

Propuesta: Turismo cultural y espiritual como motor del desarrollo económico local en Tarapoto (Perú)

«Reconexión con la naturaleza y el yo interior»

Recuento de palabras: 4799

Índice

Introducción	3
Revisión bibliográfica	4
Debates clave en el turismo	4
Motores del turismo espiritual	5
Buenas prácticas	6
India	6
Acciones e impacto	6
Sudáfrica	6
Acciones e impacto	7
Costa Rica	7
Acciones e impacto	7
Malasia	7
Acción e impacto	8
Foco: Tarapoto	8
Composición industrial de San Martín	8
Sector turístico regional	10
Turismo en Tarapoto	10
Turismo espiritual en Perú y Tarapoto	12
Instituciones, planes e iniciativas	13
Marco de trabajo y planteamiento	14
Propuesta de proyecto: representación del turismo espiritual en Tarapoto	16
«Reconexión con la naturaleza y el yo interior»	16
Más allá de Tarapoto. Desarrollo de una «Ruta amazónica»	18
Recomendaciones detalladas	19
Impacto esperado	22
Bibliografía	24

Introducción

Aquí presentamos nuestra propuesta en respuesta a la petición de recomendaciones relativa al potencial turístico de Tarapoto como motor de desarrollo económico local. Después de una revisión bibliográfica de temas clave, una selección de buenas prácticas y un análisis del contexto local, hemos creado un marco para dirigir nuestras recomendaciones, aprovechar los recursos únicos de Tarapoto y proporcionar condiciones saludables para conseguir un desarrollo local inclusivo y sostenible.

Revisión bibliográfica

Debates clave en el turismo

Sharpley (2009) describe el turismo como un catalizador del crecimiento económico con diferentes tipos de turismo que generan distintos beneficios. Sharpley, además, establece que la medida en que las formas de turismo se traducen en un desarrollo económico más acusado depende de la combinación de diversos factores medioambientales, políticos, socioculturales y económicos específicos de cada destino. El impacto del turismo en el desarrollo económico local se ha convertido en un centro de atención para gobiernos locales y nacionales debido a las redes y enlaces dentro del sector y los efectos que genera, agudizando de este modo la atención sobre las estrategias de crecimiento que integran el turismo en programas de desarrollo económico más ambiciosos (Stobart and Ball, 1998). La globalización accidentalmente aumentó la percepción del turismo como fenómeno local estrechamente ligado a su contexto. El ámbito local empezó a considerarse como parte del ámbito global, en lugar de un concepto en contraposición (Pedrana, 2013).

La bibliografía y la política turística se han centrado en un turismo favorable a los más pobres que busca redistribuir los recursos existentes, a diferencia del crecimiento inclusivo que busca la ampliación del tamaño de la economía (Bakker & Messerli, 2017). El turismo inclusivo se basa en una práctica de turismo en la que diversas partes interesadas, entre ellas los grupos marginados, se dedican a la producción ética y a un consumo de turismo y comparten sus beneficios (Regina Scheyvens & Biddulph, 2018). Otros problemas que afectan al turismo son los relativos a la sostenibilidad y a la gestión de los recursos medioambientales. Además, aún persiste la dificultad para transformar estas teorías en políticas concretas (Sharpley, 2009).

Un ejemplo de práctica sostenible es el turismo en ruta que se utiliza indistintamente con rutas senderistas, rutas temáticas y es, esencialmente, una progresión entre una serie de elementos (Moulin & Boniface, 2001). El turismo en ruta aúna varias atracciones que, por sí solas, no justificarían un gasto de tiempo y dinero por parte de los visitantes (Meyer, 2004). Por lo tanto, difunde las ventajas del turismo, ya que fomenta una interacción mejorada dentro de los espacios visitados (MacLeod, 2017). Las rutas ofrecen un elevado potencial para el desarrollo económico local y la preservación cultural, en especial en lugares donde los recursos son limitados (Moulin & Boniface, 2001). Son flexibles en lo referente a la temática, tienen bajos costes de puesta en marcha y requieren poco desarrollo de infraestructuras (MacLeod, 2016). Además, pueden contribuir a los esfuerzos de conservación alejando a los visitantes de las áreas sensibles o congestionadas (Hayes & MacLeod, 2008). Brasil ha identificado treinta rutas estratégicas a través de 158 municipalidades, mientras Chile ha identificado diez rutas prioritarias para el período 2018 - 2022 (OCDE, 2020).

Un análisis de The Mineral Tramways de Cornualles (Reino Unido) realizado por (MacLeod, 2016) reveló que la participación de la comunidad, la selección de temas apropiados, la integración

y la consolidación del patrimonio, la vinculación a las empresas locales, la incorporación de un mensaje de sostenibilidad y el apoyo al uso del transporte público como factores clave en el éxito de esta ruta.

Otra tendencia clave en el sector turístico es la preferencia cada vez mayor por la autenticidad. Este hecho está llevando a los planificadores y las empresas a alejarse del turismo de masas y buscar nuevos nichos de mercado, y está dando lugar a una reformulación de sus ofertas turísticas para reflejar formas más auténticas y sostenibles de turismo, como el turismo espiritual. Poon (1994) describe el turismo espiritual como una nueva forma de turismo. El turismo espiritual no entra dentro de una zona clara dentro de la clasificación de la Organización Mundial del Turismo (OMT). Se engloba en el ámbito del turismo de interés especial y combina elementos de otros tipos: religiosos, culturales, de exploración y de ecoturismo. El turismo espiritual no es un turismo religioso como el de peregrinación; es un amplio espectro de formas de viajar. El turismo espiritual se clasifica como una forma de turismo de bajo volumen y alto rendimiento que, a diferencia del turismo de masas, puede ser beneficiosa para el medio ambiente. El impacto positivo del turismo espiritual empuja a los residentes a mantener sus activos y a desarrollarlos. Las motivaciones de esta forma de turismo incluyen el desarrollo personal y espiritual, el viaje, la sanación emocional y la interacción con las energías vegetales y animales (Cheer, et al., 2017).

Motores del turismo espiritual

El desarrollo del turismo espiritual depende en gran medida del refuerzo de los motores del turismo en su conjunto, como: la geografía, la infraestructura pública y social, la seguridad y la estabilidad política, así como, los entornos competitivos (Cura, Singh y Talaat, 2017). El turismo espiritual, sin embargo, requiere un enfoque más específico, especialmente en los siguientes ámbitos:

- Un entorno natural accesible y saludable. El entorno como un todo es el factor que determina si la región puede «producir» la experiencia adecuada para el turismo espiritual, que es una reconexión con la naturaleza y el yo interior.
- La competitividad global, el turismo espiritual debe ofrecer una experiencia única.
- El reconocimiento: la conservación y consolidación del legado espiritual, que conforma la base del turismo espiritual solo puede ser sostenible si se considera un activo económico y se integra en las estrategias de desarrollo territorial.
- La infraestructura comercial: las experiencias o tradiciones ofrecidas por el turismo espiritual son reservadas y remotas, dos características que se pueden considerar puntos débiles y puntos fuertes al mismo tiempo. Para que este sector crezca se debe desarrollar un mercado comercial en torno a él con mucho cuidado, y promoverlo a

través de empresas y campañas específicas que puedan sensibilizar acerca de este legado. También mejorará las características de seguridad y accesibilidad propias.

