

Solidarity Economy: The situation of community tourism in Ecuador

Economía Solidaria: La situación del Turismo comunitario en Ecuador

Campos-Sánchez, Shirley Tatiana
Docente de la Carrera Administración de Empresas de la Universidad Estatal del Sur de Manabí. Magíster en Desarrollo Local, Licenciada en Contabilidad y Auditoría, Contador Público Auditor, Licenciada en Ciencias de la Educación
Jipijapa - Ecuador



shirley.campos@unesum.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0001-6128-5319>

Cedeño-Palacios, Carlos Antonio
Magíster en Administración de Empresas, Economista de la Universidad Técnica de Manabí
Portoviejo - Ecuador



carloscedenopalacios@gmail.com



<https://orcid.org/0000-0001-7072-8097>

Palma-García, Yury Vladimir
Docente de la Carrera de Pedagogía Musical de la Universidad Técnica de Manabí
Magíster en Gerencia Educativa, Licenciado en Música de la Universidad Técnica de Manabí
Portoviejo - Ecuador



yurypalma@yahoo.es



<https://orcid.org/0000-0002-1422-2072>

Campos-Sánchez, Venus Sofía
Docente de la Carrera de Pedagogía Musical de la Universidad Técnica de Manabí
Magíster en Gerencia Educativa de la Universidad Estatal del Sur de Manabí
Especialización en Liderazgo Educativo de la Universidad San Antonio de Machala Licenciada en Música de la Universidad Técnica de Manabí
Portoviejo - Ecuador.



c.venussofia@yahoo.com



<https://orcid.org/0000-0002-3345-4338>

Fechas de recepción: 12-FEB-2024 aceptación: 15-MAR-2024 publicación: 15-MAR-2024



<https://orcid.org/0000-0002-8695-5005>

[Http://mqrinvestigar.com/](http://mqrinvestigar.com/)



Resumen

El objetivo de esta investigación es realizar una revisión crítica del estado actual del turismo comunitario en Ecuador, analizando su papel en la conservación de recursos naturales y culturales, su contribución al desarrollo comunitario y los desafíos que enfrenta. La metodología empleada consistió en revisar literatura relevante sobre el tema, examinando estudios previos, informes y documentos relacionados con el turismo comunitario en el contexto ecuatoriano. El turismo comunitario se destaca como una forma específica de economía popular y solidaria, donde residentes locales, frecuentemente de comunidades rurales y económicamente marginadas, ofrecen servicios de alojamiento y comparten sus tradiciones y conocimientos con los turistas. Este tipo de turismo no solo genera ingresos económicos para las comunidades locales, sino que también promueve la conservación del patrimonio natural y cultural, así como el desarrollo comunitario. Los principales hallazgos de la investigación revelan que el turismo comunitario en Ecuador enfrenta desafíos significativos, como la falta de comercialización efectiva, la ausencia de organizaciones patrocinadoras y la limitación de recursos. Sin embargo, se destaca su potencial para transformar positivamente las condiciones de vida de las comunidades locales y su papel crucial en la conservación de recursos y la promoción del desarrollo sostenible. Finalmente, este estudio resalta la importancia de gestionar el turismo comunitario como una empresa y aborda la necesidad de implementar estrategias efectivas para superar los desafíos identificados.

Palabras clave: Turismo comunitario; Economía popular y solidaria; Ecuador, recursos naturales; desarrollo comunitario

Abstract

The objective of this research is to conduct a critical review of the current state of community tourism in Ecuador, analyzing its role in conserving natural and cultural resources, its contribution to community development, and the challenges it faces. The methodology employed involved reviewing relevant literature on the topic, examining previous studies, reports, and documents related to community tourism in the Ecuadorian context. Community tourism stands out as a specific form of popular and solidarity economy, where local residents, often from rural and economically marginalized communities, offer accommodation services and share their traditions and knowledge with tourists. This type of tourism not only generates economic income for local communities but also promotes the conservation of natural and cultural heritage, as well as community development. The main findings of the research reveal that community tourism in Ecuador faces significant challenges, such as the lack of effective marketing, the absence of sponsoring organizations, and resource limitations. However, its potential to positively transform the living conditions of local communities and its crucial role in resource conservation and the promotion of sustainable development are highlighted. Finally, this study emphasizes the importance of managing community tourism as a business and addresses the need to implement effective strategies to overcome the identified challenges.

Keywords: Community tourism; Popular and Solidarity Economy; Ecuador; natural resources; community development

Introducción

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que implica el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios (OMT, 2020). Entre las diversas formas de turismo, el turismo comunitario destaca como una alternativa relevante dentro del turismo rural, enfatizando la apreciación de la identidad cultural, actividades experienciales dentro de la comunidad y autogestión (Bravo & Zambrano, 2018). El turismo comunitario representa un enfoque distinto en el uso del territorio y los recursos, caracterizado por prácticas de apreciación ambiental in situ, reconocimiento del patrimonio cultural comunitario e interacción con las comunidades locales (Palomino Villavicencio, Gasca Zamora y López Pardo, 2016).

El turismo comunitario integra alojamiento, gastronomía y servicios complementarios a través de la participación comunitaria, destacando prácticas sostenibles que requieren que las localidades desarrollen capacidades socio-políticas para valorizar su entorno, promover la colaboración entre diversos sectores, establecer conexiones con otros territorios y comprometerse con la comunidad global (Bravo & Zambrano, 2018).

