

# Nuevas herramientas de cooperación al desarrollo

## El turismo comunitario

Tomás J. López-Guzmán Guzmán\*  
Genoveva Millán Vázquez de la Torre\*  
Eduardo Sancho\*\*

**En los últimos años se están creando nuevas herramientas de cooperación al desarrollo internacional que intentan paliar la pobreza en determinados países. Entre estas herramientas, y dentro de la clásica actividad turística, ha aparecido el turismo comunitario como fórmula en que las propias comunidades locales gestionan sus recursos turísticos, repercutiendo, al mismo tiempo, en ellas toda la riqueza que se genere. En este artículo se plantea, de forma somera, los aspectos teóricos de esta alternativa al turismo clásico y, asimismo, se presenta los resultados de una investigación realizada en El Salvador para detectar las posibilidades que a corto y medio plazo podría tener esta tipología de turismo en determinadas comunidades locales.**

**Palabras clave: ayuda al desarrollo, zonas deprimidas, política turística, El Salvador.**

**Clasificación JEL: L83, O19**

### 1. Introducción

Junto con las clásicas herramientas de ayuda al desarrollo de los países más pobres, en los últimos años están apareciendo otros instrumentos que intentan ayudar a paliar la pobreza en determinados países. Entre estos instrumentos se encuentra el turismo comunitario. Se puede definir el turismo comunitario como toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y en la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias

en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados para el bienestar de sus miembros. El rasgo distintivo del turismo comunitario es su dimensión humana y cultural, orientada a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes (Maldonado, 2005).

El concepto de turismo comunitario está relacionado con el término de turismo solidario, tipo de turismo que define a aquellos turistas que pasan parte de sus vacaciones ayudando a las comunidades receptoras. Este tipo de turismo alternativo ya ha sido objeto de estudio en dos Foros Internacionales (el primero en Francia en 2004 y el segundo en México en 2006).

\* Universidad de Córdoba.

\*\* Universidad Francisco Gavidia (El Salvador).



COLABORACIONES

El turismo comunitario puede ser una buena actividad económica, siempre complementaria, para aquellas comunidades en donde es difícil plantear otras alternativas. Sin embargo, también el turismo comunitario puede presentar inconvenientes, sobre todo como consecuencia del abandono de las tradicionales actividades económicas o de la presión que ejerce todo tipo de turismo (y éste no es una excepción) sobre el entorno natural.

En este trabajo analizamos cómo el turismo comunitario (o solidario) puede establecerse como una nueva herramienta de ayuda para el desarrollo de determinados países, fundamentalmente, y considerando a España como país emisor, los de América Latina. La estructura de este artículo se basa, y tras esta introducción, en un apartado segundo que realiza una somera revisión de la literatura existente en turismo solidario. En el apartado tercero, presentamos una visión de la situación actual del turismo comunitario en El Salvador. Y, finalmente, en los apartados cuarto y quinto presentamos un estudio econométrico realizado en El Salvador para intentar analizar el posible impacto en dicho país centroamericano de esta tipología de turismo.

por ejemplo, determinadas actividades turísticas donde el trabajo, en mayor o menor medida, se configura como una actividad esencial de dichos viajes.

La primera referencia a la combinación entre trabajo y turismo se encuentra en las aportaciones realizadas por Pape (1965) que acuñó el concepto *touristry* para referirse a jóvenes profesionales que ocupaban parte de su tiempo de vacaciones en trabajar, pero sólo de forma marginal, y considerando siempre que era un aspecto secundario, siendo el objetivo principal el propio viaje. Por su parte, Cohen (1973) establece una relación más clara entre estos dos conceptos, estableciendo una tipología de personas que combinan ocio y trabajo en sus desplazamientos. De esta manera, acuña el concepto *working holidays* que se refiere a aquella forma de turismo donde los jóvenes se desplazan de un país a otro para trabajar durante cortos periodos de tiempo, generalmente durante las vacaciones escolares de verano, concepto en ciertos aspectos bastante similar al de turismo de granja (por todos, Pearce, 1990).

Siguiendo a Uriely y Reichel (2000), podemos establecer una triple tipología de personas que en sus desplazamientos combinan ocio y trabajo:

- Los profesionales.
- Los turistas de larga duración.
- Las personas que realizan vacaciones de trabajo.

