

# Perspectivas del Turismo Rural Comunitario en Sibayo

*Perspectives of Community-based tourism in Sibayo*

RONALD CARDENAS SACSI<sup>1</sup>

Universidad Nacional de San Agustín (UNSA)

rcardenassa@unsa.edu.pe

Recibido: 10 de setiembre de 2021

Aceptado: 21 de octubre de 2021

## Resumen

El presente ensayo analiza con un enfoque comparativo, la experiencia en la gestión del Turismo Rural Comunitario en el distrito de Sibayo. Este modelo es reconocido a nivel nacional e internacional como paradigmático, por haber sido gestionado a partir de la iniciativa de las autoridades locales junto con la población, ONGs y la intervención del estado. A pesar de los innegables beneficios a nivel socio económicos que ha traído consigo la incursión en esta nueva actividad, no ha estado exenta de problemas y dificultades relacionadas a su gestión y desarrollo. Cuestiones relativas al liderazgo, a la calidad del servicio, al manejo de recursos tecnológicos para su mercadeo y posicionamiento entre otros, dan cuenta de la problemática por las que atraviesan actualmente. El método utilizado para la recolección y análisis de datos es la Etnografía, a través de la recolección de la percepción de los actores involucrados, complementada con las observaciones y trabajo de campo. En este ensayo ponemos en discusión algunas de estas cuestiones a considerar con el ánimo de generar el debate y poner en relevancia estas cuestiones.

**Palabras clave:** Asetur (Asociación de servicios turísticos Rumi llaqta), Gestión, Emprendimiento rural, Turismo rural comunitario (TRC), Sibayo.

## Abstract

This essay analyzes with a comparative approach, the experience in the management of rural community-based tourism in the district of Sibayo. This model is recognized nationally and internationally as paradigmatic, for having been managed from the initiative of local authorities together with the population, NGOs and state intervention. In spite of the undeniable socio-economic benefits that the incursion into this new activity has brought, it has not been free of problems and difficulties related to its management and development. Issues related to leadership, quality of service, management of technological resources for marketing and positioning, among others, account for the problems they are currently facing. The method used for data collection and analysis is ethnography, through the collection of the perception of the actors involved, complemented with observations and field work. In this essay we discuss some of these issues to be considered with the aim of generating debate and highlighting these questions.

**Keywords:** Asetur (Rumi llaqta tourist services association), Management, Rural entrepreneurship, (TBC) Tourism based in Community, Sibayo.

---

<sup>1</sup> Magíster en Gestión Social y Desarrollo Sostenible de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa del Perú y doctorando en Ciencias Sociales de la facultad de Ciencias Histórico Sociales de la UNSA. Licenciado en Antropología por la UNSA.

## 1. Introducción

La presente investigación está referido al tema de la sostenibilidad del modelo de gestión del Turismo Rural Comunitario (TRC) en el distrito de Sibayo. El turismo rural comunitario puede ser definida como la estrategia de desarrollo económico alterna, que ha sido promovida desde el estado e instituciones no gubernamentales, para impulsar el desarrollo inclusivo de los sectores rurales.

Una de las características por la que ganó notoriedad a nivel nacional e internacional en el caso de Sibayo, es que ha sido promovida a partir de la participación de las autoridades, la población local organizada, las entidades del gobierno como el Mincetur y las "ONGs como DESCO, Grupo GEA, Centro de Innovación y Desarrollo de la Región Arequipa (CID-AQP); o proyectos, como «Sierra Sur» y «Coordinadora Rural», entre otros" (Montoya Paz, 2013, p. 9).

Parte de la problemática en la que se debate actualmente es la inestabilidad del flujo turístico, con oscilaciones muy altas entre temporada y de una tendencia hacia la baja, lo que ha repercutido en la contracción en la participación de los emprendedores. Las causas subyacentes están referidas a la falta de liderazgo, a la calidad de los servicios, a la carencia del manejo de recursos tecnológicos para su gestión, entre otros.

La investigación de este fenómeno social se realizó por el interés de conocer de manera más cercana como ha venido evolucionando esta actividad, y cuáles son las características de su actual situación. Asimismo, el interés académico para profundizar en la indagación tomando en cuenta los lineamientos de la perspectiva de la antropología del turismo.

De esta forma, con el afán de contribuir a generar más conocimientos de las experiencias existentes para orientar mejor futuras investigaciones, el objetivo del trabajo es la describir y analizar el problema de sostenibilidad del modelo de gestión del Turismo Rural Comunitario (TRC) en el distrito de Sibayo, a partir de los efectos que ésta genera.

Cabe precisar que el presente ensayo está basado a partir de los datos de la Tesis de maestría del autor titulada, "El turismo rural comunitario y el desarrollo sostenible en el Valle del Colca, Provincia de Caylloma, departamento de Arequipa en el 2018"<sup>2</sup>.

## 2. Metodología

El método que hemos utilizado es el etnográfico, y las técnicas seleccionadas para el caso son la observación directa, las entrevistas: Estructurada, Semi estructurada y la entrevista en profundidad a informantes calificados. La investigación se realizó a partir de varias visitas de campo en diferentes fechas entre el 2017 y 2018. Las primeras salidas de campo fueron a mediados del 2017, en la que se realizaron quince entrevistas a emprendedores, autoridades y pobladores en general de las localidades de Sibayo, Coporaque y Yanque. En la segunda etapa se realizó en los primeros meses del 2018, en la que se recolectó dieciséis entrevistas adicionales, en la que incluimos a autoridades, especialistas y emprendedores de las áreas de estudio, incluyendo al anexo de Canocota. Respecto a la muestra, siendo esta una investigación cualitativa la muestra tiene un carácter intencional (Izcara Palacios, 2014, p. 45). No obstante, siendo la muestra pequeña, se consideró a todos (quienes estuvieran disponibles en el caso de las casas vivenciales), se priorizó a actores calificados quienes mostraron su intención

<sup>2</sup> El link de la ubicación de la tesis en el repositorio de la Universidad Nacional de San Agustín es: <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/8463>

de cooperar con la investigación. También cabe recalcar, que para efectos del análisis y procesamiento de la información recabada se utilizó la aplicación de análisis cualitativo Atlas.ti.

### 3. Contexto General

Sibayo es cuna del emblemático barrio denominado Rumillacta (Pueblo de piedra), este se caracteriza por sus coloridas construcciones de piedra y barro con techos de paja, es peculiar por haber mantenido su patrimonio histórico cultural casi de manera fidedigna. Representa ser el ejemplo más difundido del Turismo Rural Comunitario en el valle del Colca. Es en realidad el distrito que más ha desarrollado este concepto, donde se difunde la idea de convivir y disfrutar la “Cultura Viva”. Es un caso interesante porque ha sido empujado a partir de la iniciativa de sus propias autoridades y pobladores, que han visto en el turismo una oportunidad de desarrollo.