En contraste con el turismo de masas, que ha mercantilizado extensos territorios, desplazado poblaciones y alterado espacios de vida y trabajo, el turismo comunitario representa una alternativa de desarrollo económico y social para áreas rurales, donde el territorio, los actores sociales y el medio ambiente convergen como elementos fundamentales de la actividad, con participación activa de las comunidades anfitrionas (Palomino Villavicencio et al., 2016). Sin embargo, el turismo comunitario es un término en desarrollo estrechamente relacionado con el turismo sostenible.

Además, es pertinente abordar el significado de Economía Solidaria, la economía solidaria parte de una consideración alternativa al sistema de prioridades en el que actualmente se fundamenta la economía neoliberal. Se trata de una visión y una práctica que reivindica la economía como medio –y no como fin– al servicio del desarrollo personal y comunitario, como instrumento que contribuya a la mejora de la calidad de vida de las personas y de su entorno social. Una concepción que hunde por tanto sus raíces en una consideración ética y humanista del pensamiento y de la actividad económica, que coloca a la persona y a la comunidad en el centro del desarrollo (Askunze Elizaga, n.d.)

Según el artículo 1 de la LEY ORGANICA DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital (Gobierno del Ecuador, 2018)

En consecuencia, el turismo comunitario forma parte de los organismos de la Economía Popular y Solidaria del Ecuador, todo esto debidamente sustentado en el marco legal del país y



debido a su forma organizativa y compromiso con principios de bien común que fortalecen las capacidades humanas y conservan espacios naturales y culturales para las generaciones futuras (Cisneros-Palacios et al., 2018).

Sin embargo, el turismo comunitario en Ecuador se enfrenta a desafíos significativos, como la falta de comercialización efectiva, la ausencia de organizaciones patrocinadoras y la limitación de recursos, entre otros. En tal virtud, la presente investigación tiene como objetivo realizar una revisión crítica del estado actual del turismo comunitario en Ecuador.

Metodología

El presente trabajo de investigación se basó en el enfoque de investigación documental, como lo describe Bernal en su obra "Metodología de la Investigación", donde define este enfoque como un análisis exhaustivo de la información escrita relacionada con un tema específico, con el propósito de identificar relaciones, diferencias, etapas, posturas o el estado actual del conocimiento sobre dicho tema (Bernal, 2010, p.111). Se utilizó un diseño de investigación no experimental, el cual se caracteriza por no realizar manipulación intencional de las variables independientes para observar su efecto sobre otras variables (Hernández-Sampieri & Mendoza-Torres, 2018). Además, el alcance de esta investigación fue descriptivo, lo que implica la representación detallada de personas, animales o fenómenos, describiendo sus características más relevantes (Cerdeña, 1993; citado por Bernal, 2010).

El objetivo principal de este artículo fue profundizar en el análisis, la elaboración y la representación hermenéutica del estado del arte del fenómeno de la investigación en Turismo Comunitario en Ecuador. Se priorizó la descripción del fenómeno social, destacando sus rasgos determinantes, según la percepción generada por los elementos que conforman la situación objeto de estudio.

Resultados

El turismo comunitario es un término en construcción que se relaciona con el turismo sostenible y además sus actores forman parte de la Economía Popular y Solidaria por su forma de organización y los principios del bien común que fortalecen las capacidades humanas y conservan los espacios naturales y culturales para las próximas generaciones (Cisneros-Palacios, Baixauli-Pérez, Samaniego-García, Bautista-Segovia, & Amador-Rodríguez, 2018).

Dicho esto, es oportuno abordar el marco legal en el que se sustenta lo manifestado en el párrafo que precede; en el caso ecuatoriano:

✓ Art. 283 de la Constitución de la República, establece que el sistema económico es social y solidario y se integra por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria y las demás que la Constitución determine. la economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios (Ecuador, 2008).

✓ Art. 319 de la misma Constitución, establece que se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresas públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.



✓ Art. 8. de la LEY ORGANICA DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO, indica que, integran la Economía Popular y Solidaria las organizaciones conformadas en los Sectores Comunitarios, Asociativos y Cooperativistas, así como también las Unidades Económicas Populares.

Adicionalmente, es necesario conocer los factores que inciden positivamente (1-6) y negativamente (7-11) en la situación del turismo comunitario; según Sartika & Wargadinata, (2017) estos son:

1. Planificación participativa y desarrollo de capacidades para fortalecer las habilidades de gestión turística de la comunidad
2. Colaboración y asociaciones que faciliten los vínculos con el mercado para garantizar la viabilidad financiera
3. Gestión local / empoderamiento de los miembros de la comunidad.
4. Establecimiento de objetivos ambientales / comunitarios para garantizar que los resultados estén alineados con los valores de la comunidad
5. Asistencia de facilitadores (gobierno, instituciones financieras y sector privado) - para facilitar el acceso a la economía formal
6. Centrarse en generar ingresos suplementarios para la sostenibilidad comunitaria a largo plazo
7. Viabilidad financiera: falta de financiación y habilidades financieras
8. Marketing: poco marketing directo para visitantes extranjeros
9. Desarrollo de productos: producto no preparado para el mercado
10. Desarrollo de capacidades: falta de acceso a los mercados
11. Gestión / gobernanza de la tierra: falta de empoderamiento de las comunidades locales (o gobernanza centralizada)

A continuación, se describen los factores mencionados:

Planificación participativa y desarrollo de capacidades

La educación no formal y el desarrollo de capacidades es clave para establecer una base de habilidades de gestión turística entre los residentes (Novelli & Gebhardt, 2007). Desde la etapa de planificación, se necesitan mapas participativos de recursos turísticos, identificación de activos y ejercicios de visión. (Tasci, Croes, & Jorge, 2014). analizan cómo la capacitación de las comunidades locales en áreas tales como la guía turística, el idioma, la comunicación, la higiene y la seguridad son esenciales para la implementación de iniciativas de turismo comunitario.

