



Vol. 11, Nº 25 (diciembre / dezembro 2018)

DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO COMUNITARIO: OPORTUNIDADES PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN ZONAS RURALES

Daniel Dorta-Afonso¹

Dirección de Empresas e Historia Económica, Universidad de La Laguna

ddortaaf@ull.edu.es

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Daniel Dorta-Afonso (2018): "Dirección de empresas de turismo comunitario: oportunidades para la comercialización en zonas rurales", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 25 (diciembre / dezembro 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/turydes/25/rural-tenerife.html>

<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes25rural-tenerife>

RESUMEN

En este artículo se dan algunas indicaciones a la dirección de empresas de turismo comunitario de cara a desarrollar y comercializar sus productos en zonas rurales. En base a la literatura científica existente sobre la temática se enuncian algunas proposiciones teóricas para que las comunidades, las organizaciones de gestión del destino y los propios profesionales del sector tengan un marco que les facilite la toma de decisiones. El presente artículo propone como espacio geográfico para la comercialización del turismo comunitario las zonas rurales de Tenerife, España. No obstante, las proposiciones enunciadas pueden ser tenidas en cuenta para la dirección de empresas de turismo comunitario y la comercialización de este producto en otras zonas.

Palabras clave: turismo comunitario – desarrollo sostenible del turismo – dirección empresas turísticas – sostenibilidad – Tenerife.

ABSTRACT

In this paper there are some propositions for community-based tourism business management in order to develop and sell their product in rural areas. Based in scientific literature on the topic some theoretical propositions are made so that communities, destination management organizations and practitioners have a framework to facilitate decision-making. In this paper, the geographical space proposed for the development of community-based tourism is the rural areas of Tenerife, Spain. However, the submitted propositions may be taken into account for community-based business management and promotion of this product in other areas.

Keywords: community-based tourism – tourism sustainable development – tourism business management – sustainability – Tenerife.

¹ Diplomado en Turismo y Máster en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de La Laguna. Doctorando en Psicología de las Organizaciones por la Universidad Autónoma de Madrid. Investigador y Docente de Dirección de Empresas Turísticas y Promoción de Destinos y Productos Turísticos en la Universidad de La Laguna.

1. INTRODUCCION

El turismo comunitario se refiere a un tipo de turismo que se desarrolla a pequeña escala sobre todo en áreas rurales y en el cual la población local juega un papel muy importante (Gascón y Cañada, 2005). Este tipo de práctica en el sector turístico ha sido reconocida como de mucha importancia en el contexto del desarrollo sostenible del turismo por la importancia que otorga a las comunidades receptoras (Salazar, 2012).

La importancia del turismo comunitario radica en su enfoque a mejorar las condiciones de vida de la comunidad en la cual se desarrolla sin dañar sus recursos (Ruiz-Ballesteros, 2011). Sin embargo, en ocasiones el turismo comunitario no es bueno para la comunidad local por lo que hay ciertos aspectos que pueden ser tenidos en cuenta antes de apostar por el desarrollo de proyectos de turismo comunitario en pequeñas áreas (Blackstock, 2005).

En el presente artículo se proveen algunas pautas para ser tenidas en cuenta por todos los agentes involucrados en el desarrollo turístico, en especial para la dirección de empresas de cara a la comercialización del turismo comunitario. En particular las siguientes pautas están orientadas al desarrollo del turismo comunitario en pequeñas zonas rurales de la isla de Tenerife aunque son extrapolables a otros destinos.

Tenerife es una isla de archipiélago canario (España) localizada en el Océano Atlántico. Con una extensión total de 2.034,38 km² (ISTAC, 2016) tiene una población total de 888.164 habitantes (INE, 2015). La economía de la isla descansa mayoritariamente en el sector turístico, que ha sido uno de los principales explicativos del crecimiento económico de la región. El turismo es una de las principales actividades de la zona, y contribuye al 31.4% del producto interior bruto y casi al 36% del empleo en la isla (Exceltur, 2014). Como destino turístico, la isla de Tenerife está posicionada como un destino de sol y playa. La isla recibe más de cinco millones de turistas al año (ISTAC, 2017). La mayoría de los turistas visitan la isla debido al buen tiempo. Sin embargo hay otros aspectos que influyen la toma de decisiones para viajar a la isla y que están muy relacionadas con el turismo comunitario como son los paisajes (26,7%) conocer nuevos lugares (14,8%) y la oferta cultural (2,9%). Además la proporción de turistas que visita la isla en base a estos criterios de elección ha ido incrementando en los últimos años (Promotur, 2016). Hay que destacar además que los turistas que visitan la isla por sus paisajes y por la oferta cultural tienen un nivel de satisfacción mayor que la media (Promotur, 2016). Por lo tanto, parece un contexto propicio para el desarrollo del turismo comunitario en las zonas rurales de cara a complementar la oferta existente de la isla.

2. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

Como se ha mencionado previamente, pese a los beneficios que puede aportar la comercialización del turismo comunitario para los agentes involucrados en el sector turístico, hay varios aspectos que deben ser considerados.

Una de las consideraciones más importantes a la hora de promover el turismo comunitario es tener en cuenta que debería de resultar en una distribución equitativa de los beneficios entre todos los participantes involucrados en la propia actividad, incluyendo por supuesto a la población local (Salazar, 2012; Rozemeijer, 2001; Pearce, 1992; Boonratana, 2010). La principal razón radica en la importancia del apoyo por parte de la población local de cara al desarrollo de proyectos turísticos, entre ellos, los propiamente relacionados con el turismo comunitario (Gursoy, Jurovski y Uysal, 2002). Esto no implica necesariamente que todos los miembros de la comunidad tengan que estar involucrados en la actividad del turismo comunitario. Habrían beneficiarios directos y también beneficiarios indirectos que aunque no estuvieran involucrados en la actividad del turismo comunitario sí que se beneficiarían de otros aspectos como por ejemplo aquellos relacionados con la educación o la mejora de infraestructura que acarrea el desarrollo turístico (Giampiccoli y Kalis, 2012).

Las investigaciones previas aportan evidencia empírica de que la percepción de los residentes de los costes y los beneficios de una actividad determina el apoyo por parte de los propios

residentes para el desarrollo del turismo (Lee, 2013; Gursoy y otros, 2002; Gursoy y Rutherford, 2004). Específicamente, la percepción de los residentes de los beneficios del turismo afecta de manera positiva y significativa al apoyo de los proyectos relacionados con el turismo mientras que su percepción con respecto a los costes influye de manera negativa y significativa a ese mismo apoyo. Por lo tanto, una distribución equitativa de las ganancias del turismo comunitario contribuiría a mejorar la percepción de los residentes de los beneficios que derivaría del desarrollo del turismo comunitario y por lo tanto incrementar el apoyo de la población local hacia dicha actividad. Por lo tanto formalmente se propone que:

Proposición 1: la ratio entre las percepción de los beneficios y costes del desarrollo del turismo comunitario en zonas rurales de la isla, determinará el apoyo de la población local hacia el desarrollo del turismo comunitario.

Otro aspecto a ser considerado cuando se plantea el turismo comunitario tiene que ver con los recursos locales y la cultura local, los cuales están relacionados con la calidad de la experiencia turística esperada. En este sentido, hay que destacar que los turistas están cada vez más buscando experiencias auténticas (Wang, 1999) y los destinos aislados y desconocidos se han convertido en proveedores de experiencias únicas y especiales (Cracolici y Nijkamp, 2009). Este escenario es beneficioso para las zonas rurales en aras de promover el turismo comunitario ya que se pueden convertir en proveedoras de experiencias únicas y auténticas (Dolezal, 2011). En este sentido, si se tiene en cuenta el modelo del “front” y el “back” de MacCannell (1999), mientras que el front tiene que ver con lo que se le presenta al turista, el back tiene más que ver con la vida privada de la población local. Las investigaciones previas sugieren que lo que está incluido en el back ayuda en gran medida a fomentar esas experiencias únicas que buscan los turistas (Dolezal, 2011). El turismo comunitario implica una importante participación activa por parte de los visitantes derivada del interés en experimentar la forma de vida tradicional y la cultura de la comunidad receptora (Boonratana, 2010). Por lo tanto, el turismo comunitario consiste en mostrar a los turistas aquello que está escondido en el back, y que contribuye en gran medida a proveer a los turistas con experiencias memorables y únicas. Por todo ello, es razonable esperar que la experiencia de los turistas derivada del turismo comunitario será percibida como especial y auténtica y por lo tanto es un incentivo para la comercialización por parte de las empresas. Por lo tanto, se enuncia formalmente la siguiente proposición:

Proposición 2: los turistas que visitan áreas rurales de la isla que estén involucradas en proyectos de turismo comunitario percibirán sus experiencia de viaje como más única y auténtica que los que visiten otras áreas más encuadradas en el turismo de masas.