Dos hechos históricos marcaron el devenir de la historia reciente del distrito, el primero se remonta al año de 1961, cuando apareció en el escenario la explotación de la gran minería en el distrito de Caylloma. Esto determinó el crecimiento de lo que se conoce como “el Pueblo nuevo” de la parte urbana. El segundo hecho histórico es la introducción del Turismo Rural Comunitario (TRC) el 24 de marzo del 2006, cuando se creó la asociación para servicios turísticos denominada ASETUR, que inicialmente agrupó a 30 asociados, para el servicio turístico de Sibayo bajo el nombre de “Rumi Llaqta”.

“En el 2008, ASETUR (Asociación de servicios turísticos Rumi Ilaqta) participó del Concurso Local de Asignación de Recursos (CLAR), organizado por Sierra Sur, logrando que su Plan de Negocios calificara. Éste plan incluía la creación y habilitación de su oferta de turismo vivencial y la asistencia técnica necesaria. En el marco del trabajo con Sierra Sur y en coordinación con el Municipio, se desarrolló la oferta de turismo vivencial, que estuvo basada en la recuperación y habilitación de sus antiguas viviendas de piedra, donde se ofrecería alojamiento, alimentación dentro de un concepto de convivencia de la vida cotidiana del campesino, que incluye participación en siembras, elaboración de artesanía, recogida de leña, caminatas, etc.” (Procasur, 2012, pág. 7)

Luego vendría el proceso de capacitación y sensibilización a través de distintos talleres, charlas, intercambio de experiencias, con la población involucrada en temas relacionados a gastronomía, house keeping, hotelería, guiado, atención al cliente, entre otros. En estos talleres de capacitación se determinó el producto turístico el cual tenía en cuenta los siguientes puntos: Casas vivenciales, Caminatas (restos arqueológicos, otros), Canotaje, Ciclismo, Eco museo, Cultura viva.

De esta forma y de manera paulatina el modelo TRC se ha venido desarrollando con altibajos, con una respuesta de la demanda que ha ido respondiendo de manera ascendente, que tuvo su mejor año el 2015 con un flujo de 1,114 turistas que visitaron el pueblo. Como se recalcó desde el principio, en este esfuerzo ha sido relevante el papel de las autoridades, que inicialmente pusieron mucho énfasis en desarrollar este proyecto, de la mano del apoyo de entidades del estado y ONG's, en las labores de infraestructura y capacitaciones, para que este proyecto pueda llevarse a cabo, pese a las limitaciones con que se encontraron.

El desarrollo del TRC en Sibayo se organizó en base a tres organizaciones, la

Asociación de Artesanos Sumac Pallay (AASUPASI), la Asociación de Servicios Turísticos “Rumillakta” (ASETUR) y la Asociación de Turismo Aventura (ASTUAR), que actúan de forma complementaria (Procasur, 2012).

[...] Es importante la participación de las autoridades políticas como de la población para poder desarrollar este trabajo. En la provincia se tiende a valorar el tema de la modernidad y muchas personas no valoran el turismo porque no se benefician de esta actividad, por ello no se preocupan por el patrimonio de su cultura. En Sibayo por el contrario donde la población es más unida y más arraigada a su tema cultural. Sibayo se ha ido levantando por esta inversión que hizo el ministerio, acompañado de la decisión de sus autoridades políticas, Coporaque ha ido avanzando sin el acompañamiento de sus autoridades políticas, han sido considerados en el programa, pero han aprendido a salir solos, y ahora no necesitan del acompañamiento de sus autoridades porque se han acostumbrado a sobresalir solos, y de otro lado Sibayo se ha ido cayendo, el porte de las autoridades y han ido bajando [...]. (Aut-1, 18/04/2018)<sup>3</sup>

Este tipo de gestión ha resaltado su basamento en la forma de organización, con inserción en la comunidad local y en la gestión de territorio (Merlay & Enjalbert, 2013). Con el apoyo de sus autoridades locales en especial del municipio<sup>4</sup>, se pudo conducirlo de manera meridianamente exitosa para ser un proyecto nuevo. El desarrollo de este proyecto se ha venido implementando de manera auspiciosa, dado el nivel de participación de las organizaciones y autoridades de manera que han sabido canalizar apoyos y subvenciones de parte de organizaciones del estado y de organizaciones no gubernamentales.

Imagen 1. Comercialización del TRC en Sibayo utilizando la Plataforma de Mincetur



Fuente: <http://www.turismoruralcomunitario.gob.pe/turismorural/paquetes.aspx?slug=sibayo-02d-01n-a-s-7500>. Con acceso el 01/11/2018

3 Estas siglas Aut, Sib, Esp es el sistema de codificación que fueron creadas, para referirse a los grupos de entrevistados que representan a autoridades, emprendedores del TRC e informantes clave respectivamente. Se utilizó para procesar los datos cualitativos la aplicación el software Atlas.ti V7.

4 Muchos recuerdan la gestión del Sr. Raúl Mamani en la alcaldía, como el que impulsó la actividad, pues su actitud propositiva y emprendedora, que iba a Arequipa y lima a buscar agentes intermediarios para que la demanda interesada pueda canalizarse a su pueblo, logrando el apoyo deseado.

Sin embargo, el principal problema que enfrenta actualmente, es el de la falta de flujo de turistas (Bidwell & Rendón, 2015, pág. 224), los que además de ser irregulares, son altamente inestables. Esto según la percepción de la mayoría de asociados, además de la falta de mercadeo, promoción y difusión más activa, el factor más importante es la falta de liderazgo de las actuales autoridades, que son menos proactivas, respecto de sus homólogos de gestiones pasadas (Sib-2, Sib-3, Sib-4, Sib-6, Sib-8).

El concepto de TRC es un modelo de gestión que implica no solamente a las casas vivenciales, que son la parte más visible del modelo, sino también incluyen servicios adicionales complementarios como paseos en bicicleta, museos de sitio, cabalgatas en caballo, canotaje, las llamas cargueras o también conocidas como Llamatrek, esquila de camélidos, etc.