Los planificadores de estas iniciativas deberían reconocer que la capacitación lleva tiempo, quizás años. Dependiendo del rango y nivel de capacitación que pueda requerir una empresa de turismo comunitario, el proceso puede ser continuo a medida que las circunstancias cambien con el tiempo. Este desarrollo de capacidades es importante para brindar a las

comunidades las herramientas que necesitan para comprender las posibilidades involucradas en el turismo comunitario y convertirse en participantes más activos en el proceso (Hennink, Kiiti, Pillinger, & Jayakaran, 2012) (Stronza & Gordillo, 2008). Esto le da a las comunidades un punto de apoyo para enfrentar el mercado abierto y competitivo (Dixey, 2008) y permite a las personas comenzar a transformarse de beneficiarios a gerentes de negocios.

Identificar la cohesión (o unión) de la comunidad es importante desde el principio.

Las comunidades a menudo tienen diferentes puntos de vista sobre cómo acercar el turismo a sus hogares, y esto puede crear tensiones y conflictos, en contra del objetivo mismo del Turismo Comunitario para el desarrollo comunitario. La capacidad de los miembros de la comunidad para trabajar juntos y el grado en que se comparte un objetivo común entre los miembros afecta en gran medida el potencial de éxito.

La gestión del turismo y la capacitación empresarial son necesarias para equipar a las empresas de turismo comunitario con las habilidades para operar como empresas formales y proveedores para la industria del turismo. En muchos casos se necesita capacitación complementaria, como producción de artesanías, orientación, capacitación naturalista y habilidades en el idioma inglés (Jones & International Epler Wood, 2008). Cada caso debe evaluarse según sus necesidades específicas y luego la capacitación debe adaptarse a las realidades locales, como el nivel de educación previa, la fatiga del taller (en áreas que reciben muchos proyectos de donantes externos), las consideraciones de lenguaje y alfabetización, y las habilidades específicas necesarias para iniciativa particular del turismo comunitario (ya sea relacionada con alimentos, ventas, producción de bienes, etc.).

Colaboración y asociaciones que faciliten los vínculos con el mercado

La colaboración reduce el riesgo de fracaso del turismo comunitario, además es raro encontrar un proyecto de turismo comunitario iniciado y controlado completamente por la comunidad (Scheyvens, 2002). El asesoramiento externo y los enlaces son necesarios para garantizar el éxito (Iorio & Corsale, 2014; Ebrahimi & Khalifah, 2014) ya que muchos proveedores de turismo rural a menudo carecen de muchas de las habilidades y conocimientos necesarios para participar en el turismo. Por ejemplo, algunas empresas comunitarias pueden tener habilidades de hospitalidad, pero pueden carecer de conocimiento de los factores de demanda, conocimiento de la presentación del producto, comprensión de los mercados en los que trabajan y redes de comercialización (M. Mitchell & Hall, 2005). La participación local es tan posible como lo permita la capacidad de los participantes, por lo que es crucial para la colaboración con el gobierno, las ONG y el sector privado para garantizar la viabilidad comercial.

Existen varios modelos de iniciativas de turismo comunitario que van desde asociaciones del sector público hasta privadas y empresas conjuntas. Existen debates sobre los beneficios para la comunidad de estos arreglos y algunos consideran que los agentes externos no deberían estar muy involucrados (Halstead, 2003). Sin embargo, sin estos arreglos externos, un proyecto de turismo comunitario puede nunca producir resultados y beneficios previstos.

Gestión local y empoderamiento de los miembros de la comunidad.



Para garantizar la gestión local y el empoderamiento, se recomienda que haya un creación de un comité u organización de turismo para administrar el turismo localmente (Baker & Jamieson, 2000; Epler Wood, 1998; Fennell, 2002; Gutierrez, Lamoureux, Matus, & Sabunya, 2005; Jamal & Getz, 1995; Responsible Ecological Social Tours, 2003; Salazar, 2012; Wearing, S., & McDonald, 2002). Esto es importante para que los miembros de la comunidad involucrados en el negocio del turismo planifiquen, diseñen, administren, posean y supervisen el turismo. La participación en el desarrollo y la gestión de una empresa empodera a los miembros de la comunidad al crear un ciclo positivo a medida que aumentan su capacidad y su capacidad para mantener el bienestar de sus propias comunidades, lo que aumenta el orgullo de sus culturas. Este es a menudo el atractivo del turismo comunitario, especialmente en áreas remotas con poblaciones indígenas y costumbres antiguas.

Establecimiento de objetivos de desarrollo ambiental y comunitario.

La incorporación de objetivos de conservación ambiental y desarrollo comunitario en los objetivos del turismo comunitario ayuda a garantizar un compromiso con la sostenibilidad. La Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMT) compiló ejemplos de buenas prácticas en ecoturismo comunitario destacando los esfuerzos de sostenibilidad en términos de las contribuciones ambientales, sociales y económicas de cada proyecto (United Nations World Tourism Organization, 2003). Los esfuerzos ambientales comunes incluyen proyectos de conservación, gestión de residuos, agua y energía, inventario de flora y fauna para la interpretación de la naturaleza, jardinería y agricultura orgánica, reforestación, uso de materiales naturales tradicionales y sostenibles y reciclaje. Algunos esfuerzos sociales y económicos incluyen ayudar a construir escuelas, suministrar agua a los residentes, aumentar el microemprendimiento, capacitar a los locales para que sean guías, emplear a las familias indígenas para compartir conocimientos con los visitantes y las donaciones escolares. Estos esfuerzos son clave para mejorar la imagen del ecoturismo y alcanzar las metas descritas por los miembros de la comunidad.

