

El turismo comunitario y los retos de la globalización en Ecuador**Community tourism and the challenges of globalization in Ecuador**

MULLO-ROMERO, Esther*†, CÓRDOVA-NARANJO, Mentor & MENDOZA-TARABO, Efrén

ID 1° Autor: *Esther Mullo-Romero* /ORCID: 0000-0002-4013-261X, **Researcher ID Thomson:** F-8870-2018ID 1° Coautor: *Mentor Córdova-Naranjo* /ORCID: 0000-0003-2739-3038ID 2° Coautor: *Efrén Mendoza-Tarabo*

Recibido: 16 de Enero, 2018; Aceptado 01 de Marzo, 2017

Resumen

Esta investigación realizada en el año 2016 tiene como título “El turismo comunitario y los retos de la globalización en Ecuador”, los objetivos alcanzados son: Caracterizar el turismo comunitario como actividad alternativa a la globalización y determinar la incidencia de la globalización en el turismo comunitarios como elemento coadyuvador de los sectores en los que se practica esta actividad. La metodología empleada se basa en el diseño transeccional descriptivo (no experimental), aunque con rasgos de transeccional exploratorio. Los resultados más importantes de este estudio permite reanimar las zonas deprimidas, aumentar y garantizar la permanencia de formas de vida tradicionales, crear una actividad económica complementaria a las formas productivas tradicionales; contribuir a la generación de empleo y la reanimación a través del turismo; especialmente del colectivo más desfavorecido, las mujeres, propiciar la integración entre los municipios urbanos y rurales incrementando los contactos a través del turismo que permitan una mejor coordinación y repartición equitativa de sus beneficios, contribuir a la descentralización de las instituciones, promover la cooperación intermunicipal, propiciar el intercambio sociocultural y facilitar procesos de comprensión entre las comunidades nativas integrantes, poner en valor el patrimonio natural y cultural disponible en las comunidades nativas y, al mismo tiempo, crear conciencia y respeto al ambiente cultural y comunitario.

Turismo Comunitario, Globalización, Turismo Globalizado**Abstract**

This research carried out in 2016 has the title "Community tourism and the challenges of globalization in Ecuador", the objectives achieved are: Characterize community tourism as an alternative activity to globalization and determine the impact of globalization on community tourism as a coadyuvador element of the sectors in which this activity is practiced. The methodology used is based on the descriptive (non-experimental) transectional design, although with transectional exploratory features. The most important results of this study allow to reanimate the depressed zones, to increase and guarantee the permanence of traditional ways of life, to create an economic activity complementary to the traditional productive forms; contribute to the generation of employment and resuscitation through tourism; especially the most disadvantaged group, women, promote integration between urban and rural municipalities by increasing contacts through tourism that allow better coordination and equitable sharing of their benefits, contribute to the decentralization of institutions, promote inter-municipal cooperation, promote sociocultural exchange and facilitate comprehension processes among the native communities, value the natural and cultural heritage available in the native communities and, at the same time, create awareness and respect for the cultural and community environment.

Community Tourism, Globalization, Globalized Tourism

Citación: MULLO-ROMERO, Esther*†, CÓRDOVA-NARANJO, Mentor & MENDOZA-TARABO, Efrén. El turismo comunitario y los retos de la globalización en Ecuador. *Revista Investigaciones Sociales*. 2018. 4-11: 13-21

* Correspondencia al autor (email: emulloromeromail.com)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

El Turismo ha sido uno de los sectores de mayor crecimiento e impacto en el siglo XX, tendencia que se consolida en la actualidad facilitado por el proceso de globalización (Hein Wolfgang, 2002).

Debido a la alta demanda, cifras de empleo, nuevas infraestructuras, crecimiento global que presenta este sector, y los impactos (no todos positivos) se ha convertido en un balance potencial y fundamental para el crecimiento de muchos países.

Esta actividad se ha visto beneficiada por los actuales avances tecnológicos. Estos han permitido expandir la actividad turística, cada vez con un mayor carácter transnacional. El turismo se ha expandido favoreciendo intereses de las grandes empresas capitalistas. (María i Serrano 2002).

