

Políticas públicas de turismo e inclusión de los pueblos indígenas. Un modelo para armar

Dra. Norma Fuller

Década de los 80's

- Despertar de
- Conciencia ecológica, (el planeta tiene unos recursos limitados que hay que conservar),
- Conciencia cultural, (la diversidad cultural debe ser respetada)
- Límites del desarrollo económico (el ser humano es el fin del crecimiento y no su medio.)

Crítica a industria turística

- Negocio controlado por grandes corporaciones. Las poblaciones visitadas son usadas como simples atractivos.
- El viaje se reduce a observar. Los turistas no entran en contacto con la población.
- Los sitios históricos y los paisajes pueden resultar dañados
- El turismo transforma la economía de las poblaciones rurales y las vuelve dependientes.

Desarrollo turístico sostenible

- Mantenimiento del carácter de la cultura y las comunidades.
- Protección del paisaje y de los “hábitat”
- Promoción de intercambio entre visitantes y nativos
- Balance entre actividades productivas y turismo.

Políticas del Estado Peruano

- 90's.
 - Énfasis en diversidad natural y cultural
 - Adopción de turismo sostenible.
 - Turismo Rural Comunitario como política de combate a la pobreza

Perú, país diverso.



Turismo Rural Comunitario (TRC)

- Toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural,
- De manera planificada y sostenible,
- Basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de la comunidad,
- La *cultura rural* “un componente clave del producto”.

Condiciones para TRC en las comunidades

- Patrimonio cultural y natural
- Percibir al turismo como una actividad económica complementaria
- Voluntad de desarrollar turismo y conocimiento pleno de sus beneficios y riesgos.
- Participación de la población local
- Previsiones para minimizar riesgos e impactos negativos

Apoyo del Estado y Empresa

- Rutas de acceso.
- Servicios de alojamiento, alimentación e instalaciones sanitarias,
- Desarrollo de actividades complementarias
- Productos basados en conocimientos y destrezas tradicionales.
- Canales de difusión de la oferta
- Canales de comercialización de los productos

Comunidades rurales indígenas

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Patrimonio cultural• Patrimonio natural• Capital social (organización comunal)• Interés del mercado en el turismo rural y vivencial	<ul style="list-style-type: none">• Falta de infraestructura• Falta de capacitación en servicios• No control de promoción• Pobre articulación con el Estado• Pobre articulación con empresas.• Barreras culturales

Estado y Empresa

Posibilidades	Riesgos
Infraestructura	Coordinación con la población
Articulación a redes mas amplias	Conocimiento de cultura local Exotización Dependencia

Patrimonio cultural y natural

Oportunidades

- Valorización de la identidad cultural
- Encuentros interculturales
- Uso del patrimonio natural como recurso

Límites

- Comercialización de la cultura
- Rutinización de los encuentros interculturales
- Desgaste del entorno natural



Relación con la comunidad

Oportunidades

Coordina con ella

Comunidad conserva el manejo de los recursos

Garantiza el retorno de ingresos

Capacitación

Límites

Romantización de la comunidad.

Quienes son los actores/ transparencia

Diferenciación interna

Dependencia de la cooperación externa



Difusión - comercialización

Oportunidades

Garantiza la promoción a través de canales públicos

Canales de comercialización

Límites

La promoción depende de agencias estatales y privadas

Exotización

Dependencia



RECOMENDACIONES

- Revisar el concepto de comunidad. Las familias son las unidades de producción y gestión.
- Aceptar que no toda la comunidad se beneficiará de los emprendimientos turísticos.
- Trabajo concertado para evitar caer en la exotización de los pueblos indígenas para responder a los estereotipos del mercado turístico
- Tener en cuenta que los recursos naturales pueden ser dañados por el uso turístico y deben ser vigilados
- Para superar dependencia de la cooperación externa crear redes de comunidades articuladas a núcleos regionales de servicios desde donde se desplazan los visitantes.