Asistencia de facilitadores de TC: gobierno, instituciones financieras y participación del sector privado.

La lejanía en una comunidad puede ser tanto una bendición como una maldición. Puede ser una bendición porque es una atracción en términos de belleza natural, pero también puede ser una maldición debido a su falta de participación en la economía formal y, por lo tanto, a la falta de acceso al poder, el conocimiento y los recursos. La lejanía también puede inhibir las visitas si es demasiado difícil de alcanzar o si las carreteras no son fácilmente transitables. Los facilitadores del turismo comunitario, incluidas las instituciones gubernamentales y no gubernamentales, así como el sector privado, son esenciales para desarrollar el turismo comunitario de manera exitosa. Los facilitadores pueden tomar la forma de marketing, capacitación o financiación y, por lo tanto, estructuras institucionales, programas de financiación y sector privado.

Las asociaciones son todas facilitadoras para el éxito. El turismo comunitario requiere el apoyo de tales facilitadores para poder promocionarse bien y encontrarse entre las infinitas opciones de actividades turísticas disponibles para los turistas, así como para obtener acceso a recursos técnicos y financieros.

Existen debates sobre el valor del apoyo del gobierno y del sector privado para el turismo comunitario, pero a pesar de en cuanto a la diversidad de opiniones, está claro que para que el turismo comunitario se desarrolle a largo plazo, el respaldo es necesario ya sea en los dominios públicos o privados (Mtapuri & Giampiccoli, 2013).

Crear ingresos suplementarios para la sostenibilidad comunitaria a largo plazo

La solvencia financiera es un tema clave, ya que, sin esto, el éxito a largo plazo no puede existir. El éxito financiero incluye varios factores que también se describen en los puntos anteriores. La viabilidad financiera de una empresa está directamente relacionada con los vínculos del mercado y el desarrollo de productos listos para el mercado. Los financiadores no deberían financiar iniciativas que aún no tienen vínculos con el mercado o planes financieros sólidos, porque esas iniciativas podrían colapsar una vez que termine la financiación (Goodwin & Santilli, 2009). donde las actividades turísticas pueden considerarse complementarias a otras generadoras de ingresos, Por ejemplo, si los caficultores ingresan al turismo cafetalero, la actividad turística será complementaria a los ingresos agrícolas.

El turismo comunitario no debe verse como una solución completa para ingresos financieros de una comunidad, especialmente porque uno de los objetivos es mantener el número de visitantes lo suficientemente bajo como para minimizar los impactos negativos (Ping, n.d.); también se deben buscar formas complementarias alternativas de sustento, pues, las comunidades pueden volverse dependientes de los ingresos del turismo que resultan en vulnerabilidad durante las bajas temporadas, factores macroeconómicos como recesiones, desastres naturales y otros factores influyentes que reducen los visitantes al país y, posteriormente, a la comunidad.

Viabilidad financiera: falta de financiación y habilidades financieras.

La falla más frecuente en los proyectos de turismo comunitario es la incapacidad de ser financieramente viables; las iniciativas que mejoran el capital social y empoderan a las personas para mejorar sus propias vidas son ciertamente exitosas hasta cierto punto, pero aquellas iniciativas que no generan suficientes impactos económicos para alcanzar la sostenibilidad financiera no pueden considerarse como exitosas, porque el empoderamiento solo puede provenir de las etapas de planificación donde se proporciona financiación para los procesos participativos. Las asociaciones y empresas de turismo comunitario también a menudo carecen de sostenibilidad financiera debido a la falta de experiencia empresarial entre sus miembros (Forstner, 2004; Gascón, 2013; Kontogeorgopoulos, Churyen, & Duangsaeng, 2014) y los fuertes vínculos con el mercado. Muchas empresas de turismo comunitario ofrecen poco retorno de la inversión o dependen demasiado para el sustento de una comunidad. Las empresas de alojamiento se establecen con mayor frecuencia como experiencias de turismo comunitario, pero a menudo permanecen en baja ocupación y el desarrollo de productos o servicios puede no coincidir con las habilidades o tradiciones de la comunidad. La investigación sobre 200 iniciativas de turismo comunitario en América Latina, realizada por Rainforest Alliance y Conservation International indica promedios de solo 5% de ocupación para empresas de alojamiento.

Muchas iniciativas no pudieron atraer suficientes negocios para ser económicamente viables debido a problemas de marketing u otros problemas. Estos resultados muestran evidencia de que las condiciones para la sostenibilidad financiera no se están enfocando al comienzo de los planes del proyecto (J. Mitchell & Muckosy, 2008). Una alternativa es que tales empresas se acerquen a instituciones financieras o gobiernos para obtener préstamos, pero sin planes comerciales y de comercialización adecuados, esto tampoco resulta en una financiación adecuada. A menudo, esto se debe a la falta de experiencia o comprensión de cómo funcionan los préstamos o la financiación, y aunque existen muchas oportunidades para la microfinanciación, los períodos de recuperación o de gracia no están bien gestionados.

Comercialización: poca capacidad de comercialización directa para visitantes extranjeros

A menudo, cuando los gobiernos y los planificadores consideran el estado del turismo en un país, proyectan que un gran número de visitantes extranjeros podría traducirse en clientes para emprendimientos de turismo comunitario, sobreestiman la capacidad de las empresas de turismo comunitario para atender directamente a los mercados extranjeros. En realidad, para muchas de estas comunidades, la comercialización y el acceso a mercados clave suele ser un problema debido a la falta de conocimientos y recursos (Mtapuri & Giampiccoli, 2013; Gascón, 2013), así como a la falta de conciencia de los clientes sobre turismo comunitario como tipo de turismo o producto a comprar. Los destinos de turismo comunitario enfrentan desafíos en la supervivencia económica, incluso si tienen productos y servicios que están en demanda, debido a las capacidades de comercialización deficientes (Harrison & Schipani, 2007).