Buenas prácticas

India

El turismo en India ofrece temáticas culturales, espirituales, de bienestar y ecoturismo que se solapan.

Acciones e impacto

La iniciativa Blue Yoda localizada en un pueblo de Kerala central fue desarrollada por la Nila Foundation en 2004 para promover el turismo responsable y manifestaciones artísticas tradicionales, y para apoyar la generación de beneficios para la comunidad local (Goodwin, 2007). Los viajes creativos se desarrollaron a través de rutas musicales que muestran las tradiciones musicales de las comunidades locales a lo largo del río Nila, así como un campus musical (Wei, 2013). Otras temáticas promocionadas dentro de la temática del río Nila son las expresiones folclóricas, Thoni Cruise y Travellers Forest.

India se ha centrado en mejorar la prestación de servicios básicos, incluidas la iluminación urbana y los servicios de saneamiento como los aseos públicos y las fuentes (Singh, et al., 2019). De forma análoga, se puso en marcha una campaña de concienciación ecológica para proporcionar aseos públicos ecológicos y sistemas de filtración de agua en diversos centros turísticos (Yasuda, *et al.*, 2018). El gobierno ha implantado planes para desarrollar un circuito de turismo espiritual con el fin de promover esta forma de turismo y un desarrollo sostenible (Medhekar y Haq, 2012).

Sudáfrica

Sudáfrica ha logrado promocionar con éxito rutas turísticas como las de Western Cape Wine y Highlands Meander. Estas estrategias para el desarrollo de rutas se han creado a través de la participación de la comunidad, la creación de instituciones específicas y estrategias de desarrollo espacial relativas al turismo (Nowers, *et al.*, 2002), (Ferreira y Hunter, 2017). Sudáfrica cuenta con una infraestructura de rutas y paisajes enológicos bien desarrollada (Preston-Whyte, 2009). La ruta enológica de Stellenbosch fue la primera ruta del vino desarrollada en Sudáfrica en 1971.

Acciones e impacto

Ya en 2017, el número de rutas había crecido a 21 y el sector del vino sudafricano generó cerca de 300.000 oportunidades de empleo directo e indirecto (Ferreira y Hunter, 2017). El panorama engloba nodos, redes y regiones enoturísticas (Ferreira y Hunter, 2017). Consta de 566 nodos (bodegas) complementados con servicios de hostelería y *catering*, 21 redes oficiales (rutas enológicas) que ofrecen un amplio abanico de actividades y experiencias relacionadas con el vino que operan en 6 regiones enoturísticas (regiones productoras de uva de vino).

Nowers, *et al.* (2002) afirma que la estrecha colaboración entre las relaciones públicas de cada ruta enológica y las oficinas de turismo local de la región específica ayudaron a coordinar y promocionar las estrategias promocionales y de marketing. A pesar del crecimiento de este sector la mayoría de estos avances han sido posibles gracias a la inversión privada.

Costa Rica

Costa Rica es un destino popular para el ecoturismo y un país líder en iniciativas de conservación. El lema oficial de Costa Rica es «Pura vida» (Laitamaki, *et al.*, 2016).

Acciones e impacto

El gobierno ha realizado esfuerzos concertados para desarrollar la capacidad de gestión en Costa Rica con vistas a mejorar la experiencia de turismo y promover el turismo sostenible (Stem, *et al.*, 2003). Desde la década de los 90, el gobierno ha promovido el aprendizaje medioambiental, de manera formal e informal y ha implantado políticas educativas (Blum, 2008). La especialización del ecoturismo ha sido gestionada por el Ministerio de Medio Ambiente y engloba cinco amplias áreas temáticas: educación medioambiental, gestión medioambiental, ecología, ecoturismo e inglés. Además, el Certificado de Turismo Sostenible, un programa del Instituto Costarricense de Turismo, es la herramienta utilizada para mejorar el uso de recursos naturales y sociales por parte de las empresas en el sector turístico, promueve la participación de las comunidades locales y apoyo a las empresas (OCDE, 2020).

Malasia

Bario es una aldea remota rodeada de selva que se encuentra en la isla de Borneo. El turismo en esta zona creció cuando una casa de la aldea se convirtió en una casa de huéspedes para ganar dinero. Este sector ha sido respaldado por el crecimiento del senderismo en las tierras

altas y ha demostrado ser sostenible debido a la preservación de las tierras altas de la selva tropical.

Acción e impacto

La comunidad ofrece alojamientos, rutas de senderismo guiadas, comida y transporte a los visitantes (APEC, 2010). Las actividades complementarias incluyen una galería de arte, talleres de artesanía, cursos de supervivencia en la selva, rutas a pie entre comunidades, remo, pesca y clases de fabricación de joyas. El turismo en Bario ha generado oportunidades de empleo para las mujeres y ha impulsado el desarrollo económico local.

Se creó un telecentro comunitario en la aldea con ordenadores, teléfonos e Internet para desarrollar el sector turístico (Gnaiah, *et al.*, 2004). El proyecto e-Bario comenzó en 1998 y fue coordinado por la Universidad de Malasia y apoyado por las instituciones canadienses y malayas. La comunidad también creó un comité de apoyo y gestión bajo los auspicios del Ayuntamiento para regular las normas y promover el sector. A partir de entonces, la oferta de turismo ha crecido para incluir turismo de investigación y desarrollo incluyendo el Bario & Kelabit Highlands Food and Cultural Festival y la e-Bario Knowledge Fair. En 2006, 21 guías de la zona de Bario recibieron la certificación y la autorización y se les impartió una sesión de formación para propietarios de casas de huéspedes. Todo ello copatrocinado por el Borneo Tourism Institute de Sabah y el Ministerio de Desarrollo Urbano y Turismo de Sarawak (Hichner, *et al.*, 2009).

Los factores determinantes del éxito han sido la participación de la comunidad, especialmente a la hora de configurar el sector y superar el rechazo a cobrar dinero por el alojamiento. El Gobierno malayo promociona las casas de huéspedes a través del programa de casas de huéspedes que las presenta como alojamientos alternativos debido a su potencial para impulsar el turismo y el desarrollo. El aislamiento de la comunidad ha impedido el turismo de masas y ha fomentado la cohesión de la comunidad y la sostenibilidad (Harris, 2009).