Hoy, desde países que pretenden potenciar el desarrollo desde lo nacional, el sector turístico se ha visto inmerso en un intenso proceso de potenciación de la participación de las comunidades locales que se materializan en iniciativas de Turismo Comunitario.

De esta manera el incremento del turismo como actividad económica, no es fruto de la casualidad sino de expansión de una nueva relación del turismo con el modelo hegemónico, esta nueva forma de articulación en la que esta moderna actividad juega un papel fundamental en la propia reproducción de la globalización, (Beck 1998).

Ante los nuevos desafíos que existen en el mercado, Noda Hernández (2004) basado en autores diversos (Casanueva Rocha et al., 2000; Desoft, 2002 y Cooper et al., 2003); el Turismo Comunitario, trata de sobresalir y obtener su espacio en un sistema que busca acaparar beneficios propios sin tomar en cuenta a los gestores del turismo, esta nueva opción de desarrollo turístico pretende, generar sus propios recursos y distribuirlos de manera equitativa para la misma comunidad.

Ésta nueva forma de hacer turismo se convierte en un campo estratégico de desarrollo social, económico y cultural, que pretende encarar con éxito varios de los más acuciantes desafíos del mundo actual.

Con esto la investigación sobre turismo comunitario debe considerar tanto el conjunto del globalizado mercado turístico, las condiciones de la realidad nacional en la que se desarrolla, así como las características de las comunidades específicas que lo protagonizan.

El interés de las agencias y organizaciones internacionales y nacionales, así como la creciente sensibilidad del mercado, y en definitiva la profusión de experiencias turísticas comunitarias, han convertido al Turismo Comunitario en objeto emergente, necesitado de estudio y reflexión específica (Stronza, 2001).

El presente trabajo es una síntesis de revisión bibliográfica para entender los retos que tiene el turismo comunitario ante un mundo que está en constante evolución, y que pretende afrontar los retos que le impone la globalización, para verlo como una alternativa a la lógica del capital sin perder de vista su escancia natural y cerrarse a las actividades de empresas transnacionales.

La problemática que motivo a esta investigación se fundamenta en el sentido de que el turismo comunitario a pesar de ser una nueva alternativa socio-económica no se ha desarrollado conforme a los requerimiento de los turista provenientes de países europeos y americanos, ha mantenido poca planificación y por ende escaso desarrollo, desaprovechando los inmensos recurso naturales, artesanales, patrimoniales y escenarios adecuados para el deporte de aventura.

Ultimanete el país a emprendido acciones tendientes a promocionar su imagen y posicionar su nombre a nivel mundial, como un potencial turístico, lo que permitira a susperar la problemática planteada

Por tal razón la hipótesis planteada se circunscribe a: El desarrollo del turismo comunitario con el aporte de la globalización presenta grandes oportunidades y ventajas comparativas con el riesgo de llegar a una aculturación de los jóvenes indígenas y campesinos de los sectores en los que se realiza esta actividad, así como también la pérdida de ciertos valores costumbres y tradiciones.

Los objetivos alcanzados se refieren a:

- Caracterizar el turismo comunitario como actividad alternativa a la globalización.
- Determinar la incidencia de la globalización en el turismo comunitarios como elemento coadyuvador de los sectores en los que se practica esta actividad.

Los pasos que se dieron para realizar este trabajo se fundamenta en la metodología participativa de los actores directos del turismo y apoyados en la investigación bibliográfica de fuentes secundarias existes sobre el tema.

Este trabajo está estructurado con la introducción desarrollo del tema, análisis e interpretación de resultados, conclusiones y bibliografía.

Globalización

La globalización es el signo distintivo de nuestra era, en esencia, como dice Wolfgang Hein (2002), en la sociedad moderna las innovaciones tecnológicas, acompañadas por cambios en la organización de la producción, ha generado nuevos y más altos estándares de productividad y profundos cambios sociales.

