

Union College

Union | Digital Works

Honors Theses

Student Work

6-2021

El éxito del turismo comunitario en Latinoamérica

Alexandra Lazar

Union College - Schenectady, NY

Follow this and additional works at: <https://digitalworks.union.edu/theses>

Recommended Citation

Lazar, Alexandra, "El éxito del turismo comunitario en Latinoamérica" (2021). *Honors Theses*. 2528.
<https://digitalworks.union.edu/theses/2528>

This Open Access is brought to you for free and open access by the Student Work at Union | Digital Works. It has been accepted for inclusion in Honors Theses by an authorized administrator of Union | Digital Works. For more information, please contact digitalworks@union.edu.

El éxito del turismo comunitario en Latinoamérica

By
Alexandra Lazar

Submitted in partial fulfillment
Of the requirements for
Honors in the Department of Modern Languages & Literature

UNION COLLEGE
June 2021

ABSTRACT

This thesis looks at the growing sector of community-based tourism that is emerging as a form of sustainable tourism. Despite the many possible benefits that it can provide to rural, impoverished communities, there are still many flaws to the system that lead to the majority of community initiatives failing. Latin America has a long history of developing community-based tourism programs to aid in poverty reduction, and there are plenty of examples of successful initiatives. This thesis considers the factors that are present in Latin American community-based programs that are lacking in less successful examples from other areas of the world, the way that these factors help lead to their success, and how these strategies can be used to aid other communities to be successful in the future.

Introducción

El turismo es una de las industrias más importantes en la economía del mundo. Y es una industria que está creciendo. En 2001, la Organización Mundial del Turismo estimó que había 692,6 millones de turistas internacionales (Muhanna 3). En 2019, el número aumentó a 1,4 mil millones de turistas internacionales (Stone). El crecimiento de la industria obviamente beneficia a la economía en general, y por esa razón es un desarrollo positivo. Pero, al mismo tiempo, el sobreturismo es una amenaza al medioambiente y a comunidades locales. Por esa razón, hay un esfuerzo más grande para promover el turismo sostenible y asegurar que el turismo puede crecer más y continuar en el futuro de una manera que sea mejor para la comunidad y el medioambiente.

El impacto del turismo en las comunidades locales es un aspecto esencial para entender el impacto de la sostenibilidad no sólo en el medioambiente y la preservación de los recursos naturales, sino en los humanos mismos. El turismo debe ayudar a las comunidades locales, porque la industria puede crear trabajos para los residentes y generar dinero en la economía local. Pero, en la industria del turismo de masas la mayoría de las ganancias va a las empresas extranjeras y grandes, y no a las comunidades. Además, las comunidades locales son vulnerables a cambios en la región, especialmente las comunidades rurales porque esta tierra está en peligro de urbanización cuando las empresas quieren expandirse. Esta expansión también contribuye a la supresión de las culturas locales e indígenas.

Una manera para mejorar el impacto del turismo en las comunidades locales es algo que se llama “turismo comunitario” (CBT). Turismo comunitario es una manera para viajar en que la comunidad local tiene un rol más activo en la industria del turismo en la región. A pesar de la creciente popularidad del CBT en años recientes, hay muchas opiniones diferentes sobre qué es

un buen modelo de turismo, y si es más beneficioso para las comunidades involucradas. Esta tesis va a examinar las ventajas y desventajas del CBT, cómo puede funcionar, y qué podemos aprender de ejemplos que han tenido éxito.

¿Qué es el CBT?

Una definición general del turismo comunitario es que es “una alternativa para salvar las disparidades sociales y económicas que adolecen las comunidades rurales, además de una vía que pueden utilizar las comunidades que buscan generar otros ingresos dentro de sus actividades económicas cotidianas, utilizando los recursos culturales, naturales y locales en una región en particular” (“El Turismo Comunitario”). CBT provee oportunidades a los miembros de comunidades locales para planear, dirigir, y operar el turismo para beneficiar la comunidad y el individuo (Ernawati et al.). Es una forma de turismo que empodera a la comunidad porque tiene una voz en la industria local. Usualmente, se encuentra el CBT en las áreas rurales que no están tan desarrolladas (Ernawati et al.).

El turista típico que está interesado en el CBT es joven. 50% de los turistas americanos que están interesados en el turismo sostenible tienen entre 18-34 años (Stone). Es un tipo de turismo nicho, porque los turistas están buscando un viaje alternativo. En vez de viajar solamente para relajarse en lujo, estos turistas quieren experimentar la cultura de una manera auténtica. Ellos quieren probar comida auténtica, disfrutar de la belleza natural, y en general experimentar algo diferente de sus vidas diarias (Ernawati et al.).

Ya que sus prioridades son experiencias auténticas los turistas alternativos generalmente están contentos con alojamientos básicos en pueblos rurales.

Los servicios y productos que son provistos en CBT varían. Lo más común es que provee alojamiento a los turistas en la forma de alojamiento en familia o alojamientos independientes en

los pueblos. Junto con alojamiento, las comunidades usualmente ofrecen actividades culturales también. Ejemplos son clases de cocina, talleres de artesanía, caminatas y otras actividades en la naturaleza, y entretenimiento cultural (Chaudhary 233). También ofrecen interacciones directas entre los lugareños y los turistas que son una parte de los servicios que están ofreciendo. “Their friendly demeanours and traditional ways add value to the experiences of tourists” (Chaudhary 233). Además, muchos programas de CBT incluyen un aspecto voluntario en que los turistas contribuyen a la comunidad (Ernawati et al.). Turistas pueden ayudar en las granjas o en negocios locales, o en la limpieza de la comunidad para aprender más sobre las luchas ambientales que afectan a las comunidades.