[...] De las casas vivenciales sólo han quedado ocho participantes ¿cierto?... De las casas, pero con la llama hay otro grupo, con canotaje es otro grupo, con esquila es otro grupo, músicos son otro grupo (arpa, mandolina), los de la fogata también así es. Artesanía por ejemplo son como 30 socios creo, hartos son...Por ejemplo, Condor Travel, considera paquetes de grupo que vienen a almorzar de forma grupal, esas señoritas que les cocina son aparte, ellas se benefician con la cocina, con la gastronomía, son aparte. En si como ves el pueblo es chiquito, todos de forma directa o indirecta, reciben...por el turismo, por eso también respetamos la resolución, porque si no uhhh...no creo que nos encapricharíamos y construiríamos casas, en si todos se involucran... (Sib-4, 20/04/2018)

**Tabla 1.** Flujo Turístico al distrito de Sibayo entre el 2011 y el 2017

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
199	467	4236	3,572	1,114	293	756

Fuente: Ministerio de Industria comercio y turismo del Perú, Mincetur

Elaboración: Propia

Actualmente, la percepción de los asociados respecto al negocio turístico en Sibayo ha caído, luego de la efervescencia del inicio auspicioso en que se vislumbraba como una importante actividad económica. Hay cierto nivel de estancamiento del que no saben muy bien cómo salir satisfactoriamente. Ante esta situación algunas alternativas emergen, una de ellas es la de ir por cuerda separada, en proyectos gestionados autónomamente. Otros más bien se muestran conformes con la situación, ya que han aceptado esta situación tal como se viene dando, y a partir de allí alternan con sus actividades tradicionales como estrategias de sobrevivencia.

Para la totalidad de asociados de las casas vivenciales el TRC representa ser un complemento a sus economías, dentro de sus estrategias de sobrevivencia. Ninguno de los entrevistados considera que podría vivir sólo del turismo, por el alto grado de incertidumbre que actualmente envuelve el negocio y su falta de control sobre ello.

**Tabla 2.** Emprendimientos capacidad de las casas vivenciales y flujo en el 2017

Nº	Nombre del emprendedor	Nombre del emprendimiento	Categoría	Capacidad Operativa diaria	Total de turistas en el 2017
1	Julia Picha Chicaña	Qorpachana Wasi	TRC	3 camas	92
2	Nila Picha Supo	Astana Wasi	TRC	4 camas	94
3	Dora Samayani Ch.	Allin causay	TRC	3 camas	95
4	Ruth Supo Machaca	Inti Wasi	TRC	3 camas	97
5	Gumersinda Supo C.	Plaza Wasi	TRC	3 camas	94
6	Noemí Samayani P.	Payti Wasi	TRC	3 camas	95
7	Nieves Cutipa M.	Samana Wasi	TRC	5 camas	98
8	Benita Picha Q.	Jornada Wasi	TRC	4 camas	91
<b>TOTAL</b>					<b>756</b>

Fuente: La asociación Asetur

Ante la pregunta de cuál es la percepción respecto del negocio turístico, la mayoría de las versiones considera que es interesante, a pesar de sus altibajos. Los ingresos que reportan respecto de las actividades tradicionales son comparativamente importantes (teniendo en cuenta el ingreso promedio en la localidad). Por otro lado, el hecho de que no se involucren mayor número de nativos, se debe a la inversión necesaria (que es alto, no sólo en inversión monetaria, sino en tiempo y dedicación) no obstante, el apoyo del que fueran objeto y la forma de retorno de la inversión que no lo entienden muy bien, hacen de este un negocio una actividad con un alto grado de incertidumbre. Hay algunos emprendedores que hacen un símil con la actividad agropecuaria, por sus temporadas demarcadas de siembra y cosecha; en el turismo por sus temporadas de alta y baja demanda (Sib-4, 20/04/2018).

[...] Pero está el problema de la rotabilidad, como tienes poca demanda, ellos se organizan de tal forma de que a todos les toque, a eso hay que sumarle el tema de la estacionalidad que van de los meses de junio, julio y agosto en el mejor de los casos, por ello en la capacitación se enfatizó que esta actividad era complementaria. Eso lo han aprendido a golpes, que no pueden vivir de ello, esto es algo adicional, a sus actividades tradicionales. (Esp-2,18/04/2018)

#### 4. Resultados

##### 4.1 El Turismo Rural Comunitario y el Problema de su Sostenibilidad en Sibayo

En términos cuantitativos los datos de visitas revelan resultados magros, “Sin embargo, esta capta menos del 0.09% de los turistas que visitan el Colca (con reportes simples muestran que para el 2008 recibieron solo 32 turistas, 744 en el 2009 y 197 el 2010)”. (Poma B. & Arónés O., 2011, pág. 245).

Nótese el porcentaje de participación de los distritos que intervienen del TRC (Tabla 3), respecto del total y de turistas extranjeros que visitan el Valle del Colca, realmente es ínfima. Se puede apreciar, además la alta variabilidad año tras año<sup>5</sup>. En el caso de Sibayo

5 Los valores muestrales que se nos pudo proporcionar por el Mincetur, Para el caso de Sibayo, muestran un alto grado de variación entre un valor y otro (entre el 2013 y 2014 hay una variación del 1,513.5%), Para ver el grado de dispersión utilizando la Desviación Estándar, pudimos obtener los siguientes resultados: Un rango de 3,313 unidades, la desviación estándar es de 1,290.30 y el coeficiente de variación es de 132.95%. es decir, el

el año de mayor movimiento se da en el 2014, que registró 3,572 turistas. Esta cifra si bien en términos relativos puede parecer significativo cuantitativamente, en términos globales representa el 0.17% del flujo de turistas extranjeros y el 0.11% del total global entre nacionales y extranjeros. Más aún, la suma del total de los principales exponentes del TRC en el valle del Colca en ese mismo año como son Canocota con 243, Coporaque con 931, Sibayo con 3,572 y Yanque con 3,557 turistas en total son 8,303 visitantes. Estos sólo representan el 4.046% del total de turistas que visitan el Colca, que ese año fueron en número de 185,247 turistas. Hay que considerar que la tendencia de las cifras globales en el Colca, van al alza, paradójicamente los destinos de turismo rural comunitario de la parte alta, están disminuyendo. También es preciso aclarar dentro de esta situación que los emprendimientos de la parte baja del valle, comienzan a repuntar respecto a los de la parte alta especialmente Yanque, con la aclaración de que estos emprendimientos son de carácter más de tipo convencional que los del tipo comunitario.

