es muy novedosa la perspectiva jurídica del tema patrimonial, prácticamente una rama del derecho –la del derecho de la cultura– que está desarrollándose recientemente”.

De manera más personal, como geógrafa, el libro me aporta una ventaja comparativa muy interesante, porque dentro del patrimonio que investiga trata justamente aquellos bienes que están ligados por su extensión y por su influencia a espacios mucho mayores que los circunscritos a las propias vías, con escalas espaciales importantes; igual que por la propia transformación que han tenido, justamente porque como dice Martorell lo interesante de esta categoría es que el bien se convierte en el medio y en el vaso comunicante para conectar y provocar interrelaciones que devienen en las construcciones territoriales. No es el bien en sí sino la transmisión de ideas, de creativities, de ciencia, de vida que circulan por él y que, en muchos casos, pueden enlazar y conectar culturas tan lejanas como la árabe con la andina a través de la llegada española, que probablemente incluyó a algunos mudéjares, y que hoy da lugar a la bellísimas filigranas en plata producidas en Junín o en Piura y que son un regalo árabe al mundo a través de la colonia hispana. O algunos casos explicados en el texto, como el del ferrocarril de la montaña de Nilgiri, que pone en contacto a la cultura inglesa con la nativa.

La situación geográfica de algunas posiciones o enclaves que devienen en ciudades de gran importancia por estar en cruces de camino o de convergencia o bifurcación de estos –como en Dunhain, donde se potencian las posibilidades de intercambios, de creativities y respuestas culturales, científicas y artísticas de más de una cultura–, son ejemplos de casos con un trasfondo geográfico tan grande que nada impediría colocar este libro dentro de la sección de geografía de una librería o de una biblioteca. Realmente los conceptos desarrollados, el análisis de las propiedades espaciales de las categorías de bienes y la valoración de estos son de un contenido

geográfico muy rico, demostrando el potencial innato que como geógrafo teórico, y hay pocos, hubiera tenido el autor. Igualmente podría estar en otras secciones especializadas, lo que le da a *Itinerarios culturales y patrimonio mundial* un carácter y un interés pluridisciplinarios, incluso transdisciplinarios, por la forma de abordar los temas.

María del Carmen Carrasco Coello  
Profesora de Geografía de la UNMSM  
Presidenta de IPPAIS

# REFLEXIONES EN TORNO AL TURISMO CULTURAL EN EL PERÚ

Pamela Cueva Chacón, Diana Guerra Chirinos,  
Fernando Tavera y Phyllis Tepperman

Lima: Universidad San Ignacio de Loyola, 2011, 136 p. ISBN: 978-612-4119-01-9

Se trata de una publicación oportuna que permite entender y reflexionar sobre la importancia del turismo cultural en el Perú. En un sentido amplio, este surge de la motivación de los turistas por buscar emociones y conocimiento a través del patrimonio cultural de otros pueblos.

Esta publicación contiene cuatro artículos que abordan el turismo cultural desde distintas visiones, tanto teóricas como prácticas. En el primero, titulado “Conceptualización y caracterización del turismo cultural”, Diana Guerra presenta una introducción teórica del fenómeno turístico y del turismo cultural, resaltando el potencial de este tipo de turismo principalmente en países como el Perú donde, según datos de PromPerú, “el 100% de los turistas extranjeros que visitaron nuestro país durante el 2010 realizaron alguna actividad relacionada con el turismo cultural”. La autora destaca los estudios de Greg Richards, quien afirma que en Europa este tipo de turismo se ha convertido en un mercado muy competitivo porque la mayoría de ciudades basa sus estrategias de desarrollo y promoción turística en el turismo patrimonial.

El segundo artículo, “Los productos turísticos-culturales en el marco de las ciudades históricas: una visión desde la conservación del patrimonio cultural”, de Fernando Tavera, aborda de manera más amplia los procesos de gestión del patrimonio cultural en relación con los centros históricos. El autor pone énfasis en la conservación activa del patrimonio, reconociendo la dimensión económica y el aprovechamiento sostenible del patrimonio cultural, y señala que la utilización turística del patrimonio requiere a la vez estar insertada en una planificación que permita proteger el bien cultural de la presión de la actividad turística.

En “Consideraciones para evitar impactos negativos en la práctica del turismo cultural: una visión desde la antropología”, Phyllis Tepperman analiza el impacto del turismo cultural y la relación entre anfitrión y visitante. Finalmente, teniendo en cuenta que la oferta turística peruana se caracteriza por productos basados en el patrimonio cultural, Pamela Cueva Chacón, en su artículo “Breve revisión de la oferta turística cultural peruana más destacada”, presenta varias experiencias o emprendimientos de turismo cultural que se vienen desarrollando en el Perú de manera exitosa y que pueden servir como modelo para otras regiones que pretenden fomentar este tipo de iniciativas (por ejemplo, la ciudad de Caral en Lima o las Huacas del Sol y de la Luna en La Libertad). También se detallan proyectos o experiencias de turismo rural comunitario en Cuzco y Arequipa, que representan una interesante alternativa para reducir la pobreza en medios rurales y para fomentar las capacidades de la población y la conservación del patrimonio cultural.

Jessica Figueroa Pinedo  
Observatorio Turístico del Perú  
Universidad de San Martín de Porres





**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
TURISMO Y PSICOLOGÍA