



# ANÁLISIS DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN COLOMBIA Y ESPAÑA: ESTUDIO DE CASOS



**Presidente Consejo de Fundadores**

Padre Diego Jaramillo Cuartas, cjm

**Rector General Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO**

Padre Harold Castilla Devoz, cjm

**Rector UNIMINUTO Bogotá Virtual y Distancia**

Javier Alonso Arango

**Vicerrectora General Académica**

Stéphanie Lavaux

**Director General de Investigaciones**

Julio Mario Rodríguez

**Vicerrectora Académica y de Asuntos Estudiantiles**

**Rectoría UNIMINUTO Bogotá Virtual y Distancia**

Amparo Cubillos Flórez

**Director de Investigaciones**

**Rectoría UNIMINUTO Bogotá Virtual y Distancia**

Fernando Augusto Poveda Aguja

**Decano Facultad de Ciencias Empresariales**

**Rectoría UNIMINUTO Bogotá Virtual y Distancia**

Edgar Germán Martínez

**Directora Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**Rectoría UNIMINUTO Bogotá Virtual y Distancia**

Janeth Alejandra Saavedra Camargo

**Líder de investigación Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**Rectoría UNIMINUTO Bogotá Virtual y Distancia**

Jorge Alexander Mora Forero

Análisis del turismo rural comunitario en Colombia y España: estudio de casos / Janeth Alejandra Saavedra Camargo, Raquel García Revilla, Olga Martínez Moure...[y otro más].  
Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios. UNIMINUTO, 2021.  
ISBN: 9789587634617  
119p. il.

1. Turismo -- Investigaciones -- Colombia 2. Turimos -- Investigaciones -- España 3. Comercio turístico -- Estudio de casos 4. Industria de Servicios -- Investigaciones 5. Desarrollo sostenible -- Investigaciones 6. Turismo rural i. García Revilla, Raquel ii. Martínez Moure, Olga iii. Mora Forero, Jorge Alexander

CDD: 338.4791 A51a BRQH Registro Catálogo Uniminuto No. 100681

Archivo descargable en MARC a través del link: <https://tinyurl.com/bib100681>

#### **Autores**

Janeth Alejandra Saavedra Camargo

Raquel García Revilla

Olga Martínez Moure

Jorge Alexander Mora Forero

#### **Pares evaluadores**

Olga Judit García Molano

Ignacio Sariego López

#### **Corrección de estilo**

Karen Grisales

#### **Diseño y diagramación**

Fernando Alba Guerrero

#### **Fotografías**

Cindy Estefanía Jojoa

Olga Martínez

Primera edición: marzo 2021

#### **Análisis del turismo rural comunitario en Colombia y España: estudio de casos**

© Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, Bogotá, 2021

E-ISBN: 978-958-763-461-7

Esta publicación es el resultado de la investigación: “Turismo rural comunitario en Colombia y España”, financiada por la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO y desarrollada por el Grupo de investigación Ciencia Ambiente y Turismo Ecológico Sustentable - CAYTES del programa de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Rectoría Bogotá UNIMINUTO Virtual y Distancia.

Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO. Esta obra está protegida por el Registro de Propiedad intelectual. Los conceptos expresados en la misma son responsabilidad de sus autores y no comprometen la opinión de UNIMINUTO. Se autoriza su reproducción parcial en cualquier medio, incluido electrónico, con la condición de ser citada clara y completamente la fuente, siempre y cuando las copias no sean usadas para fines comerciales.

Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO

Calle 81B No. 72B-70 piso 8, Bogotá, D. C.

Bogotá, D. C. Colombia

## Dedicatoria

*A Dios, a mis padres a quienes les debo lo que soy, a mi esposo mi socio de vida y a la mayor bendición que he recibido, mi hijo Santiago, mi razón de ser.*

Janeth Alejandra Saavedra Camargo

*Quiero dedicar mi contribución en este libro de turismo, a la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA), por su extraordinario calor humano y compañerismo. Asimismo, quiero resaltar que esta obra, que hoy ve la luz, es el resultado de conversaciones muy fecundas con un gran equipo de investigación de Colombia, país entrañable que tuve ocasión de conocer. Gracias, de corazón.*

Raquel García Revilla

*Esta obra, que hoy se presenta, parte de una colaboración académica y de amistad. Quiero recordar en este punto a mis compañeros y compañeras del Departamento de Turismo y Marketing de la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA) y a todo el gran equipo profesional y humano que la conforma, que me alentó a lo largo de todo el proceso.*

Olga Martínez Moure

*A Dios y a la mujer que me ha acompañado en esta nueva etapa de mi vida, espero compartir más logros a tu lado M & M.*

Jorge Alexander Mora Forero

## Agradecimientos

**E**special agradecimiento a los líderes comunitarios de la Finca San Luis y el parque natural La Montaña del Oso que nos acompañaron en este trabajo de investigación. Al doctor Ignacio Sariego y a la doctora Olga Judit García por su gran aporte y contribución a esta obra.

De igual forma, a la doctora Concha Burgos García, rectora de la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA) y al doctor Antonio Rodríguez Rubial, director del Departamento de Turismo y Marketing de la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA). En UNIMINUTO, al doctor Álvaro Campo Cabal, rector de UNIMINUTO Virtual y a Distancia, a la doctora Yeldy Milena Rodríguez García, vicerrectora de UNIMINUTO Virtual y a Distancia, al doctor Fernando Augusto Poveda Aguja, director de Investigaciones de UNIMINUTO Virtual y a Distancia, al doctor Edgar Germán Martínez, decano de la Facultad de Ciencias Empresariales de UNIMINUTO Virtual y a Distancia y a la doctora Rocío del Pilar Montoya Chacón, subdirectora de Publicaciones de UNIMINUTO.

# Tabla de contenido

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>4</b>
<b>AGRADECIMIENTOS .....</b>	<b>5</b>
<b>PRÓLOGO.....</b>	<b>11</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>15</b>
Planteamiento del problema .....	17
Justificación .....	17
Objetivo general .....	18
Objetivos específicos .....	18
Metodología .....	18
Fases de la investigación .....	19
<b>CAPÍTULO 1.</b>	
<b>FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE TURISMO RURAL, TURISMO COMUNITARIO, ECONOMÍA SOLIDARIA Y TURISMO SOSTENIBLE .....</b>	<b>21</b>
Turismo rural .....	22
Turismo comunitario .....	26
<i>Turismo comunitario y su enfoque cultural .....</i>	<i>27</i>
<i>Turismo comunitario desde una perspectiva social .....</i>	<i>28</i>
<i>Características económicas del turismo de base comunitaria .....</i>	<i>29</i>
<i>Gestión del turismo en las comunidades .....</i>	<i>30</i>
Turismo comunitario y medio ambiente .....	30
Turismo rural comunitario .....	31
<i>Turismo rural comunitario y el COVID-19 .....</i>	<i>36</i>
La economía solidaria y su aplicación al turismo .....	37
<i>Economía solidaria .....</i>	<i>37</i>
<i>Turismo rural comunitario y economía social y solidaria .....</i>	<i>39</i>
Turismo sostenible .....	42
<i>Desarrollo sostenible .....</i>	<i>44</i>
<i>Lineamientos de desarrollo sostenible y turismo .....</i>	<i>45</i>
Consideraciones finales del capítulo .....	49

## **CAPÍTULO 2.**

### **TURISMO RURAL COMUNITARIO, ESTUDIO DE CASOS EN COLOMBIA .....51**

Estudio de caso La Montaña del Oso .....	52
<i>Aspectos cualitativos de La Montaña del Oso .....</i>	<i>52</i>
<i>Aspectos cuantitativos de La Montaña del Oso .....</i>	<i>55</i>
<i>Gestión del turismo durante la pandemia por el COVID-19 .....</i>	<i>61</i>
Estudio de caso Finca San Luis .....	62
<i>Aspectos cualitativos de la Finca San Luis .....</i>	<i>64</i>
<i>Aspectos cuantitativos de la Finca San Luis .....</i>	<i>65</i>
<i>Gestión del turismo en el marco de la pandemia por el COVID-19 .....</i>	<i>73</i>
Consideraciones finales del turismo rural comunitario en los casos de estudio en Colombia .....	73

## **CAPÍTULO 3.**

### **TURISMO RURAL COMUNITARIO, ESTUDIO DE CASOS EN ESPAÑA ..... 76**

Estudio de caso comarca de A Barbanza.....	77
<i>Aspectos cualitativos de la comarca de A Barbanza .....</i>	<i>78</i>
<i>Aspectos cuantitativos de la comarca de A Barbanza .....</i>	<i>80</i>
<i>Gestión del turismo durante la pandemia del COVID-19 .....</i>	<i>88</i>
Estudio de caso Cofradía de Pescadores del norte de Galicia .....	89
<i>Aspectos cualitativos .....</i>	<i>90</i>
<i>Aspectos cuantitativos .....</i>	<i>91</i>
<i>Gestión del turismo durante la pandemia del COVID-19 .....</i>	<i>98</i>
Consideraciones finales del capítulo .....	99

## **CAPÍTULO 4.**

### **CONCLUSIONES ..... 101**

Posibles líneas futuras de investigaciones .....	106
--	-----

### **REFERENCIAS ..... 107**

### **SOBRE LOS AUTORES ..... 118**

---

## Tabla de figuras

Figura 1. Descripción conceptual del turismo comunitario .....	27
Figura 2. Beneficios del TRC .....	34
Figura 3. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) .....	46
Figura 4. Beneficios del turismo sostenible .....	48
Figura 5. La Montaña del Oso, 2019 .....	53
Figura 6. Ubicación de La Montaña del Oso .....	53
Figura 7. Medición por factores .....	62
Figura 8. Finca San Luis .....	63
Figura 9. Ubicación Finca San Luis .....	63
Figura 10. Comedor con elementos reutilizables .....	65
Figura 11. Medición por factores .....	72
Figura 12. Comarca de A Barbanza .....	77
Figura 13. Comarca de A Barbanza .....	78
Figura 14. Medición de factores .....	87
Figura 15. Cofradía de Pescadores de Galicia .....	89
Figura 16. Ubicación de la Cofradía de Pescadores del norte de Galicia .....	90
Figura 17. Medición de factores .....	98



# Índice de tablas

Tabla 1.	Metodología de investigación en cada capítulo .....	20
Tabla 2.	Beneficios del turismo rural .....	24
Tabla 3.	Elementos clave en la planificación del TRC.....	35
Tabla 4.	Elementos clave para la economía solidaria .....	39
Tabla 5.	Principios de la Carta del Turismo Sostenible de Lanzarote.....	46
Tabla 6.	Principales acuerdos de la Carta Mundial del Turismo Sostenible +20 de 2015.....	47
Tabla 7.	Interés de la comunidad por el proyecto.....	55
Tabla 8.	Potencial turístico .....	55
Tabla 9.	Cumplimiento de la normativa legal .....	56
Tabla 10.	Organización comunitaria .....	57
Tabla 11.	Impacto sociocultural .....	57
Tabla 12.	Impacto sociocultural (factor de riesgo).....	58
Tabla 13.	Impacto ambiental .....	58
Tabla 14.	Impacto ambiental (factor de riesgo) .....	59
Tabla 15.	Impacto económico.....	59
Tabla 16.	Impacto económico (factor de riesgo) .....	61
Tabla 17.	Factores y porcentaje asociado.....	61
Tabla 18.	Interés de la comunidad por el proyecto.....	66
Tabla 19.	Potencial turístico .....	66
Tabla 20.	Cumplimiento de la normativa legal .....	67
Tabla 21.	Organización comunitaria .....	67
Tabla 22.	Impacto sociocultural .....	68
Tabla 23.	Impacto sociocultural (factor de riesgo).....	69
Tabla 24.	Impacto ambiental .....	69
Tabla 25.	Impacto ambiental (factor de riesgo) .....	70
Tabla 26.	Impacto económico.....	70
Tabla 27.	Impacto económico (factor de riesgo) .....	71
Tabla 28.	Factores y porcentaje asociado.....	72
Tabla 29.	Interés de la comunidad por el proyecto.....	80

Tabla 30.	Potencial turístico .....	80
Tabla 31.	Cumplimiento de la normativa legal .....	81
Tabla 32.	Organización comunitaria .....	82
Tabla 33.	Impacto sociocultural .....	83
Tabla 34.	Impacto sociocultural (factor de riesgo) .....	83
Tabla 35.	Impacto ambiental .....	84
Tabla 36.	Impacto ambiental (factor de riesgo) .....	85
Tabla 37.	Impacto económico .....	85
Tabla 38.	Impacto económico (factor de riesgo) .....	87
Tabla 39.	Factores y porcentaje asociado .....	87
Tabla 40.	Interés de la comunidad por el proyecto .....	91
Tabla 41.	Potencial turístico .....	92
Tabla 42.	Cumplimiento de la normativa legal .....	93
Tabla 43.	Organización comunitaria .....	93
Tabla 44.	Impacto sociocultural .....	94
Tabla 45.	Impacto sociocultural (factor de riesgo) .....	94
Tabla 46.	Impacto ambiental .....	95
Tabla 47.	Impacto ambiental (factor de riesgo) .....	95
Tabla 48.	Impacto económico .....	96
Tabla 49.	Impacto económico (factor de riesgo) .....	97
Tabla 50.	Factores y porcentaje asociado .....	98

## Prólogo

El turismo rural está directamente vinculado a la historia, evolución y vicisitudes del desarrollo rural. Recuerdo que una vez asentada España dentro de la Unión Europea estuvo colaborando con una entidad financiera de Granada para el desarrollo de una comarca de unos espléndidos recursos naturales y culturales, La Alpujarra, e íbamos dando charlas sobre el futuro y las posibilidades que el turismo rural tenía para aquellos lugares. En una de estas reuniones, donde asistían las personas con más capacidad de emprendimiento de la zona, uno de ellos se dirigió a mí con esta reflexión: “¿Cómo es posible que van a venir extranjeros y gente de la ciudad a estos pueblos, cuando lo que queremos los que aquí vivimos es irnos a la capital o a la costa?” En esta frase podría estar la clave de la problemática del turismo rural como actividad y más aún del turismo comunitario en el ámbito rural.

Los distintos programas de la Unión Europea para desarrollar los espacios rurales, cada vez más vacíos y con menos expectativas, fueron sucediéndose y ampliándose en el tiempo mediante instrumentos como los Leader (uno, dos y Plus) y CEDER con unos resultados, aunque no óptimos, sí bastante satisfactorios en la mayoría de los casos y en los que se llegaban a conceder subvenciones que podían llegar hasta un 50 % del total del proyecto, a fondo perdido.

No obstante, la perpetuación de los emprendimientos nacidos de muchos de estos programas fue en muchos casos decepcionante. Varias fueron las causas de estos fracasos. En primer lugar, la idea muy extendida de que estas actividades podrían llevarse sin problemas junto con las tradicionales agrícolas, lo que se dio en llamar agroturismo. Esto se ha demostrado que no es cierto en la mayoría de los casos a causa, principalmente, del carácter cada vez más evolucionado y profesional de la actividad turística, muy afectada por las nuevas tecnologías y el fraccionamiento de los mercados y que por ello absorbía toda la atención de los emprendedores que, además, necesitaban de la multiespecialización. Otra idea preconcebida, esta vez desde la demanda, es que el turista iba a estar dispuesto a pagar más por el componente de disfrute de la naturaleza y las atenciones personalizadas. El cliente seguía siendo un urbanita deseoso de hacer actividades en su tiempo libre que en el ámbito rural difícilmente se daban. Por último, en este campo se produjo un desfase entre oferta y demanda, en buena parte por las expectativas y las ayudas antes aludidas,

que, junto a otras circunstancias que comentaremos a continuación, hicieron fracasar buena parte de los proyectos.

Otra parte importante, aún con plena vigencia, para entender el desarrollo en general y también el turístico en los espacios rurales son las condiciones de entorno que pueden ayudar u obstaculizar estos procesos.

En la mayoría de los países y en especial en los menos desarrollados, el medio rural se caracteriza por tener una población envejecida, poco formada, refractaria a las innovaciones, con escaso capital financiero y con infraestructuras y servicios públicos deficientes, todo ello crea problemas para el desarrollo turístico. Por lo tanto, las probabilidades de éxito serán mucho mayores en los países o regiones más desarrolladas en las que las “condiciones de entorno” son más favorables.

Entrando ahora en el tema del “turismo comunitario”, o de base local, alternativo, justo, etc., hay que comenzar afirmando que ha ido tomando carta de naturaleza, al mismo tiempo que aparecía y se ensanchaba el concepto de sostenibilidad cada vez más admitido y necesario. Si la sostenibilidad medioambiental está en la propia esencia del turismo rural al formar parte de las motivaciones, a esta se le ha unido posteriormente la cultural, donde se encuentran las tradiciones y especialmente las gastronómicas, y la social, donde están los procesos participativos y la fijación local de los efectos de la demanda.

Aparte de todo lo anterior, está otro tema central que es la gestión de los procesos de desarrollo del turismo rural. Por un lado, hay que distinguir la gestión de los emprendimientos como un tema eminentemente privado, con perfil empresarial, aunque intervengan también entes asociativos y lo que suele llamarse la sociedad civil. Todos ellos deben responder a criterios de eficiencia y tener muy en cuenta temas como la gestión de costes, los recursos humanos, la gestión financiera y el marketing y la comercialización de los servicios que se oferten y del destino en general. Pero, por las circunstancias que hemos ido enumerando, también es importante una gestión pública de estos procesos, especialmente en los espacios menos desarrollados, que apoye y asista a estas iniciativas y no solo mediante subvenciones, sino también con asesoramiento, llegando incluso, en un primer momento, a asumir la dirección de la gestión hasta que se den las circunstancias para que puedan hacerse responsables los propios agentes. Se trata de procesos graduales que requieren de especiales habilidades y mucha capacidad transaccional de negociación entre las partes.

Las experiencias acumuladas en este campo me han llevado a la conclusión de que una alternativa eficaz es aplicar un método que he llamado de “injerto” y que consiste en buscar algún miembro de la comunidad local, de cierto prestigio, considerando esta en la más amplia perspectiva, y por ello con amplio reconocimiento de la misma, que además tenga formación suficiente y capacidad de liderazgo, que se ponga al frente del proyecto, venciendo las reticencias que pudieran surgir, al cual debería apoyar también la administración pública. Este sistema aceleraría los procesos de desarrollo turístico y produciría un efecto de demostración sobre el resto de la comunidad. En definitiva, estaríamos hablando de procesos de liderazgo, imprescindibles en el desarrollo comunitario y cuya carencia puede dar al traste con los mejores proyectos.

De igual manera, son los particularismos de cada caso los que deben aconsejar cuáles estrategias y medidas deben tomarse ya que existe una casuística enorme que desaconseja las generalizaciones y por el contrario induce a los exámenes del “caso”, tal como se hace en este libro, más aún si, como es el caso, se acude a una metodología de investigación común.

Los ejemplos escogidos en el libro para Colombia y España deberán de tener en cuenta estas “circunstancias de entorno” a que hemos hecho referencia entre ambos países y que aumentan las posibilidades de éxito en los entornos desarrollados. Además, cada uno tiene una estructura distinta. Así el de La Montaña del Oso, al ser un emprendimiento único, de arriba a abajo, solventa muchos problemas de organización y liderazgo, al igual que de financiamiento; no ocurre lo mismo con los de Finca de San Luis y la Comarca de A Barbanza, que precisan de mayor voluntarismo y acuerdo. Caso distinto es el de la Cofradía de Pescadores del norte de Galicia, que abarca una iniciativa sobre la que tanto la Unión Europea como los grupos de desarrollo pesquero tienen ya una amplia normativa y bastante experiencia, además de diversas líneas de apoyo financiero, dentro de lo que se viene llamando turismo pesquero o con una visión más genérica, turismo del mar, tema este de grandísimas posibilidades en las costas colombianas y caribeñas en general, donde aún subsisten con fuerza muchos modos de pesca artesanal protagonizados por comunidades costeras en condiciones precarias de vida.

Por último, hay que destacar algo que afecta directamente a los proyectos de turismo rural comunitario: la necesidad de alcanzar economías de escala que hagan viables los proyectos, muy importantes además en los temas de comercialización y mejoras de las explotaciones. La solución ante esta cuestión, que tanto perjudica a

las pymes, hay que buscarla siempre en el desarrollo de procesos asociativos que cubran tanto la producción, la financiación, como la venta dentro de estas unidades. La organización en clúster, primero, y club de productos, después, es un modo que ha demostrado casos de éxito.

Estamos ante un campo de trabajo que, aunque ya ha alcanzado cierta madurez en su estudio y gestión, aún queda mucho por investigar y que puede dar al turismo una dimensión mucho más humana, junto con una proyección social que ayude al bienestar de poblaciones y territorios con gran valor natural y cultural, pero, también con evidentes necesidades para crear riqueza y oportunidades de empleo en el camino, de niveles de bienestar en un mundo sostenible, sobre todo en una era tras la pandemia donde el valor de lo natural, la interacción con la naturaleza y la no masificación van a volver las miradas de los turistas hacia los espacios rurales olvidados.

Enrique Torres Bernier  
Universidad de Málaga. España

---

## Introducción

El turismo a lo largo de la historia ha demostrado su capacidad para adaptarse a las coyunturas y tendencias, las cuales, por lo general, son acordes a las características del entorno, las necesidades y/o motivaciones de los viajeros. Pues bien, no es un secreto que el confinamiento preventivo al cual se han sometido recientemente la gran mayoría de los países por la pandemia del COVID-19 pone al turismo en “cuidados intensivos”. No obstante, si se analizan las tendencias turísticas futuras, el turismo va a tener una clara propensión a visitar lugares de baja concurrencia. Por ello, esta obra describe la articulación del turismo rural con la gestión de las comunidades rurales. Esto permite ilustrar la realidad turística de las comunidades que habitan el territorio rural.

El turismo rural por lo general se establece como una forma para escapar del “estrés” a través de experiencias turísticas y, de paso, aprender las costumbres del campo. Es en el presente siglo que el turismo adquiere un papel fundamental no solo para la economía, sino para la sociedad que quiere satisfacer necesidades auto-creadas y tener actividades de recreación y tiempo libre. Es por ello por lo que esta obra ilustra la forma en que los campesinos ofertan actividades turísticas, abriendo su panorama en lugares donde por siglos se han caracterizado por realizar oficios rurales tradicionales como los de tipo pecuarios y agrícolas.

El turismo es una actividad económica clave incluso en algunos países como España llega a ser la principal en el desarrollo de una nación. No obstante, ha experimentado muchos cambios, uno de los más significativos es la transformación de los modelos de desarrollo económico. Por ejemplo, en la década de los ochenta tenía una clara tendencia hacia el turismo de masas en algunos destinos sobre todo los de playa. Posteriormente, surgen algunos conceptos académicos como el turismo alternativo el cual intenta lograr una tipología diferente al turismo masivo. Esta “metamorfosis” hace que ahora se piense en términos de desarrollo de los pueblos y de respeto al medioambiente.

Ahora bien, el turismo es una actividad que en la actualidad debe estar en sintonía con el entorno, tanto desde la perspectiva del medio natural como del social. Es precisamente en este contexto en el que el turismo se establece como un factor de desarrollo no solo para los grandes operadores, sino con una perspectiva más local. Es más, hoy en día una de las tendencias más comunes es el turismo responsable con el medioambiente y la comunidad. Para ello, los gobiernos deben establecer

lineamientos claves para que la planeación turística tenga en cuenta y se desarrolle en armonía con todos los actores y participantes de esta actividad.

Esta obra aborda el turismo y su gestión local, denominado para este texto como un turismo comunitario, teniendo en cuenta que son amplias las concepciones teóricas que abordan este concepto. Si bien es verdad que todavía no está muy difundido este término, también es cierto que desde la academia se ha ido posicionando de forma sólida, puesto que refrenda una realidad ya extendida. Así, este turismo rural comunitario es cada vez más seguido por los emprendedores y potenciado por los gobiernos y por las corporaciones locales. No en vano los turistas son más exigentes con las tipologías de ocio que buscan; en este sentido, como ciudadanos concienciados, quieren unas actividades de ocio y esparcimiento que sean responsables con el entorno, cuyo uso en modo alguno condiciona el bienestar de las futuras generaciones.

El presente libro de investigación consta de cuatro capítulos. El primer capítulo describe de forma teórica los conceptos de turismo rural, turismo comunitario, economía solidaria y turismo sostenible y aborda investigaciones recientes para entender el desarrollo turístico en la actual coyuntura, debido a que la pandemia que afronta la humanidad plantea una reconfiguración de dicha actividad. Este apartado se realiza citando autores y entidades reconocidas, con el fin de lograr una prospectiva teórica del turismo rural comunitario.

Los capítulos dos y tres describen la relación del turismo rural comunitario en Colombia y España. Para ello, se realiza una descripción de cuatro casos, a través de dos estudios en cada país. En el trabajo de campo se aborda la realidad de estos lugares, con el fin de describir la gestión del turismo por las comunidades rurales, de forma tal que el lector tenga una ejemplificación de cómo se gestiona el turismo rural comunitario en ambos países.

Por último, el capítulo cuatro describe los principales hallazgos y conclusiones de la investigación. Se definen las conclusiones de acuerdo con el diagnóstico que se realizó y las reflexiones del turismo rural comunitario en los casos de estudio en Colombia y España; se hacen algunas recomendaciones y se establecen posibles líneas futuras de investigación del turismo rural comunitario.

Este libro pretende aportar al desarrollo académico del turismo rural comunitario; también ser una base para que las comunidades evidencian los principales factores



que se deben aplicar para el éxito de una economía solidaria en las iniciativas de turismo en el territorio rural. De igual forma, esta obra tuvo un marco ético y de sostenibilidad, sin dejar a un lado el rigor de investigación.

Con el fin de cumplir con los aspectos de un libro de investigación se plantean, a continuación, el planteamiento del problema, la justificación, los objetivos, la metodología e instrumentos de investigación.

## Planteamiento del problema

Este libro tiene como propósito describir la realidad de cuatro iniciativas turísticas rurales de Colombia y España, con el fin de aportar al desarrollo científico del turismo, además de aportar a las comunidades e identificar indicadores que se deben tener en cuenta para la organización turística. Para lograr esta investigación se utilizó un enfoque mixto. Por un lado, se indagó acerca de aspectos del turismo rural comunitario, economía solidaria, ambiente y aspectos socioculturales; esto se dio a través de instrumentos metodológicos cuantitativos. Por otro lado, se realizaron entrevistas a los líderes de las iniciativas comunitarias, con lo cual se percibe la realidad de esta actividad. De esta manera, se pretende ahondar y conocer las configuraciones que se dan en el territorio a través del turismo. Para ello se plantea el siguiente interrogante investigativo: ¿cuáles son los factores económicos, ambientales, socioculturales en la organización de las comunidades rurales que ofertan servicios turísticos en los estudios de caso en Colombia y España?

## Justificación

Ahora bien, el turismo rural comunitario ha sido objeto de estudio en Colombia apenas en publicaciones recientes Huertas (2016), Burgos (2016), Mora (2019). Por otro lado, España cuenta con una mayor producción científica con autores como Fernández (1990), Ramos (1991), García (1995); algunos autores más recientes como Ibarra (2006), Okazaki (2008), Gascón (2011), Cañada (2015), Santos (2019), entre muchos otros; incluso algunos de ellos son referentes internacionales del turismo rural. Esto evidencia la fortaleza académica del turismo en el país ibérico, y evidencia que en Colombia el desarrollo intelectual en turismo es incipiente.

En España, las políticas de turismo en materia de ruralidad y turismo sostenible existen desde 1994, bajo iniciativas de la Unión Europea como el programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de Zonas Rurales (PRODER) (Cànoves et al., 2005). No obstante, en Colombia las políticas rurales han tratado de transformar las estructuras agrarias y sociedades, sin mucho éxito (Huertas, 2015).

En los aspectos del turismo comunitario, el Gobierno de Colombia ha establecido un documento que se queda corto, incluso como iniciativa de política. Este es el caso del documento *Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia*, publicado por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo (MinCIT) en 2012 (MinCIT, 2012). Incluso, este documento tiene varias críticas y ha sido catalogado como retórica de Estado (Rodríguez, 2018). Por ello, “es importante que se establezcan directrices claras, por ejemplo, una que se denomine: Política de Turismo Comunitario en Colombia. Esto permitirá desarrollar el turismo bajo lineamientos claros, que estén articulados con la investigación académica” (Mora y Motato, 2019, p. 125).

## Objetivo general

Evaluar los factores de sostenibilidad y economía solidaria en la gestión del turismo de las comunidades rurales que ofertan servicios turísticos en los estudios de caso en Colombia y España.

## Objetivos específicos

Describir conceptualmente el turismo rural, turismo comunitario, economía solidaria, turismo sostenible y la articulación de estos.

Diagnosticar la sostenibilidad y la economía solidaria en la gestión de las actividades turísticas de las comunidades rurales en los estudios de caso en Colombia y España.

Comparar la gestión solidaria y sostenible del turismo comunitario en los entornos rurales de Colombia con los estudios de caso de España.

## Metodología

Esta investigación propone un enfoque mixto, debido a que se describen las prácticas turísticas y solidarias de forma cuantitativa y cualitativa. La forma de mostrar esta investigación es de carácter inductivo. El tipo de investigación es descriptiva ya que se resaltan los hallazgos encontrados en los estudios de caso.

Para abordar los instrumentos de investigación se tuvieron en cuenta los lineamientos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y las entidades públicas que en Colombia se logra a través del MinCIT y en España se da por medio del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

Para concebir este libro se desarrollaron varias jornadas de trabajo con cuatro comunidades rurales, allí se realizaron dos evaluaciones, una con el fin de revisar los aspectos cuantitativos y otra para dar una revisión cualitativa en los aspectos de economía solidaria, turismo rural, comunitario y sostenible en los destinos rurales. En Colombia se analizaron dos casos que se explican en el capítulo dos y en el capítulo tres se analizan dos casos de España.

En estos lugares se realizó un trabajo de campo con los líderes comunitarios a través de diagnósticos y entrevistas, mediante tres fases. Primero, se ejecutó un acercamiento con el fin de realizar un recorrido guiado y un ejercicio de observación etnográfica participativa (Angrosino, 2012) y se observó el paisaje turístico. En la segunda se realizó una evaluación cuantitativa, de acuerdo con los instrumentos de turismo comunitario de Pacheco, Carrera y Almeida (2011) y la metodología de economía solidaria de Espín *et al.* (2017). En la tercera se realizó una entrevista semiestructurada con los líderes comunitarios, de acuerdo con los planteamientos de Robertt y Lisdero (2016). Los trabajos de campo permitieron abordar a las comunidades y ahondar acerca de la forma en la que llevan a cabo sus iniciativas comunitarias. En cada uno de los estudios de casos se describen aspectos cualitativos y cuantitativos.