**Tabla 3.** Porcentaje de participación del flujo total al valle del Colca del TRC

Años	Ext.	Nac- cion- ales	Total	Cano- cota	% Ext.	Copo- raque	% Ext.	Siba- yo	% Ext.	Yan- que	% Ext.
2011	119,599	55,425	175,024	68	0.06%	95	0.08%	199	0.17%	296	0.25%
2012	116,012	59,292	175,304	59	0.05%	309	0.26%	467	0.39%	11,382	9.52%
2013	116,682	55,105	171,787	54	0.05%	222	0.19%	236	0.20%	7,666	6.41%
2014	123,613	61,634	185,247	243	0.20%	931	0.78%	3,572	2.99%	3,557	2.97%
2015	132,275	72,910	205,185	55	0.05%	1,451	1.21%	1,114	0.93%	3,373	2.82%
2016	144,416	109,504	253,920	106	0.09%	832	0.70%	293	0.24%	6,599	5.52%

Fuentes: Autocolca y Mincetur, elaboración propia.

La explicación que se podría esbozar frente a estas tendencias, nos direcciona a las causas referidas al apoyo institucional de las autoridades ediles, ONG's y del estado, que mientras estas operan y apoyan a la asociación Asetur, se mantienen estas tasas de flujo de turistas; en cambio empiezan a decaer de manera proporcional, cuando baja este nivel de apoyo. La versión de algunos asociados y autoridades refieren que tiene que ver también con el bajo nivel de satisfacción de los turistas, frente a los servicios y productos encontrados. Se ha comentado que hubo varios casos, donde se encontraron con quejas y reclamos de los turistas quienes no encontraban lo que se les había vendido en las agencias de turismo<sup>6</sup>. Es decir, la calidad que se provee en las casas vivenciales no es igual y no se puede asegurar lo que en el mundo anglosajón se llama la estandarización, en términos de calidad en el servicio y los productos que se proveen a los turistas. En este escenario, no muchas agencias se arriesgan a promover y asegurar la calidad de las prestaciones de las casas vivenciales; quienes apuestan por aquellos que puedan garantizarles cierto grado de calidad y regularidad en sus servicios. Por otro lado, está la competencia por otros destinos cercanos (Coporaque, Yanque, Tapay) que, al ser gestionados de manera individual, suelen tener más interés e incidencia con los

---

grado de variación es realmente excesivamente alto entre los años 2013 y 2014 específicamente y respecto a los otros valores. Esto mismo sucede con los otros distritos estudiados, aunque en menor grado.

6 Esta misma situación nos la comentaron en Coporaque (Cor-1, 08/06/17) en donde una agencia de turismo francesa, dejó de mandar turistas debido a que se reportaron reiteradamente quejas de los turistas, quienes no encontraba los servicios y productos que se les había vendido. En estos casos algunas agencias no son muy contemplativas y comprensivas, pues esto repercute con el nivel reputación de las empresas intermediadoras también; al margen de que se vendan estos paquetes dentro del concepto y límites del servicio esperado, por las condiciones en que se vende esos productos. Igual, sigue siendo un problema poder garantizar un nivel mínimo de calidad para que los turistas puedan recomendar y promover su consumo de forma más seguida.

intermediarios (con quienes fijan porcentajes de compensación cada vez más altos), en comparación con la lentitud y dejadez de las autoridades de la asociación.

[...]Mientras Coporaque ha empezado levantar, Sibayo se ha venido estancando por la poca participación de sus autoridades (Aut-1,18/04/2018)...Tenemos problemas con algunos socios que no cumplen con sus requerimientos, es que a veces los dueños mismos de las agencias vienen a ver las habitaciones y encuentran que algunas habitaciones están mal, entonces nos llama la atención para que mejoremos, si en caso no mejoramos, ya no van a venir, y nosotros no cumplimos y por eso poco vienen. Yo trato de mejorar, pero otros no obedecen, ese es el problema. (Sib-3, 19/04/2018).

También hay versiones que atribuyen esta situación por la falta de manejo de las técnicas de comercialización y el nuevo entorno informático (Sib-2), al problema de no saber gestionar las redes sociales, y los pedidos a través del entorno virtual y de sus aplicaciones, además de la creciente idea de querer individualizarse, y el cuestionamiento a la dirigencia actual de su habilidad para poder gestionar con éxito la demanda turística (Sib-1, Sib-3, Sib-4, Sib-6).

Una de las formas de recoger la cantidad de turistas que visitan estas casas vivenciales es a través de la revisión de los libros de visita que la mayoría de casa tienen. Tal como se muestra en la imagen 2, del registro de huéspedes que se hospedan en las casas vivenciales (de un asociado en particular), se aprecia el movimiento mensual del hospedaje, que teniendo en cuenta que perciben de manera equitativa la misma cantidad de clientes, multiplicado por la cantidad de socios vigentes, se puede ponderar la cantidad de los turistas. No obstante, pudiera que haya habido variaciones debidas a meses de mayor demanda que como se ha visto, pueden variar de manera radical, razón por la cual es muy difícil de ponderar tendencias, por el alto nivel de variabilidad de estos registros de entrada y salida de turistas. También está el hecho de que no todos los turistas revisan y se registran en estos libros.

Imagen 2. Libro de registro de huéspedes (meses de febrero, marzo y abril del 2018)

Habitac Nº	INGRESO		FECHA PROBARBLE DE SALIDA		TARIFA	HUESPED (ES)	DOCUMENTOS IDENTIFICAC IONALES	NUMERO ESTADÍSTICO
	HORA	DIA	DIA	MES				
02	2 PM	13	14	7 am		EMILY STORM MUNIZ Christy Ronsko		Spiral Spiral
			10	02		Melanie Castles-McKeon		
			10	02		Sonia Cameroa		
02			22	02		GAILLAUD Phyllie		Ref. 1
			9:26	02		FREIN Joseph		1021
			27	02		FREIN Marquise		1022
01	3pm	17th March 2018				Penelope Haren		
01	3pm	17th March 2018				Michael Haren		
			1	APRIL 2018		ERIC THOMPSON		
			1	APRIL 2018		LINDA THOMPSON		
			1	April, 2018		Lemon Woodell		
			18	April, 2018		Keith & Shem Fonner		

Fuente: Propia

#### 4.2 Impactos socioeconómicos del Turismo

El turismo genera inevitablemente impactos de diversa índole en sus destinos, en el distrito de Sibayo ha tenido una serie de consecuencias que se pueden considerar entre positivas y negativas. Entre las que se pueden contar como efectos positivos de esta actividad, se podría contar los siguientes impactos:

**Tabla 4.** Impactos Positivos del TRC en el distrito de Sibayo

Impactos Socioculturales	Económicos
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecimiento de las capacidades y educación.</li> <li>- Fortalecimiento de las instituciones comunitarias asociativas.</li> <li>- Difusión del folklore de la región</li> <li>- Mejor conocimiento de aspectos culturales autóctonos, para ofrecerlo al turismo.</li> <li>- Generación de tolerancia y respeto</li> <li>- Familiarización con otros puntos de vista y experiencias globales</li> <li>- Mejora conservación y restauración del patrimonio cultural (arquitectónico).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generación de otra actividad económica alternativa, el TRC y empleos nuevos a ella asociados.</li> <li>- Mayores ventas de artesanías a nivel local y regional.</li> <li>- Mejores condiciones de trabajo.</li> <li>- Implicación de agricultores, ganaderos y comerciantes para suministro.</li> </ul>

**Fuente:** El autor concordado con la versión de OIT, 2011 (OIT, 2011, p. 16).

En el rubro de los beneficios a nivel infraestructural están las inversiones públicas y domésticas motivada para habilitar las casas vivenciales, para el hospedaje de los turistas. Estos representan una manera indirecta de poder acceder a servicios de saneamiento habitacional, como la disposición de baños equipados, cocinas, y dormitorios con un cierto grado de comodidad que anteriormente no tenían y del cual pueden disponer y usar de manera más cotidiana. De manera que el turismo ha ayudado a mejorar las condiciones de vida de los pobladores involucrados, en lo referente a higiene y limpieza, porque los estándares de limpieza que se requiere para poder atender a los turistas y la necesidad de cumplir con esos requerimientos mínimos para la satisfacción de los mismos, ha hecho que los asociados se familiaricen y practiquen estos conocimientos en cierta medida.

[...] Uno de los aspectos distintivos de Sibayo es su arquitectura de piedra (de ahí su nombre "Rumillacta" que significa pueblo de piedra). Desde su concepción las autoridades y el pueblo trataron de darle signos diferenciales como la armonía arquitectónica del modelo de las casitas, el techo de paja, los colores ... la modernidad ha abarcado a todo el mundo, la idea es continuar empujando esa idea (ser diferentes) para que la gente apoye. Por ejemplo, para que ellos puedan diferenciarse de otros pueblos [...] en las capacitaciones se preguntaban cómo querían verse ellos se proponía color de cada barrio: San Pedro (antiguo); Mariscal Castilla, Ángeles y River sport. Mas antes los barrios se diferenciaban por colores; queríamos uniformidad y cada barrio quería conservar su color, al final tuvimos que luchar para lograr este consenso de que se opte por el color marrón (con franjas blancas). (Sib-1, 07/06/2017)

#### **4.2.1 Impactos sobre el rol de Genero y el empoderamiento**

En el caso del impacto del turismo como una vía para mejorar la equidad de género y empoderamiento de las mujeres, se podría afirmar en líneas generales que el turismo en Sibayo ha tenido efectos positivos, no obstante, no ha sido un factor como para poder afirmar que ha modificado la división tradicional de tareas por género (Pérez Galán & Fuller, 2015).

El turismo como actividad laboral como se sabe, está más emparentado con las labores cotidianas de la mujer en su quehacer doméstico cotidiano, y esta actividad les ha permitido aportar a los ingresos familiares económicamente; por otro lado, es una forma de empoderamiento que en algunos casos ha sacado a relucir el liderazgo que algunas socias tenían en base a sus capacidades. Cabe recalcar que este objetivo desde el papel de las organizaciones del estado y ONG's, este se ha dado muchas veces más por la necesidad de cumplir con la cuota de género, que por la convicción de querer promover el papel de la mujer en realidad.

Una de las formas de averiguar como el turismo afecta la vida de la población de destino turístico, es a través de su impacto en la economía, la cual está estrechamente ligada con sus efectos sobre los ingresos y sobre la distribución de los mismos (Maldonado, 2006).

El TRC como actividad económica debe ser entendida como complemento, y no como una actividad que pueda por sí misma generar los ingresos necesarios para la manutención del hogar de una familia campesina promedio.

[...] Es un ingreso complementario, por ejemplo, digamos que yo ganaba al mes en los bordados unos 200 soles líquidos, además de los materiales y con el turismo 100 soles más. Si fuera diario eso sería otra cosa. Máximo puedo agarrar cuatro turistas (mensuales). (Sib-8, 24/04/2018)

Este es un caso típico del registro de ingresos de una asociada en Sibayo, que dentro de su estrategia de sobrevivencia los ingresos los obtienen de cuatro actividades, los bordados de vestimenta festiva que hace, su tienda de abarrotes, las casas vivenciales y del trabajo de su marido que es obrero. Su actividad principal es el bordado de trajes y en ocasiones deja de captar turistas porque en época de fiestas hay bastantes pedidos y no se abastece. En promedio la actividad turística les reporta un ingreso que va de los 201 a 400 soles mensuales, que refleja la realidad que representa al 45% de los asociados, y menos de 200 soles el 20% de los asociados (Díaz Santivañez, 2015, p. 152)

También no se puede olvidar el impacto ambiental que para el caso del TRC es de baja intensidad por lo general, teniendo en cuenta que es un nicho de mercado muy especializado y de baja demanda, y porque fomenta la conservación y el uso racional de los recursos locales.

#### **4.3 Impactos socioculturales del turismo**

##### **4.3.1 La autenticidad escenificada**

Un requisito indispensable de la experiencia turística es la autenticidad de sus recursos patrimoniales, costumbristas, folclóricos, etc. La cuestión de la autenticidad forma parte esencial de la experiencia turística.

Hay quienes consideran que la posibilidad de acceder a esta autenticidad siempre será limitada, pues está circunscrita por las tendencias estructurales motivados por

ver la vida tal cual es. Los turistas tratan de mezclarse con los nativos que al mismo tiempo se les reprocha no lograr nunca estos objetivos. La palabra “turista” se utiliza muchas veces de manera despectiva para describir a alguien que parece satisfecho con sus experiencias, que evidentemente, no son auténticas (Mac Cannell, 2003).

La palabra autenticidad originalmente estaba situada en el campo del museo, donde el contenido que guardaban era respecto de las obras de arte y su valor estimado, que podrían ser verdaderas o falsas, determinadas por el ojo entrenado de un experto. Ese mismo concepto, también, se ha extendido al ámbito turístico, donde las obras de arte (comúnmente llamadas artesanías), festividades tradicionales, los rituales, la cocina, la indumentaria, las casas, etc., se suelen describir como auténticas o no, tomando como base el hecho de haber sido realizadas, elaboradas, o puestas en práctica por los lugareños siguiendo la costumbre o tradición (Jafari, 2000).