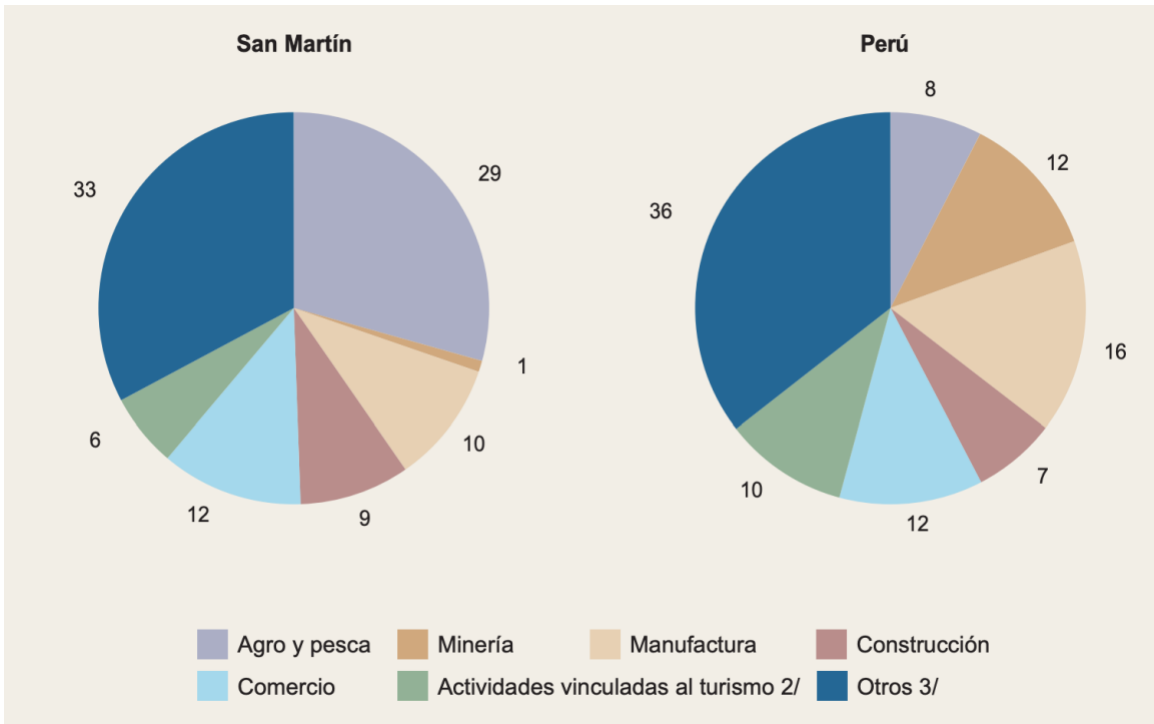
Foco: Tarapoto

Composición industrial de San Martín

El principal sector de San Martín es el agrícola, que supone el 29 % de la producción de valor añadido bruto (VAB), seguido por el comercio y la fabricación (gráfico 1). La región experimentó una notable tasa de crecimiento económico en la última década. De 2007 a 2016, su VAB creció a un promedio anual del 6,2 %, sobrepasando la media nacional de Perú del 5 %. La pobreza se

ha reducido de un 48,3 % en 2009 a un 23,5 % en 2016. A pesar de estos logros, San Martín todavía es una de las regiones del país con menor índice de productividad y menor VAB per cápita (Banco Central de Perú, 2017).

Gráfico 2. Producción de valor añadido bruto por sectores, San Martín y Perú.



Fuente: Informe social y económico de San Martín, Banco Central de Perú (2017)

Sector turístico regional

Como se observa en el gráfico 1, las actividades relacionadas con el turismo representan solo el 6 % de la producción de VAB de la región. No obstante, el turismo está vinculado al comercio y a otras actividades que lo convierten en un sector importante de la economía regional.

El número de visitantes que viajan a San Martín ha crecido de manera sostenida en los últimos años, impulsado totalmente por los turistas nacionales. En 2013, 927 000 peruanos visitaron la región y este número aumentó hasta los 1,2 millones en 2017. Los estudios en este segmento muestran un perfil de visitante poco productivo: los turistas permanecen una media de dos noches y gastan unos 633 soles (MINCETUR, 2018). Los principales motivos para viajar son: vacaciones y recreación (73 %), seguido de visitas a amigos o familiares (17 %) y negocios (8 %) (Promperú, 2017). Por otro lado, San Martín no es un destino muy conocido para los visitantes internacionales; en 2018, solo el 0,7 % de los turistas extranjeros que llegaron a Perú viajó a San Martín (MINCETUR, 2018).

DIRCETUR y el gobierno regional de San Martín lanzaron el Plan Estratégico Regional de Turismo 2019 - 2030 (PERTUR). En este plan se proporciona un diagnóstico del sector en la región y se incluye un conjunto de directrices y planes locales. También se detallan los principales corredores turísticos y atracciones de la región, identificando varios destinos específicos. El más grande e importante de ellos es Tarapoto.

Turismo en Tarapoto

Tarapoto se encuentra en el centro de la región de San Martín y engloba las provincias de San Martín y Lamas. Cuenta con 33 atracciones naturales y 5 culturales, entre ellas saltos de agua, aguas termales y selvas, y también se describe como el lugar que cuenta con las culturas más representativas de la región (PERTUR, 2019).

Gráfico 3: Mapa de destinos turísticos de Tarapoto



Fuente: Plan Estratégico Regional de Turismo de San Martín 2019 - 2030 (PERTUR)

Sus atracciones más conocidas son las cataratas de Ahuashiyacu, la Laguna Azul en Saucé y las ciudades de Lamas y Chazuta. La oferta turística incluye una amplia variedad de actividades como senderismo, paseos a caballo, deportes acuáticos, museos y centros culturales, así como una animada vida nocturna. El distrito de Chazuta es conocido por su artesanía y su cerámica tradicional. Desarrollado exclusivamente por mujeres, este arte y sus ancestrales técnicas han sido declaradas patrimonio nacional por el Ministerio de Cultura de Perú (Andina, 2019).

Turismo espiritual en Perú y Tarapoto

Un número cada vez mayor de turistas visita Perú en busca de experiencias espirituales y místicas, muchas de las cuales se derivan de rituales tradicionales con ayahuasca. Aunque muchos usuarios han tenido experiencias positivas, recientemente se han producido casos graves de agresiones sexuales y muertes (Hill, 2016). Esto ha creado a su vez connotaciones negativas y mitos alrededor de la planta, y supone un desafío desarrollar ceremonias con ayahuasca como actividad segura y responsable para turistas.

El turismo espiritual engloba muchas otras actividades y Perú ha crecido internacionalmente como destino para este segmento. Ha sido identificado como turismo «esotérico», e incluye prácticas de regeneración espiritual y conexión con la naturaleza y antiguas culturas. Un ejemplo es Chavín de Huantar en la región de Ancash, donde los visitantes caminan tres días por pistas andinas e interactúan con la comunidad (OMT, 2016).

La implicación de las autoridades turísticas peruanas en un turismo místico y espiritual no es completamente nueva, al menos a nivel regional. En la región de Ucayali, DIRCETUR lanzó el proyecto *Promoción de circuitos turísticos experimentales y místicos en las comunidades indígenas de Yarinacocha y Nueva Betania*. Este incluía rituales ancestrales y ceremonias con ayahuasca (Andina, 2011).

En Tarapoto, el turismo espiritual se ofrece a pequeña escala, aprovechando los recursos naturales y el rico patrimonio cultural de la región. En la ciudad y sus alrededores funcionan varios centros de sanación y retiro espiritual, que ofrecen retiros con ayahuasca, yoga, dietas vegetarianas/veganas/crudistas, sanación con plantas y exploración de las comunidades. Takiwasi es uno de los más grandes y cuenta con una amplia variedad de actividades de sanación con plantas y un retiro espiritual de siete días. También gestionan un centro de investigación y desarrollo de productos derivados de plantas locales e ingredientes naturales. Otros centros espirituales son The Garden of Peace, Huamanwahi Ashram y Tambo Ilusión, que gestiona un área de conservación privada y figura en la lista del Plan Estratégico Regional de Turismo (PERTUR).