## Fases de la investigación

Primero, se realizó una revisión de literatura en los aspectos turismo rural, turismo comunitario, economía solidaria y turismo sostenible.

Segundo, se realizó un diagnóstico cualitativo y cuantitativo en los cuatro estudios de caso. Para el diagnóstico cualitativo se tuvieron en cuenta los factores turismo rural, turismo comunitario, economía solidaria y turismo sostenible; para el diagnóstico cuantitativo interés de la comunidad por el proyecto, potencial turístico, cumplimiento de la normativa legal, organización comunitaria, impacto sociocultural, impacto ambiental e impacto económico.

Para el diagnóstico cuantitativo se plantearon tres factores de cumplimiento donde 0 indica que no cumple (color rojo), 1 indica que cumple parcialmente (color amarillo) y 2 que cumple (color verde).

A continuación, se evidencian los instrumentos de investigación, alineados con los objetivos de investigación en cada uno de los capítulos.

*Tabla 1. Metodología de investigación en cada capítulo*

Objetivos específicos	Instrumentos de investigación	Capítulo
Describir conceptualmente el turismo rural, turismo comunitario, economía solidaria, turismo sostenible y la articulación de estos.	Revisión de literatura.	Capítulo uno: fundamentos teóricos de turismo rural, turismo comunitario, economía solidaria y turismo sostenible.
Diagnosticar la sostenibilidad y la economía solidaria en la gestión de las actividades turísticas de las comunidades rurales en los estudios de caso en Colombia y España.	Adaptación de los modelos de turismo comunitario de Pacheco, Carrera y Almeida (2011) y economía solidaria de Espín et al. (2017). Entrevistas de acuerdo con la categoría de análisis.	Capítulo dos: turismo rural comunitario, estudio de casos en Colombia. Capítulo tres: turismo rural comunitario, estudio de casos en España.
Comparar la gestión solidaria y sostenible del turismo comunitario en los entornos rurales de Colombia con los estudios de caso de España.	Análisis de los resultados entre Colombia y España.	Capítulo cuatro: principales conclusiones.

CAPÍTULO 1

# FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE TURISMO RURAL, TURISMO COMUNITARIO, ECONOMÍA SOLIDARIA Y TURISMO SOSTENIBLE

El turismo en la actualidad tiene muchas formas y tipologías desde la oferta y la demanda, incluso como actividad económica adquiere un rol protagónico en el mundo, debido a su crecimiento, ya que cada vez son más las personas que realizan esta actividad. Estos nuevos turistas del siglo xxi están demandando experiencias turísticas que anteriormente no estaban contempladas. De este modo, el turista exige un turismo más vivencial, lejos del turismo masificado, queriendo vivir experiencias en lugares de recreación y ocio. Es así como esta obra describe una oferta de turismo rural, donde las comunidades campesinas se abren a una nueva posibilidad de ingresos y ofertan servicios turísticos. Por ello, este capítulo describe de forma conceptual estos elementos, con el fin de realizar una discusión teórica.

Ahora bien, es importante aclarar que las descripciones conceptuales no son unánimes, debido a que el turismo como actividad es objeto de estudio de diversas áreas de conocimiento (Nechar, 2018). Por ello, dada la naturaleza multidisciplinaria del turismo se encuentran algunas complejidades que impiden lograr una definición holística de algunos conceptos. Es por esto que abordar el turismo científicamente no es tarea sencilla, dadas las diversas teorías, las cuales incluso aún son objeto de discusión. En palabras de Ossipow (como se citó en De Escalona, 2015, p.188), “la noción de turismo es tan compleja como definir el color del viento”; por esta razón, se realiza una descripción que más allá de ser un concepto definitivo, plantea una discusión teórica de los fundamentos que propone esta obra.

En primera medida, este capítulo describe las concepciones teóricas del turismo y su articulación con el desarrollo rural, es decir el turismo rural, el cual es el eje central de esta obra. Del mismo modo, se realiza una discusión teórica acerca del concepto turismo rural comunitario, teniendo en cuenta el turismo comunitario o por sus siglas en inglés CBT (community-based tourism). Posteriormente, se detallan las concepciones de un turismo asociativo o solidario, partiendo de las nociones teóricas de la economía solidaria. Por último, y no menos importante, se ilustrará al lector con algo que no puede pasar desapercibido, el turismo sostenible, elemento que está intrínsecamente relacionado con lo que se denomina turismo rural comunitario.

## Turismo rural

Antes de abordar las precisiones comunitarias de la actividad turística es importante contextualizar al lector sobre qué es el turismo. Lo primero es entender que es objeto de múltiples disciplinas, entre las cuales se destaca la Economía, la Geografía, la Sociología, la Psicología, la Antropología, etc. (Acerenza, 2012). Uno de los significados más utilizados sobre el turismo es el de la OMT, la cual expresa que “el

turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales” (OMT, 2015).

En ocasiones los autores que abordan estudios de turismo presentan diversas tesis, las cuales se fundamentan en distanciamientos disciplinares (Okumus *et al.*, 2018). No obstante, es importante describir que el turismo es una actividad y por lo general se le entiende como la masificación del tour, lo cual no es del todo cierto, pues el turismo es una realidad social y económica (De Escalona, 2015). Este primer apartado describe los aspectos teóricos más relevantes del turismo desde una perspectiva rural.

El turismo es un área de estudios multidisciplinar, por lo cual requiere de aportes de diversas disciplinas para su desarrollo. Por esta razón, se esbozan los principales elementos que están relacionados con el turismo rural, desde una perspectiva económica, social, cultural y ambiental. No obstante, el elemento que predomina en la presente discusión teórica es el social, dado que se tiene en cuenta la oferta de servicios turísticos y los demás elementos que giran alrededor de las configuraciones rurales de las comunidades. Además, el turismo es un fenómeno social y como sucede con la mayoría de los fenómenos sociales se deben tener diferentes enfoques, puesto que esta tipología turística responde a una multiplicidad de factores (nuevas modas y usos sociales, captación de subvenciones, fomento de las tipologías turísticas que frenan la estacionalidad, entre otras).

Es muy común que el turismo rural sea objetivo de estudio por parte de la investigación turística, lo cual puede llegar a generalizar o encapsular a esta morfología turística. Por ello, este concepto se analiza no solo en investigaciones del turismo, sino también en las de estudios económicos, de planificación, antropología, geografía, sociología y negocios (Fang, 2020). Esto evidencia que el turismo rural es un concepto en construcción, el cual va convergiendo hacia nuevas miradas, no solo desde la academia, sino también desde el sector empresarial (Lane y Kastenholz, 2015).

Si se revisan las investigaciones turísticas con una mirada rural, se puede decir que este concepto ha cambiado a través del tiempo, debido a que son diversos los estudios desde diferentes posturas académicas (Winter, 2017). Hoy en día se puede apreciar el entorno rural como un lugar donde se da una experiencia de ocio y descanso. Allí, los visitantes tienen un intercambio económico, que da lugar a una experiencia turística como forma de consumo. Esta práctica económica permite dar valor a las

actividades realizadas en el espacio rural. A esto se le denomina turistificación del territorio, a lo que se refieren los procesos de mercantilización que van más allá de un simple intercambio de bienes y servicios (Zúñiga, 2014), puesto que las comunidades rurales ven una oportunidad de generar ingresos económicos.

Estos procesos de mercantilización en el territorio permiten que los residentes le den un valor al intercambio, a los bienes culturales y experiencias (Halewood y Hannam, 2001). Es importante hacer énfasis en que el turismo rural requiere de atractivos naturales o culturales, los cuales deben ser establecidos por las comunidades con planes de conservación para consolidarlos como un producto turístico; también que tiene una relación con los elementos propios del territorio, es decir, las actividades tradicionales del campo, como lo son las actividades pecuarias y agrícolas. Por ello, es imprescindible no perder la esencia, ni las características propias de cada lugar, ya que en algunos casos puede ser un factor negativo para la originalidad y convertirse en una moda, es decir en algo pasajero (Pérez, 2010). Es necesario precisar que el turismo rural la mayoría de las veces es un complemento a las actividades primarias que se desarrollan en el campo (Mora y Bohórquez, 2018).

El desarrollo del turismo en el territorio rural no solo cambia el paisaje físico, también produce cambios en el entorno social. Según Hwang, Stewart y Ko, cuando el turismo se realiza de forma masiva e intensa en una comunidad, la vida social de la comunidad sufre un cambio tremendo de agitación. Incluso, tales impactos podrían influir en la calidad de vida y cambiar las relaciones entre los miembros de la comunidad (2012).

Los beneficios del turismo rural con una planificación correcta son varios, tal y como se puede ver en la siguiente tabla.

*Tabla 2. Beneficios del turismo rural*

Mantiene el paisaje y los hábitats.
Sostiene la economía rural.
Sostiene la industria turística y su viabilidad.
Promociona experiencias turísticas satisfactorias.
Desarrolla comprensión y liderazgo hacia un sector rural equilibrado y diversificado.

Fuente: elaboración propia a partir de Lane (2005).

El turismo rural desarrollado de forma apresurada con fines lucrativos puede traer repercusiones negativas en el medioambiente y las comunidades. Sin embargo, si se



realiza de forma planificada, si la comunidad valora su entorno, su forma de vida, su idioma, su dialecto, su cocina y su herencia será positivo (Lane, 2005). Por ello, es importante evaluar cuáles son los intereses de la comunidad, es decir, cuáles son los factores motivacionales de las comunidades, esto juega un papel fundamental en la planeación del turismo rural (Streimikiene y Bilan, 2015).

En conclusión, tal y como se evidencia en este epígrafe, el turismo rural es un concepto bastante amplio, el cual debe ser abordado de forma multidisciplinaria para lograr una mayor comprensión. De acuerdo con las teorías aquí expuestas, se puede argumentar que el turismo rural es un complemento a la economía de productos primarios tradicionales del campo, como es el caso de la agricultura y las actividades pecuarias. De igual forma, el impacto de esta actividad depende de la planificación, si se tienen en cuenta los factores ambientales, culturales, sociales y motivacionales de las comunidades se podría afirmar que se desarrollaría un turismo sostenible. No obstante, trivializar los intereses y motivaciones de la comunidad, la ausencia de planificación y la masificación del turismo son factores determinantes para el desarrollo de impactos negativos en esta actividad.

El concepto de desarrollo rural se toma como una noción compleja de gestión, crecimiento y cambio del territorio, el cual tiene en cuenta dimensiones como la cultura, identidad, política, económica, ambiental y social (Bartual y Pareja, 2015). Todo esto es una respuesta ante las necesidades de una comunidad, y la cooperación entre diversos participantes que buscan mejorar la calidad de vida de estos y un bienestar común (Cárdenas y Vallejo, 2016). La diversidad rural es analizada desde diferentes dimensiones y tiende a la valorización y revalorización del territorio mediante la capitalización de sus potencialidades (Bartual y Pareja, 2015).

El desarrollo rural tiene en cuenta las tradicionales del campo, como las actividades pecuarias y de agricultura (Muñoz *et al.*, 2017). Sin embargo, surge un concepto que intenta describir las dinámicas rurales que se desarrollan en la actual coyuntura económica. La multifuncionalidad rural se refiere a las actividades socioeconómicas que tienen que ver con la agricultura y especialidades agropecuarias y nuevas actividades económicas (Loewy, 2016). Este concepto se plantea como una revalorización, que se concibe no como un giro a lo rural, sino como una óptica distinta a lo rural (Mora, 2019). En la multifuncionalidad rural se pueden realizar diversas actividades enfocadas al sector artesanal, industrial, comercial, minero, extractor de recursos naturales y el turismo, entre otros (Mora y Cerón, 2015).

Estas nuevas formas rurales amplían las fronteras agrícolas, la mecanización, la implementación de monocultivos, el aumento en el territorio y la actividad agrícola, entre otros son mecanismos propios de dicho desarrollo (Cárdenas y Vallejo, 2016). El desarrollo rural trasciende las fronteras y estampa una flexibilidad territorial que se puede transportar a lo regional y/o nacional (Zapatero y Muñoz, 2013). Esto quiere decir que aun cuando la actividad agrícola es una de las actividades económicas más representativas, no es la única. El territorio rural tiene una relación explícita con el turismo, ya que es una actividad económica que genera ingresos, mejora la calidad de vida y el bienestar de la población.

## Turismo comunitario

El turismo comunitario o turismo de base comunitaria no es algo nuevo, esta modalidad de gestión turística ha sido objeto de estudio desde finales del siglo xx, los primeros estudios lo describen como CBT por sus siglas en inglés (*community-based tourism*). Este último se menciona por primera vez en 1970 y surgió como una alternativa al turismo de masas; esto se dio a través de operadores turísticos que habían tenido experiencias en comunidades (Suriya, 2010). El turismo comunitario es objeto de estudio en investigaciones en 1985 por Murphy, quien trata de describir la relación entre el turismo y las comunidades locales en vía de desarrollo (Guzmán y Cañizares, 2009).

Antes de intentar definir el turismo comunitario, se proporciona una descripción de los elementos que aportan al desarrollo de este concepto. Por ello, es indispensable reconocer la importancia de este turismo para la población y cómo se ha desarrollado este en el territorio. Del mismo modo, se aborda la relevancia del turismo para la sociedad, haciendo énfasis en las comunidades y sus doctrinas. El turismo comunitario se caracteriza por tener elementos claves para su desarrollo, entre estos, la sostenibilidad debe estar incorporada en la gestión turística en los destinos.

Según Brunt y Courtney (como se citó en Lee y Jan, 2019) el desarrollo del turismo comunitario aumenta la infraestructura como carreteras, parques, atracciones recreativas y culturales, que benefician la calidad de vida de los residentes y respetan su cultura. El objetivo del turismo comunitario es asegurar que los miembros se empoderen de las actividades que se desarrollan en su territorio, obteniendo así una proporción significativa de los beneficios económicos; lo cual contrasta con las grandes empresas turísticas, cuyo motivo principal es obtener ganancias (Stone y Stone, 2011). Por otro lado, Ruiz *et al.* (2008) plantean que el turismo comunitario se basa

en el autoempleo y en generar beneficios tangibles e intangibles, para consolidar a las comunidades y proporcionarles mayores recursos; de manera que puedan gozar de una mayor autonomía en la gestión del territorio.

Por otro lado, Mora y Motato definen el turismo comunitario como:

Las actividades que realizan los turistas o visitantes, en las comunidades rurales o urbanas, donde sus habitantes encuentran en el turismo una actividad económica complementaria o principal, como fuente de ingresos. Los habitantes de estas comunidades tienen una participación activa en los servicios turísticos, haciendo uso de los recursos, ambientales y culturales de forma sostenible. Esta actividad debe ser viable económicamente, donde la mayoría del gasto de los viajeros, aporte al desarrollo de la comunidad. Para ello, debe haber una integración de todos los oferentes del servicio turístico. (Mora y Motato, 2019, p.30).

Estas definiciones evidencian las complejidades que representan el turismo y sus fundamentos teóricos. Por esta razón, se brindará una descripción conceptual más detallada del turismo comunitario desde sus diferentes enfoques. Para ello, se intenta aportar con los pilares teóricos del turismo y su gestión comunitaria. Los enfoques que se incluirán se ilustran en la figura 1.



*Figura 1. Descripción conceptual del turismo comunitario*

### **Turismo comunitario y su enfoque cultural**

Las actividades turísticas deben tener un atractivo, el cual es la motivación principal por parte de los visitantes. Por lo general, las motivaciones de viajes son de

tipo natural o cultural (Bueno y Meroño, 2017). Por ello, es importante establecer planes de acción que permitan a las comunidades instituir los recursos culturales y patrimoniales. Esto debe ser una prioridad, sobre todo en los pueblos originarios de América, es decir, en las comunidades precolombinas y, a su vez, fortalecer la cultura y rescatar los saberes tradicionales (Pilquimán, 2016).

El turismo con una planificación adecuada puede generar una concienciación para el establecimiento de la identidad cultural, es más, se deben dar procesos de revalorización del patrimonio (Kravets y de Camargo, 2015). Incluso, la población local debe concientizar de la importancia de este, teniendo en cuenta que este es el factor que determina la motivación de los visitantes. Esta gestión genera procesos de apropiación, que en caso de no tenerlos en cuenta puede dar acciones lesivas para las culturas locales (Pilquimán, 2016). La población local debe contar con asistencia técnica para gestionar los elementos culturales, independientes del turismo y, a su vez, establecer los indicadores para monitorear permanentemente impactos negativos (Cabanilla, 2015). Por ello, es importante que las comunidades se capaciten y que los procesos turísticos tengan apoyo de organismos públicos, privados y de la academia.

El turismo comunitario exhorta a que todos los actores, en especial los políticos, académicos e instituciones públicas y privadas, legitimen esta actividad (Cardona y Doria, 2015). Lo anterior, con el fin de brindar beneficios a las regiones que tienen un legado cultural y patrimonial. Se hace hincapié en la importancia de proteger a las comunidades; a pesar de la existencia de políticas públicas que regulan y demandan la protección de estas, muchas veces estos lineamientos se quedan en el papel (Cardona y Doria, 2015).

### **Turismo comunitario desde una perspectiva social**

Las ciencias sociales y las humanidades han hecho reflexiones y consideran que el turismo es un fenómeno social (Jiménez, 1990; Carvalho y Guzmán, 2011); debido a que el turista es un “ser” y el turismo es una experiencia que construye ese “ser” (Panosso, 2007). El turismo, sin duda, es un hecho social, debido a que la actividad turística requiere una interacción humana. Además, los seres humanos no pueden vivir aislados, son sociables; por esta razón, los turistas buscan un contacto permanente con la comunidad (Rodríguez *et al.*, 2014). Adicional, los individuos tienen derecho a la recreación y al tiempo libre (Asamblea General de las Naciones Unidas, 1948). Este no solo es un hecho para los turistas, sino también un elemento de desarrollo para las regiones.

Es importante que las propuestas comunitarias sean responsables con la sociedad, muchas veces se priorizan los beneficios económicos particulares, descuidando así la responsabilidad social. En algunos casos los empresarios turísticos son socialmente responsables, pero ello requiere de un proceso de reeducación social (Wojtarowski *et al.*, 2016). El turismo comunitario tiene como pilar las redes de escala humana, allí las comunidades deben organizarse y generar una articulación hacia nuevos modelos de desarrollo donde la población local sea la protagonista (Fernández y Henríquez, 2018). Para ello, deben evitar ser objetos del turismo y vincularse como sujetos de su propio desarrollo social.

### **Características económicas del turismo de base comunitaria**

El turismo se basa en las actividades y en las estrategias de integración local, generalmente se desarrolla en pequeña escala y logra establecerse como una fuente de ingresos importante en el desarrollo de las comunidades. No obstante, esta tarea no es simple, para lograrlo es fundamental integrar a los diversos agentes económicos (Guzmán *et al.*, 2009). Las grandes empresas o las multinacionales en turismo se han multiplicado, provocando en muchas ocasiones un deterioro ambiental y social en las comunidades (Wojtarowski *et al.*, 2016). Por ello, es importante aclarar que el turismo comunitario se caracteriza por tener una independencia de las grandes empresas o los grandes operadores turísticos. El desafío aparece entonces por la complejidad de las lógicas neoliberales que impiden en muchos casos esta articulación, el trabajo en red y, por ende, la efectividad de estas soluciones alternativas con las relaciones sociales (Kraevets y de Camargo, 2015).

La realidad del turismo desde la distribución del ingreso en los destinos turísticos tiene un gran componente de inversión extranjera; incluso, estas inversiones extranjeras se asocian con las burguesías locales (Bernier, 2015). Esto evidencia que las iniciativas a pequeña escala por parte de la población local normalmente tienen un porcentaje mínimo de participación en los destinos turísticos. Las iniciativas turísticas comunitarias son el derrotero para mejorar el desarrollo socio económico, para lograrlo se deben dar procesos sostenibles. Estos últimos deben ser gestionados por la comunidad y establecerse como instrumentos de lucha contra la pobreza (Vargas *et al.*, 2017).

Ahora bien, es importante conocer la actitud y los deseos de la población local hacia el turismo, ya que este elemento es imprescindible y determinante de éxito o fracaso en un proyecto turístico comunitario (Streimikiene y Bilan, 2015). Incluso, este

factor impacta la gestión, el empleo y la organización social (Ontiveros *et al.*, 2015). Por ello, es importante que estas iniciativas tengan una discusión y planificación con el fin de ofertar servicios turísticos con los que se satisfagan las motivaciones de los turistas, sin dejar de lado los intereses de los anfitriones.

## **Gestión del turismo en las comunidades**

Se ha evidenciado que la comunidad receptora tiene un papel fundamental, en los procesos de planificación turística (Cordero, 2018). Por ello, es importante que las iniciativas comunitarias se establezcan como un elemento que integre a toda la población local. Logrando así que las comunidades tengan beneficios y, a su vez, un papel bien definido. El turismo comunitario es una alternativa para las comunidades y este puede ser un factor para la gestión de los recursos naturales, culturales y sociales; requiere de la formalización turística de las comunidades (Roux, 2013). La gestión del territorio en muchos casos debe tener un apoyo de asociaciones que apoyen y asesoren a las comunidades, como la academia. Esto permite que las comunidades puedan tener mayores recursos y tener una mayor autonomía en la gestión del territorio (Ruiz *et al.*, 2008).

El turismo debe constituir prácticas a través de asociaciones comunitarias y así lograr una relación colectiva. No obstante, se deben establecer planes, axiomas y lineamientos para el desarrollo de actividades económicas, marcando así los pilares para el desarrollo de esta actividad. Esto permite que las iniciativas de turismo en la comunidad sean sostenibles y logren establecerse como estrategias que perduren en el territorio.

## **Turismo comunitario y medio ambiente**

Es importante hacer énfasis en que el turismo no siempre es bien visto como una opción sostenible con el medioambiente en las comunidades; razón por la cual se hace hincapié en que estas iniciativas deben estar alineadas con los planes de la comunidad y establecer axiomas para su desarrollo. Es así como el turismo comunitario con una gestión adecuada puede ser el derrotero para conservar el medioambiente, a través de procesos sostenibles. Para ello, la comunidad debe tener una gestión autónoma de los recursos naturales (Vargas *et al.*, 2017).

Para mantener la sostenibilidad ambiental en el turismo, la comunidad debe tener una participación y distribuir los beneficios económicos, para proteger los recursos naturales de la comunidad (Lee y Jan, 2019). De este modo, se puede emplear estos

recursos naturales para el desarrollo de servicios ecoturísticos, promoviendo la conciencia ambiental en el desarrollo de estos. Es importante aclarar que el turismo no es solo un instrumento de gestión ambiental por parte de la comunidad; en muchos casos los turistas buscan la forma de mostrar descontento por el consumismo y exteriorizar la preocupación por la justicia social y el respeto por el medioambiente (Ibarra *et al.*, 2017). Esto evidencia que muchos viajeros buscan una interacción con el medioambiente y la comunidad, aportando así a la sostenibilidad de los recursos naturales.

Finalmente, el turismo comunitario responde a las lógicas solidarias como actividad económica, sus lineamientos abordan cuestiones socioeconómicas distintas a las tradicionales economías de mercado (Azeglio *et al.*, 2018). Es decir, su funcionamiento está ligado al modelo de una economía social y/o solidaria, concepto que se definirá más adelante en este capítulo. En materia turística la interacción humana juega un papel importante ya que el trato cordial y amable son elementos primordiales para alcanzar el éxito en la calidad del servicio (Rodríguez *et al.*, 2014). Si bien el turismo es considerado un hecho humano y social, en el turismo comunitario son fundamentales las iniciativas humanas, el atractivo principal de los turistas. Incluso, como se mencionó anteriormente, este puede ser un factor para minimizar la pobreza y al mismo tiempo preservar los recursos naturales (Ontiveros *et al.*, 2015).

Es fundamental darle una importancia al turismo comunitario, no solo desde el punto de vista económico, sino como una actividad que contribuye a las poblaciones donde se lleva a cabo (Cordero, 2018). Este tipo de turismo es un elemento clave para lograr configuraciones positivas en las dinámicas sociales de las comunidades. Para ello, se deben adoptar medidas donde se generen más dinámicas económicas que incorporen a la población en los destinos turísticos; de forma que mejore la economía social y el medio ambiente (Wojtarowski *et al.*, 2016).

## Turismo rural comunitario

El turismo rural comunitario (TRC) es un fenómeno relativamente reciente que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basado en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de una comunidad. Este nuevo escenario está permitiendo la expansión de un modelo de turismo alejado de las actividades recreativas convencionales, apostando de forma decidida por el conocimiento y la experiencia compartida con comunidades locales, lo que se denomina turismo responsable, turismo solidario o turismo comunitario (Sariego, 2014).

El turismo rural tiene una alta dependencia de la acción del Estado en su fortalecimiento y esta intrínsecamente enmarcada a la gobernanza ambiental (Orjuela, 2013). Por ello, se debe enriquecer con los recursos naturales, costumbres y culturas locales y regionales, con el fin de generar beneficios económicos para las comunidades (Orozco y Núñez, 2013). De este modo, el turismo rural comunitario surge de la necesidad de generar alternativas económicas que diversificaran los ingresos de las familias del campo, enfrentadas a un modelo de desarrollo rural depredador de los recursos naturales que por muchos años ha aumentado la inequidad y concentrado la propiedad de la tierra, generando desempleo, emigración y deteriorando el vínculo de la comunidad (Cañada, 2015).

Algunos autores como Gascón afirman que históricamente el manejo de los recursos naturales tiende a generar más problemas que soluciones a las economías rurales (2011). No obstante, la especie humana obtiene una memoria a través de una conexión con la naturaleza, lo cual permite desarrollar una memoria biocultural (Toledo y Barrera, 2008). Por ello, no se deben trivializar los recursos naturales del territorio, es más, el TRC debe lograr un equilibrio entre lo natural y cultural y concientizar a los turistas de la importancia de la naturaleza para la humanidad.

El turismo rural, tal y como se plantea en el escenario actual, tiene en cuenta, como primera premisa, la noción de fragilidad natural y ambiental. Por lo tanto, implica que las poblaciones locales y los empresarios rurales colaboren con este tipo de turismo, que genera insumos y beneficios económicos, sin poner en juego los recursos naturales que deben estar intactos para las futuras generaciones. El turismo rural entra directamente en asociación con el ecoturismo y el agroturismo, por compartir objetivos comunes. Es más, algunos autores como Martínez y García (2016) manifiestan decididamente que todas estas tipologías turísticas mejoran incluso el entorno natural, por lo que son apoyados por las administraciones públicas y por los gobiernos locales.

La conciencia social de la población y de la sociedad en general hace también que los turistas busquen un tipo de oferta que vaya acorde con el ecologismo y con los impactos ambientales de las zonas rurales. Llegados a este punto cabría definir qué se entiende por impacto ambiental, para ello, Ramos (1992) explica el constructo impacto desde la perspectiva ecológica con el acto de alteración de los recursos del entorno que son, de por sí, frágiles. En esta misma línea, Gallopín (1982) indica que depende de dos factores principales: el conjunto de acciones humanas que inciden



sobre el sistema ambiental físico y el conjunto de respuestas ambientales o reacciones a estas acciones.

El TRC tiene una enorme impronta en las áreas verdes y opera según los principios de la sostenibilidad, por lo que tiene en cuenta la capacidad de carga. Debe ser garante del respeto al medioambiente y generar ingresos a las comunidades, así como empleo, de modo que no solo promueva la conciencia medioambiental, sino también a la sociedad. Es importante indicar que el turismo rural ha ayudado enormemente a otros sectores de la economía como el comercio local. En términos generales ha servido para generar incentivos económicos y puestos de trabajo. Además, ha tenido una gran importancia a la hora de revitalizar determinadas áreas verdes, que habían estado deprimidas y que ahora, gracias al TRC y a sus actividades asociadas, han vuelto nuevamente a emerger, con más vida y energía.

Ahora bien, a través del turismo rural se pueden lograr asociaciones y demás características de una economía solidaria. Esto es imprescindible ya que el TRC requiere de estrategias que se den en conjunto por medio de la democratización de las actividades, evitando caer en prácticas desleales. En definitiva, el TRC requiere de un proceso de construcción por las partes interesadas y ver el turismo como una actividad productiva. Por ejemplo, una reorientación de la base económica para dar al turismo un perfil más alto requeriría intereses locales y unirse para implementar cambios (Reed, 1997).

El TRC debe incorporar mecanismos para generar beneficios económicos a todos los miembros de la comunidad. De este modo, es importante considerar la demanda de servicios turísticos que tienen los visitantes y así generar microemprendimientos en la economía local (Goodwin, 2013). En consecuencia, el TRC debe ser un ejemplo paradigmático del turismo sostenible y respetuoso con el entorno natural, incorporando las actividades tradicionales de forma experiencial en los procesos turísticos en el territorio rural.

Adicional, se establece como una oportunidad para lograr los objetivos de desarrollo y apoyo a las comunidades tal y como se establece en el Código de Ética Mundial para el Turismo (CEMT). De igual forma, debe anclarse a la nueva reconfiguración social establecida en la actual coyuntura de la pandemia por el COVID-19. Para lograr estos objetivos, el TRC debe relacionarse estrechamente con el turismo sostenible y los aspectos de bioseguridad. Además, las comunidades rurales deben exaltar

sus actividades económicas tradicionales de tal forma que los procesos turísticos estén dados de forma autóctona.



**Figura 2.** Beneficios del TRC

**Fuente:** elaboración propia a partir de CEMT, artículo 5, OMT (1999).

El TRC se establece como una oportunidad para lograr los objetivos éticos de la actividad, ya que requiere de una integración comunitaria. Asimismo, debe realizarse de forma planificada con el fin de que sea sostenible y cumpla con los objetivos de desarrollo. También, se debe efectuar una democratización de los proyectos turísticos, incorporando a los miembros de la comunidad. De este modo, se evita la competencia desleal y permite alcanzar objetivos comunes de los agentes del territorio.