Desafortunadamente, sin asociaciones con operadores turísticos, los mercados extranjeros son muy difíciles de atraer (Mtapuri & Giampiccoli, 2013; Taylor, 2011; Tolkach, King, & Pearlman, 2013; Shikida, Yoda, Kino, & Morishige, 2010) ya que no muchas de estas iniciativas de turismo comunitario están conectadas al sector turístico más amplio, lo que crea un acceso limitado al mercado (Mtapuri & Giampiccoli, 2013; Goodwin & Santilli, 2009). Este problema se ve agravado por el hecho de que estas comunidades no poseen las habilidades o la capacidad necesarias para alcanzar adecuadamente sus mercados objetivo (Beirman, 2006; Goodwin & Santilli, 2009).

Los operadores turísticos que empaquetan experiencias también son los tipos más importantes de negocios con los que trabajar, ya que luego pueden vincularse con operadores internacionales que compran paquetes completos y los comercializan directamente al extranjero; por lo tanto, se deben buscar relaciones externas para garantizar mayores vínculos y acceso al mercado (Mtapuri & Giampiccoli, 2013).

Desarrollo del producto: producto no listo para el mercado

Casi siempre, el turismo comunitario se desarrolla en función de los activos de la comunidad, los objetivos de la comunidad y el deseo de lograr alguna forma de desarrollo económico basado en la atracción de visitantes. Esto ha sucedido porque el núcleo de la planificación del turismo comunitario ha sido determinar la mejor manera de usarlo como herramienta de desarrollo (Scheyvens, 2002; Asker, Boronyak, Naomi, & Paddon, 2010; Stronza & Gordillo, 2008). El problema es que los proyectos se desarrollan en función de lo que el área

tiene para ofrecer, y no de lo que exigen los que van a comprar, ya sean turistas directos u operadores turísticos que tienen una base de clientes establecida. Desafortunadamente, hay muchos proyectos de turismo comunitario que han fallado debido a este estilo de diseño.

Los problemas persistentes incluyen:

- Los productos no están diseñados en función de la demanda del mercado
- Los productos no se desarrollan en asociación con colaboradores externos que pueden ayudar a proporcionar las habilidades y/o capacitación necesarias y proporcionar acceso al mercado.
- El sector privado, que finalmente ha establecido el conocimiento del desarrollo de productos, lo que funciona en los destinos logísticamente y, en última instancia, lo que vende, no es consultado por las agencias de financiación y/o agencias gubernamentales que están facilitando el desarrollo de turismo comunitario.

• Muchas empresas de turismo comunitario comienzan antes de realizar una investigación de mercado vigorosa, incluida la identificación de compradores finales, para determinar la viabilidad de los proyectos de turismo comunitario.

Cuestiones de capacidad: falta de acceso a los mercados.

El turismo comunitario se enfrenta a problemas estructurales y de productos, descritos con mayor frecuencia como falta de capacidad; problemas debido a su ubicación remota, ubicaciones menos conocidas y poblaciones más pequeñas con generalmente menos infraestructura y cohesión como destinos. La probabilidad de éxito de las iniciativas de TC estaba directamente relacionada con su proximidad a una atracción importante y que a menudo las iniciativas de turismo comunitario fuera del camino no eran factibles (CTO, EU, 2007). Los problemas adicionales incluyen la falta de preocupación y el conocimiento de los factores de demanda, la falta de habilidades con respecto a la presentación del producto, el conocimiento limitado de los mercados en los que trabajan y el desarrollo limitado de las redes de cooperación y comercialización que crean 'barreras para el acceso al mercado' (M. Mitchell & Hall, 2005; Forstner, 2004; Tasci et al., 2014; Iorio & Corsale, 2014; World Bank, 2009).

En términos de competencia, la mayoría de los países tienen turismo rural y, por lo tanto, hay competencia no solo entre las comunidades vecinas, sino también entre países de todo el mundo. Los destinos rurales deben, por lo tanto, crear una identidad única y definir los grupos turísticos (segmentos) que puede atraer (Clarke, 2005). También deben crear redes entre pequeñas empresas para hacerse notar, y crear capacidad en términos de habilidades comerciales, marketing, publicidad y promociones, etc. y crear asociaciones con el sector privado (por ejemplo, operadores turísticos y otros alojamientos), así como Alianzas con asociaciones nacionales de turismo comunitario donde estén disponibles.

Gestión de la tierra / gobernanza: falta de empoderamiento de las comunidades locales

Si las iniciativas de turismo comunitario tienen como objetivo monitorear y controlar los impactos negativos en los recursos naturales, especialmente como parte de una estrategia de conservación, se requiere que el gobierno empodere la toma de decisiones y la gestión local de las empresas turísticas locales, ya que son las más cercanas a los recursos y pueden ayudar en

su protección si se les da cierto grado de autoridad; también es importante tener en cuenta que las normas de empoderamiento pueden variar entre culturas (Boley, Maruyama, & Woosnam, 2015).

Otro tema relacionado con la falta de empoderamiento y participación de la comunidad en la planificación es la noción de que el turismo impuesto a las comunidades puede generar resentimiento y un distanciamiento entre los locales y los turistas; Lo contrario también puede ser cierto, ya que hay una contradicción incrustada en el turismo comunitario; si bien es difícil de administrar, al menos debe ser reconocido por los planificadores y gerentes; si las experiencias culturales auténticas son la atracción principal del turismo comunitario, es importante que las comunidades tengan un sentido de propiedad, orgullo y deseo de compartir su cultura con los visitantes. El éxito del turismo comunitario se basa en este factor; el turismo comunitario se trata de la experiencia, desde la perspectiva del consumidor y también debe tratarse de la experiencia desde la perspectiva de la comunidad, y eso solo puede suceder si las personas locales ven los beneficios de una iniciativa de turismo comunitario y son parte de su diseño.