Este preámbulo sirve para invocar un tema de amplio debate en la antropología, y las posiciones que han venido tomando los investigadores al respecto, se trata de la “mercantilización de la cultura”. El tema alude a la promoción del “color local” como parte de la mercantilización del turismo y su impacto en la comunidad local. Este efecto que se considera negativo por los académicos, quienes critican a los planificadores y promotores del turismo, al manejar los recursos culturales como si fueran de tipo material tangible, y ven el germen de esta situación en la tendencia del modelo capitalista, de ponerle precio a todo, para después poder comprar o venderlo y finalmente considerarse como mercancía (Greenwood D. J., 1989).

En estos destinos turísticos se ha denunciado que la cultura local representados por el arte, los rituales, las danzas, las ceremonias, bailes o mercados campesinos, se ven alterados y a menudo se destruyen, en cuanto se les trata como atracción turística, ya que corren el riesgo de perder su significado para aquellas personas que creyeron en ella (Greenwood D. J., 1989).

En el caso de Sibayo hemos podido comprobar cómo es que esta parte de la teoría, se ve representada, pero con un elemento adicional, que es el permiso y conciencia de las autoridades para poder hacerlo, como en muchas realidades cabe reconocerlo. Sucede que desde hace algún tiempo, con fines turísticos, se ha venido promoviendo y vendiendo estos activos culturales como forma de incursionar con ventajas en la actividad turística y a expensas de ella, incursionar en una actividad que les pueda generar recursos. Debido a la necesidad de promover el turismo se ha promovido el uso de la vestimenta típica (en el caso de las mujeres especialmente), que anteriormente se destinaba para días especiales, ahora por el turismo se trata de promover su uso cotidiano, por ser zona turística, pero que en otras ocasiones como para viajar a la ciudad no lo utilizan por considerarlo incómodo (Sib-6, Sib-8).

[...] Todos, hasta las señoras que están andando con sus trajes actualmente, estaban andando con buzo, porque esas polleras con bordados cuestan como mil soles así, pero nos hemos capacitado, yo recuerdo que mi padre y otra persona hacían bordados, nadie más. (Sib-4, 20/04/2018)

La escenificación tiene lugar, cada vez que se enteran que vendrán turistas y saben que ellos esperan encontrar un conjunto de atractivos de tipo cultural como se anotó anteriormente, los cuales, en condiciones normales de su cotidianidad, ya no se usaban. Pero por otro lado, ya desde la posición reflexiva, acaso no es una forma de mantener la tradición cultural, aún de manera ilegítima, pero con el consentimiento de los pobladores, quienes entienden que esta es la forma de agenciararse de algunos ingresos,

aunque magros. Quien puede intervenir en su libre determinación de poder generarse ingresos a partir de estas iniciativas, en tanto sea del consenso de la mayoría de los pobladores y no sólo la iniciativa de alguna autoridad despistada.

[...] En el tema de las prendas de vestir ahí yo podría discrepar un poco de ellos, si tú los ves todos los días, ellos algunos si visten sus trajes típicos, otros sólo con su sombrero Collagua y ya... pero cuando se enteran de que vendrán turistas, todo el pueblo está vestido.... (lo que sería una escenificación de su cultura, pero ¿eso pasa en todos lados no?) ... sí, pero de todos modos es producto del turismo. Pero el TRC respeta mucho la cultura es más trata de adoptar sus vestimentas, los visten como ellos, afecta menos. (Esp-2, 18/04/2018)

**Tabla 5.** Impactos Negativos Socioculturales y Económicos que el TRC Genera

Impactos Negativos Socioculturales	Económicos
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cambio en los patrones de vestimenta.</li> <li>- Cambio en los estilos de vida.</li> <li>- Resentimiento local de los pobladores excluidos del turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proceso urbano de especulación inmobiliaria</li> <li>- Falsas expectativas de las posibilidades del TRC.</li> </ul>

**Fuente:** El autor

Esta situación cobra una inusitada relevancia, al poder escuchar de parte de su autoridad comentar la idea de querer convertir a Sibayo en un museo cultural vivo, donde se ponga a la venta el exotismo de forma directa y explícita. En un momento la autoridad de la asociación nos comentó respecto de sus planes en el futuro.

[...] Tenemos que ampliar este trabajito que hacemos para que una gran mayoría se beneficie, pero también cambiar de estrategia a museo en vivo donde uno viene y ve la cultura viva, con un ingreso de boletaje. Porque esto del TRC puede que cambie, como una moda y se termine allí. No toda una vida vamos a estar con lo de las casas vivenciales, Ud. sabe que los días pasan, el tiempo pasa y al final pasa de moda y fuimos. [...] Entonces nuestra visión ahorita es convertirlo en un museo en vivo, donde todas las familias luzcan sus trajes típicos, la cultura que viven y lanzar al mundo que uno puede ingresar vivir directamente con las personas y ver directamente cualquiera de las familias, que tipo de cultura vivimos y mantenemos y ya no estar obteniendo recurso como lo hacemos actualmente, sino cobrando un boletaje para el museo en vivo", así nos vamos a diferenciar de otras propuestas. (Siba-1, 07/06/2017)

#### 4.3.2 Influencia del turismo en el valor de Suelo y los predios

Un aspecto donde se puede apreciar el efecto real del turismo en la economía local y que es medible cuantitativamente, es a través de los procesos de especulación inmobiliaria, de los terrenos, las casas, fundos, cocheras, etc., y que se expresan a través de la inflación inusual en los precios de los mismos, especialmente cuando la ubicación es cercana al lugar donde está ubicado el atractivo turístico en particular, o pueblo en conjunto como es el caso (Jurdao Arrones, 1992; Kadet, 1991; Santana, 1997).

La inflación que se ha registrado según la información recopilada en algunos casos

llega a más de quinientos por ciento, en otras más, pero en todos los casos no menores a los dos cientos porciento (Sib-1,2,4,6,8).

Eso sí, los dueños han disparado bastante. Por ejemplo, un terreno vacío costaba 500 soles (en el 2007 más o menos) actualmente ¿cuánto cuesta?. En sí, en Sibayo no vendemos terrenos, para nosotros mismos estará pues 800 soles, ahora se vende por metro cuadrado. Porque hemos hecho un convenio con el municipio por la cual ya no se puede vender. Los terrenos en esta parte son chicos de 200 metros cuadrados. Eso sí, en la plaza por ejemplo hay una casita que está en venta y quieren por ella 60,000 mil soles, pero tampoco nadie quiere, porque es también chiquito, no tiene garaje, lo que ve Ud. eso nomás es 200 o 150 metros cuadrados serán en total, nadie quiere. (Sib-8, 24/04/2018)

#### 4.3.3 El factor de la edad de los emprendedores

Un dato que resulta ser interesante es la edad promedio de los asociados de Asetur, especialmente si consideramos el tema del futuro de la actividad del TRC en Sibayo. Según lo manifestado, por los especialistas, y lo comprobado en el campo, se tiene que la edad promedio de la mayoría de los emprendedores está en el rango comprendido entre los 45 y 70 años en promedio. De hecho, la mayoría de los asociados tienen una edad por encima de los 45 años, que representan más del 65% de todos los socios. Esto como es de suponer, representa una desventaja en cuanto a términos de competitividad de los socios en términos de capacidad y mayor aprovechamiento de esta actividad.