El desarrollo planificado del turismo está asociado al ordenamiento territorial, en este sentido, se debe tomar en consideración la labor que realizan las secretarías, también denominadas Direcciones de Turismo (que existen a nivel nacional, regional y local). Serían, en resumen, las superestructuras turísticas, y su objetivo fundamental es la planificación y el diseño de los denominados “planes de desarrollo” que tienen importancia a la hora de realizar una gestión del turismo correcta y sostenible. Dichos planes conceden un protagonismo específico a la variable natural, ambiental, considerando que los espacios verdes, en los que se desarrolla la actividad turística relacionada con el turismo rural, tienen que ser protegidos por las autoridades locales, autonómicas y nacionales, y estas tienen que ser, por tanto, garantes de que se produzca una buena planificación y una correcta gestión. No obstante, es importante resaltar que los planes de desarrollo pueden ser perfectos, pero al llevarlos a cabo no siempre logran los objetivos o expectativas.

En este sentido, es importante que los municipios consideren los aspectos que se mencionan en la siguiente tabla.

**Tabla 3. Elementos clave en la planificación del TRC**

<b>Desarrollo rural respetuoso:</b> las actividades turísticas que se desarrollan deben tener respeto y armonía en el territorio, de este modo, se evita poner en peligro los recursos naturales y culturales y esto permite conservar las tradicionales locales.
<b>Desarrollo sostenible:</b> las actividades turísticas deben satisfacer a los viajeros y desarrollarse plenamente sin poner en peligro los recursos actuales y, de este modo, garantizar el desarrollo del turismo en las generaciones futuras.
<b>Generación de puestos de trabajo:</b> las propuestas turísticas en el territorio rural deben aportar al desarrollo de empleo de las personas de la comunidad.
<b>Generación de conciencia ambiental:</b> la actividad turística debe enfocarse en enseñar saberes ambientales y/o culturales a los viajeros con el fin de desarrollar una conciencia ambiental y social.
<b>Generación de conciencia ciudadana:</b> es importante que los servicios turísticos que ofertan las comunidades enseñen a los viajeros de la importancia de la conservación de los recursos naturales, de igual forma del respeto mutuo.
<b>Generación de infraestructuras:</b> se deben invertir en infraestructuras turísticas, es decir, en vías de acceso, señalización y demás aspectos físicos que permitan el tránsito de viajeros.
<b>Fomento de actividades asociadas:</b> la oferta turística de las comunidades debe aportar al desarrollo de otras actividades asociadas al territorio rural, como el comercio justo y promover las actividades que desarrollen estas comunidades.

En este caso, las iniciativas de la administración, sumadas a la importante conciencia ciudadana, hacen que el turismo rural sea un acicate del turismo sostenible y esta práctica puede ser un modelo para seguir en otras zonas que se encuentren con el mismo problema o escenario.

Después de lo planteado anteriormente, se deben considerar los retos y las perspectivas futuras del TRC, con el fin de lograr una planificación turística que pueda dar respuesta a estos elementos. En este sentido, es preciso señalar que el visitante rural también debe ser responsable con el entorno natural, por ello es importante advertir al turista y establecer pautas para el desarrollo de un turismo responsable con los recursos naturales, culturales y actuando con respeto hacia las comunidades anfitrionas.

Se resalta la importancia de incorporar las actividades económicas locales, esto con el fin de vincular una economía basada en la diversificación; lo cual permite un óptimo sustento económico en las regiones rurales y, a su vez, que los visitantes tengan una experiencia turística excepcional. En conclusión, los procesos de turistificación en el territorio rural deben contribuir al arraigo de las representaciones sociales y culturales de las comunidades. Para ello, se deben incorporar las diversas actividades económicas del territorio y evitar la pérdida de tradiciones, lo cual impactaría negativamente las experiencias turísticas.

## **Turismo rural comunitario y el COVID-19**

La crisis mundial producida por el COVID-19 ha marcado un declive en el turismo haciendo que se pierdan empleos, se detengan empresas, aerolíneas y demás economías implicadas (Melián y Bulchand, 2020). Además, ha disminuido notablemente la confianza del turista en cuanto a las condiciones de salubridad y se ha generado incertidumbre por la situación de los diferentes destinos. El turismo deberá impulsar la sostenibilidad y el distanciamiento, para ello se establece la importancia de la planificación y evaluación de modelos de turismo (Bauzá y Melgosa, 2020).

La pandemia del COVID-19 ha generado una emergencia de salud pública, lo cual incide en las preferencias, el comportamiento y las intenciones de viajar de las personas, debido a que muchos tienen miedo a ser contagiados (Zhu y Deng, 2020). La actual crisis ha demostrado la fragilidad del sector; sin lugar a dudas, el turismo es la actividad económica con mayor afectación; debido a que limita los viajes y el contacto social. Además, ha demostrado cómo lo construido durante varios años puede debilitarse en pocos meses como consecuencia de la crisis social y económica; adicional, evidencia los grandes desafíos que tiene el sector turístico (Yeh, 2020).

En la actual coyuntura el turismo rural comunitario tiene los elementos para consolidarse como alternativa para los viajeros, debido a que esta morfología de turismo suele caracterizarse por no generar aglomeraciones y desarrollarse en espacios abiertos (Grande, 2020). Además, el turismo rural comunitario tiene bajo riesgo de contagio, es cercano, económico e incentivará a los habitantes a viajar para relajarse, socializar y conocer los sitios turísticos de su propio país contribuyendo al desarrollo social y económico (Zhu y Deng, 2020).

De este modo, es posible afirmar que se deben adoptar las medidas necesarias para garantizar la salubridad y seguridad para residentes y visitantes. El COVID-19 exhorta a replantear los procesos de planificación turística y crear estrategias de innovación en el sector (Brouder, 2020). Además, las comunidades receptoras tienen una gran posibilidad para repositionar el turismo rural y de naturaleza (Grande, 2020). Para lograr este cometido es importante implementar no solo protocolos de bioseguridad, sino también estrategias de reservas y demás elementos de gestión.

En el año 2020 la pandemia ha causado un gran impacto negativo en la economía a nivel mundial especialmente en la industria del transporte, el turismo y el entretenimiento y las pequeñas empresas (Zhu y Deng, 2020). Definitivamente es necesario incentivar y enseñar a la comunidad y operadores turísticos pequeños

locales a crear diferentes ingresos económicos para que en momentos de crisis no se encuentren tan vulnerables (Cave y Dredge, 2020). Para ello, se requieren modelos de planificación y estudios que permitan identificar los riesgos de la actividad turística en el sector rural.

Es importante generar estrategias y planes de acción que permitan definir acciones que contengan y mitiguen estos efectos en el sector del turismo (Yeh, 2020). La investigación en turismo tiene un gran desafío, por esto se deben generar proyectos y programas para hacer estudios que permitan predecir y crear estrategias para afrontar pandemias futuras y poder reestablecerse rápidamente (Sigala, 2020). Si bien, el COVID-19 ha expuesto la fragilidad del sector, también es una oportunidad para generar planes por parte del sector público y privado. Adicional, la academia debe aportar con estudios serios de investigación de forma que acompañen a las comunidades rurales que ofertan servicios turísticos.

## La economía solidaria y su aplicación al turismo

El turismo como ya se ha esbozado es un área de estudios multidisciplinar, por ello, la presente discusión se centra en un enfoque económico. Para ello, se describe la relación teórica del TRC con la economía social o solidaria. Esto permite reconocer la relación de las actividades que se realizan de forma solidaria, y si el TRC tiene las características para considerarse una actividad de economía social. De igual forma, se describen algunos aspectos teóricos que tienen una relación con el turismo como el caso del turismo comunitario y si existe una relación con las actividades que plantea el campo.

### **Economía solidaria**

El concepto de economía es bastante amplio, así como los aspectos solidarios también lo son, por ello este epígrafe se centra en brindar la descripción de esta forma de intercambio desde una postura social, de pequeñas agremiaciones, de desarrollo local. Es decir, con una lógica contrahegemónica de las economías liberales, lo cual responde a una economía basada en la asociatividad y el cooperativismo. Si se analiza el término economía social, este surgió a mediados del siglo XIX, y no se trata solo de un tipo de organizaciones, las cooperativas y los fondos creados por los trabajadores, sino también de un razonamiento de la “economía de los economistas”, un enfoque que integra la problemática social al estudio de la economía (Delgado y Richer, 2001).

Es así que, muchas organizaciones sociales y empresariales han visto la necesidad de mostrar caminos alternativos a los hegemónicos; es allí donde aspectos como autogestión, desarrollo comunitario, consumo, comercio justo o finanzas éticas encuentran una interesante y necesaria convergencia (Guerra, 2010). Para lograr una organización económica social se requiere de una organización que es mucho más fácil gestionar desde las pequeñas comunidades. Según Carvalho y Guzmán (2011), las apuestas económicas neoliberales han hecho que el territorio se ponga a disposición de las actividades globales, que para el caso del turismo lo han convertido en un escenario diseñado para atender las pretensiones de la demanda turística. Sin embargo, es importante aclarar que el turismo más allá de atender la demanda turística es una forma para que las comunidades organicen su oferta económica de manera asociativa.

Ahora bien, en algunos casos se evidencia que la economía social o solidaria abre un alcance hacia otro tipo de organizaciones socioeconómicas que por su estatus legal serían ajenas a este espacio. La economía social y solidaria (ESS) parte de aspectos teóricos amplios y ha ido adoptando algunas organizaciones para el desarrollo de proyectos (de Mendiguren y Etxezarreta, 2015). No obstante, es importante hacer hincapié que este tipo de organizaciones requieren de igual forma de beneficios económicos, la diferencia es que hay una mayor distribución de los ingresos.

Según Chaves y Monzón (2018), la ESS es un conjunto de

empresas privadas organizadas formalmente, con autonomía de decisión y libertad de adhesión, creadas para satisfacer las necesidades de sus socios a través del mercado, produciendo bienes y servicios, asegurando o financiando y en las que la eventual distribución entre los socios de beneficios o excedentes, así como la toma de decisiones no están ligados directamente con el capital o cotizaciones aportados por cada socio, correspondiendo un voto a cada uno de ellos. La economía social también agrupa a aquellas entidades privadas organizadas formalmente con autonomía de decisión y libertad de adhesión que producen servicios de no mercado a favor de las familias, cuyos excedentes, si los hubiera, no pueden ser apropiados por los agentes económicos que las crean, controlan o financian. (p.5).

Esto demuestra que para desarrollar la ESS se requiere de una participación voluntaria y que los socios o miembros de estas organizaciones tengan acuerdos unánimes. Este tipo de economía tiene en cuenta los aspectos de organización para

desarrollo colaborativo y equitativo local. Uno de los fundamentos es el comercio justo, el cual se puede considerar como una herramienta de cambio para el modelo del sistema capitalista actual, lo que permite fomentar el desarrollo local (García, 2011). Por otro lado, Chaves y Monzón (como se citó en Gómez y Gómez, 2016) plantean que “la economía solidaria se basa en las empresas con autonomía de decisión y libertad de adhesión, que distribuyen equitativamente las utilidades entre los socios” (p.263). Entre los principios de la economía popular y solidaria y sus formas de organización se encuentran varios aspectos descritos en la siguiente tabla.

**Tabla 4.** Elementos clave para la economía solidaria

Prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales.
Asociación voluntaria, equitativa y respeto a la identidad cultural.
Autogestión y autonomía.
Participación económica, solidaria y distribución equitativa de utilidades o excedente.
Educación, capacitación y comunicación.
Cooperación e integración del sector económico popular y solidario.
Compromiso social, solidario, comunitario y ambiental.

**Fuente:** elaboración propia a partir de Superintendencia de Economía Popular y Solidaria de Ecuador (2013).

En todo caso, la ESS tiene en cuenta el bien común y se establece como una oportunidad para lograr un desarrollo local asociativo, cooperativo; al igual que tiene un alto grado de responsabilidad con el medioambiente y la comunidad, así como la distribución de las ganancias y utilidades.

## **Turismo rural comunitario y economía social y solidaria**

Como es bien sabido, el turismo como subsector de la economía se configura hoy en día, como una actividad de gran importancia, puesto que es capaz de generar un gran flujo de ingresos. Precisamente por este motivo, las actividades turísticas suponen una fuente de ingresos económicos para muchas comunidades, ya que permite creación de empleo, desarrollo endógeno, fortalecimiento del comercio local, etc. Estas son solamente algunas de las implicaciones positivas de las actividades turísticas y comerciales. El turismo comunitario, por lo general, tiene en cuenta aspectos y beneficios de las poblaciones locales, de ahí que este tipo de turismo se lleve a cabo en países en vías de desarrollo de forma comunitaria (Wearing, 2001).

Este apartado permite analizar aspectos teóricos del sector turístico, y cómo se ha conformado como un modelo sostenible de buenas prácticas, solidarias y la generación de insumos económicos, desde el respeto a las comunidades y a los entornos.

El turismo rural ha tenido un “efecto arrastre” del sector primario fomentando la agricultura ecológica y el agroturismo y también del sector secundario a través de la promoción del comercio local. Según Martín Gil (1994), el impacto del turismo rural está dividido en factores de carácter económico y sociopolítico. En concreto, dentro de los factores económicos, se deben incrementar los recursos económicos y los ingresos de los residentes, de igual forma que los impuestos sirvan para el desarrollo local en aspectos de proyección social.

Desde el punto de vista de los factores sociopolíticos, Martín Gil (1994) señala como factores positivos la disminución de la emigración y la dinamización de las relaciones establecidas por las diferentes clases sociales, entre otros. Por ello, tal y como se describe el TRC, debe realizarse de acuerdo con una distribución de los ingresos de forma que permita un beneficio colectivo, para esto debe existir una democratización de las actividades propias del turismo. Incluso, se deben socializar otras prácticas económicas con el fin de lograr un desarrollo económico colectivo, que permita el desarrollo local, por encima de los intereses particulares. Del mismo modo, como bien se sabe, las actividades relacionadas con el turismo están centralizadas con una planificación local en continua supervisión.

El desarrollo local debe establecerse de forma solidaria, con una participación colectiva y con un conocimiento de los beneficios, así como de la solución de los problemas locales, en caso de no resolverse estos tendrían una influencia directa en la experiencia turística: una reacción violenta por parte de los locales resulta en un comportamiento hostil hacia los turistas (Santana, 2005). Por lo tanto, los entornos turísticos deben crearse en armonía con el clima social, donde los residentes se beneficiarán del turismo y no se convertirán en víctimas (Wahab y Pigram, 1997).

Teniendo en cuenta las repercusiones negativas por la ausencia de la asociatividad, se debe hacer hincapié en que la imagen del turismo se basa en los activos de la comunidad local. Esto incluye no solo a la población local sino también al entorno natural, la infraestructura, las instalaciones y los eventos especiales o festivales; por lo tanto, la cooperación de la comunidad anfitriona es esencial para acceder y desarrollar estos activos de manera adecuada (Murphy, 1985).

Ahora bien, para lograr proyectos que sean sostenibles, se debe vincular a todos los miembros de la cadena productiva, incluso los que no tengan una relación con el turismo, esto aumenta la viabilidad y la perduración de las actividades turísticas de orden comunitario y solidario. Cuando no hay participación de la comunidad es



imposible reconocer el éxito y es difícil pronosticar la factibilidad del proyecto; por lo tanto, se deben asignar diferentes grados de participación a diferentes evaluaciones y pronósticos (Okazaki, 2008).

La reciente crisis económica padecida a nivel mundial ha puesto de manifiesto las importantes tasas de exclusión social y de pobreza (Morato *et al.*, 2017). Derivado de esta crisis y de la situación de penuria que se ha vivido, el incremento de las desigualdades económicas y los elevados niveles de pobreza han traído consigo un cambio de modelo, de paradigma, en el que las finanzas éticas, la banca ética y la economía solidaria han alcanzado un importante protagonismo (Río, 2011; Ruiz y Retolaza, 2007); siendo ahora foco de análisis, tanto desde la academia como desde la práctica.

Como se señalaba en líneas anteriores, estas cuestiones son explicadas desde la academia, y existen importantes contribuciones científicas que así lo explican. Así, siguiendo a Sanchis y a otros muchos autores se hace absolutamente necesario ayudar y potenciar desde diferentes iniciativas y protocolos de actuación a los colectivos y grupos sociales que, en un momento determinado, se encuentren en riesgo de exclusión. En ese sentido, se configuran como grupos de interés prevalente los colectivos con menores recursos económicos (Sanchis, 2016). En resumen, se hace necesario apoyar decididamente a los grupos sociales que han venido a denominarse “frágiles” es decir, que están, en un momento dado, en serio riesgo de exclusión social.

En todo este contexto los proyectos sociales han sido objeto de importantes críticas, por lo que, hoy en día, se ha producido un importante cambio de modelo. En este sentido, y derivado del contexto explicado, cada vez en mayor medida, se apoyan desde todas las esferas de la sociedad aquellos proyectos sociales que son considerados justos, solidarios y comprometidos con los denominados colectivos frágiles, con las personas en riesgo de exclusión.

El turismo se configura como una actividad de gran importancia, puesto que es capaz de generar un gran flujo de ingresos de manera respetuosa con las tradiciones de los pueblos y con el entorno. Es, precisamente por este motivo, por lo que las actividades turísticas suponen una fuente de riqueza para muchos pueblos, naciones y, también, un efecto arrastre de otros sectores de la economía, como podría ser el comercio local, imprescindible para la actividad económica de una región. Martínez y García (2016) indican que el turismo debe tener una responsabilidad

social y económica; de hecho, pueden glosarse gran cantidad de ejemplos que evidencian que el turismo ha sido la “tabla salvadora” de una economía que hubiese sufrido pérdidas económicas importantes. Muchos estudios también enfatizan en el potencial del TRC para la creación de empleo y el alivio de la pobreza en los destinos turísticos (Ashley y Mitchell, 2009; Kubickova *et al.*, 2017).

## Turismo sostenible

Hoy en día el turismo es una actividad presente en la vida de muchas personas, y ha llegado a ser parte de la planeación financiera de las familias. El turismo de masas dio paso a que no sea una actividad exclusiva de algunos, sino que pueda disfrutarse por muchos, es así como el turismo es parte inherente de la vida de la sociedad contemporánea. Ahora es común hablar de las bondades del turismo sostenible, pero lograr un verdadero desarrollo óptimo requiere de un mayor esfuerzo, y de promover los códigos, políticas y estándares de esta actividad en todo el mundo (Liu, 2003). Según la OMT (2018), se puede hablar de turismo sostenible siempre y cuando se contemplen tres características fundamentales: el buen uso de los recursos medioambientales, respetar el patrimonio sociocultural y asegurar la viabilidad económica.

El turismo sostenible nace de la responsabilidad que se tiene de disfrutar de actividades turísticas, permitiendo que las generaciones futuras también lo puedan hacer, buscando el desarrollo desde tres dimensiones: económica, ecológica y sociocultural. “La Confederación Euromediterránea sobre Turismo y Desarrollo Sostenible, celebrada en Hyeres-Les Palmiers, Francia, en septiembre de 1993, marca el inicio de la aplicación de la Agenda 21 y, por tanto, de los principios de sostenibilidad al ámbito del turismo” (Acerenza, 2013, p.13). Ese año la OMT define por primera vez la sostenibilidad turística de la siguiente manera.

El turismo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida. (como se citó en Blasco, 2005, p.2).

Ahora bien, es importante hacer hincapié en que esta actividad crece rápidamente, y la intención del turismo sostenible no debe limitar su crecimiento, más bien debe

ser un modelo para gestionar el incremento de forma apropiada para los turistas, el destino, el medioambiente y la comunidad (Liu, 2003).

Con el paso del tiempo han surgido diferentes formas y tipos de turismo para toda clase de gustos, ya no solo se ofrece el tradicional de sol y playa, las personas han diversificado sus necesidades y preferencias y ahora quieren experimentar variados lugares y actividades. Sin embargo, es importante reconocer que el desarrollo del turismo siempre deja una huella que puede ser positiva o negativa dependiendo de cómo se ejecute la actividad. Lamentablemente, la sostenibilidad económica, ecológica y sociocultural no ha ido de la mano con el crecimiento del sector, en ocasiones genera beneficios para unos pocos y no contribuye al desarrollo de la población de las zonas en la que se lleva a cabo, ni al cuidado medioambiental del lugar que es aprovechado.

Es así que surge el turismo sostenible como un eje transversal para todas las formas y tipos de turismo. Entendiendo este como aquel “que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (OMT, 2018). En este capítulo se analiza el turismo sostenible desde el origen del desarrollo sostenible, por medio de conceptos básicos, lineamientos, características y beneficios.

El turismo sostenible requiere un compromiso con el crecimiento actual de los viajes, por ello, es importante posicionar una gestión estructural del turismo, desde una perspectiva de movilidad, debido a que hay millones de personas en búsqueda de placer (Higgins-Desbiolles, 2018). No obstante, el turismo sostenible aborda problemas como el cambio climático, la seguridad alimentaria y la inestabilidad política, los cuales no son problemas únicamente del turismo, son preocupaciones mundiales, por ello debe estar alineado con otras disciplinas (Budeanu *et al.*, 2016).

En conclusión, el turismo sostenible debe disminuir los impactos negativos de esta actividad y aumentar los impactos positivos (Vera *et al.*, 2017). Además, debe garantizar el cuidado medioambiental del lugar en donde se practique y velar por su conservación, haciendo que las generaciones futuras puedan disfrutarlo. Cuando se desarrollen actividades turísticas, estas deben respetar y conservar la identidad sociocultural de la comunidad, siempre buscando que sean viables y sostenibles económicamente. De igual manera, para lograr un turismo sostenible se debe alinear con otros sectores de la economía y en la academia se debe revisar desde una

óptica multidisciplinaria debido a que muchas problemáticas no son exclusivas del turismo.

## **Desarrollo sostenible**

El turismo sostenible tiene orígenes en el significado de desarrollo sostenible. Existen múltiples conceptos de desarrollo, la mayoría orientados al crecimiento y la riqueza económica. Incluso, todavía hoy, “se entiende el desarrollo como ‘crecimiento’ e ‘industrialización’, así como se interpretaba en los últimos años de la década de 1940” (Acerenza, 2013, p.11). En la década de 1960 nace el concepto de desarrollo económico social que, según el citado autor, es donde “se comprendió que el desarrollo no podía ser considerado solo como crecimiento económico, y se reconocieron dos dimensiones distintas del mismo: el crecimiento económico, y el nivel de vida de la población” (p.12).

En los años 80 surge el concepto de desarrollo sostenible con el documento “Estrategia Mundial para la Conservación” realizado por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) en unión con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y el Fondo Mundial para la Naturaleza, (por sus siglas en inglés WWF). En este escrito los conceptos de conservación y uso sostenible emergieron pensando en los recursos naturales (Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas [SEGITTUR], 2014).

Pues bien, es importante aclarar que el desarrollo sostenible se establece como estudio académico a finales de la década de los ochenta. Este concepto ha tenido cambios hasta el día de hoy, sin embargo, mantiene su esencia, debido a que expone las tres dimensiones fundamentales para un desarrollo sostenible en el tiempo que se desarrollaron en 1987 en la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo (CMMAD) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en el informe Brundtland, donde se tuvieron en cuenta los conceptos de crecimiento económico, equilibrio medioambiental e inclusión social para hablar de desarrollo sostenible (SEGITTUR, 2014).

En 1992 se adopta el concepto de desarrollo sostenible definido en el informe Brundtland durante la celebración de la Conferencia Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, celebrada en Río de Janeiro, denominada Cumbre de la Tierra. El concepto que se implementa es el de “desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para

satisfacer sus propias necesidades” (Acerenza, 2013, p.12). De igual modo, surgió en Río de Janeiro la Agenda 21 que presentó un programa de acción para el siglo xxi, en donde se describen las actividades que se realizarán a nivel mundial, para el desarrollo sostenible del planeta (SEGITTUR, 2014).

Años más tarde en el 2002 se llevó a cabo la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible en Johannesburgo, donde quedó estipulado que en el concepto de desarrollo sostenible se deben considerar tres elementos de la sostenibilidad: económico, medioambiental y sociocultural (SEGITTUR, 2014). Se evidencia una evolución en el concepto, debido a que la dimensión social se amplía al concepto sociocultural, el cual permite integrar las características de los grupos sociales, generando apropiación y empoderamiento que redundan en buscar el desarrollo sostenible de los territorios.

### **Lineamientos de desarrollo sostenible y turismo**

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son uno de los lineamientos que tiene en cuenta el turismo sostenible para su implementación. El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) los concibe también “como Objetivos Mundiales, son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2015).

A continuación, en la figura 3 se nombran los 17 objetivos.

El turismo contribuye a los 17 ODS, sin embargo, en particular al 8,12 y 14 que son los que hablan de la conservación medioambiental y contribución laboral (OMT, 2015b). Estos objetivos fortalecen los acuerdos a lo que se llegaron en la Carta de Turismo Sostenible +20 del 2015.

Ahora bien, existen 18 lineamientos que fueron la base para la creación de una estrategia mundial de turismo sostenible, los cuales se encuentran estipulados en la Carta del Turismo Sostenible, resultado de la celebración de la Confederación Mundial del Turismo Sostenible que se desarrolló en Lanzarote, Islas Canarias, España en 1995 (Acerenza, 2013, p.14).

Debido a la importancia de los 18 principios de la Carta de Turismo Sostenible, a continuación, se presentan los componentes fundamentales de cada principio.



**Figura 3. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**

Fuente: elaboración propia a partir de PNUD (2015).

**Tabla 5. Principios de la Carta del Turismo Sostenible de Lanzarote**

Principios de la Carta del Turismo Sostenible de 1995	
1	El desarrollo turístico debe ser sostenible, ecológicamente, económicamente y socialmente.
2	Debe integrar el entorno, natural, cultural y humano.
3	Se deberá considerar los efectos de la actividad turística sobre el patrimonio cultural y se debe apoyar la identidad cultural de las comunidades locales.
4	Implicará la participación de todos los actores y a todos los niveles: local, regional, nacional e internacional.
5	El patrimonio natural y cultural representan un trabajo cooperativo por parte de todos los responsables.
6	Calidad como prioridad.
7	El turismo integrado y contribuyendo a la economía local.
8	La calidad de vida de las poblaciones debe mejorar, al igual que el enriquecimiento sociocultural del lugar.
9	La planificación del turismo para obtener el desarrollo sostenible del sector debe ser liderada por gobiernos, autoridades competentes, ONG y comunidades locales.
10	Investigar sobre instrumentos económicos, jurídicos y fiscales para el uso sostenible de los recursos.
11	Se priorizarán las ayudas financieras y técnicas para las zonas más vulnerables y las hoy más degradadas.
12	Promoción y diversificación de los productos turísticos
13	Los actores responsables del turismo deberán fomentar la investigación, difusión y transferencia de conocimientos.

**Tabla 5. Principios de la Carta del Turismo Sostenible de Lanzarote**

Principios de la Carta del Turismo Sostenible de 1995	
14	Es necesario tener sistema de gestión turística, estudios de viabilidad y proyectos para el desarrollo de una política turística de carácter sostenible.
15	El diseño de marcos específicos para el desarrollo sostenible del sector, lo llevarán a cabo, las industrias turísticas, los organismos y ONG.
16	El transporte también deberá contribuir a la preservación del ambiente, así como estrategias que ayuden al mismo objetivo en instalaciones turísticas.
17	Implementación de códigos de conducta.
18	Difusión de los objetivos y principios de la Conferencia desarrollada en Lanzarote.

Fuente: elaboración propia a partir de Acerenza (2013).

Veinte años después, el 27 de noviembre de 2015 se desarrolló la Cumbre Mundial de Turismo Sostenible en Vitoria, País Vasco, España, en donde se resaltó la validez de los principios expresados en la Carta Mundial del Turismo Sostenible de 1995, expuestos anteriormente, y como resultado de la cumbre se obtiene la Carta Mundial del Turismo Sostenible +20, la cual tuvo en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) del 2015. Los principales acuerdos de esta carta son los que aparecen en la siguiente tabla.

**Tabla 6. Principales acuerdos de la Carta Mundial del Turismo Sostenible +20 de 2015**

Principales acuerdos de la Carta Mundial del Turismo Sostenible +20 de 2015	
1	El turismo desempeña un papel vital para avanzar hacia un planeta más pacífico.
2	El turismo ayuda a preservar la integridad del patrimonio común, material e inmaterial.
3	El turismo debe ser compatible con la conservación de la naturaleza y de la biodiversidad.
4	El turismo debe responder de forma activa y de manera urgente al cambio climático.
5	El turismo puede contribuir a su propia resiliencia y a la recuperación económica mundial.
6	El turismo es una actividad transversal que puede contribuir a luchar contra la pobreza, proteger la naturaleza y el medioambiente, y promover el desarrollo sostenible.
7	El turismo debe utilizar los bienes y servicios locales de manera que pueda aumentar los vínculos con la comunidad.
8	El turismo debe asegurar la implantación de patrones de consumo y producción sostenibles.
9	El turismo es uno de los motores más prometedores de crecimiento para la economía mundial.
10	El turismo debe adoptar tecnologías y modos de gestión innovadores en el uso de los recursos.
11	El turismo debe proporcionar soluciones innovadoras para ser más eficiente en el manejo de los recursos en el contexto de una economía circular.
12	El turismo debe aprovechar las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para construir el turismo inteligente, responsable y creativo del futuro.
13	El turismo constituye una fuerza motriz del patrimonio cultural, las artes y las industrias culturales y creativas.

Fuente: elaboración propia a partir de la OMT (2015a).

El turismo sostenible da como resultado una gran cantidad y variedad de beneficios para la industria, los turistas, las comunidades, los gobiernos y, en general, para la población. En la siguiente figura se encuentran algunos beneficios expuestos en cuatro grandes categorías.



Figura 4. Beneficios del turismo sostenible

Fuente: elaboración propia a partir de Biosphere Tourism (2017).

En definitiva, para que el turismo sostenible se lleve a cabo es necesario que los gobiernos, organizaciones nacionales e internacionales y la industria en general cooperen, a través de políticas, planes de financiación y la inclusión a todo nivel de actores dispuestos a apoyar con compromiso en el ejercicio turístico; teniendo en cuenta que para hallar el desarrollo sostenible del sector turístico, siempre se debe trabajar en las tres dimensiones que lo caracterizan: sostenibilidad medioambiental, económica y sociocultural.



Es importante aclarar que, para lograr el desarrollo sostenible del turismo, los turistas desempeñan un papel fundamental. La consciencia que ellos deben adquirir puede ser fomentada a través de todos los canales de información de los que se pueda valer el turismo, de acuerdo con el grupo de personas al que se haga referencia. Cada actuar tiene una consecuencia y depende de cada uno elegir la clase de huella que deja. Sin olvidar que las decisiones que se tomen no solo afectan el presente de la población sino directamente a las generaciones futuras.