Un aspecto importante del turismo comunitario real es que el turismo incluye “the community in tourism, not tourism in the community” (Maldonado-Eraso). La integración y participación completa de la comunidad es esencial en el turismo comunitario, no es solamente sobre los servicios y las experiencias que están ofreciendo a los turistas. Turismo comunitario puede ser dirigido completamente dentro de la comunidad, o por empresas privadas y ONGs. Las organizaciones externas trabajan con la comunidad para promover y organizar sus programas mientras mantienen la participación de la comunidad. El turismo comunitario es un tema muy discutido, que es comprensible porque pueden proveer muchos beneficios a las comunidades, pero al mismo tiempo tienen muchos inconvenientes.

Beneficios del turismo comunitario

El turismo comunitario tiene muchas ventajas y puede proveer mucho a las comunidades locales. Para empezar, el turismo es visto como una de las mejores maneras para mejorar la economía de regiones rurales en naciones en desarrollo. Naciones en desarrollo luchan con problemas económicos prolongados como altas tasas de desempleo, alta tasa de crecimiento de la

población de la edad de trabajar, y altas tasas de la inflación (Yfantidou and Matarazzo 461). Las Naciones en desarrollo no siempre tienen las herramientas para expandir otras industrias para mejorar la economía, y necesitan enfocarse en su industria turística (Yfantidou and Matarazzo 461). Muchas naciones en desarrollo han hecho esfuerzos para aumentar la integración de la comunidad en el turismo a medida que crece la industria. Por ejemplo, en 1997 las Filipinas adoptó la declaración de Manila que reconoce el potencial del turismo para mejorar la economía y también proveer beneficios sociales a las comunidades. La declaración promete incluir las comunidades locales en la planificación y la gestión del turismo, educar las comunidades sobre los impactos posibles del turismo y los beneficios que pueden ganar, y mejorar el nivel de vida de las comunidades rurales a través del desarrollo del turismo (Manila Declaration).

El turismo comunitario lleva los turistas a regiones rurales que están subdesarrollados y no son destinos populares para visitantes internacionales. Destinos de vacaciones en Latinoamérica y el Caribe en particular experimentan este hueco porque muchos turistas elijan quedarse solamente en los resorts. Esto deja las regiones rurales aislado por el mercado turístico y por consiguiente las comunidades no cosechan los beneficios de la industria del turismo en el país. La promoción de las iniciativas del turismo comunitario en regiones rurales crea nuevas fuentes de ingresos para las comunidades y acceso a un mercado que antes no tenían. Además, el turismo comunitario crea trabajos en áreas con alto desempleo. Algunos programas no solamente se enfocan en los servicios para los turistas, sino que también proveen formación y talleres para los lugareños que están interesados en el turismo. Village Life Tourism es una empresa de turismo comunitario en Jamaica que ofrece este servicio. Usa su hotel, el Okra Country Inn, como alojamiento para los turistas y un lugar para el entrenamiento de los lugareños en la hospitalidad. Las personas que estudian aquí complementan el personal del hotel también, y

reciben experiencia de primera mano (Beirman). Programas como Village Life Tourism no solamente crean trabajos, sino que enseñan a la comunidad habilidades que pueden usar en el futuro para mejorar los servicios de la región.

Aparte del desarrollo económico, el turismo comunitario es beneficioso para las comunidades locales porque proporciona más autonomía a ellas en una industria que usualmente no tienen. Comunidades rurales son especialmente vulnerables a la globalización y cambios en la industria del turismo. Cuando las empresas grandes quieren expandir, comunidades rurales están en mayor riesgo de que sus tierras sean tomadas y desarrolladas. Especialmente las comunidades empobrecidas que no tienen el poder o los recursos para luchar. Las comunidades rurales también están muy conectadas con la tierra en que viven, y si se quitan sus tierras serán despojados de una parte grande de su cultura (Ruiz-Ballesteros). Turismo comunitario da un papel en el desarrollo del turismo en el área a las personas que viven allí, para que las comunidades puedan garantizar que el medio ambiente y la cultura local no se pierdan completamente. Especialmente con el creciente interés en el turismo cultural y de aventura, el mercado para las comunidades rurales a entrar la industria está expandiendo. La participación de los lugareños hace que las comunidades sean más resistentes al cambio, especialmente cambios que podrían ser peligrosos a sus sustentos y culturas.

La preservación y promoción cultural son otros ejemplos de los beneficios del turismo comunitario. Una de las atracciones de un programa de una comunidad es que el turista puede sumergirse completamente en una cultura nueva y experimentar actividades culturales auténticas. Dos pueblos rurales en India, Darap y Pastanga, han estado ampliando los programas de la comunidad a través de una ONG. Ofrecen alojamientos en familia por \$35 USD cada noche, que incluyen el desayuno, el almuerzo y la cena (Chaudhary 232). Estos alojamientos dan a los

turistas la oportunidad para probar comida auténtica y ganar una idea de la vida diaria en la cultura que están visitando. Además, los pueblos ofrecen actividades culturales durante el día. Estas incluyen talleres de tejido, lecciones de como plantar arroz o como ordeñar una vaca, clases de cocinar, y espectáculos culturales (Chaudhary 233). Todas estas actividades enseñan la cultura local a los turistas. De hecho, muchos de los lugareños que participan en el turismo comunitario en los pueblos creen que el turismo ayuda en sus esfuerzos para promocionar y conservar su singularidad. 90% de los aldeanos dicen que turismo comunitario no interrumpe su cultura o las tradiciones, sino que la comparte con el resto del mundo (Chaudhary 233).