En el primer caso, profesionales, nos encontramos con aquellas personas que se desplazan a otro lugar para realizar un trabajo profesional y, al mismo tiempo, hacer turismo. Cohen (1973) señala tres clases diferentes: turismo de negocios, turismo diplomático y político y turismo de congresos. El turista de negocios sería aquella persona que se desplaza a otro lugar con la finalidad de realizar un determinado tipo de negocio,



COLABORACIONES

## 2. Turismo, trabajo y ocio

La general aceptación del turismo como una actividad totalmente separada del concepto trabajo ha sido defendida en la mayoría de las ocasiones, e incluso se han considerado dos conceptos antagónicos: turismo y trabajo. Es decir, el turista nunca trabaja, sólo es ocioso. Frente a esta general aceptación, la literatura contiene referencias a la combinación entre trabajo y turismo. De hecho, términos tales como *working holidays* (Cohen, 1973) y *farm tourism* (Pearce, 1990) describen,

pero que aprovecha parte del tiempo libre de su viaje para realizar turismo. El turista de asuntos políticos y diplomáticos es aquella persona que se desplaza a otro lugar, generalmente por este tipo de cuestiones, y destina parte de su viaje a realizar turismo, tanto derivado de su actividad oficial como extraoficial. El tercer caso, turista de congresos, se define como aquella persona que tiene que asistir a determinados eventos, motivo fundamental de su viaje, pero que destina parte de su tiempo a visitar el lugar.

En el segundo caso, turistas de larga duración, nos encontramos con aquellas personas que durante un largo periodo se encuentran viajando y que, en un momento determinado, necesitan trabajar como consecuencia de que ya no disponen de recursos económicos para continuar su viaje (Adler, 1985). En este caso, la motivación principal del viaje es exclusivamente visitar determinados lugares, mientras que el trabajo surge como un aspecto secundario al propio periplo debido a que tienen la necesidad de obtener dinero para seguir financiando este viaje.

En el tercer caso, vacaciones de trabajo, nos encontraríamos con personas (generalmente, jóvenes) que viajan de un país a otro para trabajar durante cortos periodos de tiempo, generalmente durante las vacaciones (escolares) (Cohen, 1973). Ejemplos tradicionales de estas vacaciones de trabajo serían las vacaciones en granjas, las vacaciones en *kibbutz* o las vacaciones en yacimientos arqueológicos. En este supuesto, trabajar es uno de los objetivos principales de su viaje. Aunque no están ocupados completamente durante su viaje, trabajar se convierte en una parte importante de su experiencia turística (Herman, 2005). La motivación de trabajo y de turismo de estas personas se encuentra en que el trabajo es una parte más de su actividad tu-

rística, caracterizándose el trabajo como un trabajo eminentemente manual y por el cual no percibe ningún tipo de remuneración y, en cuanto a las características sociodemográficas de los viajeros, son jóvenes adultos de clase media (Uriely y Reichel, 2000).

En nuestra opinión, la aparición del turismo solidario se puede enmarcar claramente en esta última clase de turismo, ya que trabajar es quizá el elemento clave que lo define, pero, al mismo tiempo, y frente al concepto de cooperantes (sólo trabajan), nos encontraríamos con que estas personas no destinan todo su tiempo de vacaciones exclusivamente al trabajo, sino que también visitan otros lugares.

### 3. Turismo comunitario en El Salvador

En El Salvador hemos identificado las siguientes micro-regiones con un importante potencial turístico donde poder desarrollar el turismo comunitario (Sancho, 2006). A saber:

- En la Zona Occidental, rodeada de bosque de café, elegimos Apaneca, Tacaba y Juayua, conocida como Ruta de las Flores.
- En la Zona Norte Central elegimos Suchitoto, la ruta del Lago Suchitlan, que colinda con varios municipios de las provincias de Chalatenango y Cabañas.
- En la Zona Oriental optamos por Berlín, Alegría y Santiago María, con bosque de café, conocida como ruta de las Mil Cumbres.
- En la Zona del Golfo de Fonseca, el cual tiene una importante posición geoestratégica para todo el litoral del Pacífico americano, elegimos Puerto Cutuco y los municipios de Isla Meangera y Conchagua.



COLABORACIONES

- En el Norte de la Zona Oriental, elegimos Perquin, denominada la Ruta de la Paz, y la zona de cafetales de la montaña del Cacahuatique.

La estrategia turística de El Salvador, en consonancia con el desarrollo sostenible, y con los componentes de ecoturismo, turismo urbano y turismo comunitario rural, se basa en la puesta en valor de los lagos, la cadena de volcanes y los cafetales, junto con la zona del Golfo de Fonseca. Las condiciones para que se dinamice el turismo rural comunitario en El Salvador requiere que se integre la política del turismo regional de América Central, de tal forma que los centros de distribución del flujo de turistas hacia las ofertas locales puedan ser aceptables para el potencial turismo comunitario. Ello guarda relación con el desarrollo incipiente del ecoturismo en el país, el cual tiene un gran potencial y una diversidad de alternativas. Por su parte, los flujos de turismo nacional, procedente de diferentes zonas del país, donde ya existe una cada vez más importante clase media, y las remesas enviadas por los emigrantes que viven en Estados Unidos, posibilitan que los salvadoreños puedan visitar cada vez más los atractivos turísticos de su propio país.