En este sentido la globalización es un proceso de interconexión que se da gracias a las tecnologías de la información y la comunicación, relaciona a determinadas personas y organizaciones creando dinámicas complejas de relación y de exclusión financiera, económica, política, social y cultural. Por lo tanto, la globalización hace que existan personas y grupos más o menos globalizados en procesos complejos que no se pueden prejuzgar como buenos o malos.

Características de la Globalización

Probablemente el turismo es uno de los sectores económicos más importantes y dinámicos actualmente, su expansión y crecimiento están fuera de toda discusión.

Muchos países han reconocido en las últimas décadas los beneficios que pueden aportar a la economía y al desarrollo.

El turismo es una actividad multisectorial y multidisciplinaria en la que participan diferentes áreas productivas como la agricultura, construcción, fabricación y de sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas

Es claro entonces entender que la globalización surge como consecuencia de la internacionalización de los procesos económicos, conflictos sociales y fenómenos político-culturales, ya que pretende describir una sociedad muy grande, mas allá de fronteras, diferencias en etnias, costumbres y tradiciones, ideologías políticas y condiciones sociales.

En este contexto, el turismo por su naturaleza es una actividad más vulnerable ante la globalización, es decir fácilmente puede captar sus impactos positivos o negativos, entre los cuales destacan (AIEST, 1996)

- La expansión del turismo internacional que viene acompañada del surgimiento de nuevos mercados y destinos turísticos emergentes que supondrían una paulatina redistribución de los flujos turísticos a nivel mundial.
- La desregularización del transporte aéreo que a su vez, facilita el desarrollo de los viajes a larga distancia.
- El desarrollo científico que permite incorporar progresivamente nuevas tecnologías.
- La expansión empresarial hacia nuevos destinos es cada vez mayor.
- El aumento de los procesos de concentración empresarial, la comercialización y el marketing en general, de los productos turísticos.
- La trasformación de la identidad cultural.
- Deterioro ambiental.
- Marginación de empresas pequeñas o polarización de los beneficios económicos.

La globalización en el turismo a conllevado a que cambie la forma de ver el turismo y la forma de realizarlo.

Un caso importante de estudio constituye el turismo comunitario, el cual a más de ser una fuente de producción e ingresos económicos se caracteriza por:

- Debe establecerse en zonas donde la comunidad originaria tenga el derecho de gestión o explotación.
- Se beneficien comunidades que han sido excluidas del desarrollo.
- En las comunidades deben existir atractivos turísticos y riqueza cultural.
- Además de protección al medio ambiente y sus costumbres ancestrales.

Relación Globalización – Turismo

Para algunos la globalización es un término que está asociada con exclusión mientras que para otros este término tienen que ver con formas de insertarse en la economía mundial.

Su desarrollo empezó a darse aproximadamente en la década del 90 y en el presente es el resultado de mutaciones constantes en su mecanismo de funcionamiento y formas de expresión.

Las acciones prácticas del turismo que se han realizado en el Ecuador han ganado una relevancia sin precedentes, sobre todo bajo la lupa de importantes publicaciones.

La campaña internacional All You Need Is Ecuador marcó un hito sin precedentes en el registro histórico del turismo ecuatoriano. Más de 455 millones de personas alrededor del mundo han sido impactadas por esta poderosa campaña que logró posicionar al destino Ecuador a escala internacional.

La campaña de promoción turística “All you need is Ecuador” se difunde en 14 países del mundo, a través de ocho canales de televisión por cable, redes sociales, medios impresos y vía pública. Discovery, Discovery Home & Health, National Geographic, TNT, TLC, CNN, FOX, FX, son los canales de televisión donde se ha pautado la campaña “All you need is Ecuador” y que llega a la audiencia que tienen en Latinoamérica, (México, Perú, Colombia, Chile, Argentina y Brasil). También está en redes sociales: Facebook, Twitter, Youtube y Google.