Ecuador ha sido señalado por varias instituciones como el país pionero en el nacimiento y desarrollo del Turismo Comunitario; ya a inicios de los noventa fue catalogado por The Ecotourism Society como “líder mundial del ecoturismo comunitario” (Ministerio de Turismo del Ecuador, 1993); Sin embargo, los Centros de Turismo Comunitario (CTC) todavía mantienen una oferta de servicios limitada, según indican (Cabanilla & Garrido, 2018); por ejemplo, regularmente se esperaría que todos oferten servicio de alojamiento, sin embargo, un 14% no lo ofertan; el servicio de guianza, que no está regularizado dentro de la normativa legal como tal, es el más ofertado y de acuerdo al estudio realizado, es el que presenta serios problemas, especialmente en los idiomas.

El servicio de alojamiento que es el segundo más ofertado después de la guianza, debe cumplir con cien índices normativas del Instructivo emitido por el Ministerio de Turismo, que van desde la instalación de rótulos iluminados en las afueras de los CTC, hasta la instalación en los sitios de alojamiento de salas de lectura con libros, revistas, mapas, fotografías y guías turísticas. La normativa propuesta hubiera sido ideal en países con índices altos de desarrollo o en caso de ser aplicada aquí, plantear estos requisitos con un periodo de transición en el afán de que los CTC tengan el tiempo y los recursos económicos suficientes para realizar las respectivas adecuaciones y alcanzar esos estándares. Pero en sitios rurales, donde en muchos casos ni siquiera existe energía eléctrica del Sistema Nacional Interconectado, y las pequeñas casas de las familias de las comunidades apenas tienen espacio para adaptar un dormitorio a los turistas, estas nuevas regulaciones se vuelven inviables, no solo por la inexistencia de servicios básicos en muchas comunidades, sino también por el alto costo que muchas de estas adecuaciones suponen.

Siguiendo con el orden de servicios más ofertados tenemos, el servicio de alimentación, la realidad de este servicio no dista mucho de los problemas encontrados en el servicio de alojamiento; el Instructivo de 2009 incluye treinta y tres disposiciones para el servicio de Alimentos y bebidas; nuevamente se vuelven a confundir normativas legales con estándares de calidad, cuando en el Instructivo se piden requisitos que ni siquiera se los puede considerar

como tales debido a la obiedad del tema; por ejemplo, no se ofrezcan productos caducados o las carnes y derivados lácteos deben ser refrigerados. Se pide también, por ejemplo, que el azúcar, mermelada, mantequilla, queso, etc. se ofrezcan en envases recargables de vidrio o cerámica, sin dar la opción a los artesanos, como por ejemplo de la comunidad de Oyacachi, que trabajan madera, puedan beneficiarse de la actividad turística.

El Instructivo pide igualmente que se informará a los visitantes sobre los productos alimenticios locales, la importancia de la diversidad agrícola de la zona, el valor nutricional y su importancia en la seguridad alimentaria. Muy pocas o ninguna comunidad maneja esa información, especialmente en este tipo de áreas técnicas; es por lo tanto, en este caso, la comunidad quien debe definir el valor nutricional de los productos que se consumen, incluyendo además el manejo de seguridad alimentaria. Es en este tipo de necesidades, donde los organismos estatales y las ONG deben estar presentes, ayudando a generar este tipo de información para las comunidades.

El último de los servicios que se oferta en estos sitios es el de transporte, el cual es parte de los servicios que los CTC están facultados a ofrecer; cabe indicar que en el Reglamento de Centros de Turismo Comunitario (2010), claramente se indica “transportación turística” como el servicio que se puede ofertar, el cual de acuerdo al Instructivo del 2009 solo se le toma como “movilización dentro del centro”; este documento menciona como única opción de transporte el acuático, y para su funcionamiento se piden los requisitos básicos de este tipo de operación; lo que llama la atención es que solo se menciona al transporte acuático, cuando gran parte del transporte utilizado por los turistas en los CTC del Ecuador continental es terrestre. Se puede entender que este servicio sea el menos ofertado por varias razones. Una de ellas es el alto costo de inversión que un vehículo supone para las comunidades, las cuales, en la mayoría de los casos, no disponen del dinero para la adquisición y mantenimiento de un transporte, ya sea un vehículo, una furgoneta o un bus turístico. Además, existe una normativa especial para poder conducir este tipo de transporte, la cual indica que los conductores deben poseer licencia de tipo Profesional y que el transporte como tal, debe pertenecer a una cooperativa legalmente reconocida; requisitos que se vuelven, sino en todos, en la gran mayoría de los CTC, nuevamente inviables.

Discusión

La situación del Turismo Comunitario en Ecuador presenta una paradoja interesante. Por un lado, el país ha sido reconocido internacionalmente como un pionero en este tipo de turismo, siendo destacado por instituciones como The Ecotourism Society ya desde principios de los noventa (Ministerio de Turismo del Ecuador, 1993). Sin embargo, a pesar de este reconocimiento, los Centros de Turismo Comunitario (CTC) enfrentan desafíos significativos en la oferta de servicios.