Mientras que los rituales y sanaciones chamánicas aparecen como actividades turísticas en la Guía de Proyectos de Desarrollo Turístico del MINCETUR, las estrategias y campañas oficiales se centran principalmente en la exploración de las culturas locales. El Plan Estratégico Regional de Turismo (PERTUR) no incluye ninguna mención a actividades espirituales o místicas. Esta ausencia de reconocimiento se manifiesta aún más en la carencia de una guía de políticas o una estrategia de turismo de Tarapoto.

Instituciones, planes e iniciativas

Tarapoto ya cuenta con un plan de desarrollo urbano. Existen también varios organismos que se ocupan del turismo a escala regional y nacional. Sin embargo, el turismo debe convertirse en un foco clave para aprovechar los beneficios de este sector. En el cuadro siguiente se muestra una lista de partes interesadas y actores locales pertinentes, así como los planes y proyectos que se han identificado.

Entidades públicas	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> MINCETUR - Ministerio de Comercio Exterior y Turismo <input type="checkbox"/> DIRCETUR - Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo <input type="checkbox"/> Promperú - Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo <input type="checkbox"/> Gobierno Regional de San Martín <input type="checkbox"/> Gobierno Provincial de Lamas <input type="checkbox"/> CGD Tarapoto - Comité de Gestión de Destinos <input type="checkbox"/> Universidad de San Martín
Actores privados	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> CCPTSM - Cámara de Comercio, Producción y Turismo de San Martín <input type="checkbox"/> CARETUR - Cámara Regional de Turismo <input type="checkbox"/> Asociaciones y representantes de la comunidad local <input type="checkbox"/> Compañías y operadores turísticos
Planes	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Plan de Desarrollo Regional de San Martín 2030 <input type="checkbox"/> Plan Estratégico Regional de Turismo San Martín 2019 - 2030 <input type="checkbox"/> Plan de Desarrollo Urbano de Tarapoto (PDU)
Proyectos e iniciativas	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Proyecto Especial Huallaga Central y Bajo Mayo

Marco de trabajo y planteamiento

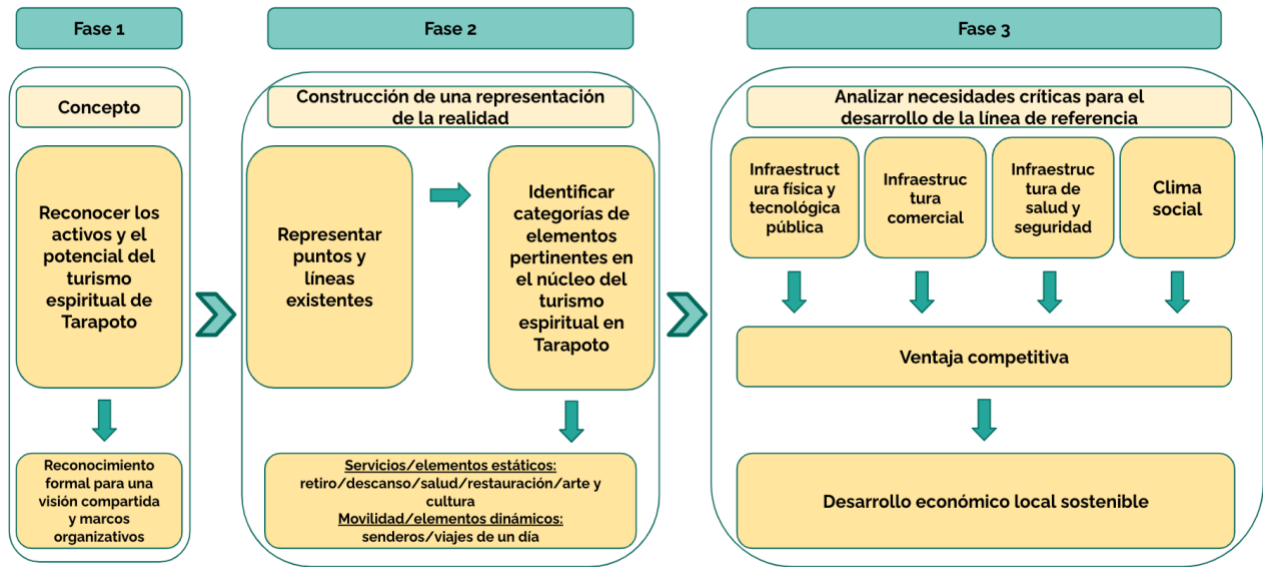
El turismo espiritual ofrece un potencial muy importante como motor de desarrollo sostenible e inclusivo (Terzidou, Stylidis y Szivas, 2008; Yalghouzaghaj y Shorbolagh, 2013; Yekinni Ojo y Mercy Busayo, 2017). Tarapoto es reconocido como un destino único y posee algunos elementos que favorecen el turismo espiritual. Sin embargo, existe todavía potencial sin explotar en términos de desarrollo local. En las condiciones correctas, el turismo espiritual puede contribuir al desarrollo social de la ciudad, la mejora de las infraestructuras y otros objetivos sostenibles.

El planteamiento parte del reconocimiento del potencial del sector del turismo espiritual en Tarapoto como motor de desarrollo local. Este primer paso es esencial para evaluar el sector y definir sus límites y oportunidades. Una vez que el turismo espiritual en Tarapoto sea evaluado como un agente socioeconómico y sus operadores sean considerados partes interesadas y socios, el gobierno local podrá centrarse en el desarrollo de las siguientes subáreas esenciales:

1. Infraestructura física y tecnológica pública: desde activos de transporte y carreteras hasta telecomunicaciones, ramas institucionales específicas, marcos normativos y otros procesos.
2. Infraestructura comercial: esta red vincularía el turismo espiritual con el mercado de turismo global para atraer visitantes extranjeros a la región y proporcionar una plataforma de marketing. También lo conectaría con sectores relacionados como el de *catering*, alojamiento y otros, para aprovechar este efecto contagio de forma efectiva.
3. Infraestructura de salud y seguridad: puesto que la seguridad es uno de los motores del turismo, su promoción en relación con el turismo espiritual en Tarapoto es esencial para generar confianza en el público en general, que puede no estar familiarizado con el ámbito de sus prácticas.
4. Clima social: aspectos del turismo espiritual que siguen generando controversia en Tarapoto. El reconocimiento formal continuado y la integración en estrategias de turismo, así como el diálogo de la comunidad, crearán un clima social más receptivo. Esto se llevará a la práctica mediante una experiencia de turismo más positiva, así como un reconocimiento más fuerte de los activos e impulsores del turismo espiritual por parte de la población local, ya que se le considerará generador de crecimiento y empleo.

Este marco, como se ha indicado con anterioridad, servirá para desarrollar y promover el sector del turismo espiritual en Tarapoto como una ventaja competitiva regional proporcionada por las instituciones, mano de obra especializada y otros componentes industriales relacionados.

Gráfico 1: Marco para el desarrollo económico local basado en el turismo espiritual.



(Fuente: autores)

Propuesta de proyecto: representación del turismo espiritual en Tarapoto

El objetivo de esta estrategia es proyectar una imagen unificada de la ciudad de Tarapoto y englobar varias temáticas, incluido el turismo espiritual, de bienestar, cultural, gastronómico, basado en la comunidad y ecoturismo.

Mercado objetivo: la adaptación de las preferencias de los turistas al contexto local es importante en la gestión del turismo. Por lo que respecta al turismo espiritual, el bienestar y la espiritualidad, el entorno natural, el recreo, y el ocio son las motivaciones clave para los turistas. Estas preferencias se han tenido en cuenta a la hora de diseñar la estrategia para Tarapoto. Por tanto, el mercado objetivo son los turistas que buscan actividades culturales y espirituales y los turistas que buscan actividades novedosas.