Otras actividades que se ofrecen a través de programas comunitarios son usualmente basadas en la naturaleza, como caminatas y ciclismo de montaña. Debido a las ubicaciones rurales de la mayoría de los programas, sus paisajes y recursos naturales son intacto de la urbanización, que es una atracción para los turistas que están interesados en la naturaleza. Por ejemplo, algunos pueblos son el hogar de especies únicas de las plantas y los animales, y que puede atraer turistas de todo el mundo que tienen intereses de nicho. El medioambiente es uno de los mejores beneficios de esta forma de turismo, porque asegura su propia preservación. Considerando que es la ecología que los turistas vienen a ver, los recursos naturales allí van a ser conservados y cuidados para asegurar que los visitantes vengan. Además, estos tipos de tours pueden ser utilizados para educar a los turistas de las preocupaciones del medioambiente en el área, y cómo pueden ayudar en la conservación de recursos.

La educación es una parte importante del turismo comunitario y es una de las razones por las que puede ser una forma exitosa del turismo sostenible. Turismo comunitario puede cambiar las vacaciones de una oportunidad para relajarse en un resort a una oportunidad para aprender más sobre la cultura de la comunidad e y las luchas que afectan a ella. La directora general de

Village Life Tourism, Susanna Williams, dice que uno de los objetivos de su programa es “to reveal an insight for tourists into Jamaica's culture and challenge their assumptions and perceptions” (Beirman). Idealmente, el turismo comunitario debe ser una herramienta poderosa para presentar a los turistas otro lado de una cultura y cuestionar sus ideas preconcebidas. La educación y el contacto con otras culturas son beneficiosas en general para que los turistas se conviertan en personas más respetuosas y conscientes de otras formas de vida. Por último, a través de educar a los turistas sobre las amenazas enfrentadas por las comunidades debido a la urbanización y la expansión de la industria de turismo, el turismo comunitario puede enseñarles la importancia del turismo sostenible. Las interacciones personales que los turistas van a tener con los lugareños dejarán un impacto duradero que, con suerte, va a cambiar sus ideas sobre sus propios hábitos de viaje en el futuro y la importancia del apoyo de comunidades locales.

En general, el turismo comunitario tiene el potencial de beneficiar las comunidades locales y rurales, todavía mientras la expansión de la industria del turismo en países que dependen en el turismo para la economía. También, ayuda a preservar las culturas locales y el medio ambiente en zonas que podrían ser vulnerables a la urbanización, y la educación sobre los riesgos del turismo convencional es una de las mejores maneras para crear un cambio duradero. Pero, a pesar de todos los beneficios del turismo comunitario, hay muchos que critican la capacidad del turismo comunitario para convertirse en un sector del turismo exitoso.

Ejemplos de los defectos de turismo comunitario

Uno de los defectos del turismo comunitario es que, aunque puede proveer un estímulo económico al área, el aumento de visitantes y más desarrollo llevan a un aumento de los precios en la región (Chaudhary 233). Aunque los ingresos en la región aumentan debido al turismo, esto

significa que dependen en la acogida de turistas. Por lo tanto, si hay un período de calma en los viajes a la región sus ingresos van a ser afectados, pero el aumento de los precios en la región no. Además, algunas de las zonas rurales necesitan actualizaciones y renovaciones para ser atractivas para los turistas. Por ejemplo, el 90% de los pueblos en Darap y Pastanga en India creen que sus sistemas de baños no son lo bastante desarrollados para los turistas (Chaudhary 233). Otros aspectos de los pueblos que necesitan actualizaciones para atraer turistas incluyen opciones de transportación y las condiciones de las pistas. Para aumentar el nivel de estos pueblos hay que invertir mucho dinero que muchas comunidades no tienen, y en última instancia va a aumentar el costo de vida también.

Aparte del impacto económico que el turismo comunitario puede tener, hay muchos otros factores que tienen que trabajar juntos para que los programas tengan éxito. Lo más importante es que la comunidad necesita querer participar en las iniciativas para que funcione. Sin la participación activa de la comunidad, el turismo comunitario no funcionará porque necesita personas dispuestas para trabajar en la industria y ofrecer servicios. Esto es una preocupación especialmente entre las generaciones jóvenes que muestran una falta de interés y participación. De hecho, en India la participación de los jóvenes (de 20 a 25 años) es solamente del 60% (Chaudhary 234). La falta de participación de los jóvenes cuestiona la sostenibilidad del turismo comunitario porque no podrá continuar sin que las generaciones jóvenes trabajen en ello en el futuro. Además, muchas comunidades no saben que tienen aspectos para atraer turistas a su región. Sin este conocimiento, es difícil animar comunidades a entrar el mercado.

Otro problema potencial es que las comunidades no están entrenadas en la industria del turismo, y por eso tienen dificultades para entrar al campo. Esto puede llevar a una falta de profesionalismo que puede prevenir el retorno de los visitantes que, por su parte no lo

recomendarán a otros. También hay una barrera lingüística que existe entre los turistas y los lugareños especialmente en los pueblos rurales donde hay menos personas que hablan otras lenguas. Esto deja a los pueblos dependientes de los guías que pueden traducir para ellos. Desafortunadamente, en algunas comunidades pueden haber solamente unas pocas personas que pueden traducir y actuar como guías, y esto puede impedir el crecimiento del programa y la posibilidad de éxito. Sin embargo, cuando la comunidad está entrenada en cómo trabajar en la industria, hay un nuevo problema: la gente va a dejar las comunidades para trabajar en otros lugares turísticos. Los estudios en India muestran que existe una tendencia de los miembros a abandonar los programas de turismo comunitario cuando hacen conexiones con los turistas para mejorar sus propias carreras (Chaudhary 233). Esto se describe como un cambio de mentalidad de un enfoque en la comunidad a un enfoque en el mismo, y si este cambio continúa puede ser perjudicial al crecimiento del turismo comunitario.

