

PL 400
Sobre 15
Vence 20/10/22

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA;
Ha dado la Ley siguiente:

LEY DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO

Artículo 1. Objeto de la Ley

La presente ley establece las disposiciones normativas para regular el desarrollo sostenible del turismo comunitario en el Perú a través del fortalecimiento de las competencias de las comunidades, debidamente organizadas para la gestión de la actividad turística de su territorio, con la finalidad de contribuir a la mejora de la calidad de vida de su población.

Artículo 2. Turismo comunitario

Es toda actividad turística que se desarrolla desde la perspectiva territorial e intercultural de las comunidades con vocación turística y participación activa o liderazgo de la población, realizada bajo un modelo de gestión de base comunitaria que provea los servicios que conlleve: alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro relacionado directamente con el turismo.

Artículo 3. Definiciones

Para efectos de la presente ley, se adoptan las siguientes definiciones:

- a) **Ciudadanía intercultural.** Personas ciudadanas que asumen la diversidad cultural en forma positiva, lo que implica que respeten y valoren las distintas culturas, etnias y grupos culturales que conviven en un territorio, y desarrollen diálogos horizontales y relaciones armoniosas.
- b) **Comunidades.** Conjunto de personas vinculadas por características e intereses comunes, que presentan particularidades como la convivencia de sus miembros en una misma zona geográfica delimitada, una cultura compuesta por valores y costumbres comunales, una visión del mundo y una herencia tangible e intangible que se transmite de generación en generación. Las comunidades pueden ser nativas, indígenas, campesinas, pueblos afroperuanos u otros grupos de base comunitaria que persigan fines



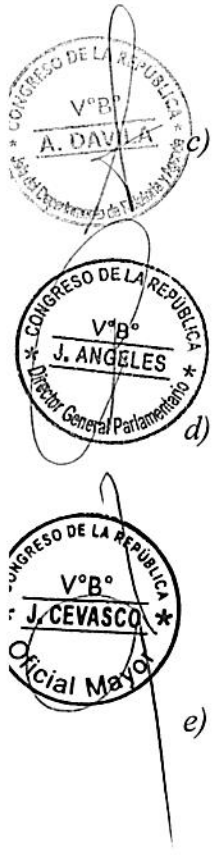
colectivos relacionados con la conservación de su patrimonio cultural o natural.

Conocimientos tradicionales. Conjunto de signos, símbolos, conceptos, percepciones y aspectos pragmáticos que conforman el sistema cognitivo tradicional, desarrollado a través de los siglos por las comunidades indígenas y locales de todo el mundo y que son transmitidos de generación en generación de manera oral en idiomas locales.

Cultura. Formas aprendidas de pensar, sentir y hacer —así como sus manifestaciones y producciones, resultado de la relación entre los seres humanos y la naturaleza— que comparte un grupo social, basadas en valores, conocimientos, tradiciones, costumbres, símbolos y otros. Una cultura se construye, cambia y/o resignifica en diálogo con otras culturas.

Destino turístico. Es un espacio físico en el que un visitante puede pernoctar al menos una noche. Se define como el lugar visitado que es fundamental para adoptar la decisión de realizar el viaje. Este destino incluye productos turísticos, que consideran servicios de soporte, atractivos y los recursos turísticos que son accesibles en el lapso de un viaje de ida y vuelta de un día. El destino tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión, así como imagen y percepciones que definen su competitividad en el mercado. Los destinos turísticos involucran a diversos actores, incluyendo generalmente a la comunidad local, y pueden ser la base para formar una red que forme destinos más amplios.