La visión macroeconómica del potencial turismo comunitario en esta zona geográfica requiere que los gestores públicos y privados se vean obligados a integrar la actividad turística, como factor de crecimiento económico sostenible local, con el propio sector primario. Es necesario subrayar que la reconversión de las empresas de café y de sus bosques cobra mayor importancia porque hace crecer las empresas de ecoturismo. No obstante, debemos recordar que el turismo comunitario debe de convertirse sólo en otra actividad económica más, y nunca principal, de estas zonas, lo que implica que no deben de abandonarse las activi-

dades tradicionales ya que los bosques y los cafetales son factores de desarrollo y bases de reserva de las energías renovables, las cuales son necesarias para hacer sostenible la micro-región correspondiente y crear una estrategia global.

Sobre estas bases se puede introducir el potencial del turismo comunitario, considerando la diversidad de modelos de desarrollo del turismo (de playa, urbano o de ecoturismo), en un país donde evoluciona cada modelo de turismo de acuerdo con la micro-región donde se establezca.

El turismo, en el ámbito local, implica la gestión de la inversión privada en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, siendo esa red de empresas el detonante del turismo urbano y del ecoturismo, que demandan personal con formación técnica, aunque debido a la lentitud institucional y a la incapacidad de la gestión internacional, no existen en la actualidad escuelas técnicas primarias en el país para preparar guías turísticos, expertos en gastronomía o administradores de hoteles. Asimismo, es necesario una certificación de las empresas turísticas para dar mayor calidad a los servicios y para proteger el entorno natural. Por todo ello, el turismo comunitario puede llegar a ser un gran promotor.

El turismo genera mercados para varios sectores de la economía en países en vías de desarrollo, a través tanto de la inversión privada internacional y mixta como de la cooperación externa. Otra idea interesante observada en varios municipios es que aprovechan la inversión de la sociedad migratoria salvadoreña transnacional de residentes en Estados Unidos para financiar proyectos de turismo comunitario. El *know how* comienza con el cambio de visión de los gestores públicos locales. El turismo en países en vías de desarrollo obliga a la integración de actores, historia local, territorio, recursos, ofertas turísticas con sus productos, etc. El or-



COLABORACIONES

denamiento territorial, obligado por el turismo urbano y por el ecoturismo, define una política medioambiental local basada en la conservación, la renovación del entorno natural y el activismo ecológico. En las micro-regiones antes señaladas, la promoción de ofertas de ecoturismo son aún escasas, debido a que es necesario establecer con anterioridad, y desde el propio municipio, los enlaces necesarios para lanzar ofertas de cada área, siendo obvio que los operadores turísticos no tienen información del municipio ni conexiones con la localidad.

#### 4. Metodología de la investigación

La investigación desarrollada en este trabajo se ha centrado en realizar un estudio econométrico con la finalidad de estimar la demanda cuantitativa del turismo comunitario y, al mismo tiempo, de conocer las características del (potencial) turista que lo realiza, con el objetivo de identificar el perfil del viajero y, de esta manera, arbitrar las medidas necesarias para potenciar determinadas áreas geográficas, lo que generaría, lógicamente, un incremento de la riqueza en dicha zona.

Las fuentes de información que se han utilizado para realizar este estudio han sido las siguientes:

- La información recopilada de los censos y estadísticas oficiales en el periodo temporal 1997-2005.

- Los datos obtenidos a través de un trabajo de campo realizado en base a una encuesta, formada por una muestra de 500 individuos de El Salvador, y realizada durante los meses de abril y mayo de 2006, con el objetivo de estudiar, desde la percepción de la comunidad receptora, el perfil de la persona que realiza turismo comunitario. El objetivo de esta encuesta era conocer el perfil de los (potenciales)

viajeros con el propósito de reforzar y diseñar estrategias que fomenten el desarrollo de esta tipología de turismo en el área geográfica estudiada.

Con los datos obtenidos se han planteado dos modelos. El primero ha sido un modelo de regresión lineal múltiple donde los coeficientes se han estimado por el método de mínimos cuadrados ordinarios. Así, el modelo que se ha diseñado ha sido el siguiente:

- Número de turistas (*DD*)
- Número de plazas hoteleras(hoteles, albergues, pensiones) (*npc*)
- Inflación (*ipc*)
- Tipo de cambio del dólar (*cambio*)
- Días de vacaciones (*dvaca*)
- Componente tendencial (*T*)
- $X_1$ ..... $X_{11}$ , variables artificiales dicotómicas que toman los valores  $X_{jt} = 1$  en el mes *j*-enésimo de cada año, -1 en diciembre y 0 en los restantes meses.
- Renta disponible medida en miles de euros al mes (*rd*).
- Edad (*edad*)
- País de origen: Estados Unidos (*Pusa*), Europa, excepto España (*Peuropa*), España (*Pespaña*), Resto de América (*Pramerica*) y otros países (*Potros*).