Otra desventaja del turismo comunitario es que generalmente hay una desconexión entre lo que los turistas están buscando en sus vacaciones y lo que los residentes piensan es importante. Un estudio de 2017 en Bali analizó los sentimientos de los turistas y los anfitriones sobre diferentes aspectos del turismo, y los preguntó sobre la importancia de los diferentes aspectos. Los resultados muestran que hay una gran discrepancia entre lo que los turistas prefieren y las opiniones de los lugareños. Por ejemplo, los turistas respondieron que priorizan los baños limpios y el acceso a Internet más que los lugareños (Ernawati et al.). Además, hay diferencias en las opiniones en relación a cuestiones de seguridad. Los turistas están más preocupados con señales claras, señales de precaución en áreas peligrosas, y guías que pueden manejar situaciones de emergencia (Ernawati et al.). Este estudio demuestra que “the community [is] lacking awareness in regard to particular issues that are viewed as important for the CBT

visitors” (Ernawati et al.). Esta desconexión entre los deseos de los turistas y los aspectos que los lugareños piensan son importantes no es sólo un problema en Bali. Una de las críticas más grandes de Village Life Tourism en Jamaica por los visitantes es que el programa es “demanding, intensive, and overpriced, as well as that [it] left too little time for relaxation” (Beirman). Village Life Tourism no hizo suficiente investigación sobre los deseos y necesidades de los clientes cuando planifica sus programas, y porque los programas no proveen los servicios y los aspectos que ellos están buscando, los visitantes probablemente no regresarán.

Finalmente, es muy difícil atraer turistas para participar en programas de turismo comunitario. Para empezar, muchos turistas ya tienen ideas preconcebidas negativas sobre muchos de los países en que hay programas del turismo comunitario. En Jamaica, muchos turistas piensan que la isla es peligrosa porque hay muchos informes en los medios sobre la alta tasa del crimen. Ellos creen que los únicos lugares seguros en la isla son los resorts, que son bloqueados del resto de la isla (Beirman). Esto crea la apariencia de que no hay cultura o vida en Jamaica afuera de los resorts, así que los turistas no saben buscar oportunidades para experimentar la cultura local. Adicionalmente, es probable que ellos tengan miedo de las oportunidades afuera de los resorts. Desafortunadamente, muchos turistas no van a aprender sobre las culturas ricas que existen más allá de los resorts.

Aparte del miedo de salir de los resorts, muchos turistas no son conscientes de que programas de turismo comunitario existen. Hay una gran brecha entre las actitudes de los turistas sobre el turismo sostenible y sus acciones reales. Una encuesta de National Geographic muestra que el 42% de viajeros están dispuestos a priorizar los viajes sostenibles, solamente el 15% saben cómo hacerlo (Stone). Otro estudio de 2014 tenía el objetivo de entender la brecha entre la actitud y las acciones de los turistas, especialmente los que son conscientes del medioambiente

en sus vidas diarias y hacen esfuerzos cada día para mitigar sus impactos al medioambiente. Pero, van de vacaciones a pesar de que conocen el impacto negativo que el turismo puede tener en el medioambiente. Su razonamiento es porque se sienten cómodos con las vacaciones a pesar de su impacto negativo porque las vacaciones son una excepción que pueden compensar cuando vuelven a casa. Las vacaciones son un descanso de la vida diaria y sus responsabilidades típicas (Juvan and Dolnicar 93). Pero una aplastante respuesta a porque ellos no viajan en una manera sostenible es que creen que no tienen otra opción que las maneras convencionales (Juvan y Dolnicar 93). Muchos viajeros no conocen las opciones más sostenibles del turismo y aceptan que necesitan viajar de una cierta manera, especialmente porque hacer investigación sobre otras opciones es difícil y lleva mucho tiempo.

En última instancia, la dificultad de promover los programas del turismo comunitario a los visitantes potenciales lo mayor obstáculo del éxito de la industria. Los pueblos rurales y las empresas pequeñas están limitadas en sus capacidades de anunciar y comunicarse con clientes extranjeros. El Okra Inn en Jamaica tiene anuncios limitados en ambos los medios de comunicación jamaicana y extranjera. El Inn recibió una mención en el Lonely Planet Guide de Jamaica, pero aparte de esa mención depende mucho de las recomendaciones de boca a boca (Beirman). Por esa razón, el Inn usualmente está vacío por la mayoría del año, excepto por unos pocos visitantes (Beirman). La falta de publicidad de los programas a su público cuestiona la viabilidad financiera de turismo comunitario. Las iniciativas del turismo requieren que fondos sean puestos en la comunidad, pero sin los visitantes que vengan y paguen es imposible que los programas puedan continuar. Este es un problema consistente de los programas pequeños del turismo comunitario, y hace que las corporaciones grandes vacilen apoyar estos iniciativas.

A pesar de que el turismo comunitario tenga muchos inconvenientes, hay ejemplos de iniciativas que son exitosas. Es posible si hay cambios en la industria y la manera en que se ejecutan los programas.

Turismo comunitario en Latinoamérica

Las iniciativas del turismo comunitario están creciendo en Latinoamérica y por esa razón la región es el tema de muchos estudios sobre el impacto del turismo comunitario en las comunidades. En general, no hay muchas diferencias entre los aspectos positivos y negativos del turismo comunitario en Latinoamérica y los otros ejemplos estudiados arriba como Jamaica, India, y Bali. Pero, una diferencia notable es la manera en que el turismo comunitario impacta la economía local. En comparación con otros estudios de diferentes países y continentes, el objetivo del turismo comunitario en Latinoamérica no es solamente para crear empleos para la comunidad, sino más para proveer otras formas de ingresos, como un complemento. Un estudio sobre la Isla Chira en Costa Rica muestra que una iniciativa turística provee una forma externa de ingresos para que la comunidad no sea dependiente de la economía local. Las mujeres locales desarrollaron una organización turística porque estaban casadas con pescadores y la comunidad dependía mucho del mercado pesquero. Querían empezar una nueva empresa, pero se dieron cuenta de que, si había una temporada pobre de pesca, la comunidad no iba a tener dinero y no habría nadie para comprar en las tiendas. Decidieron abrir una empresa que atendiera a un mercado extranjero, que les permitiera ganar dinero a pesar de las condiciones económicas locales (Trejos y Chiang).