«Reconexión con la naturaleza y el yo interior»

La implantación de esta estrategia requeriría una selección de una zona designada, junto con una auditoría de las ofertas de productos y los servicios complementarios dentro de la zona designada.

Según la triple tipología de puntos, áreas y líneas de Wall (1997) hemos identificado puntos y actividades en Tarapoto que se pueden combinar para promocionar el turismo cultural y espiritual. Las áreas se describen en función de sus diferentes puntos de atracción y actúan como nodos en un área de atracción más amplia. El área aquí es Tarapoto, mientras que el área de atracción más amplia es la región de San Martín. Los puntos, por otro lado, son el legado individual o la atracción cultural con altas concentraciones de personas en un lugar pequeño, como las cataratas Ahuashiyacu, en tanto que las líneas son recursos lineales y corredores, nodos y puntos conectados a lo largo de los corredores temáticos.

El recorrido consta de rutas de larga o corta distancia por la ciudad combinando varios puntos y líneas, así como actividades y empresas complementarias que entren dentro de la temática. Los centros espirituales y de bienestar como Takiwasi, The Garden of Peace, Huamanwashi Sahram, Tambo Ilusion Retreat Center servirían como puntos de partida para estos recorridos. Muchos de estos centros están aislados y se localizan en las áreas selváticas, dada su distancia a las áreas urbanas principales, el desarrollo de la ruta permite integrarlas con otras actividades. Además, esto fomentará la promoción de áreas como las junglas que no son muy conocidas.

Esto conduciría a la ruta o recorrido a lo largo de una posible selección de líneas, vías fluviales y ríos, incluida la cascada situada al noroeste de Tarapoto y el recorrido de aguas termales que

se encuentra a lo largo de la carretera IIRSA al norte, la carretera a Lamas al noroeste, la carretera a Sauce y Chazuta en el sur, y recorridos dentro del área de conservación Cordillera Escalera que se pueden conectar para promover la temática del turismo espiritual.

Los posibles puntos o nodos de este recorrido incluirían las cataratas Ahuashiyacu, la catarata de Pucayaquillo y las cascadas de Pishurayacu. A lo largo de esta ruta se incluirían servicios y actividades complementarias, como visitas a galerías y museos, que podrían impulsar las ventas de artesanía local. Esto incluiría la visita a algunos murales para contemplar dentro del área, como la galería al aire libre en el puerto de Linz, que cuenta con murales y grafitis. Además, las ofertas o experiencias de apoyo también estarían tematizadas. Estas incluirían restaurantes que ofrecerían platos vegetarianos, así como interacción con comunidades locales en las rutas relacionadas para promover la experiencia de las culturas y su modo de vida, como las ofrecidas por Raúl Ruiz. Estas podrían ser actividades sin alojamiento, en forma de rutas a pie entre comunidades, *catering*, construcción, cultivo. Y actividades con alojamiento, como casas de huéspedes en régimen de alojamiento y desayuno que se podrían personalizar para poder alojar a turistas individuales (Ebadi, 2014). Estas formas de alojamiento también son adecuadas dada la limitación de recursos actual.

Estas redes de senderos se desarrollarían lejos de las áreas de acceso principales con mototaxis, pero estarían integradas en la red de transporte público existente y conectarían pueblos y atracciones, proporcionando de este modo rutas seguras que los residentes locales podrían utilizar (MacLeod, 2016). También estarían señalizadas adecuadamente para permitir rutas a pie seguras y autoguiadas.

Dada la limitada capacidad actual en Tarapoto, la gestión y el desarrollo de esta estrategia correría a cargo de las municipalidades de Tarapoto y Lamas en colaboración con las cámaras de turismo y las universidades locales. Además, la falta de una infraestructura bien desarrollada de canales y senderos, así como de señalización, dificulta la actividad turística. Según Jorge del Águila, el plan de desarrollo urbano actual incluye planes específicos que se centran en los sistemas de lagunas, ríos y zonas verdes, así como en los esfuerzos para identificar recorridos para promover rutas a pie a lo largo de ríos y cursos de agua. La provisión y mejora de las infraestructuras y la coordinación pertinentes con las comunidades locales ayudará en el desarrollo de la actividad turística y a la implantación exitosa de esta estrategia.

Más allá de Tarapoto. Desarrollo de una «Ruta amazónica»

Perú ha desarrollado con éxito corredores turísticos a través de Lima, Nazca, Arequipa y el lago Titicaca. Existe también el conocido «Camino Inca», un viaje de cuatro días a pie entre Cuzco y Machu Picchu. Por el contrario, el Amazonas no cuenta con senderos o rutas definidos. En este sentido, Tarapoto podría iniciar el desarrollo de una gran «Ruta amazónica». Aprovechando la recién arreglada carretera a Yurimaguas, se podría crear un corredor turístico entre Tarapoto y esta ciudad. Desde este puerto, las embarcaciones de pasajeros viajan hasta Iquitos a través de los ríos Huallaga, Marañón y Amazonas a lo largo de la reserva Pacaya Samiria. El viaje dura varios días y los turistas pueden ver delfines de río, perezosos y muchas otras especies acuáticas y terrestres del Amazonas. Tarapoto podría beneficiarse de una mejor integración con la ciudad más grande de la Amazonía peruana, uniendo destinos espirituales y atrayendo turistas que de otro modo solo visitarían Loreto. La infraestructura aeroportuaria tanto de Tarapoto como de Iquitos podría permitir viajes en ambas direcciones, proporcionando a los turistas la opción de volar hacia o desde cualquiera de las dos ciudades. Esto requeriría una estrecha colaboración con los gobiernos regionales de San Martín y Loreto, la DIRCETUR de ambas regiones, así como de PromPerú para las labores de marketing y creación de marca.

Objetivo 1. Desarrollar Tarapoto como centro espiritual

Acción	Resultado	Agencias encargadas y de apoyo
Desarrollar y promocionar puntos	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Mejora de la información y el soporte logístico para turistas <input type="checkbox"/> Mejora de las visitas con estancias más largas y mayor gasto. <input type="checkbox"/> Mayor participación de las comunidades locales para maximizar los beneficios 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Municipalidad de San Martín en Tarapoto <input type="checkbox"/> Municipalidad de Lamas <input type="checkbox"/> CGD Tarapoto <input type="checkbox"/> Operadores turísticos y comunidades locales
Desarrollar y promocionar líneas:	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Creación de senderos claros dentro de estas áreas <input type="checkbox"/> Establecimiento de "corredores espirituales" locales <input type="checkbox"/> Posible integración dentro de un circuito interregional mayor 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Municipalidad de San Martín en Tarapoto <input type="checkbox"/> CGD Tarapoto <input type="checkbox"/> Gobierno Regional de San Martín <input type="checkbox"/> Gobierno Regional de Loreto <input type="checkbox"/> DIRCETUR <input type="checkbox"/> PROMPERÚ
Desarrollar planes locales y protocolos para promover otras actividades: observación de aves, interacción con la comunidad y casas de huéspedes, retiros espirituales, ceremonias ancestrales y sanación con plantas	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Reconocimiento para investigar, desarrollar experiencias/productos de valor añadido y promover la responsabilidad <input type="checkbox"/> Mejor información y seguridad para turistas que buscan experiencias espirituales 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Municipalidad de San Martín en Tarapoto <input type="checkbox"/> CGD Tarapoto <input type="checkbox"/> Sector académico/investigación <input type="checkbox"/> Operadores turísticos/centros de sanación locales