Siendo su representación matemática:

$$DD_t = \alpha_0 + \alpha_1 npc_t + \alpha_2 ipc_t + \alpha_3 rd_t + \alpha_4 dvaca_t + \alpha_5 T_t + \alpha_6 cambio_t + \alpha_7 Pramerica_t + \alpha_8 Pusa_t + \alpha_9 Peuropa_t + \alpha_{10} Pespaña_t + \alpha_{11} Potros_t + \alpha_{12} edad_t + \beta_1 X_{1t} + \beta_2 X_{2t} + \beta_3 X_{3t} + \beta_4 X_{4t} + \beta_5 X_{5t} + \beta_6 X_{6t} + \beta_7 X_{7t} + \beta_8 X_{8t} + \beta_9 X_{9t} + \beta_{10} X_{10t} + \beta_{11} X_{11t} + \varepsilon_t$$

El segundo modelo utilizado ha sido un *modelo logit* de elección binaria caracterizado porque la variable objeto de estudio es cualitativa dicotómica, y a la cual se le asignan dos valores, 1 que representa la categoría de la variable que se quiere analizar y 0 en el resto, y cuyo objetivo es



COLABORACIONES

determinar la probabilidad de satisfacción de los turistas en relación con las expectativas que tenían de este tipo de turismo, de acuerdo con su perfil socioeconómico.

El modelo que se ha establecido ha sido el siguiente:

- Sexo del encuestado/a (*sexo*)
- Edad (*edad*)
- Zona (*zona*). El lugar de residencia se ha tabulado como variable dicotómica (1, zona urbana y 0, zona rural)
- Estado civil. Se ha dividido en diversas variables artificiales de elección binaria, destacando las principales categorías: estado civil soltero (*ecs*), estado civil casado (*ecc*) y estado civil divorciado/separado (*ecd*)
- Renta disponible medida en miles de euros al mes (*rd*)
- Motivación del viaje. Se ha dividido en variables artificiales dicotómicas: precio del viaje (*pv*), hospitalidad (*h*), conservación del entorno (*ce*), flora y fauna (*ff*), sol y playa (*sp*) y solidaridad (*s*)
- Gastos realizados durante las vacaciones (*gr*)
- Grado de satisfacción de las vacaciones (*gs*)
- Nivel de fidelidad. Repetiría el mismo tipo de turismo (*re*), tabulada como variable dicotómica (1 para el sí y 0 para el no).
- Días de vacaciones empleados en este tipo de turismo (*dv*).
- Nivel académico del encuestado/a: estudios superiores (*nes*), estudios secundarios (*nem*), estudios primarios (*nep*) y sin estudios (*nse*).

Siendo su representación matemática:

$$\begin{aligned}
 TS = & 1 / [1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 ecc + \beta_2 ecd + \beta_3 ecs + \\
 & \beta_4 sexo + \beta_5 edad + \beta_6 zona + \beta_7 rd + \beta_8 gs + \\
 & \beta_9 gr + \beta_{10} dv + \beta_{11} pv + \beta_{12} h + \beta_{13} ce + \beta_{14} ff + \\
 & \beta_{15} sp + \beta_{16} s + \beta_{17} nes + \beta_{18} nem \\
 & + \beta_{19} nep + \beta_{20} nse + \beta_{21} re)] + \varepsilon
 \end{aligned}$$

Asimismo, y junto con los modelos cu-

ya metodología se ha explicado anteriormente, también se plantean una serie de cuestiones generales.

## 5. Resultados de la investigación

En relación con el primer modelo aplicado en El Salvador, el de regresión lineal múltiple, que trata de determinar la estimación cuantitativa de la demanda turística, la notación matemática anteriormente señalada tiene su reflejo en la siguiente estimación:

$$\begin{aligned}
 DD_t = & 14736 + 0,97864 npc_t - 673,84 ipc_t \\
 & + 435,7546 rd_t + 1,3462 dvaca_t + 345,1438 T_t \\
 & - 0,3457 cambio_t + 203,3483 Pramerica_t \\
 & + 76,7854 Pusa_t + 104,5637 Peuropa_t + \\
 & 54,3024 Pespaña_t + 21,3427 potros_t - 0,2375 edad_t \\
 & - 2450,7656 x_{1t} - 307,6474 x_{2t} + 143,3422 x_{3t} \\
 & + 135,7242 x_{4t} + 369,8452 x_{5t} + 1238,3601 x_{6t} \\
 & + 2229,8654 x_{7t} + 2678,4346 x_{8t} + 1678,7325 x_{9t} \\
 & + 112,671538 x_{10t} - 104,826 x_{11t} + e_t \\
 e_t = & 0,0874 e_{t-12} + a_t + 0,5438 a_{t-1}
 \end{aligned}$$