Asimismo está en páginas especializadas de turismo y medios impresos como las revistas a bordo de las aerolíneas Lufthansa, KLM, Iberia, Air France, LAN, Avianca y Aeroméxico; y, en vallas y pantallas en vías de los Estados Unidos, Canadá, Alemania, Inglaterra, Italia, Francia, Holanda. (<http://www.turismo.gob.ec/campana-all-you-need-is-ecuador-presenta-cifras-record/>)

La Comisión Económica para América Latina (CEPAL), mediante Michael Mortimore (1996), define que la globalización es el “conjunto de condiciones bajo las cuales una parte creciente del valor y las riquezas es producida y distribuida mediante un sistema de redes de comunicaciones tecnológicas y comerciales internacionales”. Esta es una concepción muy comercial y productivista. Para otros la producción y desarrollo de la sociedad está estrechamente relacionada con las innovaciones tecnológicas y la globalización no es más que un proceso de interconexión que relaciona a determinadas personas y organizaciones creando dinámicas complejas de relación y de exclusión financiera, económica, política, social y cultural.

La “globalización” presenta cualidades nuevas en el funcionamiento de la economía mundial que está muy marcada en el ámbito turístico; éste se ha puesto de manifiesto en los flujos turísticos, elevando estándares económicos y generando grandes ingresos para algunos países. Tal es el caso de Ecuador, que supo aprovechar el contexto globalizado para potenciar el desarrollo turístico a través de políticas nacionales, llegando a alcanzar USD \$369 millones, que corresponden al 2% del Producto Interno Bruto (PIB). El turismo de esa manera, se ha convertido en la tercera actividad económica más importante del país en el 2004, luego de la exportación de petróleo y banano. (PLANDETUR 2020).

Desde este punto de vista es necesario entender que este fenómeno de la “globalización” busca desarrollar fuerzas productivas de sectores que aún no han sido tomados en cuenta en la esencia del sistema, donde el nivel de concentración y centralización de la propiedad y el capital se lo ha trabajado en otras áreas dejando pasar por alto nuevas magnitudes acordes al desarrollo extraordinarios de las fuerzas productivas que también puede presentar el turismo.

Si bien es cierto el turismo en todos sus ámbitos es un mecanismo económico a los niveles de internacionalización porque aporta a recursos financieros, anima ciertas actividades económicas de forma directa (hotelería y otros servicios turísticos) o inducida (construcción, servicios en general) y, sobre todo, favorece la reconversión productiva. Desde una perspectiva social, el turismo también promueve serias transformaciones porque interviene activamente en la alteración de los modos de vida tradicionales y, principalmente, modifica la estructura socio-profesional. (Córdoba, J. y Ordóñez, García, F. A 2003)

En otras palabras el turismo ha causado un impacto en muchas de las industrias ya sean estas de construcción, transportación, alimentación, entre otras, generando empleo e introduciendo nuevas empresas o formas de dinamización económica, siempre para mayor beneficio de las multinacionales de turismo que son las grandes empresas acaparadoras de todos los servicios que la actividad turística puede prestar, las mismas que presentan una gran demanda de bienes y servicios a escala mundial.

Por lo tanto en la actividad turística se observa un elevado grado de la socialización de la producción y de privatización de la apropiación

Todo lo anterior se lo puede relacionar también con la revolución de la tecnología que se traduce como un punto de partida que abarca a casi todo el mundo y que ha tomado al turismo como uno de sus nichos para el desarrollo de la economía e inversión de grandes empresas monopolistas.

Por su capacidad de producción y reposición de la inversión se ha producido una eclosión de diversas actividades para el sector turísticos, logrando sacar provecho de las fuerzas productivas de un territorio.

La intercomunicación del mundo entero coloca a los ciudadanos de países emergentes, con sólo tener acceso a un aparato de televisión o radio y mucho más si tiene Internet, frente a mayor información de la que tuvo el rey Sol en toda su gloria absoluta (Bastienier 1999). Este es el caso de muchos países y empresas que vieron la oportunidad de industrializar el ocio y converger con el turismo en los logros de la globalización.

La comunicación responde a las relaciones sociales monopólicas, lo cual impacta directamente la actividad turística, no solo por los medios de producción que son necesarios para su realización sino por la imposición de un patrón que es dirigido y controlado por los medios de comunicación dirigidos por los Empresas Transnacionales que dominan la actividad turística a nivel internacional.