El objetivo del turismo comunitario en esta región es crear “vínculos” entre la comunidad y mercados externos. El Instituto Costarricense de Turismo dice que su objetivo

cuando están desarrollando el turismo comunitario en Costa Rica no es sólo la creación de empleos, sino también la formación de empresarios fuertes y el desarrollo de empresas (Trejos y Chiang). De esta manera, el objetivo no es sólo una solución para ahora, sino más bien enseñar a la comunidad cómo manejar una empresa y formar conexiones externas de modo que el turismo en la región sea autosostenible. Además, la meta es crear empleos significativos para los miembros de la comunidad de una manera que complemente sus vidas actuales. El objetivo es preservar y promover las culturas locales y en vez de un cambio significativo a las estructuras de empleo en una comunidad, organizaciones quieren que las comunidades empiecen a ver sus empleos típicos como actividades de la que ellos pueden beneficiarse a través del turismo (Trejos y Chiang). La agricultura es un ejemplo común de muchos programas de turismo comunitario porque la mayoría de estos están en ubicaciones rurales. Las comunidades pueden beneficiarse de hacer tours de las plantaciones de caña de azúcar, piña, macadamia y café, que permite a continuar su vida real y obtener ingresos suplementarios (Trejos y Chiang).

Otro beneficio importante en Latinoamérica es el impacto del turismo en las comunidades indígenas. Un estudio en Chile examinó 25 diferentes iniciativas del turismo comunitario para examinar el impacto que ellas tenían en las comunidades Mapuche que viven allí. A saber, el estudio enfocó en el impacto del turismo comunitario en la resiliencia indígena en el área. Los factores que el estudio consideró con relación a la resiliencia son la capacidad de adaptar al cambio o la incertidumbre, la importancia de la diversidad para la reorganización en caso de cambio, la oportunidad de auto-organización y el crecimiento del capital social, y la combinación de diferentes tipos de conocimientos en la gestión (Torres-Alruiz et al.). Las áreas estudiadas están ubicadas en las estribaciones de los Andes en dos comunas diferentes, el Pangupuli y el Puyhehe. La resiliencia de estos grupos es muy importante porque ellos han sido amenazados

desde 1970 por un modelo de desarrollo que podría quitar su tierra. Además, hay nuevas amenazas ambientales de las comunidades debido a los cambios en el uso de la tierra y fuentes de contaminación (Torres-Alruiz). Estas áreas están creciendo en popularidad como destinos del turismo debido a los paisajes hermosos y los lagos.

Una de las maneras en que el turismo comunitario mejora la resiliencia de las comunidades es preparándose para circunstancias y cambios inesperados. Por ejemplo, similar a las comunidades en Costa Rica, en Chile el turismo comunitario está visto como un ingreso complementario para la comunidad. Chile experimenta un alto periodo del turismo entre enero y febrero cuando llega el 90% de los turistas por el año (Trejos y Chiang). Esto significa que durante este periodo, el turismo es la principal contribución a los ingresos de la comunidad. Sin embargo, durante el resto del año la comunidad gana la mayoría de sus ingresos de otras actividades, como la agricultura, la producción de lana, el trabajo de madera, y otros servicios pequeños (Trejos y Chiang). Así como las organizaciones piensan que las comunidades no deben depender de la economía local, es importante que las comunidades indígenas no dependan de un mercado externo tampoco. El modelo del turismo comunitario provee muchas diferentes fuentes de ingresos para prevenir una dependencia de ninguna, y prepararla en caso de circunstancias imprevistas. Además, las diferentes industrias en la comunidad aumentan sus habilidades de gestión, que es un beneficio adicional para el éxito de los negocios de la comunidad.

También, el turismo comunitario provee más poder social a las comunidades indígenas. El turismo puede permitir a las comunidades autoorganizarse para facilitar el acceso a los recursos, manejar la gestión de conflictos, y formar un autogobierno. El estudio en Chile descubrió 24 diferentes organizaciones entre las dos comunas. Estas organizaciones trabajan con autoridades locales, nacionales, y las universidades para promover iniciativas de turismo y

abogar por las necesidades de las organizaciones. Las dos organizaciones más prominentes son el TRAWUN cooperativa de Pangupulli y la otra es la Asociación Social, Cultural, y Ambiental de Empresarios Turísticos (Trejos y Chiang). El crecimiento de estas organizaciones y las conexiones que hacen con oficiales nacionales aumentan el capital social que las comunidades indígenas tienen, y que puede aumentar su poder político también. Un ejemplo de esto es la habilidad de las comunidades a luchar contra? el desarrollo propuesto de tierra indígena, como la propuesta de construir un resort de esquí en Parque Nacional Villarrica. Las comunidades Mapuche quieren luchar contra esta urbanización y los intentos de tomar tierra indígena, y la presencia de las organizaciones del turismo más grandes aumenta su poder social y político para luchar contra la urbanización.