## Consideraciones finales del capítulo

Es importante analizar que el turismo genera un relevante flujo de ingresos, puesto que se configuraba como un sector con “efecto arrastre” de otros sectores de la economía. El turismo rural es uno de los ejemplos de tipologías turísticas que apoyan causas sociales y a lo largo del mundo existen muchas iniciativas de TRC con aspectos propios de la ESS.

En el transcurso de la investigación se ha concluido que no existe una gran oferta literaria relacionada con el TRC y con la ESS. Sin embargo, existen múltiples ejemplos prácticos, que podrían ser tratados desde la academia, abordándolos tanto desde la teoría como desde la práctica. En la presente contribución se han analizado diferentes proyectos solidarios relacionados con el turismo, específicamente en el sector rural. Es preciso mencionar que la relación del TRC y la ESS es muy estrecha debido a que en ambos conceptos se tiene en cuenta una autogestión en el territorio rural por parte de los anfitriones.

En el caso de la ESS se evidencia que el comercio justo, el desarrollo democrático de las actividades económicas es la mejor práctica para el desarrollo de un TRC. En caso contrario se puede generar divisiones dentro de una comunidad rural que pueden transferir estos problemas a los turistas, ocasionando impactos negativos en los destinos turísticos que impedirán el desarrollo óptimo del TRC. Adicional, se podría aseverar que el TRC adopta en muchos casos, sin saberlo, prácticas propias de la ESS. Lo cual se evidenciará más adelante en los estudios de casos de las comunidades rurales de Colombia y España.

Para concluir, el TRC integra al turista principalmente con las labores del campo, lo que se denomina experiencia turística. El ingreso económico que surge de la actividad turística tiene una distribución en los miembros de una comunidad rural, quienes, en un marco axiológico, realizan sus actividades económicas, bajo entidades asociativas, lo que permite un desarrollo local común y que todos los miembros

se beneficien del turismo. No obstante, es imperativo indicar que no siempre el TRC se desarrolla siguiendo estos elementos, lo que sí es importante apreciar es que la democratización, asociatividad y demás elementos de la ESS son los factores que determinan el éxito de las iniciativas de TRC.

Finalmente, en tiempos de pandemia, donde el ser humano intenta adaptarse a la “nueva normalidad” el TRC cobra una gran relevancia y se presenta como una buena alternativa para reactivar el sector, debido a que es un tipo de turismo que se puede desarrollar en espacios abiertos, cumpliendo con el distanciamiento social y con las medidas de bioseguridad que exige la nueva realidad.

CAPÍTULO 2

# **TURISMO RURAL COMUNITARIO, ESTUDIO DE CASOS EN COLOMBIA**

Colombia desde hace unos años ha afrontado un proceso de posconflicto que aporta al desarrollo social, donde el turismo se establece como un sector importante en la economía del país (Mora *et al.*, 2019). Además, el país en materia económica tiene elementos que permiten un desarrollo prometedor. En los últimos cinco años el turismo ha tenido un crecimiento sostenido para nada despreciable, si se compara con el promedio mundial (Mora y Motato, 2019).

El país se ha enfrentado a una “nueva era” debido a la transformación social que se está dando. Colombia por muchos años tuvo un conflicto armado, el cual no permitió un desarrollo óptimo, principalmente en las poblaciones rurales; afectando así actividades tradicionales como las agropecuarias (Perfetti *et al.*, 2013). Posteriormente, con la firma de los acuerdos de paz en el año 2016, el turismo aparece como uno de los sectores más beneficiados, aunque es preciso aclarar que este ya tenía un importante crecimiento desde la década del 2010.

En el posconflicto, y más en estos momentos de crisis económica y social por el COVID-19, el TRC se establece como una alternativa para el desarrollo económico de muchas comunidades rurales.

## Estudio de caso La Montaña del Oso

La Montaña del Oso es un parque natural ubicado en la Vereda Yerbabuena, sobre la autopista norte, kilómetro 3, vía Bogotá-Tunja. Esta reserva pertenece al municipio de Chía y se encuentra a una altura de 3200 m s.n.m., su principal actividad es el ecoturismo, orientado a la sensibilización hacia el cuidado del medioambiente (La Montaña del Oso, 2019).

Este lugar posee un gran ecosistema ubicado entre conjuntos residenciales de alto estrato socioeconómico. En el camino se puede apreciar un estupendo paisaje, rodeado de un extenso entorno natural. Esta montaña es un lugar con vocación turística de acuerdo con la formación del líder, quien fomenta este tipo de iniciativas.

### Aspectos cualitativos de La Montaña del Oso

La información cualitativa del estudio de caso se relata de acuerdo con la observación y las entrevistas con el líder de esta iniciativa turística ubicada en la Vereda de Yerbabuena en el municipio de Chía.



Figura 5. La Montaña del Oso, 2019

Fuente: Fotografía de Cindy Estefanía Jojoa

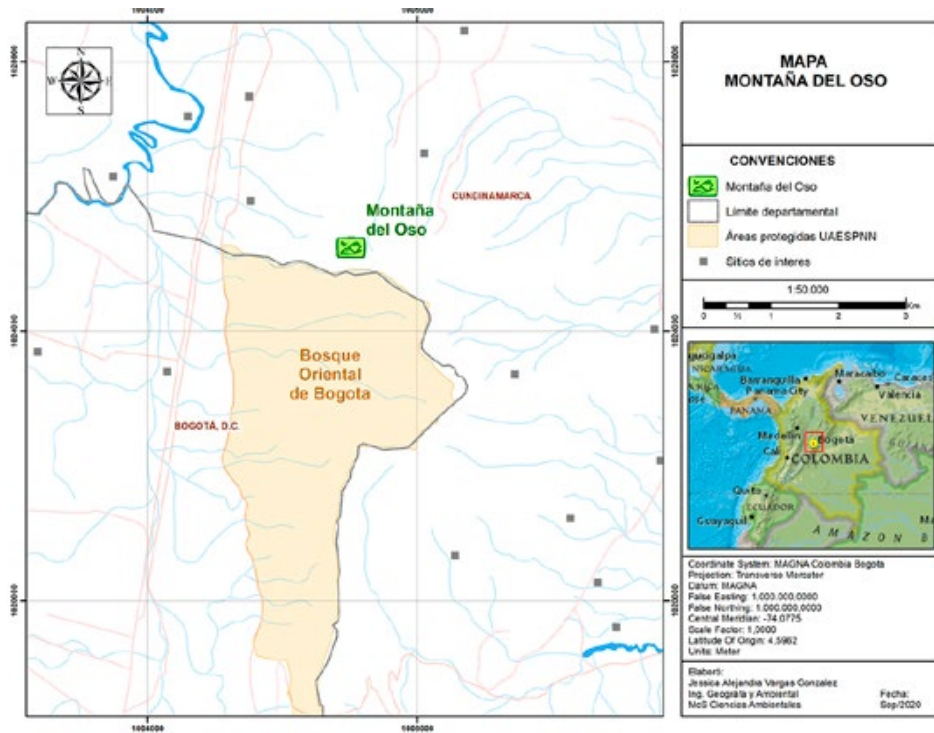


Figura 6. Ubicación de La Montaña del Oso

### **Turismo rural**

El turismo que se gestiona en este lugar es de carácter ambiental y busca enseñar sobre la naturaleza y las labores del campo. Es decir, que los principales visitantes son los estudiantes de todos los niveles, colegios, universidades, etc., quienes van a aprender acerca del cuidado del medioambiente y a realizar actividades rurales, relacionadas con las labores agrícolas y pecuarias. En síntesis, les enseñan tradiciones del campo a personas que no las conocen. El desarrollo de esta iniciativa turística también contempla el impulso de actividades de ecoturismo con caminatas que varían de acuerdo con el perfil e interés del visitante.

### **Turismo comunitario**

El turismo que se gestiona en este territorio está organizado por algunos residentes de la vereda Yerbabuena, esta actividad les permite tener un ingreso adicional. Esto quiere decir que la comunidad realiza otras labores del campo, y el turismo no es la única fuente de ingresos para su sostenibilidad económica. El líder de esta iniciativa es el propietario del predio y cuenta con la colaboración de otros miembros de la comunidad, quienes aportan con servicios turísticos de guía, transporte, alimentos y bebidas, entre otros.

### **Economía solidaria**

El desarrollo de esta iniciativa es voluntario por parte de sus miembros, las acciones que realizan son para el sostenimiento económico de los integrantes de la comunidad. Las actividades generadoras de ingresos como las turísticas tienen una distribución específica por parte de esta comunidad. En ellas se establece un margen de ganancia y su utilidad es para el sostenimiento económico del lugar. Es importante aclarar que, a pesar de tener un buen manejo económico, no existe una cooperativa u organización, que les permita formalizar su economía local.

### **Turismo sostenible**

El desarrollo económico del lugar es autosostenible porque los ingresos que perciben de las diferentes actividades les permite tener una organización financiera aceptable. Desde el punto de vista natural, posee un ecosistema muy valioso con grandes fuentes hídricas, el manejo ambiental y del agro se realizan sin químicos, lo que se denomina actividad de agroecología limpia.

El lugar se encuentra ubicado a una altura de 3200 m s.n.m. lo que se denomina un subpáramo, por ello tiene una amplia vegetación y abundantes cuerpos de agua. El propósito de esta iniciativa es cuidar los recursos naturales, esto se logra mediante

un conocimiento que se ha adquirido de forma empírica. Por ello, en este lugar, se ofertan cursos sobre temas relacionados con la educación ambiental, esta es la premisa que se quiere transmitir al visitante. De igual forma, se evidencia que hay una sostenibilidad sociocultural en esta iniciativa porque parte del atractivo turístico es conocer la historia del lugar y enseñar las tradiciones del campo.

## Aspectos cuantitativos de La Montaña del Oso

La información cuantitativa del estudio de caso se relata luego de la adaptación e implementación de los instrumentos de Pacheco *et al.* (2011), y la metodología de economía solidaria de Espín *et al.* (2017) que se esbozan a continuación.

Se recuerda al lector que para el diagnóstico cuantitativo se plantearon tres factores de cumplimiento donde 0 indica que no cumple (color rojo); 1 indica que cumple parcialmente (color amarillo) y 2 indica que cumple (color verde).

*Tabla 7. Interés de la comunidad por el proyecto*

1. Interés de la comunidad por el proyecto		
1	La iniciativa de realizar turismo comunitario surge de la comunidad.	0
2	Existe un registro del análisis de las fortalezas y las debilidades de la comunidad para desarrollar proyectos.	2
3	La mayoría de los miembros de la comunidad muestran una actitud positiva para el desarrollo de la actividad turística.	0
4	La mayoría de los miembros de la comunidad han participado activamente durante el estudio de diagnóstico del proyecto turístico.	0
5	Los resultados de los estudios de diagnóstico para el proyecto de turismo son discutidos y debatidos con la comunidad para llegar a acuerdos y consensos.	0
<b>Total</b>		<b>20%</b>

La iniciativa de hacer turismo proviene del propietario del predio La Montaña del Oso, quien se propuso capacitarse para hacer de su territorio un lugar turístico con un fundamento axiológico hacia la educación. No obstante, no todos los miembros de la comunidad están de acuerdo con el desarrollo del turismo; debido a la pluri-escalaridad del ingreso en el territorio y a las diferencias socioeconómicas de los miembros de la comunidad. Sin embargo, algunos de los integrantes de la vereda apoyan y contribuyen con el desarrollo de esta iniciativa.

Tabla 8. Potencial turístico

2. Potencial turístico		
1	La comunidad donde se desarrolla el proyecto turístico está cerca de un parque nacional natural, área protegida pública o privada.	0
2	La comunidad y el proyecto turístico reconocen la existencia de recursos naturales únicos con potencial turístico.	2
3	La mayoría de los atractivos turísticos identificados son exclusivos de la comunidad con relación a la competencia identificada.	2
4	La mayoría de los recursos naturales/atractivos se encuentran en buen estado (no están erosionados, deforestados, contaminados, entre otros).	2
5	La comunidad y el proyecto identifican especies de flora y fauna nativas.	2
6	La comunidad y el proyecto turístico reconocen que la zona posee una alta potencialidad turística pero su manejo se dificulta por la falta de acceso y otros recursos.	1
7	La comunidad y el proyecto turístico reconocen que el estado de conservación del patrimonio cultural de la comunidad (tradiciones, costumbres) es óptimo.	2
8	Existe infraestructura que facilite o ayude a desarrollar el proyecto turístico.	2
9	Existe un análisis de la accesibilidad a los lugares designados para el desarrollo de la infraestructura y servicios.	2
10	Existe un análisis sobre la disponibilidad de servicios de transporte para acceder al proyecto turístico.	2
11	Existe un análisis sobre la disponibilidad de servicios de telecomunicación (teléfono, internet, etc.) para el proyecto turístico.	2
12	La comunidad y el proyecto turístico contemplan planes de emergencia/de seguridad.	2
13	La comunidad y el proyecto turístico identificaron el segmento de mercado al que está dirigido el producto turístico	2
14	La comunidad y el proyecto turístico identificaron un mercado potencial al que podría orientarse el producto en un futuro.	2
<b>Total</b>		<b>89 %</b>

La Montaña del Oso tiene un gran potencial dado que su zona delimitada se plantea como lugar único para el desarrollo de la actividad turística. No hay competencia y la mayoría de los recursos naturales se establecen en el territorio para el desarrollo del turismo. El lugar tiene un gran patrimonio natural y el manejo ambiental es óptimo. El producto turístico está orientado hacia los estudiantes con el fin de enseñar a niños y jóvenes las labores agrícolas y pecuarias.

Tabla 9. Cumplimiento de la normativa legal

3. Cumplimiento de la normativa legal		
1	Las características de la comunidad permiten cumplir con los requisitos legales para ejercer la actividad turística.	2
2	La comunidad cuenta con guías nativos (comunitarios) que cumplen con los requisitos legales para ejercer el guionaje.	2
<b>Total</b>		<b>100 %</b>



El lugar cuenta con un registro nacional de turismo vigente, por tanto, aplican la normatividad requerida, además, el líder comunitario tiene tarjeta profesional, es decir que tiene un 100% de formalización turística. Para la legalización se deben cumplir con normas para el desarrollo del turismo sostenible y este lugar cuenta con un plan acorde con los lineamientos.

*Tabla 10. Organización comunitaria*

4. Organización comunitaria		
1	La comunidad realizó reuniones por cuenta propia para debatir la posible implementación del proyecto turístico.	2
2	El proyecto turístico incide en un mejoramiento de la estructura organizacional de la comunidad.	2
3	La mayoría de las personas de la comunidad asisten a talleres o capacitaciones para el desarrollo del proyecto turístico.	2
4	Algunos de los miembros de la comunidad cuentan con certificados de capacitación técnica y/o profesional en las actividades turísticas.	2
<b>Total</b>		<b>100 %</b>

La gestión turística es bastante prometedora y existe un desarrollo económico óptimo, donde el emprendimiento tiene bien definidas las funciones. La organización de esta iniciativa está bien estructurada. Tanto así, que cada uno de los integrantes cumple un rol específico y todos los miembros realizan las actividades acordes con los requerimientos de la demanda.

*Tabla 11. Impacto sociocultural*

5. Impacto sociocultural		
1	La organización local interna de la comunidad facilita el desarrollo del proyecto turístico.	0
2	La comunidad tiene una o más personas claves que faciliten y lideren la comunicación con factores externos: institucionales y/o empresariales relacionados con el proyecto turístico.	2
3	La(s) persona(s) clave tiene(n) autoridad para influir y motivar a la comunidad para la realización del proyecto turístico de manera que posibilite un cambio positivo dentro de la comunidad.	2
4	El proyecto turístico generará cambios positivos en valores, comportamientos y prácticas de la comunidad.	2
5	Existen actividades de ocio liberador.	2
6	La comunidad tiene acceso a educación y atención médica.	1
7	Existencia de agua potable.	2
8	Existencia de alcantarillado.	1
9	El proyecto contempla la equidad de género en la participación de la actividad turística.	2
10	El proyecto turístico rescata, valora y potencia manifestaciones propias de la cultura local.	2
11	El proyecto turístico contempla que los servicios de gastronomía que se ofrecerán al turista valoren la tradición culinaria de la comunidad.	2
12	El proyecto turístico contempla el desarrollado de actividades educativas encaminadas a rescatar, afianzar y difundir sus representaciones culturales.	2
13	Se registran en los miembros de la comunidad actitudes y/o comportamientos que evidencian un afianzamiento de su cultura.	2
<b>Total</b>		<b>85 %</b>

Tabla 12. Impacto sociocultural (factor de riesgo)

5. Impacto sociocultural (factor de riesgo)		
1	La mayoría de los miembros de la comunidad tienen problemas de comunicación y/o sociales que dificultan la realización del proyecto turístico.	2
2	Se ha identificado tensiones entre los miembros de la comunidad a causa del proyecto turístico.	2
3	La mayoría de los miembros de la comunidad dependen de actores externos u otras instituciones que dificultan la realización del proyecto turístico.	1

La comunidad tiene algunas dificultades porque este territorio es un lugar donde se priorizan el desarrollo de viviendas rurales con fines habitacionales. Las personas que aquí habitan son de la “élite” y tienen poco interés en el desarrollo de este proyecto turístico. El lugar cuenta con la mayoría de los servicios públicos como agua potable, luz y estufa de leña o carbón.

La participación de las mujeres en este emprendimiento turístico es notable, de igual forma, las manifestaciones culturales, a pesar de ser pocas, evidencian una representación óptima.

Tabla 13. Impacto ambiental

6. Impacto ambiental		
1	La comunidad y el proyecto turístico analizaron los recursos naturales y paisajísticos, su estado de conservación e importancia para que sean considerados como atractivos turísticos.	2
2	La comunidad y el proyecto turístico analizaron las especies nativas.	2
3	La comunidad y el proyecto turístico analizaron las especies de flora que fortalezcan el potencial del recurso turístico.	2
4	La comunidad ha buscado y/o recibido asesoramiento en materia de conservación ambiental y preservación de la biodiversidad.	2
5	La comunidad y el proyecto turístico manejan un plan ambiental.	2
6	La comunidad cuenta con su propia normativa de uso y manejo del territorio.	2
7	Se considera la capacidad de carga que puede soportar el proyecto sin provocar efectos negativos.	2
8	La comunidad y el proyecto turístico contemplan un adecuado manejo de desechos sólidos, líquidos y emanaciones de gases.	2
9	La comunidad y el proyecto turístico contemplan el uso de fuentes renovables de energía.	2
10	El proyecto contempla que los materiales, técnicas arquitectónicas y de construcción, fuentes de energía y tecnologías utilizadas para la construcción, equipamiento y operación sean amigables y adecuados con el entorno.	0
11	El proyecto contempla que el uso de combustibles para los medios de transporte no sea contaminante.	0
12	El proyecto contempla que el uso de productos para proveer servicios de aseo y limpieza (uso de químicos) no sean contaminantes.	1
<b>Total</b>		<b>79%</b>

El lugar cuenta con un potencial paisajístico bastante alto, esta montaña tiene recursos naturales como frailejones, planta reconocida en los páramos de Colombia. Asimismo, cuenta con estudios biológicos que permiten identificar las especies naturales y posee un plan ambiental para el manejo de residuos sólidos, reciclan, tienen contemplado en un futuro invertir en la adquisición de paneles solares y en términos generales existe un adecuado manejo ambiental.

**Tabla 14. Impacto ambiental (factor de riesgo)**

6. Impacto ambiental (factor de riesgo)		
1	La comunidad reconoce la existencia de problemas de defaunación en la zona del proyecto turístico que disminuyen la potencialidad turística de la comunidad.	2
2	La comunidad reconoce la existencia de problemas de deforestación/tala ilegal en la zona del proyecto como un factor que disminuye la potencialidad turística de la comunidad.	2
3	La comunidad reconoce la existencia de contaminación del aire como un factor que disminuye la calidad del recurso para el proyecto turístico.	1
4	La comunidad reconoce la existencia de contaminación acústica (ruido) como un factor que disminuye la calidad del recurso para el proyecto turístico.	1
5	La comunidad reconoce la existencia de erosión del suelo como un factor que disminuye la calidad del recurso para el proyecto turístico.	0
6	La comunidad reconoce la existencia de fuentes de agua contaminadas como un factor que disminuye la calidad del recurso para el proyecto turístico.	2

Pese al adecuado manejo ambiental, tienen afectaciones que no pueden controlar como, la defaunación, la deforestación, algunas fuentes de agua contaminadas y, en algunos momentos, contaminación acústica y del aire.

**Tabla 15. Impacto económico**

7. Impacto económico		
1	El proyecto de turismo genera un beneficio económico para la mayoría de los miembros de la comunidad.	1
2	La actividad turística genera empleos directos.	1
3	La actividad turística genera empleos indirectos.	2
4	Existe potencial de financiamiento para proyectos turísticos por actores externos (instituciones, ONG, etc.).	0
5	Los recursos económicos disponibles son suficientes para realizar inversión social, mejorar las condiciones sociales y de organización.	1
6	El proyecto turístico realizó un sondeo de mercado que demostró el interés de los turistas por acceder al producto turístico de la comunidad.	2
7	El proyecto turístico realizó un análisis de recuperación de la inversión.	2
8	El análisis de recuperación de la inversión del proyecto turístico mostró que su ejecución es posible.	2
9	La capacidad de recepción de turistas que contempla el proyecto es mayor en relación con la competencia.	2

Tabla 15. Impacto económico

7. Impacto económico		
10	El precio promedio que manejaría el paquete turístico es competitivo con relación a la competencia.	2
11	Se contempla la cadena de distribución del producto turístico.	1
12	Hay facilidad de acceso al mercado consumidor.	2
13	Los costos por transporte son accesibles en relación con la competencia.	1
14	El producto turístico presenta elementos innovadores (calidad, originalidad y autenticidad diferencial).	2
15	El proyecto turístico genera nuevas actividades económicas para la comunidad (venta de artesanías, productos naturales, etc.).	2
16	El proyecto turístico genera fuentes de empleo de manera permanente para la comunidad (gerente, administrador, nuevos productos agrícolas, entre otros).	2
17	El proyecto turístico genera empleos de manera estacional para la comunidad (alquiler de equipos, contratación de guías, etc.)	2
18	Existencia de recursos económicos que permitan desarrollar la actividad turística en la comunidad.	1
19	El proyecto turístico contempla inversión en capacitación del personal.	2
20	El proyecto contempla inversión en publicidad para venta del paquete turístico.	2
21	Prelación de los intereses colectivos sobre los individuales.	2
22	Asociatividad de acuerdo con la identidad cultural.	2
23	Conocimiento del sistema económico social y solidario por parte de los miembros.	2
24	Desarrollo de la economía solidaria.	0
25	Desarrollo de comercio justo.	2
26	Control democrático por los miembros.	2
27	Distribución equitativa de utilidades.	2
28	Rendición de cuentas o excedente	2
<b>Total</b>		<b>82%</b>

Desde el punto de vista económico, todos los ingresos que se generan en el lugar son redistribuidos y reinvertidos en La Montaña del Oso, una de las principales características del lugar es que no hay una competencia. La actividad turística del lugar genera empleos directos e indirectos. El precio es económico comparado con otras iniciativas turísticas del departamento. El líder tiene contemplado un análisis donde estudia el retorno de la inversión, lo cual evidencia que existe una educación financiera.

Por otro lado, esta iniciativa turística tiene una adecuada distribución de los recursos financieros, existe un buen manejo económico, con un desarrollo de comercio justo y los integrantes tienen conocimiento del manejo de las finanzas.

Tabla 16. Impacto económico (factor de riesgo)

7. Impacto económico (factor de riesgo)		
1	Existencia de competencia con proyectos similares desarrollados por otras comunidades de la región.	0
2	La actividad turística genera empleos informales.	1
3	Hay entidades privadas y/o públicas externas que impidan el adecuado desarrollo económico del proyecto turístico.	1

No existe competencia directa debido a la ubicación de la zona. Sin embargo, existen entidades externas que repercuten negativamente en el proyecto, producto de la falta de apoyo.

Tabla 17. Factores y porcentaje asociado

FACTORES	PORCENTAJE
1. Interés de la comunidad por el proyecto	20 %
2. Potencial turístico	89 %
3. Cumplimiento de la normativa legal	100 %
4. Organización comunitaria	100 %
5. Impacto socio-cultural	85 %
6. Impacto ambiental	79 %
7. Impacto económico	82 %

Como se puede apreciar en la figura 7, todos los aspectos tienen un excelente manejo en la gestión del turismo, excepto por algunos miembros de la comunidad, que no tienen interés en el proyecto porque ven en este predio un beneficio para el desarrollo urbanístico, es decir, algunas personas están interesadas en el uso residencial. A pesar de ello, el líder de este proyecto contempla un impulso turístico que también tenga un uso residencial y de esta manera permite preservar la iniciativa turística.

### Gestión del turismo durante la pandemia por el COVID-19

Debido a la situación de emergencia sanitaria ocasionada por el COVID-19 la iniciativa turística se ha visto afectada, ya que parte de los ingresos del lugar dependían del turismo. Las actividades rurales y naturales que allí se practicaban se hacían en gran medida para el desarrollo turístico y, debido a que no ha tenido visitantes, los ingresos se han visto comprometidos. En todo caso, los aislamientos preventivos que han establecido los gobiernos han perjudicado el desarrollo turístico, incluso en los escenarios rurales.

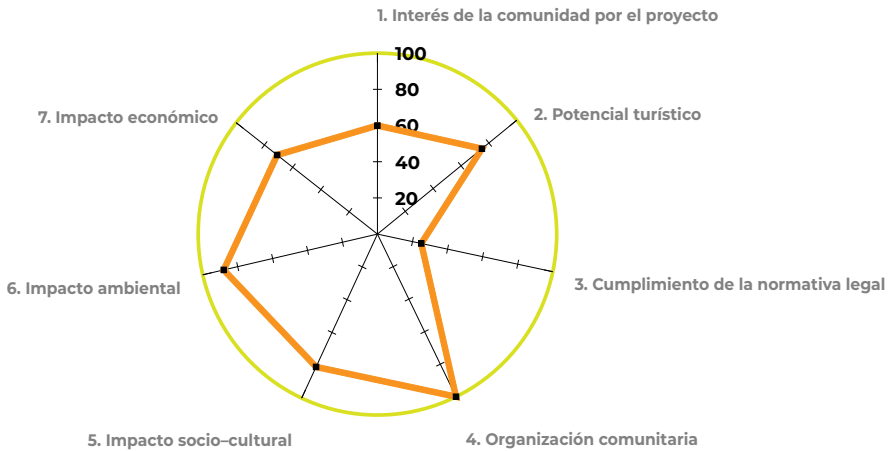


Figura 7. Medición por factores

No obstante, hay cierto optimismo por parte de los habitantes de este lugar que esperan que el turismo tenga un pleno desarrollo en el futuro inmediato. Aunque la comunidad no tiene grandes protocolos establecidos, ni hay transformaciones sustanciales, quieren brindar seguridad y tranquilidad a todos los visitantes y esperan que los viajeros sigan creyendo en las personas que se dedican al turismo rural.

## Estudio de caso Finca San Luis

La Finca San Luis, granja ecoturística, terapéutica y ambiental hace parte de la Asociación de Productores Agropecuarios Ambientales Rurales (Asoproam). Se encuentra ubicada en la localidad de Ciudad Bolívar, en Bogotá, Colombia; y se dedica a la producción limpia y sostenible, al ecoturismo, dando a conocer su territorio mediante rutas pedagógicas, agroecológicas y recorridos ambientales a colegios, universidades y público en general.

La finca se encuentra ubicada exactamente en la vereda de Pasquillita, de la localidad de Ciudad Bolívar, a una altura aproximada de 3.000 m s.n.m., con una vegetación de bosque altoandino, cuenta con una gran diversidad de flora y fauna y desarrollan actividades como la apicultura, la porcicultura, la agroecología y el ecoturismo.



Figura 8. Finca San Luis

Fuente: Fotografía de Cindy Estefanía Jojoa, 2019.

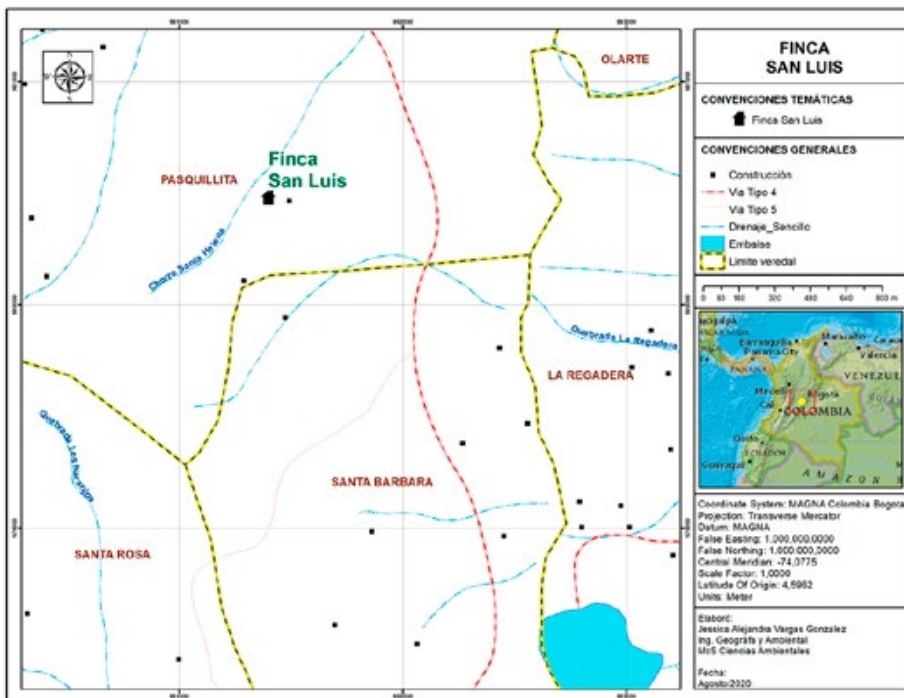


Figura 9. Ubicación Finca San Luis

## **Aspectos cualitativos de la Finca San Luis**

La información cualitativa del estudio de caso se relata de acuerdo con la observación y las entrevistas con el líder de la Finca San Luis, un lugar para la práctica de agroturismo ubicada en la localidad de Ciudad Bolívar en Bogotá. Aquí se describen los aspectos socioeconómicos y ambientales en la gestión del turismo.