Para Quintero (2005) argumenta que: “Es obvio que la globalización del mercado, en la actualidad, ordena una recaudación, obligando a las grandes poblaciones a realizar inversiones para poder competir en el difícil ranking de las ciudades atractivas a los capitales extranjeros.”

Para el turismo esto es una tendencia de crecimiento que llama la atención a todos los sectores públicos o privados, pero también a aquellos sectores que se han organizado en pequeñas comunidades buscando un mercado propio para imponer su marca. Debe convertirse en un reto a enfrentar, dando una tendencia globalizadora de los procesos de producción

La globalización es la expresión más elevada de las razones capitalista de producción, la cual, por el desarrollo redoblado de las fuerzas productivas y su difusión progresiva a escala global, ha logrado un desarrollo en la economía mundial sin dejar a un lado la actividad turística, convirtiéndola en inductor del cambio principalmente en las regiones menos desarrolladas del planeta (Pérez, Olga2015).

Sin embargo para que esto ocurra tiene que haber una intervención del Estado de modo que la actividad turística contribuya a la economía nacional de lo contrario, si el desarrollo turístico está determinado solo por el mercado se acentúa la heterogeneidad estructural de la nación.

El turismo comunitario y sus retos en la globalización

La versión optimista, que encuentra sobre todo acogida entre los neoliberales, ve en los procesos de globalización el surgimiento de una nueva era de riqueza y de crecimiento con oportunidades para nuevos actores, para los hasta ahora perdedores y también para los pequeños países.

Según esta visión, la globalización de la producción y los mercados mejora las oportunidades de acrecentar las ganancias a nivel mundial, sobre todo en las naciones industrializadas y en algunos de los países en despegue, aunque reconoce que agudiza las luchas distributivas a nivel nacional e internacional (Córdoba, J. y Ordóñez, García, F. A 2003).

Contrario a ello se promueve el Turismo comunitario como una nueva modalidad que se está desarrollando en la región andina de Latinoamérica como alternativa del turismo tradicional.

El éxito del turismo comunitario, se vincula de forma directa con los procesos de participación, de gestión y de repartos colectivos de beneficios que proporciona esta estructura organizativa que garantiza el control efectivo del grupo sobre el turismo, lo cual genera un efectivo empoderamiento colectivo sobre recursos y territorios.

De ahí que sea crucial entender este particular funcionamiento, donde la minga y la asamblea juegan un papel tan importante demostrando un modelo de organización único de su cultura, (con distintos nombres según el lugar: asamblea, comité, etc.) pero es allí donde han surgido proyectos de turismo comunitario.

En el Ecuador, en sus diferentes regiones que se lleva a efecto el turismo comunitario, se encuentran muchos individuos diferentes entre sí que están organizados en unidades domésticas y grupos familiares, donde la propiedad privada de la tierra y la producción agraria se convierten en la base de la economía, para lo cual mantienen una organización política que les permite autogestionar recursos y tomar decisiones en una esfera donde prima la propiedad y el sentido colectivo.

Es así que para sus actores “Turismo comunitario es toda actividad turística solidaria que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado del patrimonio natural y valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales” (FEPTCE 2007).

De esta manera La Organización Internacional del Trabajo (OIT) define al turismo comunitario como “Toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y 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 por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes” (OIT, 2001).

De tal manera el turismo comunitario local se ha convertido en el nuevo activador de las políticas de desarrollo dando a conocer los estilos de vida, costumbres, tradiciones, festividades, historia, arquitectura y monumentos del lugar visitado.

El turismo comunitario es una realidad que está apareciendo con fuerza en la región andina del país y que esencialmente está basado en la comunidad local que no son más que los mismos gestores del turismo en sus propias zonas.

Esta modalidad turística se desarrolla en la comunidad local donde la participación de sus gestores es de forma activa y en conjunto, permite generar riquezas en todas las áreas que el turismo comunitario interviene, de forma que los beneficios obtenidos repercutan en la propia comunidad.