Imagen 3. El interior de dos Casas vivenciales y una puesta en venta en Sibayo



Fuente: Propia

[...] La mayoría de los socios son mayores, por ejemplo, del grupo que trabajamos yo soy la menor (ella dijo tener 42 años) (Sib-4, 20/04/2018)... Los participantes de menor edad que hemos capacitado eran de 35 años, y la mayoría de personas tenían entre 50, 60 años con frecuencia. (Esp-2, 18/04/2018)

El especialista que colaboró con nosotros, nos mencionó que participó en las labores de capacitación de los emprendedores de TRC en el Colca, referente al tema nos refirió:

[...] El tema aquí es a cuantos de los jóvenes les interesa el TRC, ¿Cuánto están más interesados en la modalidad de la gran hotelería y servicios?... Eso,... tengo una experiencia de un estudiante en Sibayo que estudio turismo, que trabajo en hoteles grandes, que empezó a desarrollar su empresa, pero una vez que ha desarrollado,

empezó a mirar a atrás del emprendimiento de sus padres y ahora la está administrando él, tiene su agencia de viaje, es el hijo de la primera emprendedora del TRC, pero no todos piensan así en realidad [...] Conozco a los hijos de la mayoría de los emprendedores y de ellos la mayoría de los emprendedores han preferido estudiar afuera, quieren salir afuera muchos de ellos estudian en Arequipa, pocos estudian acá, y los que estudian en Arequipa para que vuelvan es bien complicado porque les gusta lo moderno, lo grande y si les gusta el tema del turismo muchos de ellos están trabajando en hoteles de Arequipa. No ayudan a sus padres con sus emprendimientos. (Esp-2, 18/04/2018)

En este caso cabe preguntar cuál es el futuro probable de los emprendimientos tal cual están funcionando, si la mayoría de los asociados tienen una edad muy madura en promedio. La respuesta inmediata sería pensar en el legado que les darían a sus hijos, y si estos están dispuestos a seguir con el emprendimiento tal cual está planteado, si es que les interesa el modelo. Al respecto, habría que considerar algunos hechos, la mayoría de los jóvenes por regla general migran o a la capital provincial o departamental, en busca de un futuro diferente a lo que puede ofrecerle su pueblo, el que representa para la mayoría un estado de estancamiento y aletargamiento en términos sociales, económicos, educacionales, laborales, etc. La ciudad, en cambio representa un escenario más dinámico y de mayores oportunidades.

Por otro lado, debido a los cambios que se han experimentado en los últimos años, el área rural representa un área más interesante, debido al acceso y desarrollo de las comunicaciones, (carretera asfaltada, mayor cobertura de sistema eléctrico doméstico, el internet y servicios de saneamiento) que les provee de mejor conectividad, el acceso a nuevas oportunidades, etc. Todo ello ha producido una mayor integración del campo a la ciudad, con los consecuentes cambios (Schejtman & Berdegué, 2004). Debido a este nuevo contexto el espacio rural se ha convertido en un espacio donde se desarrollan múltiples actividades, en la que el sector agrícola es el predominante (Pérez Correa, 2004). Pero que da cabida a nuevas actividades, una de ellas el turismo.

[...] Yo estoy viendo que no hay jóvenes que se estén comprometiéndose con el turismo, Eso ¿Por qué? No sé, creo que no les interesa. (Parece que el turismo no les da seguridad de poder tener un ingreso seguro) aunque en Arequipa mismo no hay trabajo seguro. A mi hija por ejemplo está estudiando administración de turismo para buscar una oportunidad aquí, porque el trabajo en Arequipa está full. (Sib-8, 24/04/2018)

Respecto al futuro y lo que devendrá de esta actividad, hay una cuota de incertidumbre por lo mencionado anteriormente, aunque se podría presumir un panorama no muy prometedor, a partir de indicios que se pueden desprender de la situación actual. Una cosa es cierta, que ese transvase generacional traerá sus consecuencias, ya que la nueva generación de ciudadanos, vienen con otros intereses e intencionalidades, más acorde con las tendencias actuales, muchas veces globales que se les inculca en los colegios y especialmente en los institutos y universidades, a donde acuden a capacitarse. Eso es evidente al consultar a un educando que estudia para ser guía de turistas o los que se forman en servicios de administración hotelera, de restaurantes o bar en general.

No obstante, hay quienes ven con positivismo el futuro y que de acuerdo a la dinámica de sus autoridades y la relación que establezcan con las agencias de turismo la situación pueda ir mejorando con el tiempo. Sin embargo, la posición de un especialista

conocedor de esta problemática, no ve con mucho optimismo la continuación de este modelo de gestión en el futuro.

[...] Así como están actualmente van a desaparecer, y los que van a subsistir son los emprendimientos (individuales), eso es lo que va a suceder. El tema de las asociaciones no está funcionando, sólo funciona para temas macro, por ejemplo, si quieren acceder a un presupuesto participativo, a nivel de turismo que va a beneficiar a todos, ahí si se reúnen, si es que hay un problema a nivel político social económico macro ahí si se unen, pero para el tema organizativo de recepcionar pasajeros, de administrar pasajeros, las pocas asociaciones que hay no le veo mucho futuro. Aunque no digo que el TRC vaya a dejar de darse, siempre van a existir, pero hay que mejorar los servicios, estandarizar la calidad de los productos, promover el recambio generacional es una tarea urgente eso. (Esp-2, 18/04/2018)

## 5. Conclusiones

En el área de estudio Sibayo que ha venido desarrollando este modelo de gestión por más de doce años, no pasaba por su mejor momento incluso antes de la pandemia Covid 19. Aun cuando Sibayo tiene fama de ser un ejemplo exitoso del TRC, con énfasis en sus características organizacionales democráticas, que se ven reflejadas en su nivel de redistribución equitativa de la demanda, del bajo impacto en el medio ambiente y de la difusión de la cultura local; el nivel de participación local es cuantitativamente bajo en relación a la totalidad de sus pobladores, y hay una clara tendencia hacia la baja de los emprendimientos actuales, debido a sus magros rendimientos económicos en su historia reciente.