Objetivo 2. Cobertura de necesidades críticas en puntos y líneas

Acción	Resultado	Agencias encargadas y de apoyo
<p>Infraestructura:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Mejora de redes de transporte <input type="checkbox"/> Señalización en designaciones específicas <input type="checkbox"/> Provisión de áreas sanitarias accesibles y de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Facilitar el movimiento de las personas <input type="checkbox"/> Mejorar el acceso a los recorridos 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Municipalidad de San Martín en Tarapoto <input type="checkbox"/> CGD Tarapoto <input type="checkbox"/> Operadores turísticos y comunidades locales <input type="checkbox"/> Proyecto Huallaga Central
<p>Infraestructura comercial:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Guías y mapas turísticos <input type="checkbox"/> Servicios de información y asistencia <input type="checkbox"/> Estrategia de marketing mejorada 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Mejorar la experiencia del cliente <input type="checkbox"/> Sensibilizar sobre experiencias alternativas y auténticas. 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Municipalidad de San Martín en Tarapoto <input type="checkbox"/> Promperú

Recomendaciones detalladas

A continuación, se indican algunas recomendaciones para el desarrollo de la estrategia de turismo espiritual de Tarapoto.

A. Seguridad e higiene

Los factores mencionados anteriormente son cruciales para mejorar la experiencia de los visitantes e impulsar la actividad turística. Las entrevistas realizadas apuntan a una falta de plazas suficientes para asearse después de practicar senderismo y un estado poco higiénico de algunos mercados de alimentos. Para atraer turistas que buscan un contacto más estrecho con la naturaleza y la cultura de Tarapoto, es esencial que los servicios promocionados cumplan los más altos estándares de seguridad posibles. Se requiere un marco institucional sólido y la coordinación de las partes interesadas para proteger la salud y el bienestar de los turistas y proporcionar una atención adecuada en caso de emergencias. Dada la variedad de productos y experiencias que se enmarcan en la estrategia propuesta, la municipalidad de Tarapoto deberá reforzar su sistema de concesión de licencias para empresas y su capacidad de supervisión. En la medida de lo posible, deberán emitirse permisos sanitarios para productos nuevos o alternativos. Se deberán realizar inspecciones en restaurantes, mercados y tiendas en colaboración con las instituciones sanitarias regionales de San Martín. Además, se deberán instalar fuentes y aseos ecológicos en puntos críticos a lo largo de los senderos, junto con iluminación, información de seguridad y áreas de descanso.

La Municipalidad deberá crear un protocolo de salud y seguridad para los visitantes que practiquen la medicina vegetal y participen en los rituales con ayahuasca. El planteamiento deberá hacer hincapié en el suministro de información clara y canales de ayuda. La guía oficial deberá describir los riesgos y las ventajas del consumo de plantas e infusiones, los factores de riesgo médico, así como algunas recomendaciones para elegir un chamán o un centro de sanación. La Municipalidad deberá desarrollar la política con el asesoramiento de las universidades locales y el Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana (IIAP) y diseñarlo en colaboración con los centros de sanación y los operadores turísticos que organizan las ceremonias.

Una de los principales obstáculos para las políticas de salud y seguridad es la limitada capacidad de la Municipalidad para supervisar y hacer cumplir las políticas. Puede ser complicado definir el ámbito de intervención; la municipalidad deberá desarrollar un marco regulador adecuado que no afecte a la experiencia de aventura ni a las prácticas y culturas antiguas.

B. Promoción y marketing.

Se requiere un proyecto que traslade una imagen unificada de Tarapoto y resalte sus características únicas y competitivas que lo diferencie de otras áreas. Se ha desarrollado una campaña de marketing con el lema «Reconexión con la naturaleza y el yo interior», que destaca la biodiversidad, la cultura, el entorno escénico y la espiritualidad de

Tarapoto. Still Bay (Sudáfrica) se distingue de otras áreas por su marketing específico como la «Bahía de la Bella Durmiente», un rincón para escapar de la vida urbana y encontrar la tranquilidad. Tarapoto está bien posicionada para hacer lo mismo mediante la creación de una marca y la promoción de la ciudad como destino turístico auténtico.

El turismo espiritual y cultural implica puntos delicados que se deben considerar detenidamente a la hora de crear la publicidad. En este sentido, uno de los principales retos en la promoción del turismo espiritual es el marketing de las tradiciones y las culturas locales. Un punto clave en el desarrollo de esta estrategia es respetar la identidad y las tradiciones locales. Esto se puede llevar a cabo estableciendo un diálogo abierto con las comunidades y haciéndoles partícipes del diseño del plan. Otro obstáculo es la falta de una política de turismo local. Para promover la marca, la municipalidad deberá desarrollar su estrategia de turismo en línea con el Plan Regional (PERTUR). La promoción dentro de la región se puede desarrollar en colaboración con el Comité de gestión de destinos (CDG), las cámaras locales de turismo (CARETUR y CCPTSM) y asociaciones del sector privado. La coordinación con PromPerú es esencial para el lanzamiento a nivel nacional e internacional.

C. Capacidad de gestión.

El sector turístico de Tarapoto ofrece un gran potencial. Sin embargo, el desarrollo humano y de la capacidad de gestión en este sector es la clave para materializar este crecimiento. En la actualidad, muchos operadores turísticos y guías locales no están bien posicionados o informados para llevar a cabo estas actividades con éxito. La educación, formal e informal, es necesaria para proporcionar a estos guías y operadores las habilidades necesarias. Este proceso se puede llevar a cabo a través de un aumento de la participación con el sector privado para promover la coproducción de conocimientos y la mejora de las habilidades, además de reducir los costes.

Uno de los principales obstáculos es la limitada influencia que la Municipalidad tiene en la educación y en el refuerzo de la capacidad. Sin embargo, puede proporcionar espacios para guiar el mercado laboral y el sector privado hacia un plan de refuerzo de las capacidades coordinado que incluya gestión turística e inglés. La municipalidad deberá organizar más talleres y clases impartidos por la DIRCETUR de San Martín y su Instituto de Formación de Turismo (CENFOTUR). Se requiere una estrecha colaboración con la Universidad de San Martín, así como instituciones privadas académicas para satisfacer la demanda de mano de obra del sector. La municipalidad también puede desarrollar una oficina de empleo que sirva como enlace entre los estudiantes que buscan una experiencia de trabajo y las empresas que quieren promover el desarrollo en el sector.

Impacto esperado

La estrategia y las recomendaciones proporcionadas en este informe se han desarrollado teniendo en cuenta los ODS 8, 12 y 14. Aunque se debe llevar a cabo un análisis más detallado basado en hechos empíricos, esperamos que nuestras recomendaciones tengan impacto en las siguientes áreas:

- Desarrollo intersectorial (incluyendo el empleo y los ingresos públicos) y empoderamiento de las comunidades locales
- Potencial para crear vínculos con proveedores locales (alimentación, arte y artesanía, sector agroalimentario) y generación de empleo directo e indirecto.