La cooperativa TRAWUN en Pangupulli es una de las cooperativas más exitosas en la región, y eso es probable porque tiene alto apoyo de la comunidad. Como mencionó anteriormente, la participación y el apoyo de la comunidad son esenciales en el éxito de las iniciativas. TRAWUN tiene enorme participación juvenil, con el 54% de los participantes menores de 28 años (Torres-Alruiz et al.) Muchos de los participantes jóvenes están motivados para trabajar con las iniciativas porque ellos consideran el turismo como una manera para promocionar sus deseos sociales y políticos (Torres-Alruiz et al.).

Otro ejemplo de auto-organización comunitaria se encuentra en Ecuador. La Federación Plurinacional del Turismo Comunitario del Ecuador es la primera red de turismo comunitario en América del Sur. La organización está basada en una asamblea nacional en la que incluye todos los centros de turismo comunitario.. Esta asamblea central hace las decisiones organizativas a un alto nivel para que las comunidades pequeñas no necesitan hacerlas (Maldonado-Erao et al.). El propósito de la organización es asegurar el éxito del turismo comunitario como una alternativa

viable al turismo convencional. La meta es desarrollar una relación intercultural entre la comunidad y los visitantes, que hace la comunidad un sujeto del desarrollo del turismo más que un objeto del desarrollo (Maldonado-Eraza et al.). Ecuador demuestra un compromiso al éxito del turismo comunitario como un método para el desarrollo social, la erradicación de la pobreza, y la sostenibilidad ambiental.

Los ejemplos de las cooperativas en Chile y FEPTCE en Ecuador son solamente dos ejemplos de organizaciones de turismo comunitario que están en Latinoamérica. También, estos son ejemplos de iniciativas exitosas del turismo comunitario en comparación con otros estudios del resto del mundo. Teniendo en cuenta los factores que hacen iniciativas de turismo comunitario exitosas y los defectos posibles, la participación de organizaciones como estas en Chile y Ecuador, las ONGs, y otras empresas privadas es probablemente la mejor estrategia para hacer las iniciativas del turismo comunitarios viables y sostenibles.

Organizaciones del turismo comunitario

A medida que el turismo comunitario se ha convertido a un tema de más investigación y consideración en el campo del turismo sostenible, se ha planteado la cuestión de cómo crearlo un sector más exitoso. Para muchas iniciativas existentes, el problema más grande es que ellas simplemente no son financieramente viables. Un estudio por el Rainforest Alliance en los años 2000 encontró que muchos anfitriones del turismo comunitario sólo registraron ocupación del 5% (Mitchell y Muckosy). Con números de visitantes tan bajos muchas de las iniciativas están a falta de sus objetivos para ayudar a las economías locales. La iniciativa comunitaria Siecoya en Ecuador fue estudiado y el estudio encontró que sólo generó \$200 para la comunidad en nueve años (Mitchell and Muckosy). Estas faltas usualmente se deben a la incapacidad de la comunidad

a anuncia sus programas para atraer turistas, y también su falta de formación o infraestructura para acoger visitantes con éxito. Además, en turismo comunitario actual cuando toda la comunidad trabaja juntos para dirigir la industria, esta estructura de poder colectivo es extremadamente ineficiente. Los estudios han encontrado que la mayoría de las iniciativas exitosas no utilizan un modelo de gestión colectiva, sino que tienen solamente una persona a cargo (Mitchell y Muckosy). Esto demuestra que actualmente la única manera en que el turismo comunitario puede ser exitoso es utilizando modelos de empresa tradicionales, y enfocándose menos en la integración completa de la comunidad. Por estas razones, muchos expertos creen que la mejor manera para crear éxito en la industria y ayudar las comunidades es integrarlas con el turismo convencional, y fomentar colaboraciones entre turismo comunitario y organizaciones más grandes.

Ahora en la discusión sobre el turismo sostenible, turismo convencional está visto como el mal que necesita evitarse. Pero, muchos expertos piensan que sería más beneficioso para las comunidades intentar cambiar y ajustar el sistema actual, y no eliminarlo completamente. Esto significa que integrar la comunidad más con la industria, en lugar de que la comunidad dirige la industria por sí misma. Por ejemplo, un resort grande en Brasil empezó un programa para entrenar a los lugareños indígenas para que ellos trabajen en el resort. Después de 18 meses, los lugareños constituyeron más de la mitad de la fuerza laboral, y \$2 millones al año adicionales flujos en la economía local (Mitchell and Muckosy). Otro ejemplo de cómo puede integrar la comunidad con la industria convencional es formar asociaciones entre iniciativas comunitarias y las corporaciones más grandes. La comunidad todavía va a proveer los servicios y acomodaciones, pero la asociación con una empresa más grande puede abrir su base de clientes. Empresas como cadenas de hoteles grandes y las agencias de viajes pueden anunciar los

programas de las comunidades como opciones para los turistas que están buscando las vacaciones en locaciones convencionales, y probablemente no saben que hay otras opciones para viajar más sostenible (Beirman). Expertos creen que el mercado principal no va a desaparecer a pesar de las críticas en contra, y en última instancia las comunidades se van a beneficiar más si ellas trabajan con la industria principal en lugar de competir contra la corriente dominante.

Si bien los modelos arriba podrían ayudar a promover iniciativas comunitarias y atraer nuevos visitantes, también quita la autonomía de las comunidades en la industria que es uno de los objetivos del turismo comunitario. También, estos modelos todavía benefician a las grandes corporaciones, y las comunidades no recibirían la mayoría de las ganancias. Además, las comunidades estarían en desventaja para luchar por una distribución justa de las ganancias, porque no tienen los mismos recursos o conocimientos de la industria que las empresas grandes. Esto deja la oportunidad para que las grandes corporaciones exploten las comunidades bajo el pretexto de ayudarles.