### **Turismo rural**

Como se mencionó anteriormente, la ubicación de la finca permite realizar diferentes actividades como la apicultura, la porcicultura y la agroecológica, lo cual se utiliza para desarrollar el turismo rural, donde los turistas aprenden de estas labores por medio de la experiencia, además, se da a conocer el territorio mediante rutas pedagógicas, agroecológicas y ambientales, lo que permite que se ofrezcan actividades de ecoturismo.

Según menciona el líder de la comunidad, lo que buscan es un turismo enfocado en la enseñanza y cuidado del medioambiente, por ello, el segmento de mercado que más le interesa son los colegios y universidades de diferentes zonas.

### **Turismo comunitario**

Es importante recordar que la finca es miembro de la Asoproam, y en conjunto ofrecen diferentes recorridos y actividades turísticas, donde le dan la oportunidad al turista de aprender distintas labores agroecológicas y vivenciar el contexto territorial. Lo cual es un ejemplo fehaciente de turismo comunitario.

### **Economía solidaria**

Los miembros de la comunidad, conformada por diferentes familias, obtienen beneficios económicos equitativos que les permiten mejorar su calidad de vida. Es importante señalar que se cuenta con asociatividad por pertenecer a la Asoproam que busca la sostenibilidad rural, ambiental y financiera de la región.

### **Turismo sostenible**

Según indica el líder de la comunidad, la actividad turística es sostenible financieramente, debido a que se ofrecen diferentes opciones como la apicultura, la porcicultura, la agricultura, los productos de la huerta y las artesanías, junto con los recorridos ecológicos.



Es sostenible ambientalmente ya que propenden por el cuidado y respeto del medioambiente, este es su objetivo pedagógico. Reciclan y reutilizan, por ejemplo, usan llantas para crear elementos útiles.



**Figura 10.** Comedor con elementos reutilizables

**Fuente:** Fotografía de Cindy Estefanía Jojoa, 2019.

La sostenibilidad sociocultural se impulsa a través de la apropiación de su territorio, costumbres y significados, lo cual transmiten a los turistas en los diferentes recorridos y actividades que ofrecen.

### **Aspectos cuantitativos de la Finca San Luis**

La información cuantitativa del estudio de caso se relata luego de la adaptación e implementación de los instrumentos de Pacheco *et al.* (2011), y la metodología de economía solidaria de Espín *et al.* (2017) que se esbozan a continuación.

Se recuerda al lector que para el diagnóstico cuantitativo se plantearon tres factores de cumplimiento donde 0 indica que no cumple (color rojo), 1 indica que cumple parcialmente (color amarillo) y 2 indica que cumple (color verde).

*Tabla 18. Interés de la comunidad por el proyecto*

1. Interés de la comunidad por el proyecto		
1	La iniciativa de realizar turismo comunitario surge de la comunidad.	2
2	Existe un registro del análisis de las fortalezas y las debilidades de la comunidad para desarrollar proyectos.	0
3	La mayoría de los miembros de la comunidad muestran una actitud positiva para el desarrollo de la actividad turística.	1
4	La mayoría de los miembros de la comunidad han participado activamente durante el estudio de diagnóstico del proyecto turístico.	2
5	Los resultados de los estudios de diagnóstico para el proyecto de turismo son discutidos y debatidos con la comunidad para llegar a acuerdos y consensos.	1
<b>Total</b>		<b>60 %</b>

La Finca San Luis hace parte de la Asoproam y se encuentra integrada por varias familias de la comunidad. El primer factor permite entender que la iniciativa de realizar turismo surge de la comunidad, cuyos miembros se encuentran interesados en el adecuado desarrollo de la actividad turística, sin embargo, no todos son positivos al momento de llevarlo a cabo y asimismo carecen de un estudio de fortalezas y debilidades que les ayude a potencializar sus proyectos.

*Tabla 19. Potencial turístico*

2. Potencial turístico		
1	La comunidad donde se desarrolla el proyecto turístico está cerca de un parque nacional natural, área protegida pública o privada.	0
2	La comunidad y el proyecto turístico reconocen la existencia de recursos naturales únicos con potencial turístico.	0
3	La mayoría de los atractivos turísticos identificados son exclusivos de la comunidad en relación con la competencia identificada.	1
4	La mayoría de los de los recursos naturales/atractivos se encuentran en buen estado (no están erosionados, deforestados, contaminados, entre otros).	2
5	La comunidad y el proyecto identifican especies de flora y fauna nativa.	2
6	La comunidad y el proyecto turístico reconocen que la zona posee una alta potencialidad turística pero su manejo se dificulta por la falta de acceso y otros recursos.	2
7	La comunidad y el proyecto turístico reconocen que el estado de conservación del patrimonio cultural de la comunidad (tradiciones, costumbres) es óptimo.	1
8	Existe una infraestructura que facilite o ayude a desarrollar el proyecto turístico.	1
9	Existe un análisis de la accesibilidad a los lugares designados para el desarrollo de la infraestructura y servicios.	2
10	Existe un análisis sobre la disponibilidad de servicios de transporte para acceder al proyecto turístico.	2

Tabla 19. Potencial turístico

2. Potencial turístico		
11	Existe un análisis sobre la disponibilidad de servicios de telecomunicaciones (teléfono, internet, etc.) para el proyecto turístico.	2
12	La comunidad y el proyecto turístico contemplan planes de emergencia y de seguridad.	2
13	La comunidad y el proyecto turístico identificaron el segmento de mercado al que está dirigido el producto turístico.	2
14	La comunidad y el proyecto turístico identificaron un mercado potencial al que podría orientarse el producto en un futuro.	2
<b>Total</b>		<b>75 %</b>

La comunidad reconoce los recursos con los que cuenta y con ellos busca potenciar su actividad turística, pero admiten que no tienen una diferencia clara frente a la competencia y entienden que la infraestructura que poseen requiere mejorarse. No obstante, se enfocan en aprovechar y obtener los mejores beneficios de los recursos que poseen, es por ello que tienen claridad del segmento de mercado al que está dirigido el producto turístico.

Tabla 20. Cumplimiento de la normativa legal

3. Cumplimiento de la normativa legal		
1	Las características de la comunidad permiten cumplir con los requisitos legales para ejercer la actividad turística.	1
2	La comunidad cuenta con guías nativos (comunitarios) que cumplen con los requisitos legales para ejercer el guionaje.	0
<b>Total</b>		<b>25 %</b>

La Finca San Luis reconoce que aún se encuentra en proceso de legalizar la actividad, sin embargo, están trabajando en ello ya que entienden la importancia de cumplir con toda la normatividad legal vigente.

Tabla 21. Organización comunitaria

4. Organización comunitaria		
1	La comunidad realizó reuniones por cuenta propia para debatir la posible implementación del proyecto turístico.	2
2	El proyecto turístico incide en un mejoramiento de la estructura organizacional de la comunidad.	2
3	La mayoría de las personas de la comunidad asisten a talleres o capacitaciones para el desarrollo del proyecto turístico.	2
4	Algunos de los miembros de la comunidad cuentan con certificados de capacitación técnica y/o profesional en las actividades turísticas.	2
<b>Total</b>		<b>100 %</b>

Se puede identificar claramente que la comunidad se encuentra organizada y trabaja constantemente para mejorar la puesta en marcha de la actividad, así mismo, busca prepararse en temas turísticos afines a su proyecto, lo cual repercute en un mejoramiento de la actividad y en general de todos los miembros de esta.

Tabla 22. Impacto sociocultural

5. Impacto sociocultural		
1	La organización local interna de la comunidad facilita el desarrollo del proyecto turístico.	2
2	La comunidad tiene una o más personas clave que faciliten y lideren la comunicación con actores externos: institucionales y/o empresariales relacionados con el proyecto turístico.	1
3	La(s) persona(s) clave tiene(n) autoridad para influir y motivar a la comunidad para la realización del proyecto turístico de manera que posibilite un cambio positivo dentro de la comunidad.	2
4	El proyecto turístico generará cambios positivos en valores, comportamientos y prácticas de la comunidad.	2
5	Existen actividades de ocio liberador.	1
6	La comunidad tiene acceso a educación y atención médica.	2
7	Existencia de agua potable.	2
8	Existencia de alcantarillado.	0
9	El proyecto contempla la equidad de género en la participación de la actividad turística.	2
10	El proyecto turístico rescata, valora y potencia manifestaciones propias de la cultura local.	2
11	El proyecto turístico contempla que los servicios de gastronomía que se ofrecen al turista valoren la tradición culinaria de la comunidad.	1
12	El proyecto turístico contempla el desarrollado de actividades educativas encaminadas a rescatar, afianzar y difundir sus representaciones culturales.	2
13	Se registran en los miembros de la comunidad actitudes y/o comportamientos que evidencian un afianzamiento de su cultura.	2
<b>Total</b>		<b>81%</b>

El proyecto turístico en general afianza las características socioculturales del entorno, rescatando y potencializando las tradiciones y manifestaciones propias de la cultura local, por medio de actividades educativas. Es importante mencionar que existe equidad de género en la participación de la comunidad en la actividad turística, cuentan con acceso a la educación, atención médica y con líderes internos, sin embargo, estos líderes tienen como oportunidad de mejora, un mayor acercamiento con el sector externo (instituciones o empresas) que le permitan reconocerse en otros sectores por su proyecto turístico.

Tabla 23. Impacto sociocultural (factor de riesgo)

5. Impacto sociocultural (factor de riesgo)		
1	La mayoría de los miembros de la comunidad tienen problemas de comunicación y/o sociales que dificultan la realización del proyecto turístico.	2

Tabla 23. Impacto sociocultural (factor de riesgo)

5. Impacto sociocultural (factor de riesgo)		
2	Se ha identificado tensiones entre los miembros de la comunidad a causa del proyecto turístico.	2
3	La mayoría de los miembros de la comunidad dependen de actores externos u otras instituciones que dificultan la realización del proyecto turístico.	1

Aunque en general la comunidad busca afianzar el factor sociocultural se presentan algunos desacuerdos, que traen como consecuencia tensiones entre sus miembros provocadas por la dependencia que tiene la comunidad de los actores externos, lo cual no pueden controlar.

Tabla 24. Impacto ambiental

6. Impacto ambiental		
1	La comunidad y el proyecto turístico analizaron los recursos naturales y paisajísticos, su estado de conservación e importancia para que sean considerados como atractivos turísticos.	2
2	La comunidad y el proyecto turístico analizaron las especies nativas y/o únicas de flora que fortalezcan el potencial del recurso turístico.	2
3	La comunidad y el proyecto turístico analizaron las especies nativas y/o únicas de fauna que fortalezcan el potencial del recurso turístico.	2
4	La comunidad ha buscado y/o recibido asesoramiento en materia de conservación ambiental y preservación de la biodiversidad.	2
5	La comunidad y el proyecto turístico manejan un plan ambiental.	2
6	La comunidad cuenta con su propia normativa de uso y manejo del territorio.	1
7	Se considera la capacidad de carga que puede soportar el proyecto sin provocar efectos negativos.	2
8	La comunidad y el proyecto turístico contempla un adecuado manejo de desechos sólidos, líquidos y emanaciones de gases.	2
9	La comunidad y el proyecto turístico contemplan el uso de fuentes renovables de energía.	2
10	El proyecto contempla que los materiales, técnicas arquitectónicas y de construcción, fuentes de energía y tecnologías utilizadas para la construcción, equipamiento y operación sean amigables y adecuados con el entorno.	2
11	El proyecto contempla que el uso de combustibles para los medios de transporte no sea contaminante.	0
12	El proyecto contempla que el uso de productos para proveer servicios de aseo y limpieza (uso de químicos) no sean contaminante.	2
<b>Total</b>		<b>88 %</b>

La comunidad propende porque la actividad turística sea amigable y responsable con el medioambiente, aunque obtiene provecho de los recursos naturales con los que cuenta, se enfoca en cuidarlos al máximo. Tiene claridad y respeta la capacidad de carga, cuenta con un plan medioambiental, sin embargo, le falta terminar su propia normativa de uso y manejo del territorio y, a largo plazo, buscar estrategias de transporte no contaminante.

Tabla 25. Impacto ambiental (factor de riesgo)

6. Impacto ambiental (factor de riesgo)		
1	La comunidad reconoce la existencia de problemas de defaunación en la zona del proyecto turístico que disminuyen la potencialidad turística de la comunidad.	0
2	La comunidad y el proyecto turístico analizaron las especies nativas.	0
3	La comunidad y el proyecto turístico analizaron las especies de flora que fortalezcan el potencial del recurso turístico.	2
4	La comunidad reconoce la existencia de contaminación acústica (ruido) como un factor que disminuye la calidad del recurso para el proyecto turístico.	0
5	La comunidad reconoce la existencia de erosión del suelo como un factor que disminuye la calidad del recurso para el proyecto turístico.	2
6	La comunidad reconoce la existencia de fuentes de agua contaminadas como un factor que disminuye la calidad del recurso para el proyecto turístico.	1

Existen algunos factores de riesgo en cuanto al impacto ambiental que dificultan el adecuado desarrollo de la actividad turística, como la contaminación del aire que ocurre por la cercanía que tiene la finca con un relleno sanitario (vertedero de basura), la erosión del suelo y la contaminación de algunas fuentes hídricas. Cabe resaltar que cuentan con factores positivos los cuales aprovechan para su actividad, por ejemplo, no presentan defaunación, deforestación, ni contaminación acústica.

Tabla 26. Impacto económico

7. Impacto económico		
1	El proyecto de turismo genera un beneficio económico para la mayoría de los miembros de la comunidad.	1
2	La actividad turística genera empleos directos.	2
3	La actividad turística genera empleos indirectos.	2
4	Existe potencial de financiamiento para proyectos turísticos por actores externos (instituciones, ONG, etc.).	0
5	Los recursos económicos disponibles son suficientes para realizar inversión social, mejorar las condiciones sociales y de organización.	0
6	El proyecto turístico realizó un sondeo de mercado que demostró el interés de los turistas por acceder al producto turístico de la comunidad.	2
7	El proyecto turístico realizó un análisis de recuperación de la inversión.	0
8	El análisis de recuperación de la inversión del proyecto turístico mostró que su ejecución es posible.	0
9	La capacidad de recepción de turistas que contempla el proyecto es mayor en relación con la competencia.	1
10	El precio promedio que maneja el paquete turístico es competitivo en relación con la competencia.	2
11	Se contempla la cadena de distribución del producto turístico.	2
12	Hay facilidad de acceso al mercado consumidor.	0
13	Los costos por transporte son accesibles en relación con la competencia.	1
14	El producto turístico presenta elementos innovadores (calidad, originalidad y autenticidad diferencial).	2

Tabla 26. Impacto económico

7. Impacto económico		
15	El proyecto turístico genera nuevas actividades económicas para la comunidad (venta de artesanías, productos naturales, etc.).	2
16	El proyecto turístico genera fuentes de empleo de manera permanente para la comunidad (gerente, administrador, nuevos productos agrícolas, entre otros).	2
17	El proyecto turístico genera fuentes de empleo de manera estacional para la comunidad (alquiler de equipos, contratación de guías, etc.).	2
18	Existencia de recursos económicos que permitan desarrollar la actividad turística en la comunidad.	1
19	El proyecto turístico contempla inversión en capacitación del personal.	0
20	El proyecto contempla inversión en publicidad para la venta del paquete turístico.	2
21	Prelación de los intereses colectivos sobre los individuales.	2
22	Asociatividad de acuerdo con la identidad cultural.	2
23	Conocimiento del sistema económico social y solidario por parte de los miembros.	2
24	Desarrollo de la economía solidaria.	2
25	Desarrollo de comercio justo.	2
26	Control democrático por los miembros.	2
27	Distribución equitativa de utilidades.	2
28	Rendición de cuentas o excedente.	2
<b>Total</b>		<b>71%</b>

El impacto económico es fundamental para el sostenimiento de cualquier proyecto. La Finca San Luis busca utilizar, de la mejor manera, los recursos con los que cuenta para sacar el mejor provecho económico y poder reinvertir en la actividad; sin embargo, los recursos económicos son escasos, lo que hace que se dificulte tener inversiones, por ejemplo, en capacitación de personal. Es importante señalar que por ahora no cuenta con financiación externa. A pesar de ello, la actividad produce empleos directos e indirectos que benefician a la mayoría de los miembros.

Debido a que la Finca San Luis hace parte de la Asoproam entiende el concepto de asociatividad y lo practica, junto con el concepto de economía solidaria y comercio justo.

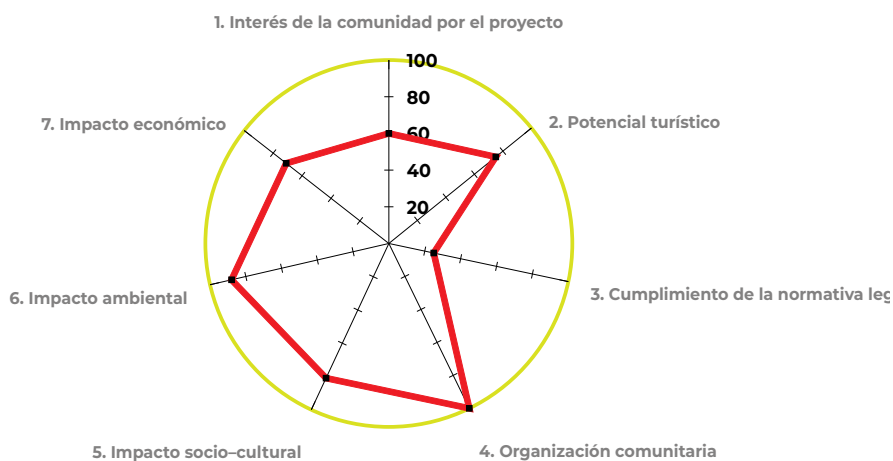
Tabla 27. Impacto económico (factor de riesgo)

7. Impacto económico (factor de riesgo)		
1	Existencia de competencia con proyectos similares desarrollados por otras comunidades de la región.	2
2	La actividad turística genera empleos informales.	1
3	Hay entidades privadas y/o públicas externas que impiden el adecuado desarrollo económico del proyecto turístico.	1

Existe competencia directa, a pesar de que los precios son competitivos, las finanzas del proyecto se ven afectadas, sin embargo, el producto turístico es innovador y el proyecto cuenta con distintas actividades económicas, como la venta de artesanías y productos naturales que en ocasiones genera empleos informales. Nuevamente aparece en el análisis de este factor las repercusiones que tienen algunas entidades externas y que, debido a la falta de apoyo, dificultan el adecuado desarrollo del proyecto.

*Tabla 28. Factores y porcentaje asociado*

FACTORES	PORCENTAJE
1. Interés de la comunidad por el proyecto	60 %
2. Potencial turístico	75 %
3. Cumplimiento de la normativa legal	25 %
4. Organización comunitaria	100 %
5. Impacto socio-cultural	81 %
6. Impacto ambiental	88 %
7. Impacto económico	71 %



*Figura 11. Medición por factores*

Como se puede observar, todos los factores son positivos, resaltando los aspectos relacionados con la organización comunitaria, impacto ambiental y el impacto sociocultural. Esto se debe a que existe un cooperativismo por medio de una asociación comunitaria, de igual forma se destaca el cuidado y respeto por el medioambiente, que se evidencia con el reciclaje y optimización de los recursos naturales. Como aspecto



a mejorar está la legalización de la actividad turística, ya que en el momento de la entrevista no había un registro nacional de turismo; sin embargo, el líder de esta comunidad indica que está entre los planes a corto plazo lograr la formalización.

### **Gestión del turismo en el marco de la pandemia por el COVID-19**

La Finca San Luis, con la pandemia por el COVID-19 se ha visto bastante afectado, puesto que la finca cerró en su totalidad para cuidar la salud de los miembros de la comunidad. En el aislamiento preventivo obligatorio (marzo a agosto de 2020) la finca desarrolló otras actividades como la apicultura y la agricultura. Llevan a cabo estudios sobre protocolos y realizan mejoras en el destino para la reapertura de la actividad turística, donde permitirán el ingreso de grupos pequeños a las zonas abiertas como las huertas, la granja y los senderos, con el fin de proteger la salud tanto de los visitantes como de los anfitriones.

## **Consideraciones finales del turismo rural comunitario en los casos de estudio en Colombia**

Es evidente que el cambio en la ruralidad del país hace que las comunidades rurales adopten diferentes formas para el desarrollo de sus economías. Esto ha generado una transformación del territorio, abriendo las puertas a actividades que anteriormente no se tenían contempladas por la población local. El desarrollo del turismo rural se podría describir como un terreno emergente para el país, más aún cuando se le mira desde la comunidad. Toma gran relevancia en épocas de pandemia, donde se busca reactivar los sectores cumpliendo con las normas de bioseguridad, en donde el distanciamiento físico es clave.

El turismo rural comunitario que se evidencia en los casos planteados en este capítulo tiene una gran prospectiva, ya que hay muchos viajeros interesados en tener experiencias comunitarias rurales. Además, los líderes de las iniciativas comunitarias entienden la importancia de un desarrollo turístico asociativo que permita tener destinos turísticos que aporten al desarrollo y beneficio de la comunidad. De igual forma, uno de los procesos que más se puede resaltar en la presente investigación es que las comunidades oferentes de servicios turísticos están en una fase de aprendizaje, donde buscan procesos de capacitación y planes de desarrollo para cumplir con los requerimientos legales y las expectativas de los viajeros.

En materia rural el turismo se articula con las dinámicas tradicionales del campo, las cuales han sido desarrolladas por varios años en estos territorios. En ambos estudios de caso se puede evidenciar que las actividades agrícolas y pecuarias se utilizan como recursos turísticos para que los viajeros puedan tener un acercamiento con las labores del campesino. En muchos casos los visitantes no han tenido una aproximación a esta labor y el aprender de estas dinámicas rurales es la principal característica de estas iniciativas turísticas.

Ahora bien, en materia de sostenibilidad turística, existen muchas prácticas que permiten evidenciar la conciencia por el medio ambiente. La Finca San Luis realiza varias acciones como el desarrollo de reciclaje para su mobiliario, igualmente en La Montaña del Oso su líder comunitario expresó los planes de adquirir paneles solares y así tener mayores apuestas para minimizar los impactos negativos al medioambiente. Las prácticas de turismo sostenible en estas iniciativas comunitarias son uno de los elementos que más se resaltan en estos estudios de casos.

Por otro lado, el turismo y su relación con la economía solidaria tiene un gran potencial, en el caso de la Finca San Luis existe una cooperativa que, a manera de asociación, permite tener un desarrollo económico justo. Esto evidencia que hay acciones que le apuestan a un turismo serio y responsable con los miembros de la comunidad. En cuanto al caso de La Montaña del Oso es importante aclarar que no hay un desarrollo pleno de la economía solidaria ya que los habitantes colindantes de este lugar tienen características socioeconómicas bastante diferentes, lo que ocasiona que no todos los miembros de la comunidad estén interesados y que no exista competencia en la zona.

El progreso rural en Colombia y su relación con el turismo se presenta como una oportunidad para que las comunidades rurales construyan alternativas económicas (Mora, 2019). Los líderes comunitarios de estas iniciativas tienen contemplado un desarrollo turístico a largo plazo. A pesar de que estas actividades son bastante recientes, tienen una gran proyección en el país (Sánchez, 2018). Es importante resaltar que el turismo adquiere nuevas dinámicas desde el punto de vista rural, comunitario y sostenible. En términos generales, los investigadores de esta obra consideran que los emprendimientos descritos son alternativas con gran potencial y contribuyen de forma significativa a posicionar el turismo rural, comunitario y sostenible en el territorio analizado.

En conclusión, el turismo se establece como una actividad que tiene un gran potencial en la construcción de la identidad del sector rural. Es importante resaltar las iniciativas de turismo en el país en los territorios rurales, aumentando las acciones e impulsando a los emprendedores turísticos. También es fundamental fomentar las iniciativas y generar nuevas alternativas para la construcción y consolidación del turismo como sector de la economía.

Por último, y no menos importante, se evidencia que la pandemia por el COVID-19 ha afectado al turismo de forma drástica. En el aislamiento preventivo obligatorio no hay visitantes en los espacios rurales, por lo que estas comunidades se han dedicado a otras actividades económicas. A pesar de que el impacto en los ingresos ha sido negativo, es importante precisar que hay optimismo en el restablecimiento del sector. No obstante, no se evidencia una planeación para el desarrollo turístico del territorio.

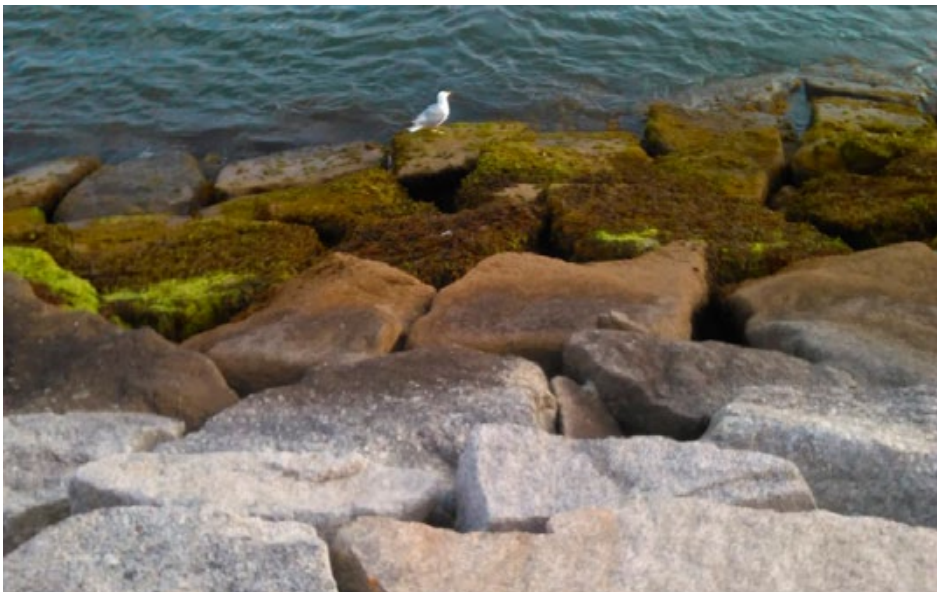
CAPÍTULO 3

# **TURISMO RURAL COMUNITARIO, ESTUDIO DE CASOS EN ESPAÑA**

En el 2019 España ocupaba en materia turística el primer puesto en el índice de competitividad turística y viajes (Observatorio de Competitividad, 2019); mientras Colombia ocupaba el puesto 55 de 140 países. Esta comparación enseña que los dos países tienen condiciones distintas en esta materia. En España el turismo es la actividad económica más importante (Fernández, 2020). No obstante, las morfologías de turismo son diferentes teniendo en cuenta varios aspectos. Por ejemplo, algunos autores como Sariego (2014) indican que el TRC es un fenómeno propio de los países latinoamericanos, lo cual confirma la tesis de que el turismo es diferente debido a las condiciones socioeconómicas del país. Además, las infraestructuras turísticas, la demanda y otra serie de elementos hace que los productos turísticos sean distintos. Para el presente trabajo se realizó un estudio de dos casos.

## Estudio de caso comarca de A Barbanza

La comarca de A Barbanza es un destino turístico de playa con piscinas naturales, donde se pueden realizar diferentes actividades relacionadas con el turismo gastronómico y de naturaleza. Los atractivos turísticos son de diversas tipologías: turismo rural, alojamientos de bajo costo como hospederías, entre otros. A pesar de ser un destino de playa tiene diferentes alternativas turísticas entre las que se destaca el turismo rural, el cual es el objeto de estudio de esta investigación.



*Figura 12.* Comarca de A Barbanza

Fuente: Fotografía de Olga Martínez, 2019.

A Barbanza es una de las comarcas oficiales de Galicia (recuérdese que comarca y parroquia son dos términos territoriales ampliamente utilizados en Galicia) y está ubicada, específicamente, en la provincia de La Coruña, siendo Ribeira su capital y uno de sus núcleos turísticos más importantes. En concreto, tiene una superficie de 244.2 km cuadrados y aproximadamente 70.000 habitantes.

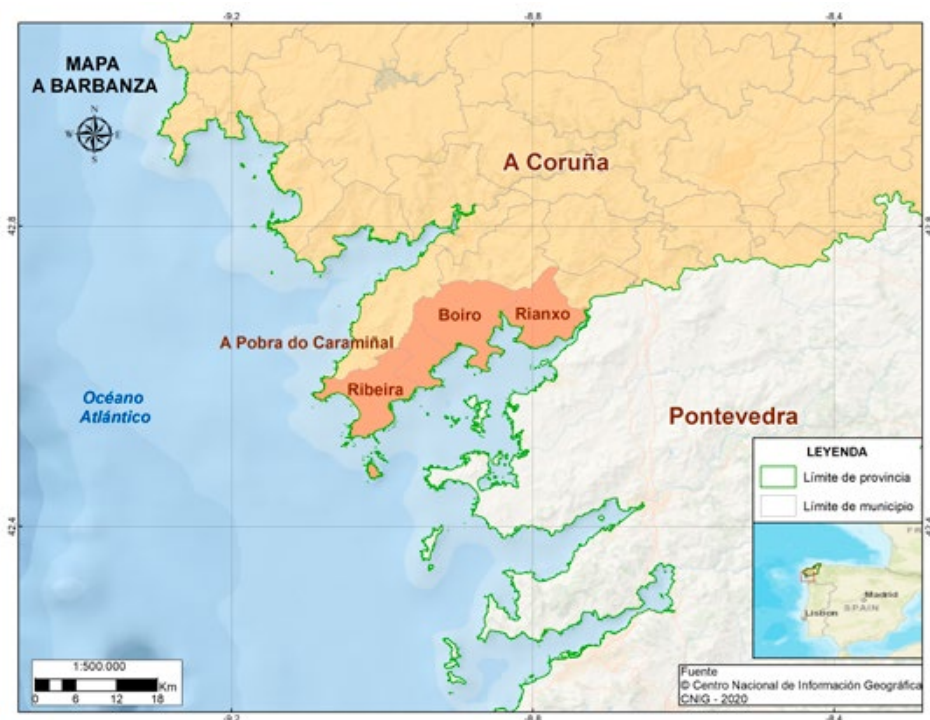


Figura 13. Comarca de A Barbanza

### Aspectos cualitativos de la comarca de A Barbanza

La información cualitativa del estudio de caso se relata de acuerdo con la observación y a las entrevistas con los líderes comunitarios. Se trata de una zona caracterizada, —turísticamente hablando— por un turismo de costa, pero no el tradicionalmente conocido como “turismo de sol y playa”, sino un turismo sostenible y respetuoso con el medioambiente.