Además, el desarrollo del turismo comunitario es capaz de promover un impulso integral de las comunidades y miembros que la componen, tratando de reducir la pobreza a través de la generación de empleo y la obtención de ingresos complementarios, evitando los movimientos migratorios (Inostroza, G. 2009).

Esta modalidad turística ofrece la oportunidad de crear pequeños negocios intensivos en mano de obra y da empleo a un porcentaje de mujeres relativamente superior al de otros sectores (World Tourism Organización, 2003), sin olvidar que la comunidad local es la parte esencial del producto turístico (López-Guzmán, T. y Sánchez Cañizares, S. M., 2009).

En el seno de las comunidades se desarrollan modelos de intercambio capitalista que conviven con modelos de reciprocidad (Temple, 2003), trabajando todos para un mismo fin, el desarrollo económico de la comunidad.

Con todas estas consideraciones es necesario tomar en cuenta que el turismo comunitario da a conocer sus modos de vida desde los tiempos de la conquista y que hasta el momento han venido conservando, pero no hay que dejar pasar por alto las transformaciones culturales que el mercado extranjero puede causar en el desarrollo del mismo.

El encuentro cultural a través del turismo comunitario, permite no sólo potenciar las identidades culturales indígenas, sino el contacto intercultural en contextos menos asimétricos que los habituales, propiciando un gran reto del turismo comunitario en un mundo globalizado que difumina las identidades, las misma que consistirá no solo en protegerlo, sino en saber gestionar su espectáculo para el turismo sin perder el sentido de la pertenencia, sin desvincularlo de la propia identidad de los grupos culturales. “El turismo no debe inventar tradiciones sino ser una herramienta para que la comunidad valore su identidad y patrimonio, una vez dado esto, la misma lo aprecie y comparta con el otro que es el turista.

El legado cultural es lo que le aporta el valor agregado a la experiencia turística, en el caso de América Latina éste es un elemento que debe estar presente en toda oferta de este sector” (Bacci, en Jiménez, 2005).

“La transformación de la cultura y las artes creativas en mercancías descontextualiza destruye el significado de las prácticas culturales. Equiparar las artes a productos generadores de ingresos elimina la espiritualidad, la historia, el valor de las prácticas culturales, elemento central que mantiene los valores y exalta las tradiciones de las comunidades desfavorecidas” (UNESCO, 1997).

Sin embargo, exagerar este tipo de argumento ocasionaría el riesgo de que los objetivos culturales se vean sometidos a objetivos puramente comerciales. Las formas de expresión cultural no deben ser reducidas a simples valores mercantiles.

Se dice que solo en una etapa de mucho mayor desarrollo se podría volver a intentarse la reunificación de la humanidad, pero nos preguntamos si nos encontramos en esa etapa del desarrollo, si es posible con los niveles de pobreza y desigualdad que existen actualmente.

Se condena a las culturas a desaparecer por no adaptarse al mundo, habría que preguntarse qué mundos se deben adaptar, es verdaderamente un mundo en constante redefinición o prevalecen los valores de las culturas hegemónicas, basta con recordar el ejemplo de las lenguas en el mundo, en el que más del 40% de la población no habla más que 8 de las casi 7.000 mil lenguas del mundo. También habría que preguntarse si este mundo globalizado les ofrece las posibilidades de integrarse o más bien los excluye.

Finalmente, debemos mencionar que la historia misma ha demostrado en el encuentro entre culturas que las diferencias casi nunca se atenuaron de forma armónica, basta con poner el mismo ejemplo de la conquista de América, donde casi el 90% de la población se extinguió y no porque no se adaptaran a un mundo globalizante sino a causa de exterminios, trabajos forzados y epidemias.

Metodología a desarrollar

La investigación que se realizó fue de tipo descriptivo, por cuanto se va a conocer el objeto de la investigación de manera conceptual y describirlo a través de sus variables.

De acuerdo con el tipo de investigación, el problema planteado y la hipótesis propuesta, se seleccionó para el presente trabajo el diseño transeccional descriptivo (no experimental), aunque con rasgos de transeccional exploratorio.