Uno de los principales problemas identificados es la limitada oferta de servicios en los CTC. Aunque se espera que estos centros ofrezcan una variedad de servicios, como alojamiento, guianza, alimentación y transporte, la realidad muestra deficiencias en cada uno de estos aspectos. Por ejemplo, el servicio de alojamiento, siendo uno de los más demandados después de la guianza, enfrenta dificultades para cumplir con las normativas establecidas por el Ministerio de Turismo, especialmente en áreas rurales donde la infraestructura básica es

limitada (Cabanilla & Garrido, 2018). Las regulaciones propuestas, aunque podrían ser ideales en contextos con altos niveles de desarrollo, resultan poco realistas y costosas de implementar en comunidades rurales con recursos limitados.

Similarmente, el servicio de alimentación también enfrenta desafíos, desde el cumplimiento de normativas legales hasta la falta de información sobre productos locales y prácticas de seguridad alimentaria. Las disposiciones del Ministerio de Turismo a menudo parecen desconectadas de la realidad local, lo que dificulta su implementación efectiva.

En cuanto al transporte, se observa una falta de atención a las necesidades específicas de las comunidades. Aunque el Reglamento de Centros de Turismo Comunitario reconoce la facultad de ofrecer transporte turístico, las regulaciones existentes se centran principalmente en el transporte acuático, ignorando las necesidades de transporte terrestre que son más comunes en los CTC del Ecuador continental. Además, los requisitos para la operación de transporte turístico, como licencias especiales y pertenencia a cooperativas reconocidas, son difíciles de cumplir para muchas comunidades debido a limitaciones financieras y burocráticas.

En resumen, mientras que Ecuador ha sido elogiado como un líder en Turismo Comunitario, los desafíos prácticos y regulatorios dificultan la plena realización del potencial de este sector. Es fundamental que las políticas y regulaciones se adapten a las realidades locales y se brinde apoyo tanto técnico como financiero a las comunidades para superar estos obstáculos y fortalecer su participación en el turismo sostenible.

Conclusiones

El Turismo Comunitario por su naturaleza, busca y propende al desarrollo local de sus principales actores: las comunidades. Este desarrollo, teóricamente, está ligado a un modelo basado en el desarrollo sustentable, donde hay tres variables que deben confluir: bienestar económico, conservación del medio ambiente y desarrollo social. Estos tres ejes han tratado, en la mayoría de casos, de ser incorporados al Turismo Comunitario, sin embargo, en muchos casos, por lo menos uno de ellos no se ha podido alcanzar.

Posiblemente, la consideración más importante para que un proyecto de turismo comunitario sea exitoso es crear vínculos de mercado en la etapa de planificación que puede ayudar a desarrollar un producto listo para el mercado, como en el caso de empresas conjuntas con operadores u hoteles, ya que no solo pueden proporcionar acceso directo a los mercados, sino que también pueden proporcionar capacitación a través del empleo directo y la capacitación.

La oferta en turismo, al igual que otras actividades comerciales, debe estar basada en la demanda, en este caso, en lo que los potenciales turistas están buscando, sabiendo que la demanda en el sector turístico es una de las más versátiles y con una amplia segmentación; cada año las exigencias de los turistas se vuelven más específicas y en muchos casos innovadoras, por lo que, la mayoría de proyectos exitosos en este sector, son justamente los que logran mantener su oferta al ritmo que le impone esa demanda, la cual no solo está constituida por los extranjeros que visitan el país, sino que está compuesta por los turistas residentes en el país y los residentes en el extranjero.

El Ministerio de Turismo acusa un desconocimiento pleno del modelo y realidad del turismo comunitario, los requisitos para la implementación y operación de sitios de alojamiento son demasiado altos, considerando los limitados recursos con los que cuentan las comunidades, a más del aislamiento y distancia que tienen algunos CTC de los sitios donde pueden adquirir o abastecerse de algunos elementos que indica el Instructivo.

Todo esto permite concluir que, la situación del turismo comunitario en Ecuador es crítica; debido a que la crisis por la que atraviesa el país, ha provocado una depresión e inobservancia a los factores que inciden en la realidad del turismo comunitario.

Referencias bibliográficas

- Asker, S., Boronyak, L., Naomi, N., & Paddon, M. (2010). *Effective Community Based Tourism: A Best Practice Manual*.
- Askunze Elizaga, C. (n.d.). *Economía Solidaria*. Retrieved from www.ripess.net
- Baker, J. E., & Jamieson, W. (2000). *Planning for Local Level Sustainable Tourism Development: Canadian Universities Consortium, Urban Environmental Management Project, Training and Technology Transfer Program University of Calgary, Canadian International Development Agency*.
- Beirman, D. (2006). *Connecting with culture: The challenge of sustaining community tourism*. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*,.
- Boley, B. B., Maruyama, N., & Woosnam, K. (2015). *Measuring empowerment in an eastern context: Findings from Japan*. *Tourism Management*.
- Bravo, O., & Zambrano, P. (2018). *Turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local: Un desafío para la Comuna 23 de Noviembre, Ecuador*. *Espacios*, 39(7).
- Cabanilla, E., & Garrido, C. (2018). *El Turismo Comunitario en el Ecuador*.
- Cisneros-Palacios, J.-G., Baixauli-Pérez, C., Samaniego-García, R.-P., Bautista-Segovia, A.-M., & Amador-Rodríguez, B. (2018). *El turismo comunitario, un modelo de economía popular y solidaria como solución al desempleo rural en Ecuador*. *Turismo y Desarrollo Local*, (24).
- Clarke, J. (2005). *Effective Marketing for rural tourism*. *Rural Tourism and Sustainable Business*.
- CTO, EU, C. (2007). *Competing with the Best: Good Practices in Community-Based Tourism in the Caribbean*. In Report from 8th European Development Fund (EDF) Caribbean Regional Sustainable Tourism Development Programme.
- Dixey, L. (2008). *The Unsustainability of community tourism donor projects: lessons from Zambia*. *Responsible Tourism Critical Issues for Conservation and Development*.
- Ebrahimi, S., & Khalifah, Z. (2014). *Community supporting attitude toward community-based tourism development; non-participants perspective*. *Asian Social Science*.
- Ecuador, G. del. *Constitución de la República de Ecuador*. , (2008).
- Epler Wood, M. (1998). *New directions in the ecotourism industry*. In K. Lindberg, M.E. Wood, D. & Engeldrum (Eds. *Ecotourism: A Guide for Planners and Managers*.
- Fennell, D. A. (2002). *Ecotourism Program Planning*. New York: CABI Publishing.
- Forstner, K. (2004). *Community ventures and access to markets: The role of intermediaries in*

