

A Guayaquil Diario, Directo y Puntual

Salida Lima 10:40 a.m. | Llegada Guayaquil 12:20 p.m.
Salida Guayaquil 6:05 p.m. | Llegada Lima 8:00 p.m.

Lima 511-8222 Provincias 0800-1-8222

TACA
Vuela Fácil

EL PROFESIONAL

El Periódico de la Industria Turística Peruana

12 años informando objetivamente

COMUNICA 2

Año 12 N° 319 - Lima, 21 de noviembre de 2005

Notas Nacionales

Amadeus, Worldspan y Sabre lanzan novedades para la industria.
Pag. 4

Una visión a las propuestas del sector sobre la exportación de paquetes turísticos.
Pag. 6

Informe Central

Reconociendo el aporte de la Comisión de Turismo del Congreso de la República en favor del turismo.
Pag. 8y9

Entrevista

Luego de recibir críticas, Ramiro Salas, viceministro de turismo, da a conocer su punto de vista.
Pag. 10

Panorama Mundial

Consejo Internacional de Aeropuertos enfrenta a IATA.
Pag. 14

+ Información

Bianco y Negro, Panorama Mundial, Noticias, Turigramma y más.

Timoratas relaciones entre Turismo y Legislativo Legislando para el archivo



El escaso aporte de las últimas cinco comisiones de turismo del Congreso de la República, es muestra inequívoca de la importancia que tiene el sector para el poder legislativo. Las buenas intenciones y consideraciones por parte de los que conducen los destinos del sector, muchas veces cayeron en saco roto a la hora de crear y cumplir las leyes.

MIAMI Y LOS ANGELES
TODOS LOS DÍAS



www.lan.com

Turismo vivencial

Reencuentro con lo original

El turismo vivencial permite al viajero conocer la forma de vida, costumbres y tradiciones de ciertas comunidades a través de la convivencia. Esta modalidad colabora con el desarrollo de la población y promueve su identidad, sin embargo, algunas experiencias no han seguido estos objetivos.

Uno de los tours que más se ofrecen en Iquitos es una visita a la tribu de los Boras, una de las más conocidas de la Amazonia peruana. Los viajeros llegan a una rústica cabaña donde hombres y mujeres, vestidos con taparrabos y adornos de plumas, bailarían para luego abalanzarse sobre ellos y pedirles que compren algún adorno tradicional. Los danzantes se ponen nerviosos y describen una penosa caminata de casi dos horas cuando se les pregunta dónde están sus viviendas. La mayoría de turistas regresa a Iquitos pensando que ha tenido un contacto directo con una tribu amazónica, pero algo les huele a estafa. Por la noche,



algunos de los supuestos Boras, completamente occidentalizados, bailan en las discotecas o toman una cerveza en el malecón de Iquitos. Para que exista una verdadera propuesta vivencial tiene que haber respeto por la comunidad y sus costumbres, es por eso que



algunos especialistas prefieren llamarlo "turismo comunitario". Mediante este tipo de turismo se deben generar procesos de aprendizaje recíproco, conocimiento mutuo y confianza entre el visitante y el poblador. Otro de los aspectos básicos es que el turismo debe ser el vehículo para



que las comunidades tengan alternativas para abandonar la extrema pobreza.

La experiencia de la agencia Vivencial Tours en Cajamarca, ha logrado involucrar a la población de dos caseríos (Chagmapampa y Sullusocha) con el turismo. Convencer a esas comunidades de la importancia del proyecto no fue fácil, dadas las suspicacias con que los campesinos observan las inversiones en su territorio. El plan no sólo contempla dividir las utilidades con la comunidad, sino también una constante capacitación para que el campesino revalorice su identidad y cultura.

El fuerte componente emocional del turismo vivencial obliga a elegir diversas variables a la hora de seleccionar el destino. Se deben considerar aspectos como el nivel de educación de los anfitriones, que haya una buena relación familiar entre ellos y la actitud de la comunidad hacia el proyecto. Luego se debe evaluar el paisaje, las actividades agrícolas que se realizan y si las familias mantienen costumbres ancestrales. Por ejemplo, en el caso de Chagmapampa, el atractivo principal es humano ya que Rosa Abanto, la madre de familia que hospeda a los visitantes, los sorprende con sus conversaciones en las que saca a relucir su buen humor y sapiencia.

Frágil producto

Según Donald Hawkins, profesor de la Universidad George Washington, el éxito de un producto turístico se basa en que el visitante tenga "experiencias memorables", eso significa auténticas. En casos como el de

Taquile, uno de los primeros proyectos de turismo vivencial en el Perú, la población sólo vive en relación al turismo, lo que ha puesto en riesgo su autenticidad cultural. Un estudio del Proyecto Naciones Unidas para el Desarrollo afirma que en Taquile, las agencias de viajes "completan la forma descontrolada y no terminan suficientemente en cuenta los intereses y derechos de la comunidad". El documento agrega que al turismo "se le está dando más interés y dedicación que a la educación". Un panorama se observa en la isla de los Uros, donde el comercio

32%

de los turistas que llegaron en 2003 realizaron visitas a culturas vivas, mayormente en Puno (isla de los Uros).

domina las actividades de los pobladores y los aleja de sus labores tradicionales.

Para Ana María Cacho, gerente general de Vivencial Tours, si las capacitaciones y el constante diálogo con la población la única forma que el poblador se dé cuenta "que lo que más disfruta el turismo es su autenticidad ancestral". Sin embargo ella también es consciente que sólo se puede lograr este tipo de desarrollo con una administración de profesionales en turismo que tengan un compromiso con la comunidad.

Encanto de gente

¿Por qué algunos deciden recoger papas o a amasar pan en vez de pasar unos días en el Caribe? El escritor y viajero Rafo León asegura que los consumidores de este producto "constatan que en el mundo todavía existen universos humanos y culturales diferentes. Existe esperanza en el planeta cifrada en grupos humanos que tienen accesos menores a la tecnología del primer mundo, pero en los cuales se puede pensar como una especie de capital de la humanidad". En ese sentido, la "amabilidad de la gente" (38%) figura en el Perfil del Turista Extranjero 2003, como el aspecto que más les agrada a los visitantes. Las culturas vivas del Perú irradian una personalidad única que asombra a los visitantes y eso es un potencial que algunos han sabido explotar con inteligencia.

La Oportunidad de hacer negocio está servida

Hoteles & Cubiertos

4^{ta} Feria

de Equipamiento, Productos y Servicios para Hoteles, Restaurantes y Afines

1, 2 y 3 de Diciembre Puericultorio Pérez Aranibar

No deje de asistir a la feria más importante del sector hotelero y gastronómico del país

Además áreas especializadas:

- Expo Clean, Expo Café, Expo Licores, Salas Gourmet, Expo Joyas, Expo Arte, Expo Jardín, Decoración

La más variada oferta comercial:

- Equipamiento Gastronómico, Menaje, Alimentos y Bebidas, Aire Acondicionado y Refrigeración, textiles, Muebles y Colchones, Uniformes, Equipamiento Audio Visual, Informática, Electrodomésticos, entre otros.

Organiza
perúferias
teléfono: 6833027 - 6833048
info@peruferias.com

Co-Organiza
PROMOTORA

Auspician
Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
Ministerio de la Cultura
Ministerio de la Producción
Ministerio de Transportes
Ministerio de Vivienda
Ministerio de Salud
Ministerio de Educación
Ministerio de Justicia
Ministerio de Energía y Petróleo
Ministerio de Agricultura
Ministerio de Riego
Ministerio de Fomento
Ministerio de Asesoría Presidencial
Ministerio de Defensa
Ministerio de Interior
Ministerio de Relaciones Exteriores
Ministerio de Justicia
Ministerio de Educación
Ministerio de Cultura
Ministerio de Turismo
Ministerio de Transportes
Ministerio de Vivienda
Ministerio de Salud
Ministerio de Fomento
Ministerio de Asesoría Presidencial
Ministerio de Defensa
Ministerio de Interior
Ministerio de Relaciones Exteriores

EL PROFESIONAL
CONAFIDE 2
BuenGourmet