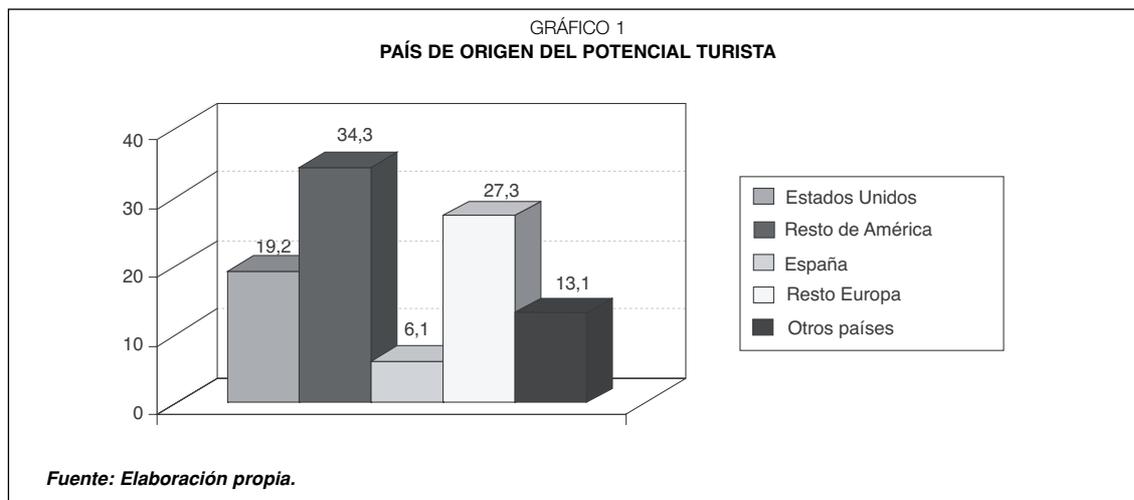
En base a la estimación anterior, hemos obtenido las siguientes conclusiones:

A) Existe una demanda media de 14.376 personas al mes que realizan turismo comunitario en El Salvador, dato que se deduce del coeficiente de la ordenada del modelo, siendo el mes con más turistas el de agosto (17.054 personas), mientras que el periodo con menos demanda sería febrero (14.069 personas). Podemos observar por la estimación que en julio y agosto es cuando hay una mayor afluencia de turistas. En nuestra opinión, ello puede ser debido a la coincidencia de dichos meses con las vacaciones veraniegas y con la finalización del curso escolar en los países europeos ya que éstos suponen el 33,4 por 100 del turismo comunitario de dicho país (Gráfico 1).

B) En relación con la variable *país de*



COLABORACIONES



*origen*, nos encontramos con que la variable que representa el concepto *resto de los países* de América (excepto Estados Unidos) es la que mayor influencia tiene sobre la demanda de turismo solidario. Ello se deriva de observar el coeficiente  $\alpha_7 = 203,34$ , y es consecuencia de que el 34,3 por 100 de los turistas proceden de dicha zona geográfica (Gráfico 1).

C) La variable *inflación ipc* tiene un efecto negativo bastante relevante. Así por cada incremento de una unidad porcentual de inflación, el número de turistas disminuye al mes en 673 personas.

D) El incremento de la edad del turista tiene un efecto negativo sobre este tipo de turismo, ya que, por lo general, la persona que realiza turismo comunitario en El Salvador está en la franja de edad de entre 30 y 39 años.

E) La variable *renta disponible* tiene un efecto positivo sobre la demanda de este tipo de turismo (435 personas al mes), debido a que el mismo es relativamente caro y, por lo tanto, la persona que lo realiza posee un poder adquisitivo medio o medio-alto.

F) El número de plazas hoteleras (hoteles, albergues, pensiones, casas particulares o alojamientos de cualquier tipo) tiene una influencia positiva sobre la demanda, pero poco relevante al ser su coeficiente

relativamente pequeño (0,978). En nuestra opinión, ello se debe a que, en este tipo de turismo, la parte más importante del presupuesto se destina al transporte aéreo. Asimismo, también consideramos que es muy superior la oferta hotelera a la demanda, con lo cual el precio de equilibrio en el mercado no puede ser muy alto.

G) Se prevé que exista a corto y medio plazo un incremento del número de personas que realizan turismo comunitario. Ello se deriva de la existencia de un coeficiente positivo de la variable tendencial (345,14).

Por tanto, podemos concluir del modelo anterior que la demanda de turismo comunitario en El Salvador será creciente, con puntos máximos estacionales en julio y agosto, siendo el individuo que lo realiza una persona con un poder adquisitivo medio-alto, con una edad aproximada de unos treinta años y que vive en el continente americano y europeo principalmente.

En cuanto al *modelo logit*, que trata de estimar el nivel de satisfacción del turista en relación con las expectativas que tenía, y conforme a su perfil socioeconómico, las principales características del estudio econométrico realizado en El Salvador durante los meses de abril y mayo de 2006 han sido las que refleja el Cuadro 1.