Diálogo intercultural. Procesos comunicacionales de intercambio equitativo y respetuoso de opiniones entre personas, instituciones y grupos con diferentes tradiciones y orígenes étnicos, culturales, religiosos y lingüísticos, en un espíritu de búsqueda de entendimiento, de concertación y de respeto mutuo. El diálogo intercultural contribuye a la integración social, cultural, económica y política, así como a la cohesión de sociedades culturales diversas. Fomenta la igualdad, la dignidad humana y el sentimiento de objetivos comunes. Los procesos de diálogo intercultural son una dimensión





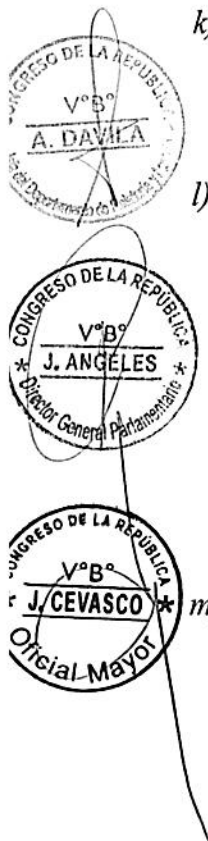
importante en las políticas públicas pues permiten la generación de prácticas inclusivas, tomando como principio la participación de los diferentes grupos y permite reducir los niveles de conflictividad social.

- g) **Diversidad cultural.** Se refiere a la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se transmiten dentro de los grupos y sociedades y entre los grupos y las sociedades. La diversidad cultural se manifiesta no solo en las diversas formas en que se expresa, enriquece y transmite el patrimonio cultural de la humanidad mediante la variedad de expresiones culturales, sino también a través de distintos modos de creación artística, producción, difusión, distribución y disfrute de las expresiones culturales, cualesquiera que sean los medios y tecnologías utilizados.

- h) **Experiencias turísticas.** Construcción de valor en cada una de las etapas de viaje, desde la concepción de la idea hasta el regreso a su entorno habitual, centrado en vincular emocionalmente al visitante con el entorno y los elementos de viaje mediante el diseño de una vivencia satisfactoria y memorable que aporte valor y significado en la persona e invite a ser compartido. La experiencia turística define y reorienta las estrategias de la organización en el visitante, permitiendo innovar y dando valor agregado a los productos turísticos.

- i) **Experiencia de viaje.** Es el resultado obtenido luego de vivenciar un producto turístico, mediante el cual interactúan elementos y aspectos objetivos y subjetivos del entorno. El efecto final luego de efectuado el viaje está asociado a los elementos del entorno sumados a las percepciones propias del turista.

- j) **Innovación turística.** Introducción de un componente nuevo o perfeccionado que aporte ventajas materiales e inmateriales a los agentes del turismo y a la comunidad local, mejorando el valor de la experiencia turística y las competencias claves del sector turístico, para potenciar su competitividad y sostenibilidad.

- 
- k) **Identidad cultural.** Sentido de pertenencia a una cultura con características propias que la hacen única y diferente con respecto a otras culturas. Expresa la forma de ser y pertenecer a una cultura.
- l) **Organización de base comunitaria.** Es una organización constituida, reconocida y promovida por la propia comunidad que, bajo valores comunes y principios compartidos, participa o lidera la gestión de la actividad turística de su territorio, configurándose bajo un modelo de gestión establecido por los emprendedores, quienes, de manera colectiva, afrontan desafíos y aprovechan las oportunidades que brinda la actividad turística hacia un desarrollo sostenible, para beneficio de su comunidad.
- m) **Vocación turística.** Son las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y ambientales que deben considerarse para el análisis óptimo de un territorio, así como las condiciones de este y la predisposición de la población frente al desarrollo de la actividad turística, considerando las características inherentes al territorio asociadas a los recursos o atractivos turísticos materiales e inmateriales que promuevan la motivación y movilización de los visitantes a la región.
- n) **Turismo sostenible.** El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones económicas, sociales y medioambientales actuales y futuras, para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.
- ñ) **Emprendimientos de turismo comunitario.** Conjunto de iniciativas turísticas asentadas en un territorio con vocación turística y articuladas a una ruta turística, impulsadas por emprendedores y con participación de gestores que, bajo un modelo de gestión colaborativa, promueven el desarrollo de productos de turismo comunitario, a fin de generar experiencias de viaje auténticas, de calidad y significativas, que aporten a la sostenibilidad y al bienestar integral de las poblaciones locales.