Económicamente el TRC es una forma de complementar la economía familiar y la mayoría de la población se dedica a sus actividades tradicionales de pastoreo, agricultura, pesca y minería. Si bien es cierto que los ingresos provenientes del TRC contribuyen a la economía familiar, no queda claro que esta situación sirva para determinar la incidencia de este factor sobre los niveles de pobreza, habida cuenta que estos ingresos son estacionales y la demanda varia constantemente.

Uno de los factores que ha incidido en el devenir del modelo y que explica en parte el problema por el que atraviesa es la falta de rentabilidad de las empresas. Existe la tendencia a formular proyectos a partir de la oferta, sin haber hecho un estudio prospectivo de la demanda real de este modelo de gestión. De igual forma esto tiene que ver con el conocimiento real de la oferta, pero a partir de las fortalezas de su capital humano, no sólo de los atractivos turísticos.

Un problema que se ha evidenciado es que los supuestos que se ha manejado a nivel de la intervención del estado es respecto de los valores de solidaridad y cooperación en lo que se refiere a su capital social, expresados a través del nivel organizativo, en las asociaciones, estos conceptos están descontextualizados, pues la dinámica social en la actualidad ya no tienen esas características, que por otro lado le interesa la intervención estatal para maximizar su efecto en la inversión social.

Sobre la base de anteriormente expresado la problemática en concreto se expresa a partir de la falta de liderazgo y la dependencia que se ha generado por la gestión edil de los primeros años. Al mismo tiempo el otro problema acuciante es el referido a la estandarización de la calidad de bienes y servicios suministrados a los viajeros, ya que se han dado varios casos de la incapacidad de poder replicar servicios con cierto nivel de calidad, por el cual los turistas no parecen tener mucho nivel de tolerancia, con los

campesinos. El tema tiene que ver a veces con la ética de trabajo (incumplimiento de horarios) el nivel de sanitización e higiene de los alimentos, la calidad de los alimentos, etc., que en general son de distinta calidad, de acuerdo al nivel de capacidad, aplicación de conocimientos y destreza de los emprendedores. Una condición que grafica lo anteriormente citado es la edad promedio de la mayoría de emprendedores, cuya edad es muy madura, y por ende su nivel de respuesta y aprestamiento no es de lo más recomendado ya que el 65 % de los asociados tienen una edad promedio comprendida entre los 45 y 70 años.

También otra de las grandes limitantes es el bajo nivel de autogestión y manejo de las nuevas tecnologías para poder captar su demanda potencial. En este caso se evidencia la falta del manejo de las nuevas tecnologías que tienen que ver con el manejo de las redes sociales, del uso de plataformas virtuales, uso del marketing virtual, etc. herramientas que son de uso frecuente actualmente en el turismo, para poder captar la demanda, por ello se explica el nivel de dependencia de las agencias de viaje.

Sin embargo, el impacto debe ser entendido como un complejo que incluya todo el proceso desde su gestación de este proyecto, en la que se pueden ver varios niveles de impacto en la población local, que se han traducido en lo positivo en obras de infraestructura pública y doméstica que han mejorado la calidad de vida de los lugareños a partir de este motivo. Por el lado individual están las capacitaciones (house keeping, gastronomía, administración, etc.) la revalorización de su cultura y las folklore local de igual forma, entre otros.

## Referencias

- Bidwell, S., & Rendón, M.-L. (2015). Tourism as a tool for inclusive development in Perú's Colca Valley. En A. Panosso Netto, & L. G. Godoi Trigo, *Tourism in Latin America Cases of Success* (págs. 207, 229). Switzerland: Springer.
- Díaz Santibáñez, J. S. (2015). *Evaluación del impacto del turismo rural comunitario en el desarrollo socioeconómico del Distrito de Sibayo*. Arequipa: UNSA.
- Greenwood, D. J. (1989). La Cultura al Peso: Perspectiva antropológica del turismo en tanto proceso de mercantilización cultural. En V. L. Smith, *Anfitriones e invitados* (págs. 257-280). Madrid: Endymion.
- Izcara Palacios, S. P. (2014). *Manual de investigación cualitativa*. Mexico D.F.: Fontamara..
- Jafari, J. (2002). *Enciclopedia del turismo*. Madrid: SINTESIS.
- Jurdao Arrones, F. (1992). *Los mitos del turismo*. Madrid: Endymion.
- Kadt, E. de. (1992). *Turismo, ¿pasaporte al desarrollo?: Perspectivas sobre los efectos sociales y culturales del turismo en los países en vías de desarrollo*. Madrid: Endymion.
- MacCannell, D. (2003). *Una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Melusina.
- Maldonado, C. (2006). *Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta*. En [http://www.ilo.int/wcmsp5/groups/public/-ed\\_emp/-emp\\_ent/-ifp\\_seed/documents/publication/wcms\\_117521.pdf](http://www.ilo.int/wcmsp5/groups/public/-ed_emp/-emp_ent/-ifp_seed/documents/publication/wcms_117521.pdf)
- Merlay, J., & Enjalbert, J. (2013). *Desarrollo Territorial Rural con Identidad Cultural en el Valle Central de Tarija y el Valle del Colca. Estudios de caso en Bolivia y Perú*. En [www.rimisp.org/territorioeidentidad2](http://www.rimisp.org/territorioeidentidad2)
- Montoya Pérez, M. P. (2013). *Turismo comunitario y desarrollo rural: Interacción y escalamiento de innovaciones*. En <http://repositorio.iep.org.pe/handle/IEP/33>
- Pérez Galán, B., & Fuller, N. (2015). Turismo rural comunitario, género y desarrollo en comunidades campesinas e indígenas del sur del Perú. *Quaderns* 31, 95-119.
- Poma B., D., & Aronés O., C. (2011). *Impacto del turismo en el valle del Colca: Ajustes al modelo económico: la promesa de la inclusión*. Lima: DESCO. En <http://www.descosur.org.pe/wp-content/uploads/2014/12/impactoturismo.pdf>
- Procasur, p. s. (2012). *Turismo rural comunitario en Sibayo, sistematización de una experiencia*. En [http://americalatina.procasur.org/images/Rutas\\_realizadas/ASETUR\\_SIBAYO.pdf](http://americalatina.procasur.org/images/Rutas_realizadas/ASETUR_SIBAYO.pdf)
- Santana, A. (1997). *Antropología y Turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona: Ariel.