COLABORACIONES

CUADRO 1  
 MODELO LOGIT APLICADO A NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA

Dependent Variable: TS	
Method: ML - Binary Logit (Quadratic hill climbing)	
Convergence achieved after 7 iterations	
Variable	Coefficiente estimado
Ordenada	$B_0 = 0,086240$
Estado civil casado (ecc)	$B_1 = -0,076401$
Estado civil divorciado (ecd)	$B_2 = 0,0786708$
Estado civil soltero (ecs)	$B_3 = 0,6517963$
Sexo (sexo)	$B_4 = 0,8979852$
Edad (edad)	$B_5 = -0,0218943$
Zona (zona)	$B_6 = -0,025894$
Renta disponible (rd)	$B_7 = -11,68248$
Grado de satisfacción (gs)	$B_8 = 0,453833$
Gastos realizados (gr)	$B_9 = -0,57633$
Días de vacaciones (dv)	$B_{10} = -0,076940$
Precio del viaje (pv)	$B_{11} = -0,089651$
Hospitalidad (h)	$B_{12} = 9,047808$
Conservación del entorno (ce)	$B_{13} = 6,557963$
Flora y fauna (ff)	$B_{14} = 4,568972$
Sol /playa (sp)	$B_{15} = -0,345943$
Solidaridad (s)	$B_{16} = 13,078894$
Estudios superiores (nes)	$B_{17} = 8,454584$
Estudios medios (nem)	$B_{18} = 2,682486$
Estudios primarios (nep)	$B_{19} = 0,245933$
Sin estudios (nse)	$B_{20} = -0,895762$
Repetiría experiencia (re)	$B_{21} = 8,4590134$

**Fuente:** Elaboración propia.



COLABORACIONES

Del modelo estimado podemos deducir las conclusiones que señalamos a continuación:

A) Las personas que realizan este tipo de turismo tienen mayor probabilidad de estar satisfechos si la motivación principal del viaje es la solidaridad. Ello se puede observar por el coeficiente  $B_{16}$  que es positivo y con un valor elevado (13,07). Sin embargo los turistas que tienen como motivación principal buscar un tipo de turismo alternativo al tradicional encuentran que este tipo de viajes es poco satisfactorio ( $B_{15} = -0,345$ ).

B) Las personas con un nivel de estudios universitarios son las que tienen mayor probabilidad de que el turismo comunitario les satisfaga, mientras que las personas sin estudios encuentran este tipo de viajes no muy gratificantes (-0895).

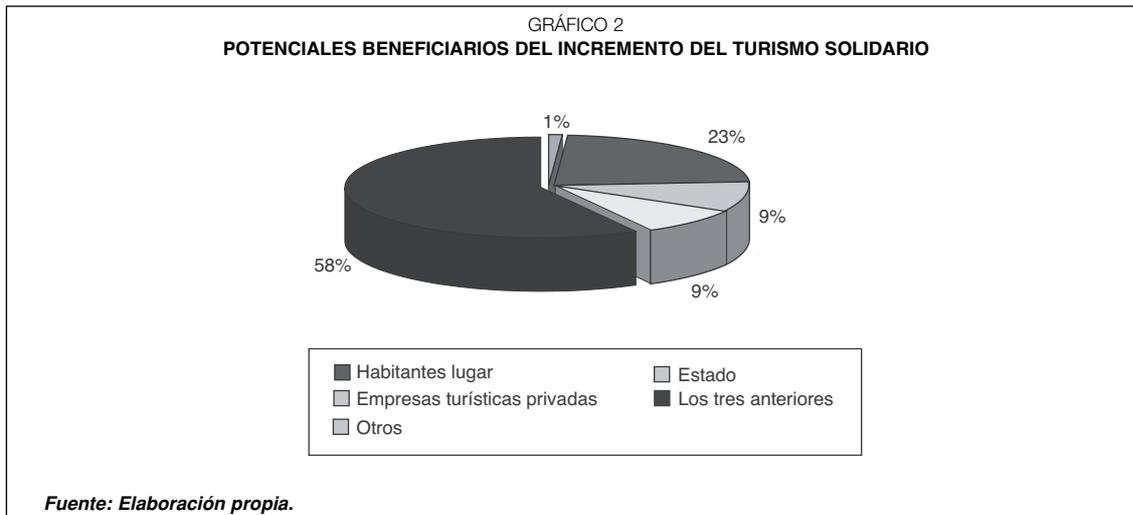
C) El sexo es una variable muy condicionante sobre el grado de satisfacción

del turismo solidario, ya que los hombres se encuentran más satisfechos con esta experiencia que las mujeres (0,897).

D) Los individuos solteros son los que más practican el turismo comunitario y los que están más satisfechos de realizarlo ( $B_3 = 0,651$ ). En nuestra opinión, ello puede ser debido a que este tipo de viajes suele tener un duración media de dos o tres semanas, y para una persona con cargas familiares es difícil realizarlo ( $B_1 = -0,076$ ) y si lo efectúa es más crítico y exigente con el mismo.

E) El precio del viaje es una variable que afecta negativamente al grado de satisfacción del viaje, debido a que estos viajes son caros, principalmente por el coste del transporte ( $B_{11} = -0,089$ ).