No obstante, el desarrollo del turismo comunitario en pequeñas comunidades puede ser un arma de doble filo. Como se ha dicho previamente, tanto los recursos naturales como los recursos culturales son cruciales para el desarrollo del turismo comunitario. Sin embargo, y aunque este tipo de turismo debería implicar sostenibilidad, no siempre es el caso. Como se ha señalado en investigaciones previas, los destinos competitivos deberían tener en cuenta y enfocar esfuerzos a preservar su capital natural (Poon, 1993; Hassan, 2000; Ritchie y Crouch, 2003; Hu y Wall, 2005; Jacob, Florido y Aguiló, 2010; Hernández y León, 2013; Dorta-Afonso y Hernández-Martín, 2014). Por lo tanto, es importante tener en cuenta la capacidad de carga del destino (McCool y Lime, 2001; Saveriades, 2000).

La OMT, como cita Saveriades (2000), define la capacidad de carga como “el número máximo de personas que pueden visitar un destino al mismo tiempo, si causar destrucción de los medios físicos, económicos o socioculturales ni una reducción de la calidad en la satisfacción de los visitantes”. Como se deduce de la definición por lo tanto, los recursos naturales son de vital importancia y por lo tanto tiene que haber algún tipo de límite, o de planificación, en torno al desarrollo del turismo comunitario en pequeños enclaves. De no ser así, si el número de visitantes en un lugar excede la capacidad de carga, sus recursos naturales podrían sufrir daños irreversibles. Por lo tanto, exceder la capacidad de carga de un destino puede ser beneficioso a corto plazo (más ingresos por la llegada de más turistas) pero muy perjudicial a largo plazo (daños o pérdida de los recursos que los turistas quieren visitar).

En diversas investigaciones se han dado pautas sobre cómo calcular la capacidad de carga de los destinos (Lobo y otros, 2013; Jurado y otros, 2012). Por lo tanto, y con miras a desarrollar proyectos relacionados con el turismo comunitario, se deberían tener en cuenta algunas de estas indicaciones previas con respecto a la capacidad de carga. En base a las argumentaciones mencionadas se propone por lo tanto que:

Proposición 3: exceder los límites de la capacidad de carga en las zonas rurales de la isla que desarrollen el turismo comunitario contribuirá a la pérdida de los recursos naturales de esas zonas.

Además, y siguiendo una argumentación similar a la que se ha expuesto con respecto a los recursos naturales, hay algunas consideraciones con respecto a la cultura de la comunidad local que también merecen mención. En este sentido, es importante hablar de la aculturación (Schwartz, Unger, Zamboanga y Szapocznik, 2010; Gibson, 2001). Como define Gibson (2001), la aculturación se refiere al proceso de cambio cultural o adaptación cultural que ocurre cuando individuos con culturas diferentes entran en contacto. Pero por qué es importante la noción de aculturación cuando hablamos del desarrollo del turismo comunitario en zonas rurales de Tenerife? Como se ha señalado anteriormente, uno de los principales motivos del éxito del turismo comunitario es que los turistas vivan experiencias auténticas derivadas del contacto con la vida de la población local. Sin embargo, el turismo comunitario implica un flujo constante de turistas a las comunidades receptoras y como señala Gibson (2001), esto podría resultar en cambios culturales en la comunidad de acogida. Si el principal motivo de la visita de los turistas es experimentar y conocer aquello que esta escondido en el back, y no solamente el show que caracteriza el turismo de masas (MacCannell, 1999), podría entonces el fomento del turismo comunitario resultar en una pérdida de características culturales que impliquen un descenso en el número de visitantes?

En este sentido es importante señalar que en la isla de Tenerife ha habido un incremento desmesurado de población extranjera, sobre todo de Alemanes y Británicos y como resultado, ha habido un intercambio constante de características culturales entre residentes y extranjeros. En algunas partes de la isla, especialmente en aquellas donde el turismo se ha desarrollado en mayor medida, se nota particularmente con la presencia de locales y negocios destinados a este grueso de personas (por ejemplo pubs irlandeses, supermercados británicos, etc.). De forma similar, el fomento del turismo comunitario en zonas rurales de la isla podría derivar en un proceso similar de aculturación. Las empresas turísticas podrían adaptar su oferta a la necesidad específica de los visitantes, como por ejemplo modificando la oferta gastronómica. Entonces en base a lo expuesto anteriormente se propone de manera formal que:

Proposición 4: el desarrollo del turismo comunitario en pequeñas zonas rurales de la isla resultará en un proceso de aculturación.