- marketing rural tourism products. *Development Policy Review*.
- Gascón, J. (2013). The limitations of community-based tourism as an instrument of development cooperation: The value of the social vocation of the territory concept. *Journal of Sustainable Tourism*.
- Gobierno del Ecuador. LEY ORGÁNICA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA. , (2018).
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). Community-based tourism: a success?
- Gutierrez, E., Lamoureaux, K., Matus, S., & Sabunya, K. (2005). Linking tourism, communities, and conservation: a tourism assessment process: *Conservation International and The George Washington University*.
- Halstead, L. (2003). Making community-based tourism work: An assessment of factors contributing to successful community-owned tourism development in Caprivi, Namibia.
- Harrison, D., & Schipani, S. (2007). Lao tourism and poverty alleviation: community-based tourism and the private sector. *Current Issues in Tourism*.
- Hennink, M., Kiiti, N., Pillinger, M., & Jayakaran, R. (2012). Defining Empowerment: perspectives from international development organisations. *Development in Practice*.
- Iorio, M., & Corsale, A. (2014). Community-based tourism and networking: Viscri, Romania. *Journal of Sustainable Tourism*.
- Jamal, T., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*.
- Jones, H., & International Epler Wood. (2008). Community based tourism enterprise in Latin America: Triple bottom line outcomes of 27 projects. E. EplerWood International, U.
- Kontogeorgopoulos, K., Churyen, A., & Duangsaeng, V. (2014). Success factors in communitybased tourism in Thailand: The role of luck, external support, and local leadership. *Tourism Planning & Development*.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (1993). Programa fomento al turismo orientado a la naturaleza con fines en la participación ciudadana. Q.
- Mitchell, J., & Muckosy, P. (2008). A misguided quest: community-based tourism in Latin America. Overseas Development Institute, London.
- Mitchell, M., & Hall, D. (2005). Rural tourism as sustainable business: key themes and issues. *Rural Tourism and Sustainable Business*.
- Mtapuri, O., & Giampiccoli, A. (2013). Interrogating the role of the state and non-state actors in community-based tourism ventures: Toward a model for spreading the benefits to the wider community. *South African Geographical Journal*,.
- Novelli, M., & Gebhardt, K. (2007). Community based tourism in Namibia: 'Reality show' or 'window dressing'? *Current Issues in Tourism*.
- OMT. (2020). Glosario de términos de turismo | OMT. Retrieved February 8, 2020, from <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Palomino Villavicencio, B., Gasca Zamora, J., & López Pardo, A. (2016). El turismo comunitario en México: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El Periplo Sustentable: Revista de Turismo, Desarrollo y Competitividad*, (30), 6-37.
- Ping, W. J. (n.d.). Community-Based Ecotourism and Development in Northern Thailand.

- Responsible Ecological Social Tours. (2003). Community based tourism handbook. Retrieved from [m www.rest.or.th/training/handbook.shtml](http://www.rest.or.th/training/handbook.shtml)
- Salazar, N. (2012). Community-based cultural tourism: issues, threats and opportunities. *Journal of Sustainable Tourism*.
- Sartika, I., & Wargadinata, E. (2017). THE SUCCESS FACTORS OF RURAL COMMUNITY BASED TOURISM IN INDONESIA. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Scheyvens, R. (2002). *Tourism for development: Empowering communities*. London: Prentice Hall.
- Shikida, A., Yoda, M., Kino, A., & Morishige, M. (2010). Tourism relationship model and intermediary for sustainable tourism management: Case study of the Kiritappu Wetland Trust in Hamanaka, Hokkaido. *Tourism and Hospitality Research*.
- Stronza, A., & Gordillo, J. (2008). Community views of ecotourism. *Annals of Tourism Research*.
- Tasci, D. A., Croes, R., & Jorge, B. V. (2014). Rise and fall of community-based tourism - facilitators, inhibitors and outcomes. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*.
- Taylor, M. . (2011). *Public Policy in the Community*.
- Tolkach, D., King, B., & Pearlman, M. (2013). An attribute-based approach to classifying community based tourism networks. *Tourism Planning & Development*.
- United Nations World Tourism Organization. (2003). *Sustainable Development of Ecotourism: A Compilation of Good Practices in SMEs*.
- Wearing, S., & McDonald, M. (2002). The development of community-based tourism: Rethinking the relationship between tour operators and development agents as intermediaries in rural and isolated area communities. *Journal of Sustainable Tourism*.
- World Bank. (2009). *Project Appraisal Document on a Proposed Loan in the Amount of US \$15 Million to Jamaica for a Rural Economic Development Initiative Project*.

Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existe conflicto de interés posible.

Financiamiento:

No existió asistencia financiera de partes externas al presente artículo.

Agradecimiento:

N/A

Nota:

El artículo no es producto de una publicación anterior.