F) La hospitalidad recibida por el turista, así como la percepción que obtienen de la buena conservación del entorno, hace que el turista desee repetir el viaje, de



acuerdo con los datos que se derivan de los coeficientes positivos de ambas variables ( $B_{12} = 9,047$ ,  $B_{13} = 6,557$ ).

El turismo comunitario se configura como una de las mejores herramientas de desarrollo. Sin embargo, esta circunstancia también debe ser percibida por las comunidades locales. Con este objetivo, en el trabajo de campo realizado en el área geográfica analizada, hemos prestado especial atención a algunas de las opiniones de los residentes. Y, concretamente, hemos analizado cuatro grandes cuestiones.

La primera cuestión es determinar quién sería el principal (o principales) beneficiarios de un posible incremento del turismo comunitario. En este caso los residentes consideran que los beneficiarios serían

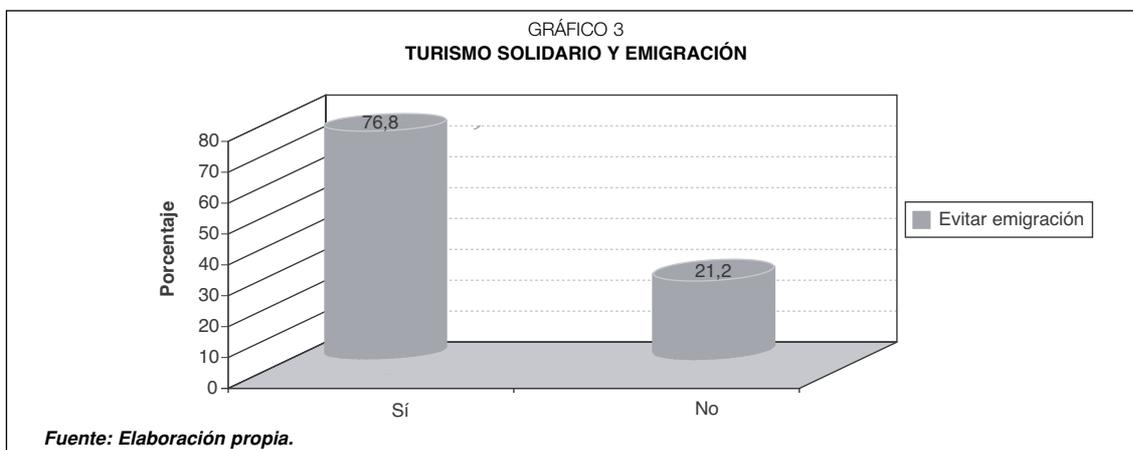
tres grupos bien definidos: los propios residentes, el Estado (vía impuestos) y las empresas turísticas privadas (Gráfico 2).

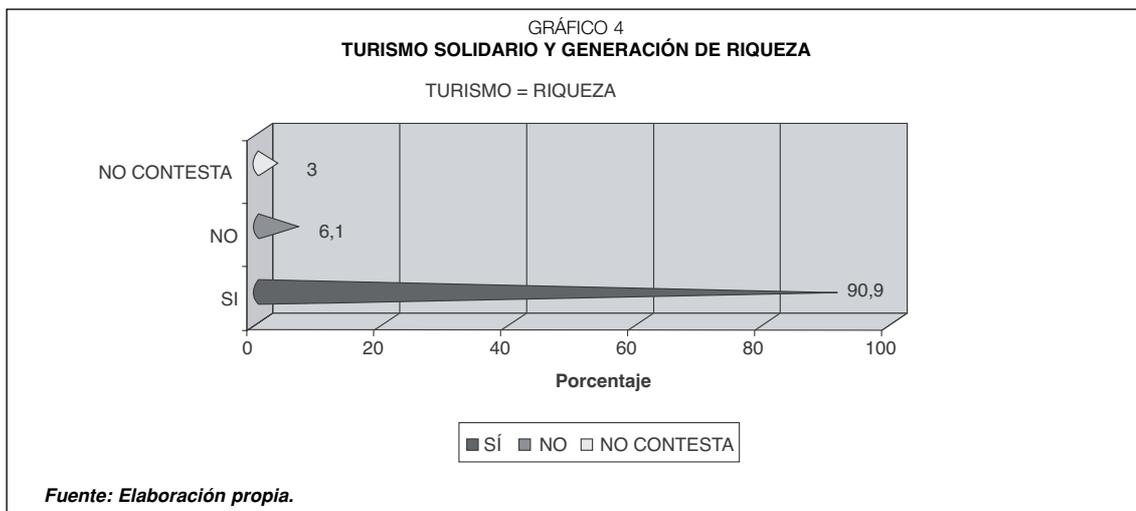
Una segunda cuestión analizada es tratar de determinar si a través de la potenciación del turismo comunitario se podría evitar (o, al menos, atenuar) la emigración de los jóvenes hacia otras áreas geográficas, incluidos otros países. La respuesta a esta cuestión ha sido bastante clara, ya que más de las tres cuartas partes de los encuestados consideran que sí puede evitar la emigración (Gráfico 3).