Si los modelos de integración anteriores no son ideales para el desarrollo del turismo comunitario, esto no significa que el uso de las organizaciones grandes no puede ser beneficioso para las comunidades. De hecho, muchas iniciativas comunitarias están dirigidas por ONGs y empresas privadas, además de los grupos auto-organizados como FEPTCE en Ecuador. A pesar de que las iniciativas no están completamente bajo el control de la comunidad, la presencia de estos grupos puede ayudar el desarrollo de las iniciativas y hacerlas más exitosas. Por ejemplo, las ONGS pueden educar a las comunidades a cómo mejorar sus servicios de alojamiento y estrategias para dirigir una empresa. El turismo comunitario es una oportunidad para proveer las comunidades con la experiencia de manejar un negocio y la participación en la industria, que hacen ellas más capaces para participar independiente en la industria en el futuro.

Probablemente el mejor beneficio que una organización puede proveer es una red más grande de clientes potenciales y la habilidad para anunciar en una escala más grande. ONGs y empresas privadas tienen más conexiones y visibilidad que las comunidades rurales, junto con más recursos, que hace la promoción de las iniciativas pequeñas más fácil. Esta visibilidad hace que sea más fácil para los turistas encontrar programas de turismo comunitario que antes pueden ser imposibles de localizar sin conocimiento previo o recomendaciones de boca a boca. Si la comunidad se asocia con una organización sin fines de lucro o una ONG todavía está en cargo de la empresa y los servicios, y la distribución de los ingresos, y solamente está recibiendo apoyo de un grupo que tiene más recursos.

Hay varios ejemplos de organizaciones que trabajan para promover el desarrollo del turismo comunitario en Latinoamérica para reducir la pobreza. Una de estas es la organización sin fines de lucro Alba Sud, que está ubicada en Barcelona, España. Alba Sud publicó un catálogo de viajes que incluye ejemplos de itinerarios de viajes para diferentes países en Latinoamérica. Cada itinerario solamente recomienda las experiencias y los alojamientos por iniciativas comunitarias. Organizado por país el catálogo planifica los viajes basados en la duración y las áreas de interés, e incluye las actividades específicas que se pueden reservar. Por ejemplo, un turista que tiene interés en visitar Argentina le gusta el vino, hay un viaje de 4 días que incluye un tour de los viñedos, talleres de artesanía local, y la oportunidad de montar a caballo en los Andes. Este viaje también visita dos diferentes comunidades en el área (Alba Sud). En el mismo catálogo, hay un itinerario para un viaje de 15 días para un tour sobre Bolivia que se enfoca en el ecoturismo y desarrollo sostenible. Los turistas van a aprender sobre la sostenibilidad a través de tours de las selvas donde van a ver diferentes plantas y animales autóctonos de la región (Alba Sud). Estos viajes solamente son dos ejemplos de un folleto muy

extenso y diverso. La diversidad de los viajes demuestra que cada persona puede encontrar un viaje del turismo comunitario independientemente de su área de interés.

El folleto provee la información de contacto para los operadores turísticos para cada experiencia o alojamiento, y los turistas necesitan reservar sus viajes directamente con ellos. Alba Sud no participa en las transacciones y por eso no recibe ningún beneficio de las reservaciones de los tours. Más bien, Alba Sud solo está promoviendo las empresas comunitarias y animando a los turistas a visitar las comunidades rurales de Latinoamérica. Alba Suda no sólo promueve los operadores individuales, sino que también se asocia con las organizaciones del turismo locales en diferentes países latinoamericanos. Por ejemplo, los itinerarios para viajes a Perú recomiendan que los visitantes trabajen con Pachamama, una agencia patrocinada por 14 grupos de artesanos, la Asociación Central Interregional de Artesanos Peruanos, y la Red Latinoamericana de Marketing (Alba Sud). Las organizaciones turísticas son extremadamente importantes para las comunidades porque estas organizaciones proveen capital social y el poder a luchar para lo que realmente necesitan. Por la promoción de estas organizaciones locales, Alba Sud las traerá más visitantes con la esperanza de que estas van a hacerlas más exitosas, y traerá más legitimidad y respeto a las organizaciones.

Otra organización española que promueve el turismo comunitario es Ayuda en Acción, que es una ONG que está ubicada en Madrid. Fundada en 1981, Ayuda en Acción trabaja para luchar contra la desigualdad y la pobreza en todo el mundo. Tiene iniciativas en Latinoamérica, Asia, África, España, y Portugal. El objetivo de las iniciativas es ayudar a las personas que están viviendo en la pobreza a adquirir habilidades para salir de la pobreza y alcanzar sus aspiraciones de una manera sostenible (Ayuda en Acción). En su lucha por terminar la pobreza, Ayuda en Acción se asocia con grupos del turismo comunitario para el desarrollo de las economías rurales,

específicamente en Bolivia y Ecuador. En Bolivia, Ayuda en Acción está asociado con el Centro de Promoción Agropecuaria Campesina (CPAC), que se enfoca en la formación de las familias locales sobre cómo aprovechar el mercado del turismo potencial en su región (Ayuda en Acción 2). También, CPAC organizó un festival en que cinco organizaciones colaboran para destacar las culturas indígenas y locales a través de la comida, la artesanía, y la música (Ayuda en Acción 2). En Ecuador, Ayuda en Acción colabora con 20 diferentes organizaciones para asegurar la conservación de las áreas ecológicas en el país, porque el ecoturismo es una parte grande de la economía. Uno de los sitios en Ecuador que están creciendo en popularidad es el Laberinto del Ángel. Una vez una maravilla oculta, a través de la promoción del área como una destinación turística ha aumentado los ingresos de las familias en la región por el 20% (Ayuda en Acción 2). Ayuda en Acción es otro ejemplo de como una organización grande puede ayudar con la promoción de las iniciativas comunitarias, sin beneficiarse en sí misma.