Además de lo anterior, se debe señalar el hecho de que para obtener beneficios de las actividades turísticas se suele requerir una inversión previa así como tomar decisiones importantes que determinarán el transcurso de la actividad turística. En ausencia de instituciones públicas que apoyen el turismo, serían aquellos agentes con mayor poder los que podrían influenciar la toma de decisiones y no aquellos que pudieran estar más afectados por el turismo comunitario propiamente dicho (Reed, 1997). En este sentido, se podría fallar al dejar el desarrollo del turismo comunitario a aquellos miembros de la comunidad con más riqueza o únicamente al sector privado, sin algún órgano rector que vele por el interés de la totalidad de involucrados. Cuando el poder no está distribuido de forma equitativa, la presencia del gobierno local en el desarrollo de proyectos de turismo comunitario es conveniente. Esta sugerencia se basa en la asunción de que las autoridades locales serán árbitros neutrales en el desarrollo de la región (Reed, 1997). En consecuencia se propone que:

Proposición 5: el desarrollo del turismo comunitario en pequeñas zonas rurales de Tenerife, requiere de la participación formal y neutral de las autoridades locales a cargo del turismo.

Como aspecto complementario se quiere enfatizar el hecho de que Tenerife es a un destino turístico con bajos niveles de estacionalidad (ISTAC, 2017). Esto significa que los turistas

visitan la isla durante todo el año debido a la estabilidad de las buenas temperaturas. Por el contrario, muchos competidores directos con altos niveles de estacionalidad reciben a sus turistas únicamente durante el verano, como por ejemplo Chipre (YZTAT, 2017) o Turquía (TurkStat, 2017). Esta situación acarrea dos consecuencias. Por un lado, los turistas interesados en el turismo comunitario en zonas europeas, no tienen muchas opciones, lo que posiciona a Tenerife como una de las principales alternativas. Por otro lado, los residentes que se dediquen a actividades turísticas tendrán estabilidad laboral durante todo el año y no estará limitada a aquellas épocas de temporada alta como en otros destinos, por ejemplo Baleares.

3. CONCLUSIONES

La comercialización de turismo comunitario en zonas rurales de Tenerife parece una buena oportunidad para ser tenida en cuenta por parte de la dirección de empresas turísticas así como para las propias comunidades receptoras. La isla tiene interesantes condiciones como la baja estacionalidad y la gran afluencia de visitantes a lo largo de todo año. Sin embargo la participación formal de algunos agentes públicos se hace necesaria de cara a pretender una distribución equitativa de las ganancias así como de cara a involucrar a todos los implicados en el proceso de toma de decisiones. De esa manera, especialmente la población local va a percibir la propia práctica del turismo comunitario como positiva y por lo tanto apoyarla. En esta línea, hay que señalar también que hay que cuidar los recursos naturales y culturales. En particular, es imperativo tener en cuenta la capacidad de carga del lugar para evitar el daño de los recursos naturales así como los procesos de aculturación derivados y mantener un atractivo razonable en el área de cara a que las experiencias de los turistas sean únicas y auténticas.