### Turismo rural

Es bien sabido que el turismo rural es una de las grandes herramientas de promoción y desarrollo de los pueblos, siendo la comarca de A Barbanza un ejemplo de

esta realidad. Además, las casas rurales que despliegan su actividad en esta comarca actúan siempre desde la perspectiva y el enfoque de la sostenibilidad y del respeto al medioambiente, este es el factor que tienen en común las casas rurales de Barbanza y las actividades asociadas a las mismas (por ejemplo, el senderismo).

Por otra parte, en la comarca de A Barbanza, gracias al turismo rural, se han creado puestos de trabajo, tanto directos como indirectos. Asimismo, se ha dotado a las zonas anexas a las casas rurales de infraestructuras, zonas verdes, áreas ajardinadas y áreas recreativas. Es, de hecho, una herramienta de gran potencialidad para el desarrollo y el despegue o consolidación de un turismo que ya puede decirse que es maduro. Por otra parte, cabe constatar también que la capacidad de carga del terreno es óptima, conservándose todos los espacios y haciendo que turistas y oriundos se vean beneficiados de la experiencia turística.

### **Turismo comunitario**

En el caso de la comarca, el desarrollo del turismo comunitario está relacionado no solamente con las casas rurales, sino también con las propias agencias de viajes locales, hay una organización comunitaria y cooperativa en el transporte y en los botes para pescar y para el turismo. Estas organizaciones promueven el turismo local y tienen una buena distribución de las actividades económicas locales.

### **Economía solidaria**

Los ejes de actuación más importantes de la economía solidaria en la comarca de A Barbanza son el desarrollo social, natural y de patrimonio ambiental de las personas y de los pueblos. Las actividades económicas como, por ejemplo, las relacionadas con las conserveras, se rigen por estos principios, siendo, por tanto, el acicate de promoción del pueblo y de creación de desarrollo, bajo la perspectiva de la sostenibilidad.

### **Turismo sostenible**

La comarca se muestra como uno de los ejemplos de Galicia en los que tiene una mayor preponderancia los tres pilares de la sostenibilidad, siendo el turismo sostenible y sus principios una de las claves más importantes de promoción de esta zona. El desarrollo del turismo desde el punto de vista social tiene en cuenta a la comunidad y las actividades económicas se desarrollan bajo un marco local, lo que permite un progreso económico; donde sus habitantes son quienes se apropian de la oferta de servicios turísticos.

## Aspectos cuantitativos de la comarca de A Barbanza

La información cuantitativa del estudio de caso se relata luego de la adaptación e implementación de los instrumentos de Pacheco, *et al.* (2011) y la metodología de economía solidaria de Espín *et al.* (2017) que se esbozan a continuación.

Se recuerda al lector que para el diagnóstico cuantitativo se plantearon tres factores de cumplimiento donde 0 indica que no cumple (color rojo), 1 indica que cumple parcialmente (color amarillo) y 2 que cumple (color verde).

*Tabla 29. Interés de la comunidad por el proyecto*

1. Interés de la comunidad por el proyecto		
1	La iniciativa de realizar turismo comunitario surge de la comunidad.	1
2	Existe un registro del análisis de las fortalezas y las debilidades de la comunidad para desarrollar proyectos.	1
3	La mayoría de los miembros de la comunidad muestran una actitud positiva para el desarrollo de la actividad turística.	2
4	La mayoría de los miembros de la comunidad han participado activamente durante el estudio de diagnóstico del proyecto turístico.	1
5	Los resultados de los estudios de diagnóstico para el proyecto de turismo son discutidos y debatidos con la comunidad para llegar a acuerdos y consensos.	2
<b>Total</b>		<b>70 %</b>

Como en todas las zonas turísticas y marineras de Galicia, las personas de la región son conscientes de los importantes aportes que tiene el turismo para la comunidad. Por tanto, todos sus miembros muestran un gran interés por el proyecto, estableciéndose reuniones constantes, a favor de las iniciativas comunitarias. Todas las personas que forman parte de esta se sienten protagonistas de su propio desarrollo, poniendo énfasis en la importancia que tiene la puesta en valor de los recursos turísticos.

*Tabla 30. Potencial turístico*

2. Potencial turístico		
1	La comunidad donde se desarrolla el proyecto turístico está cerca de un parque nacional natural, área protegida pública o privada.	2
2	La comunidad y el proyecto turístico reconocen la existencia de recursos naturales únicos con potencial turístico.	2
3	La mayoría de los atractivos turísticos identificados son exclusivos de la comunidad en relación con la competencia identificada.	0
4	La mayoría de los de los recursos naturales/atractivos se encuentran en buen estado (no están erosionados, deforestados, contaminados, entre otros).	1
5	La comunidad y el proyecto identifica especies de flora y fauna nativa.	2



Tabla 30. Potencial turístico

2. Potencial turístico		
6	La comunidad y el proyecto turístico reconocen que la zona posee una alta potencialidad turística pero su manejo se dificulta por la falta de acceso y otros recursos.	1
7	La comunidad y el proyecto turístico reconocen que el estado de conservación del patrimonio cultural de la comunidad (tradiciones, costumbres) es óptimo.	2
8	Existe infraestructura que facilite o ayude a desarrollar el proyecto turístico.	2
9	Existe un análisis de la accesibilidad a los lugares designados para el desarrollo de la infraestructura y servicios.	2
10	Existe un análisis sobre la disponibilidad de servicios de transporte para acceder al proyecto turístico.	2
11	Existe un análisis sobre la disponibilidad de servicios de telecomunicaciones (teléfono, internet, etc.) para el proyecto turístico.	2
12	La comunidad y el proyecto turístico contemplan planes de emergencia y de seguridad.	1
13	La comunidad y el proyecto turístico identificó el segmento de mercado al que está dirigido el producto turístico.	2
14	La comunidad y el proyecto turístico identificó un mercado potencial al que podría orientarse el producto en un futuro.	2
<b>Total</b>		<b>82 %</b>

A Barbanza es un conjunto de enclaves, conocida en Galicia por su importante potencial turístico. Ribeira, Rianxo, A Pobra do Caramiñal y Boiro se sitúan como uno de los destinos turísticos más importantes de Galicia, puesto que día a día se incrementa el flujo de visitantes que acuden a esos lugares.

En este caso, y de acuerdo con el estudio y análisis de las ratios tomadas en consideración, puede señalarse que la comunidad reconoce la existencia de recursos únicos y la mayoría de ellos se encuentran en buen estado. Quizás sean estos los factores que merecen una mayor consideración.

Tabla 31. Cumplimiento de la normativa legal

3. Cumplimiento de la normativa legal		
1	Las características de la comunidad permiten cumplir con los requisitos legales para ejercer la actividad turística.	2
2	La comunidad cuenta con guías nativos (comunitarios) que cumplen con los requisitos legales para ejercer el guionaje.	2
<b>Total</b>		<b>100 %</b>

Todos los establecimientos hoteleros de la comarca de A Barbanza tienen una regulación específica, de acuerdo con el Real Decreto correspondiente, por tanto, se puede decir que se encuentran reglamentados de acuerdo con lo dispuesto en el Decreto 267/1999, del 30 de septiembre, donde está plasmada la ordenación de los mismos

y se configura la aplicación, desarrollo y establecimiento de una política turística encaminada a la modernización y la puesta a punto de las infraestructuras de dichos establecimientos. También supone la puesta en consideración de los nuevos requisitos de los turistas y visitantes a las zonas turísticas de Galicia. La introducción de cuestiones relacionadas con la accesibilidad y con la calidad turística y del servicio constituye uno de los ejes más importantes de la nueva política de calidad del turismo de Galicia.

En este sentido, cabe señalar que la adecuación con la normativa europea de todos estos estándares de calidad es una de las piedras angulares de la política turística gallega.

Tal y como se establece en la tabla 32, se cumple completamente con la normativa legal y, de acuerdo con esta cuestión, las características de la comunidad permiten cumplir con los requisitos legales para llevar a cabo la actividad turística y cuentan con guías que dominan el gallego, con todas las certificaciones requeridas.

*Tabla 32. Organización comunitaria*

4. Organización comunitaria		
1	La comunidad realizó reuniones por cuenta propia para debatir la posible implementación del proyecto turístico.	2
2	El proyecto turístico incide en un mejoramiento de la estructura organizacional de la comunidad.	1
3	La mayoría de las personas de la comunidad asisten a talleres o capacitaciones para el desarrollo del proyecto turístico.	2
4	Algunos de los miembros de la comunidad cuentan con certificados de capacitación técnica y/o profesional en las actividades turísticas.	2
<b>Total</b>		<b>88%</b>

Una de las características más importantes de la comarca de A Barbanza desde una perspectiva turística es la gestión de carácter integrado, algo que está favorecido por las redes sociales. Así, existe una gran cantidad de rutas turísticas que tienen una gestión de carácter comunitaria. En este sentido, la colaboración vecinal y hotelera se configura como uno de los factores de éxito más importantes.

La perspectiva de la organización comunitaria es quizás uno de los aspectos más relevantes de este estudio, tanto desde la perspectiva de la comarca de A Barbanza como desde el modelo de la Cofradía de Pescadores. En este sentido, algunos de los indicadores que deben ser valorados sería el hecho de que la comunidad realiza continuamente reuniones por cuenta propia, con el propósito de debatir la implementación de un proyecto turístico y una porción muy importante de la comunidad

asiste de manera asidua a talleres y a cursos de formación, que les permiten estar capacitados para el desarrollo del proyecto turístico, como, por ejemplo, los talleres y cursos relacionados con la formación lingüística.

*Tabla 33. Impacto sociocultural*

5. Impacto sociocultural		
1	La organización local interna de la comunidad facilita el desarrollo del proyecto turístico.	2
2	La comunidad tiene una o más personas clave que faciliten y lideren la comunicación con actores externos: institucionales y/o empresariales relacionados con el proyecto turístico.	2
3	La(s) persona(s) clave tiene(n) autoridad para influir y motivar a la comunidad para la realización del proyecto turístico de manera que posibilite un cambio positivo dentro de la comunidad.	2
4	El proyecto turístico generará cambios positivos en valores, comportamientos y prácticas de la comunidad.	2
5	Existen actividades de ocio liberador.	2
6	La comunidad tiene acceso a educación y atención médica.	2
7	Existencia de agua potable.	2
8	Existencia de alcantarillado.	2
9	El proyecto contempla la equidad de género en la participación de la actividad turística.	2
10	El proyecto turístico rescata, valora y potencia manifestaciones propias de la cultura local.	1
11	El proyecto turístico contempla que los servicios de gastronomía que se ofrecen al turista valoren la tradición culinaria de la comunidad.	2
12	El proyecto turístico contempla el desarrollado de actividades educativas encaminadas a rescatar, afianzar y difundir sus representaciones culturales.	2
13	Se registran en los miembros de la comunidad actitudes y/o comportamientos que evidencian un afianzamiento de su cultura.	2
<b>Total</b>		<b>96 %</b>

*Tabla 34. Impacto sociocultural (factor de riesgo)*

5. Impacto sociocultural (factor de riesgo)		
1	La mayoría de los miembros de la comunidad tiene problemas de comunicación y/o sociales que dificultan la realización del proyecto turístico.	0
2	Se ha identificado tensiones entre los miembros de la comunidad a causa del proyecto turístico.	0
3	La mayoría de los miembros de la comunidad depende de actores externos u otras instituciones que dificultan la realización del proyecto turístico.	0

El desarrollo turístico trae siempre asociado un desarrollo de carácter sociocultural. Los turistas y visitantes tienen gustos cada vez más exigentes, de acuerdo con las tendencias de la presente sociedad. Además, estos nuevos flujos de turistas están compuestos por personas que tienen una gran conciencia ambiental. Todo ello hace que se haya producido a lo largo de toda la comarca un importante desarrollo sociocultural, que ha venido asociado a la rehabilitación patrimonial y al acondicionamiento de zonas, potenciando el capital social y cultural de la comarca.

El epígrafe que se sitúa a continuación se centra en las cuestiones relativas a la Bandera Azul, que es un reconocimiento de carácter medioambiental. Desde una perspectiva de desarrollo sociocultural (que es la cuestión del presente epígrafe) los centros culturales, como por ejemplo el Náutico Boiro Marina Cabo de Cruz cuenta, de acuerdo con la lógica medioambiental, con la importante acreditación como núcleo y centro azul. Este centro es uno de los espacios de toda la comunidad autónoma gallega que tiene el mencionado distintivo, como acreditación de sus actuaciones responsables.

En este aspecto, si bien es cierto que se producen en todos los miembros de la comunidad actitudes y comportamientos que evidencian o ponen de manifiesto el afianzamiento de la cultura, luego de analizar los posibles factores de riesgo, desde la perspectiva del impacto sociocultural, todas las ratios analizadas puntúan cero, la mayoría de los miembros de la comunidad tiene problemas de comunicación y/o sociales al interior que dificulten la realización del proyecto turístico. Se han identificado tensiones entre los miembros de la comunidad a causa del proyecto turístico y la mayoría depende de actores externos u otras instituciones que dificulten la realización del proyecto turístico. Como se indicó, estos factores de riesgo puntúan cero.

Tabla 35. Impacto ambiental

6. Impacto ambiental		
1	La comunidad y el proyecto turístico analizaron los recursos naturales y paisajísticos, su estado de conservación e importancia para que sean considerados como atractivos turísticos.	2
2	La comunidad y el proyecto turístico analizaron las especies nativas.	2
3	La comunidad y el proyecto turístico analizaron las especies de flora que fortalezcan el potencial del recurso turístico.	2
4	La comunidad ha buscado y/o recibido asesoramiento en materia de conservación ambiental y preservación de la biodiversidad.	2
5	La comunidad y el proyecto turístico manejan un plan ambiental.	2
6	La comunidad cuenta con su propia normativa de uso y manejo del territorio.	2
7	Se considera la capacidad de carga que puede soportar el proyecto sin provocar efectos negativos.	1
8	La comunidad y el proyecto turístico contempla un adecuado manejo de desechos sólidos, líquidos y emanaciones de gases.	1
9	La comunidad y el proyecto turístico contemplan el uso de fuentes renovables de energía.	2
10	El proyecto contempla que los materiales, técnicas arquitectónicas y de construcción, fuentes de energía y tecnologías utilizadas para la construcción, equipamiento y operación sean amigables y adecuados con el entorno.	2
11	El proyecto contempla que el uso de combustibles para los medios de transporte no sea contaminante.	1
12	El proyecto contempla que el uso de productos para proveer servicios de aseo y limpieza (uso de químicos) no sean contaminante.	1
<b>Total</b>		<b>83%</b>

Tabla 36. Impacto ambiental (factor de riesgo)

6. Impacto ambiental (factor de riesgo)		
1	La comunidad reconoce la existencia de problemas de defaunación en la zona del proyecto turístico que disminuyen la potencialidad turística de la comunidad.	0
2	La comunidad reconoce la existencia de problemas de deforestación/tala ilegal en la zona del proyecto como un factor que disminuye la potencialidad turística de la comunidad.	0
3	La comunidad reconoce la existencia de contaminación del aire como un factor que disminuye la calidad del recurso para el proyecto turístico.	0
4	La comunidad reconoce la existencia de contaminación acústica (ruido) como un factor que disminuye la calidad del recurso para el proyecto turístico.	0
5	La comunidad reconoce la existencia de erosión del suelo como un factor que disminuye la calidad del recurso para el proyecto turístico.	0
6	La comunidad reconoce la existencia de fuentes de agua contaminadas como un factor que disminuye la calidad del recurso para el proyecto turístico.	0

A la hora de explicar los aspectos ambientales de A Barbanza resulta necesario hablar también de la sostenibilidad. A Barbanza es una comarca con una gran belleza natural y ambiental. Sus paisajes son uno de los principales recursos naturales y una fuente de atracción entre las personas que se acercan a visitar los diferentes municipios de la comarca.

La sostenibilidad desde la perspectiva cultural viene asociada a la importante política de rehabilitación de edificios y elementos patrimoniales de la zona. El último eje de la sostenibilidad, la sostenibilidad económica, estaría patentizado por la creación de puestos de trabajo e insumos económicos. En el siguiente epígrafe se describe de manera más detallada esta realidad.

Una vez analizados los indicadores relacionados con el impacto ambiental y los factores de riesgo, se puede observar que estos últimos tienen cero en la puntuación, por ejemplo, el hecho de que la comunidad reconoce la existencia de fuentes de aguas contaminadas. De hecho, en el trabajo de campo realizado en la zona, a pie de campo, se puede constatar que las fuentes están en perfecto uso y en continua revisión.

Tabla 37. Impacto económico

7. Impacto económico		
1	El proyecto de turismo genera un beneficio económico para la mayoría de los miembros de la comunidad.	1
2	La actividad turística genera empleos directos.	1
3	La actividad turística genera empleos indirectos.	2
4	Existe potencial de financiamiento para proyectos turísticos por factores externos (instituciones, ONG, etc.).	2

Tabla 37. Impacto económico

7. Impacto económico		
5	Los recursos económicos disponibles son suficientes para realizar inversión social, mejorar las condiciones sociales y de organización.	1
6	El proyecto turístico realizó un sondeo de mercado que demostró el interés de los turistas por acceder al producto turístico de la comunidad.	2
7	El proyecto turístico realizó un análisis de recuperación de la inversión.	2
8	El análisis de recuperación de la inversión del proyecto turístico mostró que su ejecución es posible.	2
9	La capacidad de recepción de turistas que contempla el proyecto es mayor en relación con la competencia.	2
10	El precio promedio que maneja el paquete turístico es competitivo en relación con la competencia.	2
11	Se contempla la cadena de distribución del producto turístico	1
12	Hay facilidad de acceso al mercado consumidor.	2
13	Los costos por transporte son accesibles en relación con la competencia.	1
14	El producto turístico presenta elementos innovadores (calidad, originalidad y autenticidad diferencial).	1
15	El proyecto turístico generará nuevas actividades económicas para la comunidad (venta de artesanías, productos naturales, etc.).	2
16	El proyecto turístico genera fuentes de empleo de manera permanente para la comunidad (gerente, administrador, nuevos productos agrícolas, entre otros).	2
17	El proyecto turístico genera fuentes de empleo de manera estacional para la comunidad (alquiler de equipos, contratación de guías, etc.).	1
18	Existencia de recursos económicos que permitan desarrollar la actividad turística en la comunidad.	1
19	El proyecto turístico contempla inversión en capacitación del personal.	2
20	El proyecto contempla inversión en publicidad para venta del paquete turístico.	2
21	Prelación de los intereses colectivos sobre los individuales.	2
22	Asociatividad de acuerdo con la identidad cultural.	2
23	Conocimiento del sistema económico social y solidario por parte de los miembros.	2
24	Desarrollo de la economía solidaria.	0
25	Desarrollo de comercio justo.	2
26	Control democrático por los miembros.	2
27	Distribución equitativa de utilidades.	2
28	Rendición de cuentas o excedente.	2
<b>Total</b>		<b>82 %</b>

El impacto económico, tal y como se ha expresado en este estudio, vendría patentizado por la posibilidad de captación de subvenciones, creación de puestos de trabajo y captación de flujos económicos. La comarca de A Barbanza se caracteriza por tener, como una de sus principales actividades económicas, el turismo. Gracias a las actividades turísticas y hoteleras, esta comarca se ha convertido en una de las zonas puntera y más pujante de Galicia.

Tabla 38. Impacto económico (factor de riesgo)

7. Impacto económico (factor de riesgo)		
1	Existencia de competencia con proyectos similares desarrollados por otras comunidades de la región.	1
2	La actividad turística genera empleos informales.	1
3	Hay entidades privadas y/o públicas externas que impiden el adecuado desarrollo económico del proyecto turístico.	1

La parte económica resulta fundamental en estos temas y, en este caso, una vez analizados los diferentes factores de riesgo se podría aseverar que todos los factores (“existencia de competencia con proyectos similares desarrollados por otras comunidades de la región”, “la actividad turística genera empleos informales” y “hay entidades que impiden el adecuado desarrollo económico del proyecto turístico”) puntúan uno.

Tabla 39. Factores y porcentaje asociado

FACTORES	PORCENTAJE
1. Interés de la comunidad por el proyecto	70 %
2. Potencial turístico	82 %
3. Cumplimiento de la normativa legal	100 %
4. Organización comunitaria	88 %
5. Impacto sociocultural	96 %
6. Impacto ambiental	83 %
7. Impacto económico	82 %

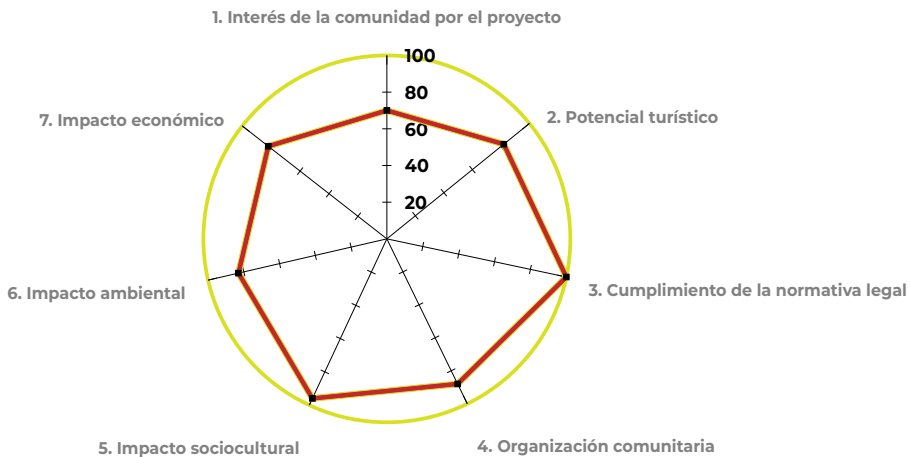


Figura 14. Medición de factores

Los puntos a resaltar son los relacionados con la normativa legal, el impacto sociocultural y la organización comunitaria. En el caso del sistema utilizado, el hecho de que la iniciativa de realizar turismo comunitario surja o provenga de la propia comunidad y que la mayoría de los miembros de esta muestren una actitud positiva para el desarrollo, se erigen como las cuestiones más importantes a tener en cuenta.

La conservación de los recursos patrimoniales y la dotación de los sistemas de calidad para que las playas tengan las denominadas “banderas azules” se configuran como otros de los ejes hacia los que ha derivado la política turística gallega (y española en general). De hecho, estas cuestiones son requisitos muy parecidos a lo que ha sucedido en otras comunidades autónomas del territorio español. La comarca de A Barbanza representa un ejemplo modélico de esta realidad.

La sostenibilidad turística (con sus tres polos o ejes: sostenibilidad ambiental, económica y cultural) es una de las preocupaciones y una de las cuestiones más dignas a destacar de la comarca de A Barbanza. Por ejemplo, en el caso de la sostenibilidad ambiental (respeto por el medioambiente y el entorno), uno de los factores que más enfatiza este aspecto tiene que ver con la cantidad de playas con bandera azul que existen. Otro ejemplo, es el caso del concello de Boiro que se encuentra en el primer puesto del listado provincial de playas con bandera azul. En este sentido, podemos afirmar que la comunidad autónoma gallega es un ejemplo para seguir en lo que al número de playas con bandera azul se refiere. Las banderas azules certifican la calidad de las aguas y la limpieza del arenal, además se valoran y se toman en consideración aspectos como la accesibilidad del entorno.

### **Gestión del turismo durante la pandemia del COVID-19**

La comunidad indica que en general se han visto directamente afectados por la situación del COVID-19, por lo que la actividad económica y, específicamente todas las actividades relacionadas con el comercio y el turismo han experimentado una reducción muy significativa. A mediados del año 2020 tuvieron un nuevo y tímido impulso y consideran que en el futuro mejorará esta actividad.

La comarca A Barbanza es un destino que se encuentra muy cerca de áreas densamente pobladas en Galicia. Después de encontrarse seriamente afectada por un incremento en los casos positivos de COVID-19 lograron superar a mediados del año 2020 esta situación. No obstante, hay protocolos para contener los rebrotes por el virus y en general están trabajando para evitar los contagios en el sector del turismo. Se han propuesto una serie de medidas que parecen resultar efectivas, por



ejemplo, la parcelación de playas; Además de las medidas que se han establecido a nivel de toda España, también se observa una importante conciencia cívica y mucha responsabilidad y solidaridad por parte de los visitantes.

En general, la comarca de A Barbanza se encuentra en una situación óptima para salir de la crisis económica que trajo la pandemia por el COVID-19, puesto que tiene importantes recursos naturales relacionados con el turismo rural. El turismo se desarrolla en espacios abiertos y las actividades en la naturaleza permiten la distancia social, por lo que no se producen aglomeraciones, que es algo muy importante de cara a las consignas de esta “nueva normalidad”.

## Estudio de caso Cofradía de Pescadores del norte de Galicia

La Cofradía de Pescadores del norte de Galicia es un destino donde hay un desarrollo local y una diversificación pesquera, allí se puede ver la identidad de las industrias azules de Galicia. Las Cofradías de Pescadores están ubicadas por toda Galicia, aunque esta investigación se hizo en las de la provincia de La Coruña, provincia gallega que se encuentra situada en el noroeste de España.



*Figura 15. Cofradía de Pescadores de Galicia*

Fuente: Fotografía de Olga Martínez, 2019.



Figura 16. Ubicación de la Cofradía de Pescadores del norte de Galicia

## Aspectos cualitativos

La información cualitativa del estudio de caso se relata de acuerdo con la observación y las entrevistas con los líderes comunitarios, donde los aspectos relacionados con la pesca y todas las tradiciones vinculadas a la actividad pesquera (patrimonio material e inmaterial) se plantean como un producto turístico de primer orden.

## Turismo rural

Las zonas gallegas de la Cofradía de Pescadores han diversificado sus actividades y aunque se dedican a la pesca principalmente, también se centran en el turismo, que actúa bajo los pilares de la sostenibilidad (de la misma forma que el ejemplo anterior) y ha sido el responsable de la promoción de esta zona desde los últimos tiempos.

## Turismo comunitario

Este destino se desarrolla bajo los pilares de un turismo que genera importantes beneficios económicos para la comunidad, es creativo y respetuoso con los integrantes de la región, esta es una de las manifestaciones de nuevas tipologías turísticas de la

Galicia costera. De este modo, la Cofradía de Pescadores es un ejemplo de un destino turístico donde las comunidades son quienes desarrollan un turismo justo.

### Economía solidaria

El modelo de gestión de la pesca de la Cofradía de Pescadores opera y actúa bajo los principios del cooperativismo y asociatividad, configurándose como un tipo de actividad que aporta beneficios a los pescadores y a toda la zona. En ella prevalecen los intereses económicos de la comunidad por encima de los intereses individuales, lo que permite un desarrollo justo y una distribución equitativa de los ingresos.

### Turismo sostenible

Absolutamente integrado con las actividades pesqueras y de economía solidaria, el turismo de esta zona, igual que en el área de la comarca de A Barbanza, se basa en los principios del turismo sostenible, que son siempre el enfoque ambiental, económico y sociocultural. Desde los últimos tiempos se ha observado como este turismo sostenible, que tiene siempre en cuenta el criterio de la fragilidad del terreno y del entorno natural, es un factor común en toda la economía gallega.

### Aspectos cuantitativos

La información cuantitativa del estudio de caso se relata luego de la adaptación e implementación de los instrumentos de Pacheco *et al.* (2011) y la metodología de economía solidaria de Espín *et al.* (2017) que se esbozan a continuación.

Se recuerda al lector que para el diagnóstico cuantitativo se plantearon tres factores de cumplimiento donde 0 indica que no cumple (color rojo), 1 indica que cumple parcialmente (color amarillo) y 2 que cumple (color verde).

Tabla 40. Interés de la comunidad por el proyecto

1. Interés de la comunidad por el proyecto		
1	La iniciativa de realizar turismo comunitario surge de la comunidad.	1
2	Existe un registro del análisis de las fortalezas y las debilidades de la comunidad para desarrollar proyectos.	2
3	La mayoría de los miembros de la comunidad muestran una actitud positiva para el desarrollo de la actividad turística.	2
4	La mayoría de los miembros de la comunidad han participado activamente durante el estudio de diagnóstico del proyecto turístico.	0
5	Los resultados de los estudios de diagnóstico para el proyecto de turismo son discutidos y debatidos con la comunidad para llegar a acuerdos y consensos.	1
<b>Total</b>		<b>60 %</b>

Más que ninguna otra entidad, una cofradía se configura como una iniciativa de carácter común, cuyos objetivos principales son, precisamente, la defensa de los intereses comunes y la consecución de un logro común. En concreto, las Cofradías de Pescadores, desde el punto de vista de su conformación jurídica, serían corporaciones de derecho público y sectoriales. Además, cabe señalar que su actividad o actividades no tienen ánimo de lucro y su objetivo principal, como se indicó en líneas anteriores, es representar los intereses económicos de armadores de buques de pesca y de los trabajadores del sector extractivo en general. Además, actúan como órganos de consulta y colaboran estrechamente con la administración encargada de la pesca marítima y la administración de ordenación del sector pesquero. El objetivo, en resumen, de las Cofradías de Pescadores es contribuir con el desarrollo local y el crecimiento de la zona.

En este caso, se observa que toda la comunidad se encuentra absolutamente involucrada en el proyecto, siendo las ratios que más puntúan el hecho de que exista un registro del análisis de las fortalezas y debilidades de la comunidad para el desarrollo de los proyectos, y el hecho de que la mayoría de los miembros de la comunidad muestren una actitud positiva para el desarrollo de la actividad turística, lo que hace que se cree una conciencia de grupo.