El cual tiene como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos situaciones, contextos, fenómenos, comunidades; y así proporcionar su descripción. Son, por lo tanto, estudios puramente descriptivos y cuando establecen hipótesis, éstas son también descriptivas. (Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P., 2006).

El presente estudio constituye un diseño transeccional o transversal de esta manera la información de campo se recolectaron en un solo momento, en un tiempo único. A diferencia del diseño longitudinal en que se recolectan datos a través del tiempo en puntos o períodos, para hacer inferencias respecto al cambio, sus causas y sus efectos.

Para conocer la esencia del problema de investigación se adentrara en el mismo al separar en sus partes, por lo tanto la investigación, también tiene un carácter analítico y proyectivo, ya que a partir del desglose de sus partes se desarrollaron nuevas ideas que conlleven a la propuestas de soluciones de la problemática analizada. El proceso investigativo comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, del objeto de estudio, a fin de tener un conocimiento más profundo del objeto de estudio.

La fundamentación científica del problema de estudio, se la realizo mediante la investigación documental para lo cual se utilizaron diferentes tipos de informaciones, de acuerdo a su procedencia y la reexistencia de los datos antes de comenzar la investigación. (Perelló, 2005).

Se procedió a la revisión y análisis de la documentación que dispone las comunidades sobre el turismo, así como resoluciones adoptadas para la potenciación de esta alternativa económica y acciones emprendidas para el adecuado desarrollo de productos turísticos comunitarios.

La información teórica se logró mediante la revisión de artículos de sitios web, consulta bibliográfica de autores reconocidos en el tema abordado a través de revistas, abstracts, artículos y trabajos de posgrado sobre Turismo comunitario.

Resultados

1. Llegadas de turistas extranjeros al Ecuador

De acuerdo con las estadísticas del INEC, se aprecia que en el 2013 han entrado 1.366.070 extranjeros y en el 2014, 1.559.012. Según el gráfico 1 los meses con mayor afluencia de turistas al país son: enero, julio y diciembre; manteniendo la tendencia de ingresos en los años analizados.

2. Principales mercados turísticos para el Ecuador

Los principales mercados emisores que tienen el mayor número de llegadas al país son Colombia 27.06%, Perú 19.68% y Estados Unidos 17.06%, como se puede apreciar en el cuadro 1 y figura 2.

La Globalización y el turismo quedan demostrado que el Ecuador siendo un país pequeño arriban turistas de más de 20 países, lo visitan cada año, de esta manera se ve que no existen fronteras cuando se quiere conocer, descansar, disfrutar y aprovechar los amplios recursos que se desarrollan en el turismo comunitario.

Conclusiones

La globalización relacionada con el turismo comunitario cumple con diferentes funciones, que son de alto impacto, ya que implican grandes transformaciones económicas, sociales, culturales y ambientales; debido a que el turismo en las economías se transforma en la única opción de desarrollo alternativo, convirtiendo a los lugares para vivir en centros turísticos, como en la actualidad se esta realizando en algunas comunidades del Ecuador, tal es el caso de Salasaca

La débil inserción de la cadena turística se ve como un problema en las comunidades, donde la oferta y la demanda de sus productos son limitados, obteniendo mayor beneficio el sector privado y no los propios agentes del turismo comunitario siendo necesario emprender acciones conjuntas que permitan aprovechar todos los beneficios, sociales, culturales y económicos que brinda este importante sector que es el turismo, para de esta manera posionarse adecuadaente en el exigente Mercado mundial.

El turismo comunitario frente a la globalización tributa al fortalecimiento cultural y étnico para reforzar la identidad, lo que lleva a la identificación y reconocimiento de los actores que entran en juego en la cadena turística y la construcción de acuerdos, objetivos y estrategias comunes, un trabajo paciente y de largo alcance que tiene como escenarios el Estado, el Mercado y las propias comunidades.

El Turismo Comunitario dentro de la globalización a permitido mejorar el nivel de vida de los habitantes, de las comunidades nativas.

Además se consigue reanimar las zonas deprimidas, aumentar y garantizar la permanencia de las formas productivas, crear una actividad económica complementaria a las formas productivas tradicionales.

En el caso de la región sierra del Ecuador se han fortalecido las prácticas agrícolas, incrementando a la generación de empleo, así como al mejoramiento de las acciones entre los municipios urbanos y rurales, llevando a una mejor coordinación y repartición equitativa de sus beneficios, así mismo a contribuido a la descentralización de las instituciones y a promover la cooperación intermunicipal, todo esto fortalece el intercambio sociocultural y procesos de comprensión entre las comunidades nativas resaltando el valor del patrimonio natural y cultural disponible en las comunidades nativas y, al mismo tiempo, crear conciencia y respeto al ambiente cultural y comunitario.

En el Ecuador la afluencia de turistas extranjeros es muy notoria en los meses de enero, julio y diciembre, manteniendo esta tendencia en los años analizados. El arribo de turistas extranjeros al Ecuador es permanten, teniendo como procedencia 20 países del mundo aportando al asector turisco de las zonas, así se resaltan los países de Colombia, Perú y Estados Unidos.

Referencias

Córdoba, J. y Ordóñez, García, F. A (2003) "Turismo, globalización y medio ambiente en el Caribe mexicano". Revista Scielo no.52 Investigaciones geográficas versión impresa ISSN 0188-4611 México

FEPTCE. (2007). "Manual de Calidad para la Gestión del Turismo Comunitario en el Ecuador". Ed. FEPTCE. Quito.

García, F. (2000) "Corporaciones Transnacionales y Globalización: en el corazón de la oscuridad". www.rcci.net/globalización/llegar/fg100.htm.

HEIN, Wolfgang. (2002): Posfordismo y desarrollo regional sostenible con base en el turismo: Visión de Conjunto, en Edgar Fürst y Wolfgang Hein, (eds): Turismo de larga distancia y desarrollo regional en Costa Rica: Estudios sobre las relaciones económicas-ecológicas entre el turismo y el desarrollo sostenible en los ámbitos globales, nacionales y micro-regionales. (San José, DEI).

Inostroza, G. (2009): "Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina", Gestión Turística, n° 10, ISSN: 0717-1811.

Jiménez, Lucina. (2005) Patrimonio: culturas populares de raíz tradicional. En: Organización de Estados Iberoamericanos para la educación, la ciencia y la cultura. Temas de Iberoamérica. Fundación Interarts. Madrid.

Keller Peter "Mirando hacia atrás al Congreso Aiest The Tourist Review, Vol. 51 Número: 4, pp.2 <https://doi.org/10.1108/eb058231Bastener>. Consultado en Agosto 2017

López Guzmán T. Y Sánchez Cañizares, S. M. (2009): "Turismo Comunitario y Generación de Riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de Caso en el Salvador", REVESCO, n° 99, pág. 85-103. ISSN: 1885-8031

Pérez, S. Olga. (2009): Internacionalización del Capital: respuesta socialista. Editorial Félix Varela. La Habana. Cuba.

Pérez, S. Olga. (2015): La lógica del capital y su gestión contemporánea. La necesidad del cambio social. Colección 2. Editorial Félix Varela. La Habana. Cuba.

Quintero Cedeño Miguel Ángel. (2005). Ciudad, conflicto y cambio social. Puebla, México. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Rodríguez T. Sarah (2004): "Fundamentos Generales Del Modo De Producción Capitalista". ISBN: 959-258-716-7 Volumen I. Editorial Félix Varela. Vedado, Ciudad de La Habana.

Stronza, A. 2001 Anthropology of tourism: "Forging new ground for ecotourism and other alternatives", Annual Review of Anthropology 30, 261-283.

Temple, D. 2003 "Las estructuras elementales de la reciprocidad". La Paz: TARI / Plural editores.

Henríquez, C. 2007. Turismo de base comunitaria e histórico". Estudios y Perspectivas del Turismo 13: 290-300. Justa y económicamente viable. Trabajo de tesis