- Promoción del arte local mediante la interacción con comunidades locales a través de rutas a pie, excursiones gastronómicas y artísticas, y contribución a los proyectos de desarrollo local.
- Preservación del patrimonio y la cultura ancestrales.
- Preservación del entorno a través de la conservación de la flora y la fauna.
- Promoción de la consolidación de la paz a través de la prosperidad compartida y el desarrollo comunitario.

Bibliografía

Andina (2011) Promueven turismo místico con sesión chamánica en comunidad nativa de Ucayali. Andina Agencia Peruana de Noticias. Disponible en <https://andina.pe/agencia/noticia-promueven-turismo-mistico-sesion-chamanica-comunidad-nativa-ucayali-372679.aspx> [último acceso 18/5/2020]

APEC, 2010. *Effective Community Based Tourism: A Best Practice Manual*, s.l.: APEC.

Ashley, C., Boyd, C. & Goodwin, H., 2000. Pro-Poor Tourism: Putting Poverty at the Heart of the Tourism Agenda. *Natural Resources Perspectives*, Volume 51.

Bakker, M. & Messerli, H. R., 2017. Inclusive Growth Versus Pro-Poor Growth: Implications for Tourism Development. *Tourism and Hospitality Research*, 17(4), pág. 384 - 391.

Banco Central de Reserva del Perú (2017) Informe Económico y Social Región San Martín. Disponible en <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Encuentros-Regionales/2017/san-martin/ies-san-martin-2017.pdf> [último acceso 19/5/2020]

Binns, T. & Etienne, N., 2002. Tourism as a Local Development Strategy in South Africa. *The Geographical Journal*, Volume 168, pág. 235 - 247.

Blum, N., 2008. Environmental Education In Costa Rica: Building A Framework For Sustainable Development? *International Journal of Educational Development*, 28(3), pág. 348 - 358.

Briceño, F. (2018). En auge el turismo chamánico en Perú, pese a reciente crimen. Diario El Herald. Disponible en <https://www.elnuevoherald.com/noticias/mundo/article212722924.html> [último acceso 9/5/2020]

Buhalis, D. & Wagner, R., 2013. E-Destinations: Global Best Practice in Tourism Technologies and Applications. *Information and Communication Technologies in Tourism*, pág. 119 - 130.

Cheer, J. M., Bellhassen, Y. & Kujawa, J., 2017. The Search for Spirituality in Tourism: Toward a Conceptual Framework for Spiritual Tourism. *Tourism Management Perspectives*, Volume 24, pág. 252 - 256.

Croes, R., 2014. The Role of Tourism in Poverty Reduction: An Empirical Assessment. *Tourism Economics*, 20(2), pág. 207 - 226.

Cura, F., Singh, U.-S. and Talaat, K. (2017) 'Measuring the efficiency of tourism sector and the effect of tourism enablers on different types of tourism (Kurdistan)', *Turizam*, 21(1), pág. 1 - 18. doi: 10.5937/turizam1701001c.

DIRCETUR (2019) Plan Estratégico Regional de Turismo 2019-2030 San Martín. Disponible en https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/390558/PERTUR_San_Martin_11.pdf [último acceso 14/5/2020]

Demange, F., 2002. *Amazonian Vegetalismo: A Study of the Healing Power of Chants in Tarapoto, Peru*, s.l.: s.n.

Ebadi, M., 2014. *Shrine Pilgrimage in Northeastern Iran*. s.l.:LIT Verlag Münster.

Ferreira, S. L. A. & Hunter, C. A., 2017. Wine tourism development in South Africa: a geographical analysis. *Tourism Geographies*, 19(5), pág. 676 - 698.

George, G., McGahan, A. M. & Prabhu, J., 2012. Innovation for Inclusive Growth: Towards a Theoretical Framework and a Research Agenda. *Journal of Management Studies*, 49(4), pág. 661 - 683.

Gnaniah, J. et al., 2004. A Comparison on the Implementation Approaches for the e-Bario and e-Bedian Projects. *Kuala Lumpur: Damai Sciences*.

Goodwin, H., 2007. *Advances in Responsible Tourism*, s.l.: s.n.

Guattentag, D. A., 2010. Virtual Reality: Applications and Implications for Tourism. *Tourism Management*, 31(5), pág. 637 - 651.

GWI, 2018. *Global Wellness Tourism Economy*, s.l.: Global Wellness Institute.

Hall, C. M., 2007. *Pro-poor Tourism: Who Benefits?: Perspectives on Tourism and Poverty Reduction*. s.l.:Channel View.

Hampton, M. P., Jeyacheya, J. & Long, P. H., 2018. Can Tourism Promote Inclusive Growth? Supply Chains, Ownership and Employment in Ha Long Bay, Vietnam. *The Journal of Development Studies*, 54(2), pág. 359 - 376.

Harrill, R., 2004. Residents' Attitudes toward Tourism Development: A Literature Review with Implications for Tourism Planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), pág. 251 - 266.

Harrill, R. & Potts, T. D., 2003. Tourism Planning in Historic Districts: Attitudes Toward Tourism Development in Charleston. *Journal of the American Planning Association*, 69(3), pág. 233 - 244.

Harris, R. W., 2009. Tourism in Bario, Sarawak, Malaysia: A Case Study of Pro-poor Community-based Tourism Integrated into Community Development. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 14(2), pág. 125 - 135.

Hayes, D. & Macleod, N., 2008. Putting down routes: an examination of local government cultural policy shaping the development of heritage trails. *Managing Leisure*, 13(2).

Hill, D. (2016) Peru's ayahuasca industry booms as westerners search for alternative healing. *The Guardian*. Disponible en <https://www.theguardian.com/travel/2016/jun/07/peru-ayahuasca-drink-boom-amazon-spirituality-healing> [último acceso 19/5/2020]

Hitchner, S. L. et al., 2009. Community-based transboundary ecotourism in the Heart of Borneo: a case study of the Kelabit Highlands of Malaysia and the Kerayan Highlands of Indonesia. *Journal of Ecotourism*, 8(2), pág. 193 - 213.

Jauhari, V. & Sanjeev, G. . M., 2010. Managing customer experience for spiritual and cultural tourism: an overview. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 2(5), pág. 467 - 476.

Huerta, D. (2016) Chamanismo y Turismo Místico en el Perú: Un Estado de la Cuestión. *Revista Novum Otium*. Universidad Científica del Sur.

Kato, K. & Prozano, R. N., 2017. Spiritual (Walking) Tourism as a Foundation for Sustainable Destination Development: Kumano-Kodo Pilgrimage, Wakayama, Japan. *Tourism Management Perspectives*, Volume 24, pág. 243 - 251.

Labate, B. C., 2010. Conference Review: Notes on the "International Congress of Traditional Medicine, Interculturality, and Mental Health," Takiwasi Center, Tarapoto, Peru, June 7-10, 2009. *Anthropology of Consciousness*, 21(1).

Lourens, M., 2007. Route tourism: a Roadmap for Successful Destinations and Local Economic Development. *Development Southern Africa*, 24(3), pág. 475 - 490.

MacLeod, N., 2016. Self-Guided Trails - A Route to More Responsible Tourism? *Tourism Recreation Research*, 41(2), pág. 131 - 144.

MacLeod, N., 2017. The Role of Trails in the Creation of Tourist Space. *Journal of Heritage Tourism*, 12(5), pág. 424 - 430.