Conclusión

A medida que el turismo comunitario está creciendo en popularidad por todo el mundo, ahora es posible estudiar las diferentes iniciativas y examinar qué factores contribuyen a su éxito. Comparaciones entre ejemplos con menos éxito como Jamaica y India, y los sectores más exitosos como estos en Latinoamérica muestran que hay diferencias entre las formas en que ellos dirigen sus programas. Estas diferencias pueden explicar por qué algunos programas tienen más éxito que otros. Específicamente, la combinación del desarrollo de las organizaciones locales y la ayuda de ONGs extranjeras ha sido extremadamente influyente en el éxito del turismo comunitario en Latinoamérica. Ahora, comunidades rurales por sí mismas no tienen el poder o las herramientas para competir con la industria del turismo convencional y tener éxito. Sin

embargo, cuando trabajan juntos y obtienen ayuda de fuentes externas que tienen más recursos y conexiones, las comunidades aumentan sus posibilidades de éxito.

En el futuro, el turismo comunitario podría operar completamente bajo el control de la comunidad sin la ayuda de organizaciones extranjeras. Pero en este momento el turismo comunitario no tiene suficiente conocimiento en el mercado. Para beneficiar las comunidades ahora y empezar la reducción de la pobreza, parte de la directiva debe ser tomada de la comunidad para prepararla bien. Cuando las iniciativas llegan al punto en que son exitosas y pueden mantener su propia industria, hay esperanza que algún día las comunidades puedan ser totalmente autónomas y participar libremente en la industria en el futuro.

Obras Citas

Beirman, David. "Commentary on "connecting with culture": the challenge of sustaining community tourism." *Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly*, vol. 47, issue 4, 2006. *Gale General OneFile*.

Chaudhary, Manjula; Rinzing Lama. "Community Based Tourism Development in Sikkim of India - A Study of Darap and Pastanga Villages." *Transnational Corporations Review*, vol. 6, issue 3, 2014. *ProQuest*.

"El Turismo Comunitario." *Association of Caribbean States*, 2012, www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario.

Ernawati, Ni Made, et al. "Host-guest Orientations of Community-Based Tourism Products: A Case Study in Bali, Indonesia." *International Journal of Tourism Research*, vol. 19, no. 3, 2017, pp. 367–82. *Crossref*, doi:10.1002/jtr.2119.

Juvan, Emil, and Sara Dolnicar. "The Attitude–Behaviour Gap in Sustainable Tourism." *Annals of Tourism Research*, vol. 48, 2014, pp. 76–95. *ScienceDirect*, www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738314000668.

Maldonado-Erazo, Claudia Patricia, et al. "Community-Based Tourism in Ecuador: Community Ventures of the Provincial and Cantonal Networks." *Sustainability*, vol. 12, no. 15, 2020, p. 6256. *Crossref*, doi:10.3390/su12156256.

Manila Declaration on the Social Impact of Tourism. World Tourism Organization, 1977, <http://www.aitr.org/wp-content/uploads/2014/04/Manila-declaration.pdf>.

Mitchell, Jonathan, and Pam Muckosy. "A Misguided Quest: Community-Based Tourism in Latin America." Overseas Development Institute, 2008.

<https://assets.publishing.service.gov.uk/media/57a08bd2e5274a27b2000d9d/tourism-OpPaper.pdf>

Muhanna, Emaad. "Communities' Participation in Community-Based Tourism Management." *Journal of Tourism Challenges and Trends*, vol. 1, no. 1, 2008. *Gale General OneFile*.

"Quienes Somos." *Ayuda en Acción*. <https://ayudaenaccion.org/ong/sobre-nosotros/>

Ruiz-Ballesteros, Esteban. "Social-Ecological Resilience and Community-Based Tourism: An approach from Agua Blanca, Ecuador." *Tourism Management*, vol. 32, issue 3, 2011, p. 655-666. *Science Direct*. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.05.021>.

"Rural Community-Based Tourism: Latin American Catalogue." Alba Sud, 2015, <http://pachamamaturismo.org/en/wp-content/uploads/2015/12/CATALOGO-TRC-ENGLISH.pdf>.

Scherpenzeel, Jeanette. "Making Community-Based Tourism Shine Where it Matters." *International Trade Forum*, issue 1, 2020. *Gale General OneFile*.

Stone, George. "For Travelers, Sustainability Is the Word—but There Are Many Definitions of It." *Travel*, 3 May 2021, www.nationalgeographic.com/travel/article/what-sustainable-tourism-means.

Torres-Alruiz, María, et al. “Resilience and Community-Based Tourism: Mapuche Experiences in Pre-Cordilleran Areas (Puyehue and Panguipulli) of Southern Chile.” *Social Sciences*, vol. 7, no. 12, 2018, p. 249. *Crossref*, doi:10.3390/socsci7120249.

Trejos, Bernardo, and Lan-Hung Nora Chiang. “Local Economic Linkages to Community-Based Tourism in Rural Costa Rica.” *Singapore Journal of Tropical Geography*, vol. 30, no. 3, 2009, pp. 373–87. *Crossref*, doi:10.1111/j.1467-9493.2009.00375.x.

“Turismo comunitario, sinónimo de progreso y crecimiento.” *Ayuda en Acción*, ayudaenaccion.org/ong/blog/sostenibilidad/turismo-comunitario-sinonimo-progreso-crecimiento.

Yfantidou, Georgia, and Michela Matarazzo. “The Future of Sustainable Tourism in Developing Countries.” *Sustainable Development*, vol. 25, no. 6, Nov. 2017, pp. 459–466. *EBSCOhost*, doi:10.1002/sd.1655.