La tercera cuestión analizada ha sido estudiar si un aumento del turismo comunitario podría aportar riqueza al área geográfica objeto de estudio. En este caso la respuesta ha sido casi unánime, ya que



COLABORACIONES





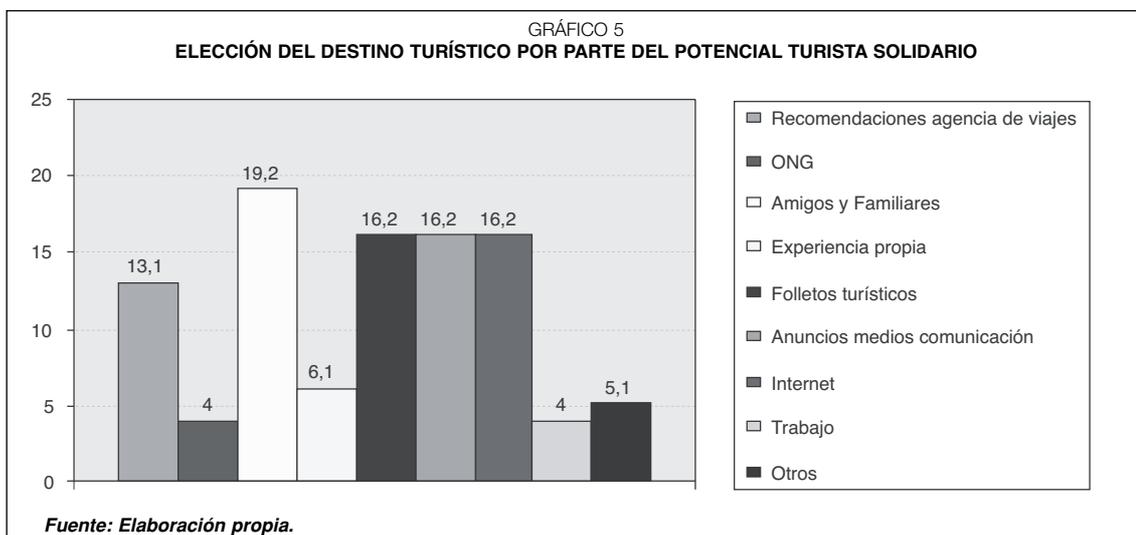
más del 90 por 100 de los encuestados reconocen que la potenciación de este tipo de turismo (y, en nuestra opinión, también de otras clases de turismo) podría incrementar de forma notable la riqueza en la zona (Gráfico 4). Es decir, la mayoría de los encuestados identifican el turismo con la generación de riqueza.

Finalmente, la cuarta cuestión planteada fue preguntarle a los residentes de estas áreas geográficas cuál pensaban que era la razón por la que los potenciales turistas comunitarios optarían por esa zona geográfica. La respuesta no fue unánime, aunque se decantaban por la

publicidad que se recibía procedente de personas que ya habían visitado dicha zona (Gráfico 5). Sin embargo, uno de los resultados más llamativos es que sólo un 4 por 100 consideraban que las ONGs podrían comercializar y derivar turistas comunitarios hacia determinados destinos turísticos. En nuestra opinión, quizá una explicación a este tipo de respuestas, y más teniendo en cuenta que prácticamente son las ONGs las únicas que derivan esta clase de turistas a esas zonas, es el poco conocimiento que tienen los residentes respecto al funcionamiento del mercado turístico.



COLABORACIONES



## Bibliografía

1. ADLER, J. (1985): «Youth on the Road: Reflections on the History of Tramping», *Annals of Tourism Research*, volumen 12, páginas 335-354.
2. COHEN, E. (1973): «Nomads from Affluence: Notes on the Phenomenon of Drifter-Tourism», *International Journal of Comparative Sociology*, número 14, páginas 89-103.
3. HERMAN, D. (2005): «Hospitality and Reciprocity. Working Tourists in Dominica», *Annals of Tourism Research*, volumen 32, páginas 407-418.
4. MALDONADO, C. (2005): *Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina*, en Actas de las Jornadas de Formación: Turismo Responsable, Valencia.
5. PAPE, R. H. (1965): «Touristry: A Type of Occupational Mobility», *Social Problems*, número 11, páginas 336-344.
6. PEARCE, P. L. (1990): «Farm Tourism in New Zealand: a Social Situation Analysis», *Annals of Tourism Research*, volumen 17, páginas 337-352.
7. SANCHO, E. (2006): «Turismo: desarrollo sostenible de la región», *Realidad y Reflexión*, número 16, páginas 17-29.
8. URIELY, N. y A. REICHEL (2000): «Working Tourists and their Attitudes to Hosts», *Annals of Tourism Research*, volumen 27, número 22, páginas 267-283.



COLABORACIONES



# INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA

*en*

## INTERNET



[www.revistasICE.com](http://www.revistasICE.com)