*Tabla 41. Potencial turístico*

2. Potencial turístico		
1	La comunidad donde se desarrolla el proyecto turístico está cerca de un parque nacional natural, área protegida pública o privada.	2
2	La comunidad y el proyecto turístico reconoce la existencia de recursos naturales únicos con potencial turístico.	2
3	La mayoría de los atractivos turísticos identificados son exclusivos de la comunidad en relación con la competencia identificada.	0
4	La mayoría de los de los recursos naturales/atractivos se encuentran en buen estado (no están erosionados, deforestados, contaminados, entre otros).	2
5	La comunidad y el proyecto identifica especies de flora y fauna nativa.	2
6	La comunidad y el proyecto turístico reconocen que la zona posee una alta potencialidad turística pero su manejo se dificulta por la falta de acceso y otros recursos.	2
7	La comunidad y el proyecto turístico reconocen que el estado de conservación del patrimonio cultural de la comunidad (tradiciones, costumbres) es óptimo.	1
8	Existe infraestructura que facilite o ayude a desarrollar el proyecto turístico.	1
9	Existe un análisis de la accesibilidad a los lugares designados para el desarrollo de la infraestructura y servicios.	1
10	Existe un análisis sobre la disponibilidad de servicios de transporte para acceder al proyecto turístico.	2
11	Existe un análisis sobre la disponibilidad de servicios de telecomunicaciones (teléfono, internet, etc.) para el proyecto turístico.	2

Tabla 41. Potencial turístico

2. Potencial turístico		
12	La comunidad y el proyecto turístico contemplan planes de emergencia/de seguridad.	2
13	La comunidad y el proyecto turístico identificaron el segmento de mercado al que está dirigido el producto turístico.	1
14	La comunidad y el proyecto turístico identificaron un mercado potencial al que podría orientarse el producto en un futuro.	1
<b>Total</b>		<b>75 %</b>

Como se señalaba anteriormente, todas las zonas turísticas y marineras de Galicia, las personas de la comunidad y los representantes locales conocen de primera mano las importantes contribuciones del turismo para la comunidad y para el desarrollo de la economía en general. Por tanto, y derivado de este contexto general, las Cofradías de Pescadores actúan en asociación con el turismo, para fomentar el desarrollo de la zona y aumentar el valor de los recursos turísticos y patrimoniales del lugar.

Tabla 42. Cumplimiento de la normativa legal

3. Cumplimiento de la normativa legal		
1	Las características de la comunidad permiten cumplir con los requisitos legales para ejercer la actividad turística.	2
2	La comunidad cuenta con guías nativos (comunitarios) que cumplen con los requisitos legales para ejercer el guionaje.	1
<b>Total</b>		<b>75 %</b>

Como se decía en el epígrafe anterior, las Cofradías de Pescadores son corporaciones de derecho público, desde el punto de vista de su conformación jurídica. Se regulan a través de la Ley 33/2014, del 26 de diciembre, por la que se modifica la Ley 3/2001, del 26 de marzo, de Pesca Marítima.

Tabla 43. Organización comunitaria

4. Organización comunitaria		
1	La comunidad realizó reuniones por cuenta propia para debatir la posible implementación del proyecto turístico.	2
2	El proyecto turístico incide en un mejoramiento de la estructura organizacional de la comunidad.	2
3	La mayoría de las personas de la comunidad asisten a talleres o capacitaciones para el desarrollo del proyecto turístico.	2
4	Algunos de los miembros de la comunidad cuentan con certificados de capacitación técnica y/o profesional en las actividades turísticas.	2
<b>Total</b>		<b>100 %</b>

Las Cofradías de Pescadores suponen una puesta en común y una búsqueda conjunta de objetivos particulares y comunitarios, por lo que la gestión comunitaria se establece como una de las cuestiones más importantes de estas.

En este caso, y tras el análisis de las ratios, se puede observar que todos los indicadores relacionados con la organización comunitaria puntúan dos, cumpliendo así el 100 % del montante final, lo cual indica una gran organización.

Tabla 44. Impacto sociocultural

5. Impacto sociocultural		
1	La organización local interna de la comunidad facilita el desarrollo del proyecto turístico.	2
2	La comunidad tiene una o más personas clave que faciliten y lideren la comunicación con actores externos: institucionales y/o empresariales relacionados con el proyecto turístico.	2
3	La(s) persona(s) clave tiene(n) autoridad para influir y motivar a la comunidad para la realización del proyecto turístico de manera que posibilite un cambio positivo dentro de la comunidad.	2
4	El proyecto turístico generará cambios positivos en valores, comportamientos y prácticas de la comunidad.	2
5	Existen actividades de ocio liberador.	1
6	La comunidad tiene acceso a educación y atención médica.	2
7	Existencia de agua potable.	2
8	Existencia de alcantarillado.	2
9	El proyecto contempla la equidad de género en la participación de la actividad turística.	2
10	El proyecto turístico rescata, valora y potencia manifestaciones propias de la cultura local.	2
11	El proyecto turístico contempla que los servicios de gastronomía que se ofrecen al turista valoren la tradición culinaria de la comunidad.	1
12	El proyecto turístico contempla el desarrollado de actividades educativas encaminadas a rescatar, afianzar y difundir sus representaciones culturales.	2
13	Se registran en los miembros de la comunidad actitudes y/o comportamientos que evidencian un afianzamiento de su cultura.	2
<b>Total</b>		<b>92%</b>

Tabla 45. Impacto sociocultural (factor de riesgo)

5. Impacto sociocultural (factor de riesgo)		
1	La mayoría de los miembros de la comunidad tienen problemas de comunicación y/o sociales que dificultan la realización del proyecto turístico.	0
2	Se ha identificado tensiones entre los miembros de la comunidad a causa del proyecto turístico.	0
3	La mayoría de los miembros de la comunidad dependen de actores externos u otras instituciones que dificulte la realización del proyecto turístico.	0

El desarrollo turístico trae siempre asociado un desarrollo de carácter sociocultural, cuestión que también es de gran importancia dentro de las Cofradías de Pescadores. A través de su labor, se produce un desarrollo, no solamente desde la perspectiva económica y de empleo, sino también desde el punto de vista de la gestión comunitaria —tal y como se ha mostrado en el epígrafe anterior— y del desarrollo sociocultural de la zona.

Tabla 46. Impacto ambiental

6. Impacto ambiental		
1	La comunidad y el proyecto turístico analizaron los recursos naturales y paisajísticos, su estado de conservación e importancia para que sean considerados como atractivos turísticos.	2
2	La comunidad y el proyecto turístico analizaron las especies nativas.	2
3	La comunidad y el proyecto turístico analizaron las especies de flora que fortalezcan el potencial del recurso turístico.	2
4	La comunidad ha buscado y/o recibido asesoramiento en materia de conservación ambiental y preservación de la biodiversidad.	2
5	La comunidad y el proyecto turístico manejan un plan ambiental.	2
6	La comunidad cuenta con su propia normativa de uso y manejo del territorio.	2
7	Se considera la capacidad de carga que puede soportar el proyecto sin provocar efectos negativos.	2
8	La comunidad y el proyecto turístico contemplan un adecuado manejo de desechos sólidos, líquidos y emanaciones de gases.	2
9	La comunidad y el proyecto turístico contemplan el uso de fuentes renovables de energía.	2
10	El proyecto contempla que los materiales, técnicas arquitectónicas y de construcción, fuentes de energía y tecnologías utilizadas para la construcción, equipamiento y operación sean amigables y adecuados con el entorno.	2
11	El proyecto contempla que el uso de combustibles para los medios de transporte no sea contaminante.	0
12	El proyecto contempla que el uso de productos para proveer servicios de aseo y limpieza (uso de químicos) no sean contaminantes.	2
<b>Total</b>		<b>92 %</b>

A la hora de hablar de la pesca (en este caso, se trata las cuestiones relativas a la Cofradía de Pescadores) siempre es necesario tener en cuenta los aspectos ambientales, puesto que la pesca es una actividad económica del sector primario que actúa directamente sobre la naturaleza.

Tabla 47. Impacto ambiental (factor de riesgo)

6. Impacto ambiental (factor de riesgo)		
1	La comunidad reconoce la existencia de problemas de defaunación en la zona del proyecto turístico que disminuyen la potencialidad turística de la comunidad.	0
2	La comunidad reconoce la existencia de problemas de deforestación/tala ilegal en la zona del proyecto como un factor que disminuye la potencialidad turística de la comunidad.	0
3	La comunidad reconoce la existencia de contaminación del aire como un factor que disminuye la calidad del recurso para el proyecto turístico.	0
4	La comunidad reconoce la existencia de contaminación acústica (ruido) como un factor que disminuye la calidad del recurso para el proyecto turístico.	0
5	La comunidad reconoce la existencia de erosión del suelo como un factor que disminuye la calidad del recurso para el proyecto turístico.	0
6	La comunidad reconoce la existencia de fuentes de agua contaminadas como un factor que disminuye la calidad del recurso para el proyecto turístico.	1

El contexto general de la pesca en Galicia (que se realiza de una forma absolutamente sostenible y respetuosa con el entorno) tiene que ver con la reforma del 2013. En este sentido, es preciso hablar del marco europeo general, puesto que la Unión Europea tiene una sólida jurisprudencia de pesca para lograr que esta sea siempre sostenible, tanto desde la perspectiva geográfica europea como internacional. Por tanto, establece objetivos y cronogramas para alcanzar una correcta situación de los caladeros de Europa. El objetivo fundamental es minimizar los descartes y realizar una gestión sostenible de la pesca. La nueva jurisprudencia ensalza la participación y la transparencia. Lo importante es lograr una pesca sostenible, que garantice la perpetuación de los ecosistemas, donde no se vea amenazada ninguna especie y que todo el mundo tenga conciencia de la importancia del futuro de nuestros mares y océanos. En este sentido, las Cofradías de Pescadores cumplen una gran labor.

Tabla 48. Impacto económico

7. Impacto económico		
1	El proyecto de turismo genera un beneficio económico para la mayoría de los miembros de la comunidad.	1
2	La actividad turística genera empleos directos.	2
3	La actividad turística genera empleos indirectos.	2
4	Existe potencial de financiamiento para proyectos turísticos por actores externos (instituciones, ONG, etc.).	0
5	Los recursos económicos disponibles son suficientes para realizar inversión social, mejorar las condiciones sociales y de organización.	1
6	El proyecto turístico realizó un sondeo de mercado que demostró el interés de los turistas por acceder al producto turístico de la comunidad.	2
7	El proyecto turístico realizó un análisis de recuperación de la inversión.	2
8	El análisis de recuperación de la inversión del proyecto turístico mostró que su ejecución es posible.	2
9	La capacidad de recepción de turistas que contempla el proyecto es mayor en relación con la competencia.	1
10	El precio promedio que maneja el paquete turístico es competitivo en relación con la competencia.	2
11	Se contempla la cadena de distribución del producto turístico.	2
12	Hay facilidad de acceso al mercado consumidor.	2
13	Los costos por transporte son accesibles en relación con la competencia.	1
14	El producto turístico presenta elementos innovadores (calidad, originalidad y autenticidad diferencial).	2
15	El proyecto turístico generará nuevas actividades económicas para la comunidad (venta de artesanías, productos naturales, etc.).	1
16	El proyecto turístico genera fuentes de empleo de manera permanente para la comunidad (gerente, administrador, nuevos productos agrícolas, entre otros).	1
17	El proyecto turístico genera fuentes de empleo de manera estacional para la comunidad (alquiler de equipos, contratación de guías, etc.).	1



Tabla 48. Impacto económico

7. Impacto económico		
18	Existencia de recursos económicos que permitan desarrollar la actividad turística en la comunidad.	1
19	El proyecto turístico contempla inversión en capacitación del personal.	2
20	El proyecto contempla inversión en publicidad para venta del paquete turístico.	1
21	Prelación de los intereses colectivos sobre los individuales.	2
22	Asociatividad de acuerdo con la identidad cultural	2
23	Conocimiento del sistema económico social y solidario por parte de los miembros.	2
24	Desarrollo de la economía solidaria.	2
25	Desarrollo de comercio justo.	2
26	Control democrático por los miembros.	2
27	Distribución equitativa de utilidades.	2
28	Rendición de cuentas o excedente.	2
<b>Total</b>		<b>80 %</b>

Las Cofradías de Pescadores de Galicia actúan dentro del marco general de la actividad económica de la región. Conscientes de la importancia que tiene el sector pesquero en Galicia, y el sector primario en general, estas actúan como garantes de un sector en auge, el de la pesca, que tiene que desarrollarse siempre, bajo la perspectiva de la sostenibilidad y del respeto al entorno.

Tabla 49. Impacto económico (factor de riesgo)

7. Impacto económico (factor de riesgo)		
1	Existencia de competencia con proyectos similares desarrollados por otras comunidades de la región.	1
2	La actividad turística genera empleos informales.	1
3	Hay entidades privadas y/o públicas externas que impiden el adecuado desarrollo económico del proyecto turístico.	1

De acuerdo con el análisis del impacto económico, desde la perspectiva de los factores de riesgo, se puede decir que existen tres factores que puntúan 1, tal y como se observa en la tabla 50: “existencia de competencia con proyectos similares”, “la actividad turística genera empleos informales” y “hay entidades que impiden el adecuado desarrollo económico”, lo que quiere decir que estos factores podrían afectar el óptimo desempeño económico, sin embargo, las cofradías trabajan en la gestión de aspectos que puedan ocasionar disminución del desarrollo económico, para contrarrestar los efectos.

Tabla 50. Factores y porcentaje asociado

FACTORES	PORCENTAJE
1. Interés de la comunidad por el proyecto	60 %
2. Potencial turístico	75 %
3. Cumplimiento de la normativa legal	75 %
4. Organización comunitaria	100 %
5. Impacto sociocultural	93 %
6. Impacto ambiental	92 %
7. Impacto económico	80 %

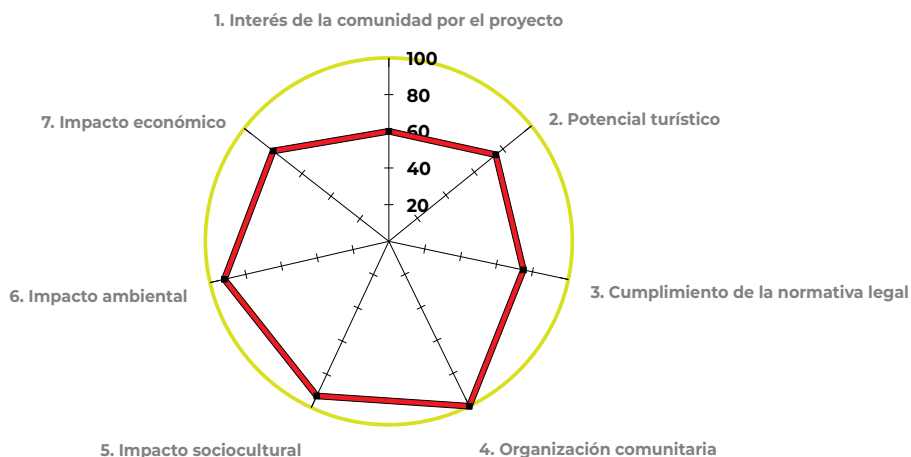


Figura 17. Medición de factores

En este caso, la organización comunitaria es el factor que más puntúa, con el 100 %, seguido del impacto sociocultural (93 %) y el impacto ambiental (92 %). Es importante analizar que se evidencian una serie de elementos que muestran una óptima gestión en los aspectos socioculturales, económicos y ambientales y solo queda como aspecto a mejorar el interés de la comunidad por el proyecto, debido a que en gran parte no hay una integración local.

## Gestión del turismo durante la pandemia del COVID-19

El sector primario gallego, y más concretamente la pesca, ha entrado en una situación verdaderamente complicada, como consecuencia de la pandemia del COVID-19. Además, esto es especialmente significativo en el caso de Galicia, que se encuentra muy vinculada al sector primario. Es preciso señalar que el sector rural no se vio demasiado afectado y continuó con niveles de producción más o menos estándares.

Las actividades de pesca y marisqueo se han visto muy afectadas por la crisis del nuevo coronavirus; en parte por la bajada de los precios, tanto en el sector de la pesca como en el del marisqueo, teniendo en cuenta que estas actividades, por general, se hacían para la preparación de alimentos de los viajeros.

La Consellería do Mar de Galicia ha notificado al sector pesquero —que, en esta región, aunque tienen características comunes, también es un sector muy diverso como las distintas lonjas— cuáles son los requisitos y las recomendaciones establecidas por las autoridades competentes, a los efectos de que la actividad se desarrolle con total seguridad. Así, se ha definido un protocolo que tendrá que ser llevado a cabo en los puertos. Existirá la figura de los denominados “celadores guardapuestos”. Por otra parte, es preciso señalar también que todos los elementos, infraestructuras y edificaciones comunes son desinfectados con el protocolo establecido.

El turismo rural a partir de junio del 2020 está repuntando, en gran medida, por desarrollarse en espacios abiertos y la ausencia de aglomeraciones, en las zonas vinculadas con la pesca, siendo las lonjas importantes espacios de atracción turística. En general hay protocolos establecidos y la comunidad es optimista en que el sector prosperará.

## Consideraciones finales del capítulo

La Comarca de A Barbanza y la Cofradía de Pescadores tienen varias características comunes. Así, dejando un momento al margen sus grandes peculiaridades, se puede decir que son zonas que han diversificado muchísimo sus actividades, haciendo del turismo una actividad principal, que reporta grandes beneficios a la comarca. El turismo, además, se desarrolla bajo los pilares de la sostenibilidad, siendo el factor del respeto ambiental, económico y social algo clave en sus modelos turísticos. Se trata, de hecho, de dos paradigmas de respeto al entorno, con grandes posibilidades de futuro.

La ruralidad española es distinta a la realidad colombiana, debido a que el turismo tiene una serie de atractivos que están orientados hacia los productos gastronómicos culturales y su oferta turística es mucho más variada que la colombiana. El TRC tiene un gran desarrollo tal y como se plantea en los estudios de caso. Además, estas iniciativas son importantes para el desarrollo de la región, ya que como se ha mencionado anteriormente, en España el turismo es una actividad que está articulada como cadena de valor, los visitantes aportan al consumo local y al desarrollo rural. Esto permite que la economía en estos lugares sea principalmente del turismo

a excepción de Colombia donde este es una alternativa económica al desarrollo rural. Por otro lado, en materia rural las dinámicas turísticas se establecen de acuerdo con las tradiciones de siglos. Allí, las personas visitan estos lugares por su historia y por su contacto con la naturaleza.

En materia de sostenibilidad los dos estudios de caso aportan que las prácticas son sostenibles con el medioambiente y estos productos turísticos tienen una gran cadena de valor, lo que confirma la gran competitividad turística, diferente en Colombia, donde uno de los destinos no tiene competencia directa. Los anfitriones tienen una actividad económica bien establecida, con una variedad de elementos como la recreación, la naturaleza, la gastronomía y la cultura, entre otros. Se evidencia que los estudios de casos aportan de forma activa a la economía local y se establecen con un gran potencial.

Cada vez son más las personas que quieren disfrutar de un turismo rural lejos de un turismo masivo, y las nuevas tendencias turísticas las están adaptando muy bien a las comunidades españolas que quieren aumentar la oferta de servicios turísticos rurales. Esto permite la consolidación económica por medio del cooperativismo, ya que este elemento se encuentra bien establecido en las prácticas económicas de los locales. En conclusión, el turismo es una actividad de gran importancia y un motor económico para la gestión local, teniendo en cuenta que son actividades de gran relevancia.

Por último y de acuerdo con la literatura reciente encontrada en las últimas investigaciones turísticas se puede apreciar que el turismo rural comunitario se configura como una opción muy importante, en esta “nueva normalidad”. La ausencia de aglomeraciones, la posibilidad de que las actividades se desarrollen en espacios abiertos y las actividades al aire libre hacen que el turismo rural comunitario sea una opción muy favorable en lo que se podría llamar la “era post COVID”.

No obstante, cabe constatar también con cierta preocupación que es necesario gestionar las ayudas y las subvenciones que puedan volver a impulsar la actividad. En todo caso, el turismo rural comunitario da buena cuenta de todas las consignas y puede ser el modelo de turismo a seguir en estos nuevos tiempos. De hecho, en el caso de España, los destinos de la España verde son los que se han configurado como grandes polos de atracción de turismo.

CAPÍTULO 4

# CONCLUSIONES

El turismo es una actividad compleja de abordar debido a sus características multidisciplinares, lo que dificulta obtener una conceptualización integral. No obstante, dada la gran demanda del turismo alternativo, se evidencia que los visitantes demandan actividades con el fin de tener una experiencia turística rural. El turismo es una de las tantas oportunidades que tienen las comunidades rurales. Para que estas iniciativas sean exitosas, los anfitriones deben autogestionar e incorporar a todos los que se ven involucrados de una u otra forma con esta actividad.

La geografía aplicada al turismo señala el territorio como un eje fundamental para establecer actividades turísticas. Allí se evidencian los atractivos y representaciones; las cuales son motivaciones turísticas para visitar estos destinos. El turismo comunitario tiene en cuenta los elementos del territorio, que están dados por representaciones culturales, revalorizaciones sociales y recursos naturales. El espacio turístico tiene en cuenta los elementos del destino y sus configuraciones se pueden interpretar como representaciones rurales.

Se evidencia en las iniciativas turísticas rurales de Colombia que, en ocasiones, las comunidades proponen esta iniciativa como complemento a sus actividades económicas. No obstante, en España hay una dependencia mayor del turismo desde un punto de vista económico, debido a que hay una mayor superestructura. Esto demuestra que hay una mejor organización económica en la cadena de valor turística española; mientras que, en el caso de los campesinos colombianos, hay una vocación incipiente en los servicios que prestan.

En distintos momentos se ha resaltado que el turismo es un sector en constante crecimiento que deja huellas negativas o positivas, dependiendo del modo en que se desarrolle. Lastimosamente, no siempre el crecimiento del sector ha ido de la mano con la sostenibilidad sociocultural, medioambiental y económica, más cuando no se ha tenido en cuenta a la comunidad para el desarrollo y aprovechamiento del turismo.

Se evidencia que el desarrollo del turismo rural en la actual coyuntura ha tenido un gran impacto en Colombia, entre marzo y agosto de 2020 hubo un cese total de las actividades, debido al aislamiento preventivo obligatorio ocasionado por la pandemia del COVID-19. No es diferente en el caso de España, que también se vio duramente afectado, sobre todo, teniendo en cuenta que el turismo ha sido la principal actividad económica del país.

Como resultado de la investigación y gracias a los instrumentos que se implementaron, se ha podido identificar que el impacto sociocultural en los dos casos de Colombia es superior al 80% y en los dos casos de España al 90%. Es importante destacar que en general los proyectos turísticos rescatan y afianzan las tradiciones y manifestaciones de la comunidad, respetando la cultura local, además cuentan con equidad de género y en su mayoría acceso a la educación y atención médica. Sin embargo, se ha identificado que la mayoría de los miembros de la comunidad presentan problemas de comunicación y/o sociales, lo que produce tensión dentro de la misma.

En cuanto al impacto ambiental en dos de los casos, Finca San Luis en Colombia y la comarca de A Barbanza en España, se encuentran por encima del 80%, La Montaña del Oso de Colombia está en el 79% y la Cofradía de Pescadores de España en el 92%. En general, los cuatro casos se destacan por la sostenibilidad medioambiental de su proyecto turístico, respetan las normativas y trabajan en favor del cuidado y preservación del medioambiente. Algunos tienen factores de riesgo puntuales dependiendo de la zona en que están ubicados, por ejemplo, el caso de la Finca San Luis presenta contaminación del aire, debido a la cercanía que tiene con un relleno sanitario (vertedero de basura), La Montaña del Oso tiene problemas de defaunación y deforestación.

Para cualquier proyecto empresarial el sostenimiento financiero es fundamental. Se identificó que los cuatro casos de estudio cuentan con los conocimientos básicos para gestionar sus finanzas. Tres de ellos no cuentan con potencial de financiamiento externo para el proyecto, solo la Comarca de A Barbanza de España tiene la posibilidad de captación de subvenciones. La falta de financiación externa hace que los proyectos solo puedan contar con sus propios recursos, que en la mayoría de los casos terminan siendo escasos, dificultando la inversión. En todos los proyectos turísticos que se analizaron se generan empleos que benefician a la mayoría de los miembros. Las cuatro comunidades entienden y aplican los conceptos del sistema económico social y solidario, distribución equitativa de utilidades, prelación de los intereses colectivos frente a los individuales, control democrático de los miembros, asociatividad y rendición de cuentas o excedentes.

Existen factores de riesgo en el impacto económico en los cuatro casos, como que la actividad turística genera empleos informales y hay entidades externas que impiden el adecuado desarrollo económico del proyecto. Cabe aclarar que estos factores se evaluaron en uno, es decir “algunas veces”, no son factores constantes. Tres de

ellos con la misma puntuación tienen competencia con proyectos similares desarrollados por otras comunidades de la región, el único caso que no cuenta con competencia es La Montaña del Oso.

En cuanto a la normatividad legal, La Montaña del Oso de Colombia y la comarca de A Barbanza de España cumplen al 100 %, la Cofradía de Pescadores de España en un 75 % y la Finca San Luis de Colombia en un 25 %. Esta última se encuentra en proceso de legalizar la actividad, trabaja en ello y entiende la importancia de cumplir con toda la normatividad legal vigente.

Desde el turismo sostenible, se puede identificar que en general los cuatro casos entienden la importancia y trabajan en beneficio de la sostenibilidad medioambiental, sociocultural y económica de sus proyectos turísticos. En promedio, el factor de impacto sociocultural es de 89 %, el impacto ambiental de 86 % y el impacto económico de 79 %. Los casos de España siempre puntúan por encima, sin embargo, las diferencias no son alarmantes. El promedio de los casos de Colombia en el impacto sociocultural es de 83 %, el impacto ambiental de 84 % y el impacto económico de 77 %. En los casos de España el impacto sociocultural es de 94 %, el impacto ambiental de 88 % y el impacto económico de 81 %.

Para poder consolidar una oferta turística que responda a los requerimientos de la demanda se debe establecer una integración de las comunidades aprendiendo de sus costumbres y estilo de vida. El TRC tiene una gran oportunidad para consolidarse como una actividad económica que aporte al desarrollo de la comunidad de forma solidaria de acuerdo con los elementos de la ESS.

Las comunidades deben desarrollar propuestas serias y cumplir con los requerimientos legales, el TRC tiene una gran oportunidad en la actual coyuntura económica, debido a los cambios en las demandas de la sociedad en materia turística (Mora, 2018). De igual forma, la industria turística debe aportar más iniciativas comunitarias en el territorio rural; para ello se debe contar con la participación de actores públicos, privados, académicos y sociales.

Son varias las formas en las que se lleva a cabo el TRC, resaltando que en su mayoría son actividades relacionadas con el ecoturismo en el caso colombiano. De igual forma, en España se evidencia que hay una mayor variedad en aspectos culturales, gastronómicos y recreativos. Las iniciativas comunitarias que se analizaron proponen diferentes actividades de acuerdo con las motivaciones de los turistas.



Es evidente que las dinámicas en los espacios rurales han cambiado, anteriormente las comunidades rurales sustentaban su economía en las actividades agropecuarias. Sin embargo, con las nuevas formas de ver el territorio se evidencia una diversidad de actividades, que en la mayoría de los casos ve al turismo como una fuente complementaria de ingresos.

Cuando se habla de TRC por lo general se asocia a un entorno natural. Es por esto que las iniciativas comunitarias deben tener una visión que vaya más allá del cuidado del medioambiente y tener un enfoque multidimensional, de forma que se pueda conservar todo el entorno haciendo hincapié en que el turismo debe ser ambientalmente planificado (Chávez, 2005), y las comunidades deben aplicar prácticas de desarrollo turístico sostenible de forma obligatoria, teniendo en cuenta que los daños al medioambiente son más susceptibles que otros impactos.

Por lo general, el territorio donde se desarrollan procesos turísticos comunitarios está asociado a lugares patrimoniales, por ello, se deben establecer proyectos transdisciplinarios que tengan en cuenta la relación entre el medio natural y cultural para proponer alternativas y estrategias de un mejor aprovechamiento del espacio. En este sentido, el turismo comunitario constituye un nuevo panorama de posibilidades para desarrollar proyectos socialmente integradores. Esto presupone la creación e implementación de nuevos enfoques y acercamientos conceptuales y metodológicos para su desarrollo, donde se integren diversas disciplinas, con el fin de tener una visión más holística.

El TRC, es una herramienta de desarrollo que ha traído importantes beneficios, tanto económicos, como sociales. Pero, quizás, una de las cuestiones a tener en cuenta es la vertiente de concienciación social que ha venido acompañando al turismo comunitario, tanto en España como en otras naciones del mundo. Pensar en clave de sostenibilidad y de concienciación a través de la actividad turística ha hecho que los emprendedores de España planteen propuestas turísticas rentables para la zona, atrayendo a la población joven y consiguiendo revitalizar el comercio local y las tradiciones de los pueblos.

Por todo ello, el TRC ha sido enormemente potenciado por los agentes locales. Los ciudadanos, en tanto que turistas, son personas críticas y enormemente formadas y buscan tipologías turísticas que no comprometan la riqueza natural de los pueblos. Es fundamental lograr consolidar este concepto como un eje de investigación, de tal forma que permita reconocer la diversidad del territorio rural en la construcción del turismo como objeto de estudio.

El TRC se configura como una opción cada vez más importante de desarrollo de los pueblos. El caso de España es uno de los más significativos y ha demostrado a nivel mundial grandes aportes económicos, sociales, culturales y medioambientales. Además, es una opción muy interesante que ofrece grandes perspectivas y oportunidades para el conjunto del sector y para el total de la ciudadanía durante la pandemia del COVID-19.

El TRC ofrece grandes perspectivas en estos momentos. Las nuevas consignas que se han establecido en la actualidad, ausencia de aglomeraciones, distancia social, actividades al aire libre, encajan perfectamente en el desarrollo del TRC. Esta cuestión, unida a que actualmente esta tipología de turismo tiene una impronta y una importancia cada vez más grande en el mundo, hace que, con toda seguridad, seguirá configurándose como una oferta de destino turístico en ciernes de convertirse en “destino turístico maduro”. La fidelización de la clientela, que busca espacios abiertos y tipologías de turismo sostenible hará que esta posibilidad turística sea cada vez más importante, como en el caso de España, donde los destinos del norte (Galicia, Cantabria, País Vasco, etc.) han experimentado una evolución notable durante el verano del 2020.

En definitiva, se podría aseverar que el TRC tiene una estrecha relación con los aspectos solidarios de la economía. En los casos de estudio de Colombia hay una mayor afinidad al cooperativismo debido a la gestión local de la economía en el territorio rural. Las gestiones del turismo, en los casos de España, evidencian una gran cadena de valor desde un aspecto macro, por lo que se puede afirmar que el éxito del turismo se da por medio de grandes infraestructuras, lo cual lo hace más robusto desde un aspecto económico.

## Posibles líneas futuras de investigaciones

- ▼ Establecer comparaciones entre países, a nivel de desarrollo del turismo comunitario como herramienta de negocio.
- ▼ Analizar qué parte del PIB de las naciones corresponde al turismo comunitario.
- ▼ Realizar un análisis evolutivo de los cambios que ha experimentado el turismo rural comunitario.
- ▼ Establecer un manual de buenas prácticas para las comunidades en turismo rural comunitario.
- ▼ Proponer modelos de desarrollo turísticos teniendo en cuenta el distanciamiento social y la bioseguridad.