4. REFERENCIAS

- Blackstock, K. (2005). A critical look at community based tourism. *Community Development Journal*, 40(1), 39-49.
- Boonratana, R. (2010). Community-based tourism in Thailand: The need and justification for an operational definition. *Kasetsart Journal: Social Sciences*, 31(2), 280-289.
- Cracolici, M. F., & Nijkamp, P. (2009). The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions. *Tourism Management*, 30(3), 336-344.
- Dolezal, C. (2011). Community-Based Tourism in Thailand:(Dis-) Illusions of Authenticity and the Necessity for Dynamic Concepts of Culture and Power. *Austrian Journal of South-East Asian Studies*, 4(1), 129-138.
- Dorta-Afonso, D., & Hernández-Martín, R. (2015). Subnational tourism competitiveness performance. The Canary Islands vs. the German Länder. *European Journal of Tourism Research*, 10, 51.
- Exceltur. (2010). Estudio Impacto Económico del Turismo. IMPACTUR CANARIAS 2014.
- Gascón, J.; Cañada, E. (2005). Viajar a todo tren: Turismo, desarrollo y sostenibilidad. Barcelona: Icaria.
- Giampiccoli, A., & Kalis, J. H. (2012). Community-based tourism and local culture: the case of the amaMpondo. *Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural*, 10(1), 173-188.
- Gibson, M. A. (2001). Immigrant adaptation and patterns of acculturation. *Human Development*, 44(1), 19-23.
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of tourism research*, 29(1), 79-105.
- Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of tourism Research*, 31(3), 495-516.
- Gursoy, D., & Kendall, K. W. (2006). Hosting mega events: Modeling locals' support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603-623.
- Hassan, S.S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239-245.
- Hernández, J.M. León, C.J. (2013). Welfare and environmental degradation in a tourism-based economy. *Tourism Economics*, 19(1), 5-35.
- Hu, W. & Wall, G. (2005). Environmental management, environmental image and the competitive tourist attraction. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(6), 617-635.
- Instituto Canario de Estadística -ISTAC- (2016). Estadística del Territorio.
- Instituto Canario de Estadística -ISTAC- (2017). Frontur Canarias. Llegada de turistas por vía aérea.

Instituto Canario de Estadística -ISTAC- (2017). EGT. Encuesta sobre Gasto Turístico.

Instituto Nacional de Estadística -INE España- (2015). Cifras Oficiales de Población de los Municipios Españoles: Población a 1 de enero de 2015. Población por Islas.

Jacob, M., Florido C. & Aguilo, E. (2010). Environmental innovation as a competitiveness factor in the Balearic Islands. *Tourism Economics*, 16(3), 755- 764.

Jurado, E. N., Tejada, M. T., García, F. A., González, J. C., Macías, R. C., Peña, J. D., ... & Gutiérrez, O. M. (2012). Carrying capacity assessment for tourist destinations. Methodology for the creation of synthetic indicators applied in a coastal area. *Tourism Management*, 33(6), 1337-1346.

Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34, 37-46.

Lobo, H. A. S., Trajano, E., de Alcântara Marinho, M., Bichuette, M. E., Scaleante, J. A. B., Scaleante, O. A. F., Rocha, B. N. & Laterza, F. V. (2013). Projection of tourist scenarios onto fragility maps: Framework for determination of provisional tourist carrying capacity in a Brazilian show cave. *Tourism Management*, 35, 234-243.

MacCannell, D. (1999). *The tourist: A new theory of the leisure class.* (2nd ed.). Berkeley & Los Angeles, CA: University of California Press.

McCool, S. F., & Lime, D. W. (2001). Tourism carrying capacity: tempting fantasy or useful reality?. *Journal of sustainable tourism*, 9(5), 372-388.

Pearce, D.G. (1992). Alternative tourism: Concepts, classifications, and questions. In V.L. Smith & W.R. Eadington (Eds.), *Tourism alternatives: Potentials and problems in the development of tourism* (pp. 15–30). Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.

Promotur, (2016). Perfil del turista según isla de destino. Evolución temporal del perfil del turista 2011-2015.

Poon, A. (1993). *Tourism, technology, and competitive strategy.* Wallingford: CAB International.

Reed, M. G. (1997). Power relations and community-based tourism planning. *Annals of tourism research*, 24(3), 566-591.

Republic of Cyprus Statistical Service (2017). *Tourism Statistics. Arrivals of tourists by country of usual residence, 2015.*

Ritchie, J.R.B. & Crouch, G.I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective.* Wallingford: CAB.

Rozemeijer, N. (2001). *Community-based tourism in Botswana: The SNV experience in three community-tourism projects.* Gaborone: SNV Botswana.

Ruiz-Ballesteros, E. (2011). Social-ecological resilience and community-based tourism: an approach from Agua Blanca, Ecuador. *Tourism Management*, 32(3), 655-666.

Salazar, N. B. (2012). Community-based cultural tourism: issues, threats and opportunities. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(1), 9-22.

Saveriades, A. (2000). Establishing the social tourism carrying capacity for the tourist resorts of the east coast of the Republic of Cyprus. *Tourism management*, 21(2), 147-156.

Schwartz, S. J., Unger, J. B., Zamboanga, B. L., & Szapocznik, J. (2010). Rethinking the concept of acculturation: implications for theory and research. *American Psychologist*, 65(4), 237.

Turkish Statistical Institute (2017). *Tourism Statistics. Household domestic Tourism 2009-2016.*

Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of tourism research*, 26(2), 349-370.