Mandal, P. & Vong, J., w015. *Development of Tourism and the Hospitality Industry in Southeast Asia*. s.l.:Springer.

MINCETUR (2017) Estadísticas de Turismo San Martín 2017. Disponible en <https://www.mincetur.gob.pe/wp>

content/uploads/documentos/turismo/tripticos/2018/San_Martin.pdf [último acceso 14/5/2020]

Medhekar, A. & Haq, F., 2012. Development of Spiritual Tourism Circuits: The Case of India. *GSTF Journal on Business Review*, 2(2), pág. 212 - 217.

Meyer, D., 2004. *Tourism Routes and Gateways: Key Issues for the Development of Tourism Routes and Gateways and their Potential for Pro-Poor Tourism*, s.l.: Overseas Development Institute.

Moulin, C. & Boniface, P., 2001. Routeing Heritage for Tourism: Making Heritage and Cultural Tourism Networks for Socio-Economic Development. *International Journal of Heritage Studies*, 7(3), pág. 237 - 248.

Mukherjee, S., Singha, S. S. & Bhattacharjee, S., 2020. Religious to Spiritual Tourism -An Era of Paradigm Shift in India. *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology*, 12(2).

Neil, E. & Binns, T., 2002. Place Marketing, Tourism, Promotion, and Community-Based Local Development in Post-Apartheid South Africa: The Case of Still Bay - The "Bay of Sleeping Beauty". *Urban Affairs Review*, pág. 1 - 25.

Norman, A., 2004. *Spiritual Tourism: Religion and Spirituality in Contemporary Travel*, s.l.: University of Sydney.

Nowers, R., Villiers, E. d. & Myburgh, A., 2002. Agricultural Theme Routes as a Diversification Strategy: The Western Cape Wine Routes Case Study. *Agrekon*, 41(2), pág. 195 - 209.

OECD, 2020. *OECD Tourism Trends and Policies 2020*. s.l.:OECD.

Pedrana, M. (2013) 'Local economic development policies and tourism. An approach to sustainability and culture', *Regional Science Inquiry*, 5(1), pág. 91 - 99.

Picard, M., 1990. "Cultural Tourism" in Bali; Cultural Performances as Tourist Attraction. *Indonesia*, Volume 49, pág. 37 - 74.

Piewdang, S., Mekkamol, P. & Untachai, S., 2013. Measuring Spiritual Tourism Management in Community: A Case Study of Sri Chom Phu Ongtu Temple, Thabo district, Nongkhai province, Thailand. *Social and Behavioral Sciences*, Volume 88, pág. 96 - 107.

Pigram, J. . J., 1996. Best Practice Environmental Management and the Tourism Industry. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, Volume 2, pág. 261 - 271.

Poon, A., 1994. The 'New Tourism' Revolution. *Tourism Management*, 15(2), pág. 91 - 92.

Preston-Whyte, R., 2009. Wine routes in South Africa. In: *Wine Tourism Around the World*. s.l.:s.n., pág. 102 - 114.

Promperu (2018) Perfil del turista extranjero 2018. Disponible en <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/> [último acceso 14/5/2020]

Promperú (2018) Perfil del vacacionista nacional 2018. Disponible en <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/PerfVacacionistaNac> [último acceso 14/5/2020]

Regina Scheyvens, R. & Biddulph, R., 2018. Inclusive Tourism Development. *Tourism Geographies*, 20(4), pág. 589 - 609.

Reid, D. . G., Mair, H. & George, W., 2004. Community Tourism Planning: A Self-Assessment Instrument. *Annals of Tourism Research*, 31(3), pág. 623 - 639.

Rodenburg, E. E., 1980. The Effects of Scale in Economic Development: Tourism in Bali. *Annals of Tourism Research*, Volume 7, pág. 177 - 195.

Rogerson, C. M., 2002. Tourism and Local Economic Development: The Case of the Highlands Meander. *Development Southern Africa*, 19(1), pág. 143 - 167.

Rogerson, C. M., 2007. Tourism Routes as Vehicles for Local Economic Development in South Africa: The Example of the Magaliesberg Meander. *Urban Forum*, Volume 18, pág. 46 - 68.

Rogerson, C. M., 2009. Local Economic Development and Tourism Planning in Africa: Evidence from Route Tourism in South Africa. In: P. Hottola, ed. *Tourism Strategies and Local Responses in Southern Africa*. s.l.:s.n., pág. 27 - 40.

Sharpley, R., 2009. *Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability?* London: Earthscan.

Simpson, K., 2001. Strategic Planning and Community Involvement as Contributors to Sustainable Tourism Development. *Current Issues in Tourism*, 4(1), pág. 3 - 41.

Singh, R. P., Rana, P. S. & Kumar, S., 2019. Intangible Dimensions of Urban Heritage: Learning from Holy Cities of India. In: K. Silva, ed. *The Routledge Handbook on Historic Urban Landscapes in the Asia-Pacific*. S.l.:s.n.

Stem, C. J., Lassoie, . J. P., Lee, D. R. & Deshler, D. J., 2003. How 'Eco' is Ecotourism? A Comparative Case Study of Ecotourism in Costa Rica. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(4), pág. 322 - 347.

- Stobart, J. and Ball, R. (1998) 'Tourism and Local Economic Development', *Local Economy: The Journal of the Local Economy Policy Unit*. SAGE Publications Sage UK: London, England, 13(3), pág. 228 - 238. doi: 10.1080/02690949808726446.
- Telfer, D. J. & Sharpley, R., 2016. *Tourism and Development in the Developing World*. s.l.:Routledge .
- Timothy, D. J., 2014. Contemporary Cultural Heritage and Tourism: Development Issues and Emerging Trends. *Public Archaeology*, 13(1-3), pág. 30 - 47.
- Wall, G., 1996. Perspectives on Tourism in Selected Balinese Villages. *Annals of Tourism Research*, 23(1), pág. 123 - 137.
- Wall, G., 1996. Rethinking Impacts of Tourism. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, Volume 2, pág. 207 - 215.
- Wall, G., 1997. Tourism Attractions: Points, Lines and Areas. *Annals of Tourism Research*, 24(1), pág. 240 - 243.
- Weaver, D. B., 2000. A Broad Context Model of Destination Development Scenarios. *Tourism Management*, 21(3), pág. 217 - 224.
- Wei, F., 2013. *Compendium of Best Practices in Sustainable Tourism*, s.l.: UNDESA.
- Winkelman, . M., 2005. Drug Tourism or Spiritual Healing? Ayahuasca Seekers in Amazonia. *Journal of Psychoactive Drugs*, 37(2), pág. 209 - 218.
- World Tourism Organization (2016) Alianza entre turismo y cultura en el Perú: Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad. Disponible en <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417575> [último acceso 25/5/2020]
- Wu, W.-W., Lan, L. W. & Lee, Y.-T., 2012. Critiquing the World Economic Forum'. *Tourism Management Perspectives*, Volume 4, pág. 198 - 206.
- Yasuda, S., Raj, R. & Griffin, K., 2018. *Religious Tourism: The Beginning of a New Era with Special Reference to India*. S.l.:s.n.
- Yekinni Ojo, B. and Mercy Busayo, B. (2017) 'Exploring the Relationship between Religion Tourism and Economic Development of a Host Community', *International Journal of Business and Management Invention*, 6(9), pág. 41 - 51.