Artículo 4. Objetivos del turismo comunitario

Son objetivos del turismo comunitario los siguientes:



a) *Fortalecer la gestión del turismo comunitario a través de las organizaciones de base comunitaria vinculadas a las formas de organización social tradicional en las comunidades.*



b) *Consolidar los productos de turismo comunitario con valor diferenciado y de calidad, respetando el patrimonio natural y cultural de las comunidades y sus diversos activos territoriales.*



c) *Posicionar el turismo comunitario en el mercado mediante una promoción y comunicación efectiva que resalte los atributos, beneficios y valores de la marca.*

d) *Fortalecer la gobernanza del turismo comunitario a través de la articulación público-privada.*

Artículo 5. Enfoques del turismo comunitario

Son concepciones y prácticas que caracterizan la gestión del turismo comunitario las siguientes:

a) ***Enfoque de base comunitaria.*** *Enfatiza el trabajo colaborativo y organizado entre los diferentes miembros de la comunidad, que, bajo una visión compartida y sus propios modelos de gestión, orienten sus conocimientos, saberes tradicionales y procesos creativos en la búsqueda de un bien común de manera sostenible a través del turismo.*

b) ***Enfoque territorial.*** *Resalta el uso responsable, óptimo y equilibrado de los activos territoriales dentro de la comunidad, que asegure la sostenibilidad de la actividad turística mitigando cualquier impacto negativo que ponga en peligro el patrimonio cultural y natural y permita que las familias convivan en armonía con el entorno.*

c) ***Enfoque intercultural.*** *Las comunidades habitan y comparten espacios activos con diversas identidades, por tanto, la interculturalidad comprende la convivencia basada en el acuerdo y la complementariedad, así como en el respeto a la identidad y a las diferencias culturales entre anfitriones y visitantes de diversos destinos, posibilitando, a través del turismo comunitario, la gestión de encuentros culturales que promuevan el diálogo,*

la interacción, la valoración de saberes, el intercambio de conocimientos y el enriquecimiento mutuo.

- d) **Enfoque de mercado.** Tiene como principal interés garantizar la sostenibilidad económica de la actividad turística en la comunidad, basado en un comercio justo entre los distintos actores que participan en la cadena de valor del turismo.

Enfoque de experiencia. Centrado en el visitante, tiene como prioridad desarrollar productos turísticos personalizados y memorables, mediante viajes significantes que aporten sentido y transformen la visión cotidiana de la vida a través de experiencias innovadoras basadas en la autenticidad cultural, la historia viva y la naturaleza única del territorio comunitario.

- f) **Enfoque de género.** Busca promover la equidad entre hombres y mujeres a través de la visibilización y análisis de las normas y valores sociales de género de las comunidades, con el fin de identificar las asimetrías y brechas en el acceso y control de los recursos, derechos, obligaciones, roles y oportunidades entre hombres y mujeres.

- g) **Enfoque de gobernanza.** Se basa en reconocer a los emprendedores como sujetos activos y agentes de cambio que tienen la capacidad y el derecho a dialogar y decidir las diversas intervenciones en sus territorios; por lo que se considera a las comunidades como entidades autónomas, empoderadas y capaces de asegurar el desarrollo de sus emprendimientos.

Artículo 6. Funciones del ente rector en materia de turismo comunitario

Son funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en materia de turismo comunitario las siguientes:

- a) Definir, dirigir, coordinar y supervisar la política pública y estrategia nacional en materia de turismo comunitario.
- b) Promover la articulación con las entidades públicas a nivel intersectorial e interinstitucional vinculadas al desarrollo sostenible del turismo comunitario y con los gobiernos locales o regionales, así como los acuerdos



o alianzas con el sector privado asentado en el territorio de las comunidades para fortalecer la gobernanza del turismo comunitario.