## Referencias

- Acerenza, M. Á. (2012). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. Trillas.
- Acerenza, M. Á. (2013). *Desarrollo sostenible y gestión del turismo*. Trillas.
- Angrosino, M. (2012). *Etnografía y observación participante en investigación cualitativa*. Ediciones Morata.
- Asamblea General de las Naciones Unidas. (1948). Declaratoria Universal de los Derechos Humanos. <https://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>
- Ashley, C. y Mitchell, J. (2009). *Tourism and poverty reduction: Pathways to prosperity*. Taylor & Francis.
- Azeglio, A., Barreto, A. y Lizurek, M. (2018). Incubadora de turismo socio solidario de base comunitaria. Desafíos y retos en una experiencia de cogestión de Universidad-Organizaciones Sociales. *Realidad. Tendencias y Desafíos en Turismo (CONDET)*, 16(1), 38-53. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7543010>
- Bartual Figueras, M. T. y Pareja Eastaway, M. (2015). Procesos participativos de gestión para la sostenibilidad del desarrollo rural. El caso CETS (Carta Europea de Desarrollo Sostenible) en el Delta del Ebro, España. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 11(1), 16-30. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5250203>
- Bauzá, F. J. y Melgosa, F. J. (2020). Planificación colaborativa del turismo local y de naturaleza en época de crisis. El turismo después de la pandemia global análisis, perspectivas y vías de recuperación. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo. <https://aecit.org/uploads/public/DOCUMENTO.covid-19%20y%20turismo.pdf>
- Bernier, E. T. (2015). Turismo y desarrollo regional. *Papers de Turisme*, (14-15), 95-102. <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/418>
- Biosphere Tourism. (2017). *22 beneficios del turismo sostenible*. <https://www.biospheretourism.com/es/blog/22-beneficios-del-turismo-sostenible/94>
- Blasco, M. (2005). *Introducción al concepto de turismo sostenible*. *Primeras Jornadas sobre turismo sostenible en Aragón*. Departamento de Medio Ambiente del Gobierno de Aragón.
- Brouder, P. (2020). Reset redux: possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world. *Tourism Geographies*, 1-7. [https://www.researchgate.net/publication/341190910\\_Reset\\_redux\\_possible\\_evolutionary\\_pathways\\_towards\\_the\\_transformation\\_of\\_tourism\\_in\\_a\\_COVID-19\\_world](https://www.researchgate.net/publication/341190910_Reset_redux_possible_evolutionary_pathways_towards_the_transformation_of_tourism_in_a_COVID-19_world)

- Budeanu, A., Miller, G., Moscardo, G. y Ooi, C. S. (2016). Sustainable tourism, progress, challenges and opportunities: an introduction. *Journal of Cleaner Production*, (111), 285-294. [https://www.researchgate.net/publication/312446410\\_Sustainable\\_tourism\\_progress\\_challenges\\_and\\_opportunities\\_an\\_introduction](https://www.researchgate.net/publication/312446410_Sustainable_tourism_progress_challenges_and_opportunities_an_introduction)
- Bueno, M. Á. B. y Meroño, M. C. P. (2017). Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar. *Cuadernos de turismo*, (39), 41-65. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/290391>
- Burgos Doria, R. (2016). El turismo comunitario como iniciativa de desarrollo local: Caso localidades de Ciudad Bolívar y Usme zona rural de Bogotá. *Hallazgos*, 13(26), 193-214.
- Cabanilla, E. (2015). Impactos culturales del turismo comunitario en Ecuador sobre el rol del chamán y los ritos mágico-religiosos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(2), 356-373. [https://www.researchgate.net/publication/317534122\\_Impactos\\_culturales\\_del\\_turismo\\_comunitario\\_en\\_Ecuador\\_sobre\\_el\\_rol\\_del\\_Chaman\\_y\\_los\\_ritos\\_magico-religiosos](https://www.researchgate.net/publication/317534122_Impactos_culturales_del_turismo_comunitario_en_Ecuador_sobre_el_rol_del_Chaman_y_los_ritos_magico-religiosos)
- Cànoves Valiente, G., Herrera, L. y Villarino Pérez, M. (2005). Turismo rural en España: paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones. *Cuadernos de turismo*. (15), 63-76.
- Cañada, E. (2015). La comercialización del turismo comunitario en América Latina. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 41(1), 159-189. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/anuario/article/view/21845>
- Cárdenas Pinzón, J. I. y Vallejo Zamudio, L. E. (2016). Agricultura y desarrollo rural en Colombia 2011-2013: una aproximación. *Apuntes del CENES*, 35(62), 87-123. <https://revistas.uptc.edu.co/index.php/cenes/article/view/4411>
- Cardona, M. N. y Doria, R. B. (2015). El turismo comunitario en Colombia: iniciativa de desarrollo local y estrategia de empoderamiento del patrimonio cultural. *Administración & Desarrollo*, 45(1), 129-141. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6403410>
- Carvalho, K. D. y Guzmán, S. J. M. (2011). El turismo en la dinámica territorial, ¿lógica global, desarrollo local? *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(2), 441-461.
- Cave, J. y Dredge, D. (2020). Regenerative tourism needs diverse economic practices. *Tourism Geographies*, 1-11. [https://www.researchgate.net/publication/341624774\\_Regenerative\\_tourism\\_needs\\_diverse\\_economic\\_practices](https://www.researchgate.net/publication/341624774_Regenerative_tourism_needs_diverse_economic_practices)

- Chaves, R. y Monzón, J.L. (2018). La economía social ante los paradigmas económicos emergentes: innovación social, economía colaborativa, economía circular, responsabilidad social empresarial, economía del bien común, empresa social y economía solidaria. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (93), 5-50. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.93.12901>
- Chávez Salas, J. M. (2005). *Coordinación de políticas públicas para el desarrollo sostenible del sector turismo en el Perú*. CEPAL.
- Cordero, J. C. M. (2018). Comunidad receptora: Elemento esencial en la gestión turística. *Gestión turística*, (11), 101-111. <http://revistas.uach.cl/pdf/gestur/n11/art06.pdf>
- de Escalona, F. M. (2015). Reflexiones sobre la epistemología del turismo. *Antropología Experimental*, (15), 85-99. <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/rae/article/view/2377>
- de Mendiguren, J. C. P. y Etchezarreta, E. (2015). Sobre el concepto de economía social y solidaria: aproximaciones desde Europa y América Latina. *Revista de Economía Mundial*, (40), 123-143. <https://www.redalyc.org/pdf/866/86641407006.pdf>
- Delgado, O. B. y Richer, M. (2001). Economía social y economía solidaria: intento de definición. *Cayapa. Revista Venezolana de Economía Social*, 1(1), 1-27. <https://www.redalyc.org/pdf/622/62210102.pdf>
- Espín Maldonado, W. P., Bastidas Aráuz, M. B. y Durán Pinos, A. (2017). Propuesta metodológica de evaluación del balance social en asociaciones de economía popular y solidaria del Ecuador. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (90). <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.90.9240>
- Fang, W. T. (2020). *Tourism in Emerging Economies*. Springer.
- Fernández, E. B. (1990). Consideraciones sobre el turismo rural en España y medidas de desarrollo. *Estudios turísticos*, (108), 61-83.
- Fernández, J. F. (2020). El turismo sostenible en España: análisis de los planes estratégicos de sostenibilidad de Zaragoza y Barcelona. *Rotur: revista de ocio y turismo*, 14(1), 94-106. [https://www.researchgate.net/journal/1888-6884\\_ROTUR\\_Revista\\_de\\_Ocio\\_y\\_Turismo](https://www.researchgate.net/journal/1888-6884_ROTUR_Revista_de_Ocio_y_Turismo)
- Fernández, M. y Henríquez, C. (2018). Turismo de base comunitaria y redes a escala humana: principios para pensar una autocertificación para el turismo indígena. *Guaju*, 4(1), 62-74. <https://revistas.ufpr.br/guaju/article/view/58625>
- Gallopín, G. (1982). El ambiente humano y la planificación ambiental en J. Wilhelm, F. Calderón, C. Vapnarsky, M. Winograd, R. Pesci, M. Lombardi, M.C. Queijo, D. Panario, R. Montenegro, N. Gligo, P. Gutman y G.C. Gallopín, *Medio ambiente y urbanización* (pp.173-205). CLACSO.

- García Chiang, A. (2011). El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local? *Polis*, 7(1), 105-140. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-23332011000100005](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-23332011000100005)
- García, R. F. (1995). Análisis de las principales características de la demanda de turismo rural en España. *Estudios turísticos*, (127), 19-52.
- Gascón, J. (2011). Turismo rural comunitario y diferenciación campesina: Consideraciones a partir de un caso andino. *Mundo agrario*, 11(22). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3859978>
- Goodwin, H. (2013). Turismo y reducción de la pobreza en J. Gascón, S. Morales Pérez y J. Tresserras, J. (Eds.), *Cooperación en turismo. Nuevos desafíos, nuevos debates* (pp. 387-405). Foro de Turismo Responsable-Xarxa de Consum Solidari; COODTUR; Universitat Oberta de Catalunya-Laboratori del Nou Turisme; Universitat de Barcelona.
- Gómez Calvo, V. y Gómez-Álvarez Díaz, R. (2016). La economía del bien común y la economía social y solidaria, ¿son teorías complementarias? CIRIEC - España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, (87). <https://ojs.uv.es/index.php/ciriecespana/article/view/8807>
- Grande, J. (2020). Turismo rural. Nuevos retos ante la pandemia del coronavirus en F. J. Bauzá y F. J. Melgosa (Eds.), *El turismo después de la pandemia global análisis, perspectivas y vías de recuperación* (pp. 1-13). Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo.
- Guerra, P. (2010). La economía solidaria en Latinoamérica. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 110(1), 67-76. [https://base.socioeco.org/docs/la\\_economia\\_solidaria\\_en\\_latinoamerica\\_p\\_guerra.pdf](https://base.socioeco.org/docs/la_economia_solidaria_en_latinoamerica_p_guerra.pdf)
- Guzmán, T. J. L. G. y Cañizares, S. M. S. (2009). Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. un estudio de caso en El Salvador. *REVESCO: Revista de Estudios Cooperativos*, (99), 85-103. <https://revistas.ucm.es/index.php/REVE/article/view/REVE0909330085A>
- Guzmán Hernández, C., Garduño Mendoza, M. y Zizumbo Villarreal, L. (2009). Reflexión crítica sobre el consumo turístico. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18(6), 691-706. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180713900004.pdf>
- Halewood, C. y Hannam, K. (2001). Viking heritage tourism: Authenticity and commodification. *Annals of tourism research*, 28(3), 565-580. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738300000761>
- Higgins-Desbiolles, F. (2018). Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more? *Tourism management perspectives*, 25, 157-160. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973617301319>

- Huertas, N. (2015) "Turismo rural comunitario como una propuesta metodológica de innovación social para comunidades en conflicto. Caso Montes de María." Monografía de grado) *Universidad de Girona*. Recuperado de: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/378657/tnch1de1.pdf>
- Huertas, N. C. (2016). Turismo rural comunitario: una experiencia urbana en Ciudad Bolívar-Bogotá. *Turpade* (5), 71-92.
- Hwang, D., Stewart, W. P. y Ko, D. W. (2012). Community behavior and sustainable rural tourism development. *Journal of Travel Research*, 51(3), 328-341. [https://www.researchgate.net/publication/258161249\\_Community\\_Behavior\\_and\\_Sustainable\\_Rural\\_Tourism\\_Development](https://www.researchgate.net/publication/258161249_Community_Behavior_and_Sustainable_Rural_Tourism_Development)
- Ibarra, J. G. (2006). La evolución del turismo rural en España y las nuevas oportunidades del turismo de naturaleza. *Estudios turísticos*, (169), 85-102.
- Ibarra-Michel, J. P., Velarde Valdez, M. y Olmos Martínez, E. (2017). El turismo y la integración de la sustentabilidad en la era posmoderna (Tourism and the Integration of Sustainability in the Postmodern Era). *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 1-17. <https://www.eumed.net/rev/cccs/2017/01/posmodernidad.html>
- Jiménez, L. (1990). *Teoría Turística: un enfoque integral del hecho social*. Universidad Externado de Colombia.
- Kravets, I. y de Camargo, P. (2015). La importancia del turismo cultural en la construcción de la identidad nacional. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 2(2), 2-16. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3240044>
- Kubickova, M., Croes, R. y Rivera, M. (2017). Human agency shaping tourism competitiveness and quality of life in developing economies. *Tourism Management Perspectives*, 22, 120-131. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.03.002>
- La Montaña del Oso. (2019). La Montaña del Oso Colombia. <http://lamontanadeloso.blogspot.com/>
- Lane, B. (2005). Sustainable rural tourism strategies: A tool for development and conservation. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo-RIAT*, 1(1), 12-18. <https://riat.atalca.cl/index.php/test/article/view/7>
- Lee, T. H. y Jan, F. H. (2019). Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability. *Tourism Management*, 70, 368-380. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.003>
- Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: A critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475. <https://doi.org/10.1080/09669580308667216>

- Loewy, T. (2016). Ruralidad y desarrollo en Argentina. *Estudios Rurales*, 5(9), 141-149. <http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/estudios-rurales/article/view/6870>
- Martín Gil, F. (1994). Nuevas formas de turismo en los espacios rurales españoles. *Revista de Estudios Turísticos*, (122), 15-39. <https://dialnet.unirioja.es/serulelet/articulo?codigo=2203504>
- Martínez Moure, O. y García Revilla, R. (2016). Turismo y Medio ambiente: la racionalidad ambiental aplicada a las actividades hoteleras. *Revista Economía Industrial. Ministerio de Industria, Energía y Turismo*. <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/401/MARTINEZ%20y%20GARC%C3%8DA%20REVILLA.pdf>
- Melián-González, S. y Bulchand-Gidumal, J. (2020). Employment in tourism: The jaws of the snake in the hotel industry. *Tourism Management*, 80, 104-123. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104123>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2012). *Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia*. Recuperado de: [http://www.MinCIT.gov.co/minturismo/publicaciones/4632/lineamientos\\_de\\_politica\\_para\\_el\\_desarrollo\\_del\\_turismo\\_comunitario\\_en\\_colombia](http://www.MinCIT.gov.co/minturismo/publicaciones/4632/lineamientos_de_politica_para_el_desarrollo_del_turismo_comunitario_en_colombia)
- Mora Forero, J. A. y Bohórquez Patiño, L. M. (2018). El turismo rural comunitario ¿Una oportunidad en el posconflicto colombiano? *Riturem*, 2(2), 49-59. <https://doi.org/10.21071/riturem.v4i0.11524>
- Mora, J.A. (2018). Oportunidad del turismo comunitario en el desarrollo rural del posconflicto colombiano. *Gastronomía, Hotelería y Turismo: Sostenibilidad e Inclusión* (pp.23-38). Fundación San Mateo.
- Mora Forero, J.A. (2019). El desarrollo rural colombiano, una mirada desde el turismo comunitario. *Turpade*, (10), 41-54. <http://www.turpade.com/noticia.asp?r=18&IDArticulo=78&IDEdicion=18&s=>
- Mora Forero, J.A. y Motato Ramírez, J.W. (2019). Turismo Comunitario en Colombia Desarrollo social y sostenibilidad. Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO.
- Mora, J. A., Yamova, O. y Murtuzaliev, T. (2019). Community-Based Tourism as the Leading Approach to the Rural Development en *Sustainable Leadership for Entrepreneurs and Academics* (pp. 503-510). Springer, Cham.
- Mora Rivera, J. J. y Cerón Monroy, H. (2015). Diversificación de ingresos en el sector rural y su impacto en la eficiencia: evidencia para México. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 12(76), 1-26. <https://www.redalyc.org/pdf/117/11742292003.pdf>
- Morato, M. A. C., Lizana, A. G. y Mestanza, J. G. (2017). El impacto de la exclusión social sobre el crecimiento económico en la Unión Europea. *Revista de Economía Mundial*, (45), 43-63. <https://www.redalyc.org/pdf/866/86650984003.pdf>



- Muñoz, D. M., Álvarez, V. R. y Sánchez, D. E. (2017). Turismo y desarrollo rural en la comarca de las Tierras Altas de Lorca (Región de Murcia, España). *Cuadernos de Geografía*, (36), 111-119.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach*. Methue
- Nechar, M. C. (2018). Epistemología del turismo. *Regiones y Desarrollo Sustentable*, 17(33). <http://coltlax.edu.mx/openj/index.php/ReyDS/article/view/9>
- Observatorio de Competitividad. (2019). Índice de Competitividad de Viajes y Turismo 2019. <http://www.competitividad.org.do/indice-de-competitividad-de-viajes-y-turismo-2019/>
- Okazaki, E. (2008). A community-based tourism model: Its conception and use. *Journal of sustainable tourism*, 16(5), 511-529. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09669580802159594>
- Okumus, F., van Niekerk, M., Koseoglu, M. A. y Bilgihan, A. (2018). Interdisciplinary research in tourism. *Tourism Management*, 69, 540-549. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.05.016>
- OMT (1999). *Código de Ético Mundial del Turismo*. Organización Mundial del Turismo.
- OMT. (2015). *Entender el turismo: Glosario Básico*. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>.
- OMT. (2015a). *Carta Mundial del Turismo Sostenible*. <http://cartamundialdeturismosostenible2015.com>
- OMT. (2015b). El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417766>
- OMT. (2018). *Sustainable Development of Tourism*. <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- Ontiveros, M. M. M., Muñoz, G. R. y Salas, M. J. E. (2015). Actitud de la comunidad local como factor de éxito en un proyecto turístico. *CULTUR-Revista de Cultura e Turismo*, 7(1), 4-30. <http://hdl.handle.net/20.500.11799/41307>
- Orjuela, D. E. M. (2013). Turismo rural y gobernanza ambiental: conceptos divergentes en países desarrollados y países en vías de desarrollo. *Turismo y Sociedad*, 14, 215-235. <https://revistas.uexnado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/3723>
- Orozco Alvarado, J. y Núñez Martínez, P. (2013). Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, 14(27), 144-167. <https://www.redalyc.org/pdf/666/66627452008.pdf>

- Pacheco, C. V., Carrera B, P. y Almeida F. K. (2011). Propuesta metodológica para la evaluación de la factibilidad de proyectos de turismo comunitario. Caso de estudio: Comunidades Huaorani, Achuar y Shiwiari de la Amazonia Ecuatoriana. *Gestión Turística*, (15), 21-46. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223318904002>
- Panosso Netto, A. (2007). Filosofía del turismo: una propuesta epistemológica. *Estudios y perspectivas en turismo*, 16(4), 389-402. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180713898001.pdf>
- Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía Colombiana*, 28(3), 507-513. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1803/180320698018>
- Perfetti, J. J., Balcázar, A., Hernández, A. y Leibovich, J. (2013). *Políticas para el desarrollo de la agricultura en Colombia*. Fedesarrollo, Sociedad de Agricultores de Colombia.
- Pilquimán Vera, M. (2016). El turismo comunitario como una estrategia de supervivencia: Resistencia y reivindicación cultural indígena de comunidades mapuche en la Región de los Ríos (Chile). *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(4), 439-459. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180747502003>
- PNUD. (2015). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <http://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2015). *¿Qué son los objetivos de desarrollo sostenible?* <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>
- Ramos, E. G. (1991). El turismo rural en España. *Estudios turísticos*, (110), 39-46.
- Ramos, Á. (1992). La metodología de la planificación física. *Situación: revista de coyuntura económica*, (2), 73-80.
- Reed, M. G. (1997). Power relations and community-based tourism planning. *Annals of tourism research*, 24(3), 566-591. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00023-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00023-6)
- Río, N. D. (2011). Banca ética y transformación social. *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*, (114), 69-79. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3729370>
- Robertt, P. y Lisdero, P. (2016). Epistemología y metodología de la investigación sociológica: reflexiones críticas de nuestras prácticas de investigación. *Sociologías*, 18(41), 54-83. <https://doi.org/10.1590/15174522-018004103>

- Rodríguez, D. A. F., Castellón, D. D. C. G., Robles, A. Y. O. y Méndez, M. F. P. (2014). La importancia de las relaciones humanas para la calidad en el servicio turístico. *EDUCATECONCIENCIA*, 4(5), 7-14. <http://dspace.uan.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/461/1/La%20Importancia%20de%20las%20Relaciones%20Humanas%20para%20la%20Calidad%20en%20el%20Servicio%20Tur%3%ADstico.pdf>
- Rodríguez, S. E. R. (2018). Turismo comunitario en Colombia: ¿retórica de Estado? *Turismo y Sociedad*, (22), 195-212.
- Roux, F. (2013). *Turismo comunitario ecuatoriano, conservación ambiental y defensa de los territorios*. Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador-FEPTCE.
- Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P. y Campo, A. D. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 6(3), 399-418. [http://pasosonline.org/Publicados/6308/PS0308\\_2.pdf](http://pasosonline.org/Publicados/6308/PS0308_2.pdf)
- Sánchez, M. M. (2018). Colombia en posconflicto: ¿turismo para la paz o paz para el turismo? *Araucaria*, 20(39), 414-438. <https://dialnet.unirioja.es/serule/article?codigo=6389580>
- Sanchis, J. R. (2016). La revolución de las finanzas éticas y solidarias. *Revista de economía, empresa y sociedad Oikomics*, (6), 28-34.
- Santos, P. G. (2019). El papel del turismo rural y el ecoturismo ante la desaceleración del turismo receptor en España en 2018. *Journal of Tourism and Heritage Research: JTHR*, 2(1), 204-219.
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312-321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
- Ruiz De Aguirre, L. y Retolaza Avalos, J. L. (2007). Análisis comparativo de la banca ética con la banca tradicional: Identificación de indicadores en J.C Ayala (Coord.), *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro* (pp.1104-1118). Grupo de Investigación FEDRA, XVII Jornadas Hispano Lusas. Universidad de La Rioja.
- Sanchis, J. R. (2016). La revolución de las finanzas éticas y solidarias. *Revista de economía, empresa y sociedad Oikomics*, (6), 28-34. <https://dialnet.unirioja.es/serule/article?codigo=5975207>
- Santana, A. (2005). *Antropología y turismo ¿nuevas hordas, viejas culturas?* Ariel.
- Sariego López, I. (2014). Espacios turísticos rurales para el desarrollo sostenible. El turismo rural comunitario en el Perú. *Turismo y patrimonio*, (8), 47-61. <http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/38>

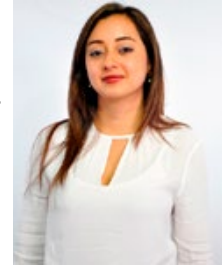
- Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR). (2014). Foro internacional sobre desarrollo sostenible del turismo e innovación. <https://www.unwto.org/es/archive/event/foro-internacional-sobre-desarrollo-sostenible-del-turismo-e-innovacion>
- Stone, L. S. y Stone, T. M. (2011). Community-based tourism enterprises: challenges and prospects for community participation; Khama Rhino Sanctuary Trust, Botswana. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(1), 97-114. [https://www.researchgate.net/publication/298412776\\_Community-based\\_tourism\\_enterprises\\_challenges\\_and\\_prospects\\_for\\_community\\_participation\\_Khama\\_Rhino\\_Sanctuary\\_Trust\\_Botswana](https://www.researchgate.net/publication/298412776_Community-based_tourism_enterprises_challenges_and_prospects_for_community_participation_Khama_Rhino_Sanctuary_Trust_Botswana)
- Streimikiene, D. y Bilan, Y. (2015). Review of rural tourism development theories. *Transformations in Business & Economics*, 14(2), 21-34. <http://www.transformations.knf.uu.lt/35/ge35.pdf>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2013). *Estudios sobre la economía popular y solidaria*. SEPS-Ecuador.
- Suriya, K. (2010). *Impact of community-based tourism in a village economy in Thailand: An analysis with VCGE model*. <https://ecomod.net/sites/default/files/document-conference/ecomod2010/1302.pdf>
- Toledo, V. M. y Barrera-Bassols, N. (2008). *La memoria biocultural: la importancia ecológica de las sabidurías tradicionales* (Vol. 3). Icaria editorial.
- Vargas, M. V. R., Ocaña, Á. F. O. y Chaviano, E. L. M. (2017). Modelo para la gestión integrada del turismo comunitario en Ecuador, caso de estudio Pastaza. *REVESCO: Revista de estudios cooperativos*, (123), 250-275. <https://doi.org/10.5209/REVE.53242>
- Vera, L. E. H., Paladines, G. V. y Velasco, J. E. S. (2017). La profesionalidad y humanización en trabajadores del turismo. Habilidades para el autocuidado. *Revista Publicando*, 4(12 (1)), 429-440. <https://revistapublicando.org/revista/index.php/cru/article/view/671>
- Wahab, S. y Pigram, J. J. (1997). Policy considerations en B. Ritchie y J. J. Pigram, *Tourism, development and growth: The challenge of sustainability* (pp.17-32). Taylor & Francis.
- Wearing, S. (2001). *Volunteer Tourism: Experiences That Make a Difference*. CABI Publishing.
- Winter, C. P. (2017). Del turismo “cultural” al “rural”: un caso de la Pampa bonaerense (Argentina). *Cuadernos de Geografía*, 26(2), 261-278. <https://doi.org/10.15446/rcdg.u26n2.59105>

- Wojtarowski Leal, A., Silva Rivera, E., Piñar Álvarez, M. A. y Negrete Ramírez, J. A. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial como pieza clave en la transición hacia el desarrollo sustentable en el sector turístico. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(1), 127-139. [http://www.pasosonline.org/Publicados/14116/PS116\\_08.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/14116/PS116_08.pdf)
- Yeh, S. S. (2020). Tourism recovery strategy against COVID-19 pandemic. *Tourism Recreation Research*, 1-7. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1805933>
- Zapatero, J. Z. y Muñoz, M. J. S. (2013). Instrumentos específicos de desarrollo rural: la Iniciativa Comunitaria LEADER y el Programa Operativo PRODER. *Polígonos. Revista de Geografía*, (8), 21-38.
- Zhu, H. y Deng, F. (2020). How to Influence Rural Tourism Intention by Risk Knowledge during COVID-19 Containment in China: Mediating Role of Risk Perception and Attitude. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(10), 3514. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7277590/>
- Zúñiga, F. (2014). Nuevos usos del patrimonio arqueológico del tajín, a través de los procesos de turistificación, mercantilización y espectacularización. *Anales de Antropología*, 48(2), 151-182. [https://doi.org/10.1016/S0185-1225\(14\)70247-4](https://doi.org/10.1016/S0185-1225(14)70247-4)

## Sobre los autores

### Janeth Alejandra Saavedra Camargo

Directora del programa Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO. Docente universitaria, Administradora de Empresas, Magíster en Dirección Contable y Financiera, Magíster en Dirección Estratégica, Especialidad en Gerencia.



### Olga Martínez Moure

Profesora adjunta en los grados de Empresas y Actividades Turísticas, Ciencias del Trabajo y Recursos Humanos, y Humanidades y en el Máster Universitario en Dirección de Empresas Hoteleras. Licenciada en Sociología por la Universidad de La Coruña. Licencia en Empresariales por la Universidad de Glamorgan. Licenciada en Ciencias del Trabajo por la Universidad Oberta de Catalunya. Diploma de Estudios Avanzados con la calificación de Sobresaliente en el área de Sociología. Doctora por la Universidad de Zaragoza. Tesis doctoral “Balnearios de Galicia: estudio antropológico y sociosanitario del Programa de Termalismo Social del IMSERSO”, sobresaliente CUM LAUDE por unanimidad. Máster en Estudios de la Unión Europea (organizado por el Instituto de Estudios Europeos “Salvador de Madariaga”, de la Universidad de La Coruña). Máster en Gestión de Carteras y Mercados Financieros (Universidad de La Coruña). Curso de posgrado en Planificación y Desarrollo Local (Universidad de La Coruña). Experto universitario de la UNED en métodos avanzados de estadística aplicada. (UNED). Título experto en desarrollo de destinos turísticos (UNED).

### Jorge Alexander Mora

Líder de investigación del programa Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO. Conferencista y consultor en turismo, administrador turístico y hotelero, especialista en Gestión Financiera y magíster en Educación.





### **Raquel García Revilla**

Coordinadora del Máster Universitario en Dirección de Empresas Hoteleras. Profesora adjunta en el Grado de Empresas y Actividades Turísticas. Doctora en Turismo por la Universidad de Málaga (UMA). Tesis doctoral: “Identificación de las variables explicativas a la siniestralidad en el sector hotelero. El caso de la provincia de Málaga” sobresaliente CUM LAUDE por unanimidad. Máster Universitario Oficial en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Málaga (UMA). Máster Interuniversitario Oficial en Gestión Estratégica Sostenible de Destinos Turísticos, Universidad de Jaén (UJA) y Universidad Internacional de Andalucía (UNIA). Máster Universitario Oficial en Dirección y Gestión de Recursos Humanos por la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA). Máster Universitario Oficial en Educación y Nuevas Tecnologías por la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA). II Curso de Experto en Conocimiento e Innovación aplicados a la Gestión Estratégica Sostenible de Destinos Turísticos, Universidad Internacional de Andalucía (UNIA). CAP Curso de Aptitud Pedagógica CAP, Universidad Alfonso X El Sabio, Madrid. Grado en Turismo, Universidad de Salamanca (USAL). Diplomada en Empresas y Actividades Turísticas (D.E.A.T.), por la Escuela de Turismo Costa del Sol de Málaga y por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED).

### **Prologuista**

#### **Enrique José Torres Bernier**

Profesor titular de Economía Aplicada y Política Económica desde 1978, fundador de la *Revista de Estudios Regionales* y miembro de su consejo de redacción, miembro del consejo de redacción de las revistas *Estudios Turísticos* del IET, *Papers de Turisme del Institute Valencià de Turisme*, *Investigaciones Turísticas* de la AECIT y *Anales de Turismo* de la Universidad de las Islas Baleares. Ha sido miembro y coordinador de la Comisión para la



Reforma de los Estudios de Turismo en España, director académico de la Escuela Oficial de Turismo de Andalucía y director del Máster de Estudios Turísticos de la Universidad de Málaga. Fue presidente de la Asociación Española de Expertos Científicos de Turismo desde 2000 a 2009. Pertenece al Comité Consultivo de Análisis del Turismo de Exceltur y es consultor de la OMT y del BID. Actualmente es presidente de FORODITUR.