- c) *Fortalecer las competencias de las comunidades a través de la capacitación, asistencia técnica y monitoreo, entre otros beneficios e incentivos para el desarrollo, mejora y sostenibilidad de los emprendimientos y productos turísticos.*



Artículo 7. Funciones de los gobiernos locales en materia de turismo comunitario

Son funciones de los gobiernos locales en materia de turismo comunitario las siguientes:



- a) *Desarrollar proyectos de inversión pública en infraestructura e instalaciones turísticas, entre otros, que contribuyan a la mejora de la calidad y competitividad del turismo comunitario en la zona geográfica de la comunidad, según corresponda al gobierno local o regional.*
- b) *Establecer el marco normativo a través de ordenanzas para regular la actividad turística en las comunidades y asegurar un desarrollo y crecimiento equilibrado con el entorno natural y el cuidado del patrimonio cultural.*
- c) *Promover mecanismos de inversión que permitan que las municipalidades trabajen de manera muy cercana y coordinada con los emprendimientos de base comunitaria turísticos desarrollados en su circunscripción territorial.*

Artículo 8. Funciones de los gobiernos regionales en materia de turismo comunitario

Son funciones de los gobiernos regionales en materia de turismo comunitario las siguientes:

- a) *Promover incentivos mediante fondos concursables que promuevan el incremento y la mejora de la competitividad del turismo comunitario a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo o Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo.*

- b) *Liderar y gestionar la actividad turística en cada región en coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, impulsando proyectos de desarrollo para cerrar las brechas que permitan un desarrollo sostenible de la actividad turística.*

Artículo 9. Registro Nacional de Organizaciones de Base Comunitaria en Turismo

- a) *El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo está a cargo de la inscripción y actualización del Registro Nacional de Organizaciones de Base Comunitaria en Turismo.*
- b) *El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en coordinación intergubernamental con los órganos competentes en turismo de los gobiernos regionales y locales, gestiona el desarrollo de la actividad turística de las organizaciones de base comunitaria en turismo.*

Artículo 10. Beneficios e incentivos en materia de turismo comunitario

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, los gobiernos locales o regionales, y las entidades públicas vinculadas al desarrollo sostenible del turismo comunitario pueden establecer beneficios e incentivos a las organizaciones de base comunitaria y sus unidades productivas y emprendedores que la conforman, debidamente inscritos en el Registro Nacional de Organizaciones de Base Comunitaria en Turismo, cuando contribuyan al logro de los objetivos en materia de turismo comunitario establecidos en el artículo 4 de la presente ley, y las normas complementarias que se dicten en materia de turismo comunitario.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

PRIMERA. Reglamentación

El Poder Ejecutivo, mediante decreto supremo refrendado por el ministro de Comercio Exterior y Turismo, aprueba el reglamento de la presente ley en un plazo máximo de ciento veinte (120) días calendario contados a partir del día siguiente de su publicación en el diario oficial El Peruano.



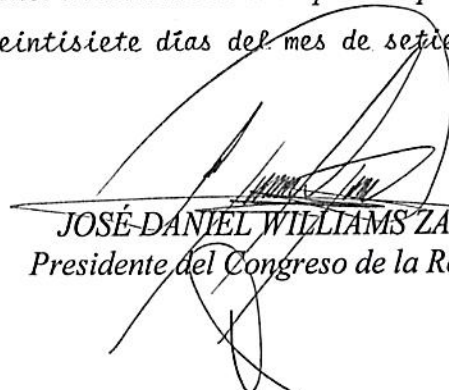
SEGUNDA. Adecuación de normativa complementaria

Las entidades públicas vinculadas al desarrollo sostenible del turismo comunitario, en coordinación interinstitucional o intersectorial con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, adecúan sus normas vigentes y complementarias bajo los objetivos y enfoques de la presente ley, dentro de los noventa (90) días contados desde la publicación del reglamento de la presente ley.

Comuníquese al señor Presidente de la República para su promulgación.

En Lima, a los veintisiete días del mes de setiembre de dos mil veintidós.




JOSE DANIEL WILLIAMS ZAPATA
 Presidente del Congreso de la República



MARTHA LUPE MOYANO DELGADO
 Primera Vicepresidenta del Congreso de la República

AL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA