
TURISMO RURAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE: UN APOORTE PARA SU ESTUDIO EN COSTA RICA

Víctor Julio Baltodano Zúñiga ⁵⁸
Universidad Nacional, Costa Rica

RESUMEN

En la presente ponencia se propone incentivar el estudio del turismo rural como alternativa al turismo masificado o tradicional. Lo anterior se sustenta en que Costa Rica, y en particular, la Región Chorotega, a pesar de tener un auge de la actividad turística, los índices de pobreza no mejoran.

En el caso de Guanacaste, estos indicadores, por el contrario, desmejoran con el aumento del turismo. Es necesario realizar investigaciones que permitan esclarecer esta relación. Aunado a lo anterior, la sostenibilidad también es cuestionada sobre todo con el desarrollo inmobiliario que las zonas costeras presentan.

INTRODUCCION

El Turismo en Costa Rica se ha convertido en una de las actividades que más divisas y empleo generan. Las estadísticas reafirman año a año esta importancia. Sin embargo, a pesar de la importancia de este sector los encadenamientos generados han sido muy débiles.

La literatura sobre esta temática no ha sido muy abundante por lo que es necesario realizar investigaciones en este campo. No obstante lo anterior, se puede establecer que con los datos que se disponen y los estudios realizados por algunos organismos nacionales (INEC, ICT), entre otros, el turismo ha sido importante para el país pero que es una estrategia a la cual no se le puede recargar todo el peso del desarrollo de un país. es más, provincias como la de Guanacaste muestran el mayor desarrollo de la actividad turística pero es una de las

⁵⁸ Director Académico, Campus Nicoya, Sede Regional Chorotega. Universidad Nacional, Costa Rica

más pobres de acuerdo a las mediciones que realiza el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) de Costa Rica.

En esta provincia domina el turismo ofrecido por las grandes cadenas hoteleras (Barceló, Hilton, Four Season, y otras) pero el turismo rural ha comenzado a tomar auge.

Un aspecto fundamental es que si se quiere aprovechar el boom turístico para beneficio de los más pobres es preciso fortalecer el turismo rural y acompañar emprendimientos en esa área. También es necesario una claridad conceptual de los gestores de estos emprendimientos para una clara orientación del producto turísticos y la debida capacitación orientada hacia la calidad.

Es por eso que en este trabajo partimos dando una visión general de la importancia del turismo en la economía costarricense y de los datos de pobreza en el medio rural para proceder luego a las definiciones de los que se entiende por desarrollo sostenible o sustentable, el turismo sustentable, el turismo rural para finalizar con la importancia del planeamiento estratégico en esta tipo de turismo.

Evolución del turismo en Costa Rica 2000-2006

La actividad turística ha mostrado un crecimiento sostenido a lo largo de más de dos décadas y se ha llegado a constituir en la principal generadora de divisas para el país.

En el cuadro siguiente, se muestran las llegadas de turistas internacionales a Costa Rica, por zonas y países, a partir del año 2000 hasta el 2006.

Tal como se puede evidenciar la llegada de turistas internacionales a Costa Rica se ha mantenido en crecimiento, pasando de un poco más de un millón en el 2000 a casi 1,800.000 en el 2006. Está claro que esto se debe a una política de atracción diseñada como política de estado bajo una marca país donde se promociona al Costa Rica, sin ingredientes.

Otro aspecto que se debe rescatar es que América del Norte, sigue siendo nuestro principal mercado. Para el año 2000 un 47% de los turistas que arriban al país procedían de esa zona. Sin embargo desde el 2004 supera el 50% lo que demuestra lo importante que es ese mercado para el sector turismo.

Ahora bien, no hay que subestimar las llegadas de otras latitudes, sobre todo de América Central y Europa que aportan el 28 y 13% respectivamente de las llegadas.

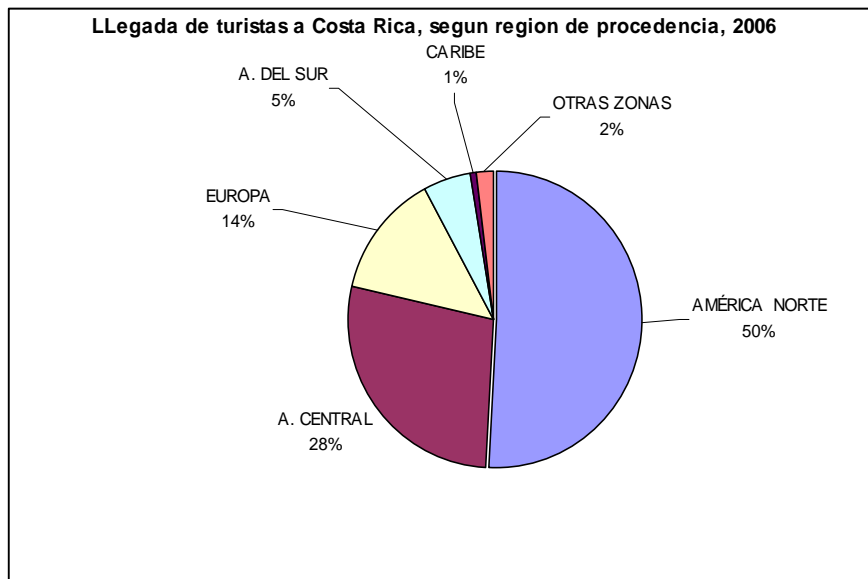
En la siguiente gráfica se muestra la composición de las llegadas de turistas en el 2006. Es evidente que América del Norte se posiciona como nuestro principal mercado con un 50%, seguido de América Central con un 28% y Europa con un 13%. Marginalmente aparecen otras regiones con aportes poco significativos en el contexto de las regiones mencionadas anteriormente.

Cuadro 1
Llegadas de turistas internacionales a Costa Rica, según zonas de procedencia.
Periodo 2000-2006

ZONAS Y PAÍSES DEL	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
AMÉRICA DEL NORTE	515.853 47%	518.595 46%	509.253 46%	611.520 49%	754.982 52%	895370 53%	875959 50%
AMÉRICA CENTRAL	286.466 26%	320.277 28%	320.615 29%	312.936 25%	359979 25%	415464 25%	478147 28%
EUROPA	151.393 14%	150.796 13%	157.990 14%	157.990 12%	208.222 14%	232889 14%	234681 13%
AMÉRICA DEL SUR	95.612 9%	103.917 9%	88.805 8%	83730 7%	87127 6%	88394 5%	90906 5%
CARIBE	9.450 1%	9.298 1%	8.836 1%	8836 1%	11696 1%	12412 1%	11935 1%
OTRAS ZONAS	29.301 3%	28.523 3%	27.860 3%	41673 3%	30920 2%	34522 2%	33048 2%
GRAN TOTAL	1.088.0755	1131406	1113359	1237948	1452926	1679051	1725261

Fuente: ICT. Anuarios Estadísticos 2000-2006.

Gráfica 1



Fuente: Universidad Nacional, Sede Regional Chorotega. Plan de Rediseño de la Carrera de Turismo, 2008.

En cuanto a la generación de divisas no se discute la importancia que esta actividad tiene para el país. El aumento de turistas internacionales ha permitido que se posicione como la primera fuente generadora de divisas.

Es notorio observar que el turismo supera a los productos tradicionales en su conjunto, los cuales fueron los que dinamizaron la economía en los años 60 y 70. Sin embargo, el giro dado en los años 80 y 90 en la política económica permitió que emergieran otros polos de acumulación, entre ellos el turismo.

CUADRO 2**Ingresos por turismo versus otras fuentes de ingreso de divisas para Costa Rica, 2002-2006**

Rubro	2002	2003	2004	2005	2006
Café	165,1	193,4	197,6	232,7	227,8
Banano	477,5	553,3	543,3	481,1	629,5
Piña	156,2	197,4	255,9	324,7	433,3
Productos farmacéuticos	90,1	103,0	110,0	103,2	114,1
Turismo	1.078,0	1.199,4	1.358,5	1.569,9	1.629,3
Total export.	5.263,5	6.102,2	6.301,5	7.026,4	8.207,3
Rel. Turismo/ PIB	6,4	6,8	7,3	7,9	7,4
Rel. Turismo/exp.	20,5	19,7	21,6	22,3	19,9

Fuente: ICT. Estadísticas 2006.

En el caso de los productos tradicionales el banano es el que mayor divisas genera con 629,5 millones de dólares en el 2006. La piña se ubica como el producto no tradicional mejor posicionado ya que aporta 433,3 millones de dólares con un crecimiento sostenido desde el 2002. Es importante anotar que esta actividad está en manos de empresas transnacionales, principalmente PINDECO.

El turismo, tal como se evidencia en el cuadro 2 aporta más de 1600 millones de dólares lo que ha permitido equilibrar la balanza de pagos del país ya que la balanza comercial de Costa Rica tradicionalmente es deficitaria.

BREVE REFERENCIA AL MEDIO RURAL COSTARRICENSE

De acuerdo con Freiría (2003) el enfoque incorporado recientemente por diversas agencias multilaterales (BID, BM, FIDA, IICA) sobre el desarrollo rural está dirigido al concepto de *Desarrollo Territorial Rural*. De acuerdo a este mismo autor este se conceptualiza como la transformación productiva e institucional de un espacio rural determinado con el fin de mejorar las condiciones y calidad de vida de sus habitantes y reducir la pobreza rural.

Con esta nueva concepción se intenta no equiparar lo "rural igual agropecuario", sino buscar que los actores locales propicien su desarrollo mediante la vinculación a los mercados dinámicos con la innovación tecnológica, propiciando reformas institucionales.

En este nuevo modelo la demanda externa al territorio “opera como motor central de las transformaciones, y los vínculos urbano - rurales sostienen el desarrollo de las actividades agrícolas y no agrícolas. El papel del desarrollo institucional local lleva a tomar al territorio no como un espacio físico sino como un conjunto de relaciones sociales originarias de una identidad explícita con un propósito compartido por múltiples agentes públicos y privados” (Freiría, 2003)

Es precisamente en este contexto donde el turismo rural como negocio puede entrar a jugar un papel fundamental en la medida “ que exige la participación de diversos agentes de una región y sistematiza conocimientos locales orientándolos a la generación de valor. Por esa razón, el Turismo Rural viene aplicándose en varios parajes como expresión práctica articuladora de soluciones para problemas económicos y laborales al amparo de un renovado vínculo urbano – rural dinamizador del mercado” (Freiría, 2003).

Esta nueva concepción es de vital importancia ya que si se asimilara solo lo rural igual lo agropecuario se dejaría por fuera otras actividades importantes. Sin embargo, es necesario realizar una caracterización de lo agropecuario ya que por muchos años ha sido el soporte de la economía regional y muchas familias han visto disminuidas las oportunidades laborales y sus ingresos vinculados directamente al sector agropecuario.

En el caso del medio rural en Costa Rica presenta disparidades y ha venido a menos desde los años 80 a raíz de la política económica impulsada por los gobiernos de turno. El dinamismo que este mostró, principalmente en los años 60 a raíz del modelo de sustitución de importaciones imperante en el momento, se desaceleró, debido a la contracción del mercado interno y a la promoción de exportaciones a terceros mercados de productos no tradicionales impulsados por los programas de Ajuste Estructural.

Estos programas tenían entre sus principales objetivos reorientar la política económica por medio de estrategias de producción y desarrollo agropecuario que impulsara a los sectores exportadores no tradicionales y se disminuyera el apoyo a los productos agrícolas tradicionales. Esto último afectó a los pequeños productores que estaban ligados a la producción de arroz, frijoles, maíz y sorgo.

Para el período 1990-1997 la contribución del PIBA al PIB decreció ligeramente del 20.1 al 18.0%, sin embargo, el sector agropecuario contribuyó con el 70% de las exportaciones en ese mismo periodo. Por lo tanto, se puede inferir que los productos ligados al mercado interno fueron los que tuvieron problemas.

En el caso de los pequeños productores estos no disponen de los medios para acceder a los créditos ni a las inversiones, así como tampoco a la tecnología ni a los procesos de comercialización de los cuales disponen los productores ligados al sector externo. Por el contrario, esta falta de apoyo ha conducido a que estos productores hayan tenido que dejar de producir. Los siguientes datos confirman lo anterior: la PEA del sector agropecuario disminuyó del 25.3 a 20.2% entre 1990 y 1997 y el área sembrada pasó de 179034 hectáreas en 1990 a 120118 en 1997.

Si se toma por productos el frijol disminuyó la siembra de 64000 hectáreas en 1990 a 23952 en el 2001 afectando a las familias campesinas que se dedican a esta actividad. En el caso del maíz se pasa de una siembra de 49000 hectáreas en 1990 a 7680 en el 2001. El arroz no es la excepción ya que la falta de incentivos llevó a que el área sembrada pasara de 64000 hectáreas a 41000. Es necesario anotar que en este sector la productividad ha aumentado debido al sistema de producción bajo riego, sin embargo, la importación a precios internacionales menores a los internos debido a los subsidios de los países de origen, han venido afectando la producción interna.

Los grandes favorecidos en este período fueron los productos no tradicionales. La superficie de siembra de frutales como la macadamia, melón, naranja y piña aumentó de 23000 hectáreas en 1990 a 54000 en 1997 y la de palmito y jengibre pasa de 9000 en 1990 a 21640 hectáreas en 1997 (SEPSA, 1998) Ahora bien, ¿Qué ha pasado con la pobreza en Costa Rica y en el medio rural? Los datos más reciente no son halagadores si se toman en un horizonte temporal más amplio.. Los resultados de la Encuesta de Hogares del 2006 que realiza el INEC (2006) revelan que la pobreza en Costa Rica disminuyó con respecto a la del 2005. Mientras esta última fue de 21.2% para el 2006 fue de 20.2%.

Sin embargo, es necesario apuntar que la pobreza en Costa Rica no ha mostrado un descenso sostenido significativamente durante la última década. Veamos algunos datos escogidos al azar. En 1994 el porcentaje de hogares pobres fue de 20.0% , es decir, más bajo que el del 2006. El dato más optimistas fue el del 2003 con un 18,5% pero inmediatamente al año siguiente pasó a un 21.7%, el más alto desde 1994. Eso demuestra que prácticamente no se ha avanzado mucho y que es necesario políticas sociales más claras que permitan a las personas salir de la pobreza. El Estado debe ser más eficiente en este aspecto y combatir otro flagelo que afecta a los pobres y es la aparente corrupción en las instituciones que “velan” por ellos.

Otro aspecto que se debe destacar es que la pobreza en la zona rural sigue siendo un asunto al que hay que prestarle especial atención. Para el 2006 esta es de un 23% con un 16,2% de pobreza no extrema y un 6.8 de pobreza extrema. Es cierto que ha habido una mejoría leve pero no alcanza para pensar optimistamente para el futuro. Si tomamos los datos por región la Chorotega tiene el porcentaje de hogares pobres más elevado con un 34.4%. Es decir, poco más de un tercio de los hogares de esta región son calificados de pobre. Esto es preocupante si se toma en cuenta el promedio para Costa Rica es de 20.2 % ya que se aleja en 14.2 puntos de él.

En el caso de la Región Chorotega este aumento no es sorpresa por varias razones:

No se ha resuelto el problema de dar mayores capacidades a las personas de la zona para que puedan insertarse exitosamente en el mercado laboral. Mientras no se resuelva esto se seguirá con un problema serio que es el desempleo estructural. Entonces, esto conlleva a que personas de otras zonas tengan que venir a Guanacaste a suplir el recurso humano que la zona no está proveyendo en cuanto a calidad.. Eso se debe a que el nivel de idiomas que se imparte en el colegio es muy básico y no genera las capacidades para competir en el mercado tan exigente como el turístico. Además, es necesario prestar atención al manejo de herramientas informáticas y una adecuada utilización de Internet para fortalecer el currículum del oferente.

Este segundo punto lleva a una tesis que he venido sosteniendo y es que el modelo de desarrollo turístico en Guanacaste ha creado empleos pero no ha propiciado una democratización de los ingresos entre los habitantes de la zona. Lo anterior se debe básicamente a que no ha habido encadenamientos, o por lo menos no tan estrecho, entre este dinámico sector y el sector agrícola, que permita a personas compartir los beneficios del turismo. Más bien, existe impacto sobre la tierra que puede llevar a una reducción de zonas cultivables y por ende, reducción del empleo agrícola.

Ligado a la tesis anterior, se debe promover políticas gubernamentales en conjunto con organismos de la zona, ONG,s y representantes de la sociedad civil, para complementar el turismo tradicional, por un turismo alternativo. En las comunidades existen ideas de cómo impulsar proyectos desde las entrañas mismas de ellos, más acorde al desarrollo sostenible, sin necesidad de entrar a competir con los grandes megaproyectos. Estos proyectos han cumplido con su cometido, pero es necesario avanzar hacia un estadio más elevado donde los intereses de las comunidades también se vean incluidos dentro de los programas de desarrollo del turismo.

Por lo tanto, es necesario redoblar esfuerzo en Costa Rica para combatir la pobreza mediante la implementación de políticas efectivas que incentiven la producción nacional que a su vez permita la creación de nuevos puestos de trabajo, sobre todo en aquellas regiones que más pobreza muestran.

Es por ello que se aboga por un turismo diferente donde las familias y el medio rural tengan acceso a los beneficios del boom turístico. Para eso se debe desarrollar el turismo rural que permita a las familias tener una alternativa complementaria a los ingresos que se generan de las actividades agropecuarias y tradicionales.

IMPACTO DEL TURISMO TRADICIONAL EN LAS COMUNIDADES

Con el modelo de turismo que actualmente tiene Costa Rica las comunidades no han recibido un beneficio de gran impacto. Claro está, que se han generado empleos y se ha invertido en infraestructura. Sin embargo, subsisten serios problemas para generar encadenamientos productivos entre el sector agrícola y la industria turística.

Con lo anterior, no se está sugiriendo que la industria tradicional de turismo como el de las transnacionales no deba existir en Costa Rica sino que el desarrollo turístico debe ser complementado con un turismo alternativo que dé más oportunidades a las comunidades. Es decir, avanzar hacia un estadio donde la gran empresa turística se preocupe más por las comunidades, buscando reinvertir parte de sus utilidades en ellas, gestando programas de ayuda comunitaria, capacitando a personal de la zona donde se encuentra inmersa. En otras palabras, avanzar hacia una responsabilidad social que permita una convivencia armónica y mutuamente beneficiosa para las grandes empresas turísticas y las comunidades.

Sin embargo, los esfuerzos, los esfuerzos están apenas empezando, a raíz de serios problemas que se han enfrentado. Al respecto Guereña (2004) apunta "Sin embargo, lo cierto es que hasta la fecha no se han realizado suficientes esfuerzos a nivel mundial para que estas intenciones se conviertan en una realidad. Y desafortunadamente, Costa Rica, a pesar de ser un destino ecoturístico por excelencia, no supone la excepción. Las comunidades locales siguen teniendo grandes dificultades para participar en los beneficios del turismo, y por el contrario, sufren con frecuencia los impactos negativos de un desarrollo turístico en el que no tienen oportunidad de incidir. Algunos casos ponen en evidencia lo que sucede cuando la población local no es tenida en cuenta en el desarrollo turístico. Se podría citar el conflicto por el uso del agua en la comunidad de Lorena de Santa Cruz, en una de las zonas más secas del país, donde se vive desde hace tres años un conflicto por el uso del

agua entre la comunidad y una multinacional hotelera. O las disputas por restricciones al acceso a las playas de Punta Leona y más recientemente en el Golfo de Papagayo" (Citado por Guereña, La Nación, 24/1/2004).

Las comunidades que quieren implementar un turismo diferente enfrentan algunas limitaciones, como la insuficiente capacidad financiera para invertir en la infraestructura necesaria que permita ofrecer un servicio turístico y asegurar los niveles de calidad que exige el mercado. En segundo lugar, la débil capacidad empresarial y cualificación en aspectos de turismo, especialmente necesario cuando representa una transición del sector primario al de servicios. Y en tercer lugar, las carencias en infraestructura de acceso, comunicación y servicios básicos, que caracterizan muchas zonas rurales y suponen una desventaja comparativa en términos de competitividad.

Sin embargo, la propuesta de este trabajo no es que se sustituya una actividad productiva por el trabajo sino que se complemente. Estas debilidades que se anotan se pueden convertir en fortalezas si se es innovador y se buscan como aprovecharse lo que pareciera debilidades.

CONCEPTO DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y TURISMO SOSTENIBLE

La Unión Mundial para la Naturaleza, UICN (OMT, 1993) da el siguiente concepto de Desarrollo Sostenible: "El desarrollo sostenible es un proceso que permite que se produzca el desarrollo sin deteriorar y agotar los recursos que lo hacen posible. Este objetivo se logra, generalmente, gestionando los recursos de forma que se puedan ir renovando al mismo ritmo que van siendo empleados, o pasando de un recurso que se regenera lentamente a otro que tenga un ritmo más rápido de regeneración. De esta forma, los recursos podrán seguir manteniendo a las generaciones presentes y futuras".

La OMT (Conferencia de Río de Janeiro "Agenda 21. Desarrollo y Medio Ambiente") ha definido el desarrollo turístico sostenible de la siguiente manera: "El desarrollo 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."

El desarrollo del turismo sostenible de orientación ecológica requiere de la acción de todos los agentes involucrados en este tipo de acciones como lo señala la OMT(1993) "...un

turismo sostenible, que satisfaga las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras de hoy día, pero que también proteja y mejore las oportunidades del turismo futuro....el turismo sostenible no puede funcionar únicamente a base de imposiciones de la administración pública; es preciso, además, que el sector turístico privado acepte ese concepto y coopere en su ejecución, así como que las comunidades locales y los turistas mismos presten su colaboración al proceso."

Otros autores desarrollan este concepto bajo el nombre de Turismo Sustentable. Jiménez (1998) citado por Cruz (2006???) define la sustentabilidad en el turismo como "mantener un equilibrio que permita al turismo funcionar con rentabilidad, pero no a expensas de los recursos naturales, culturales o ecológicos" La misma autora apunta que Masri (1997) lo concibe como "satisfacer las necesidades de turistas y regiones anfitrionas de hoy, a la vez que se protegen y mejoran las oportunidades del futuro".

Existen muchas más concepciones sobre estas tema pero el propósito no es agotar la temática, solamente la dejamos planteadas para que sean estudiadas desde diversas perspectivas incorporando las dimensiones global, nacional y local.

HACIA UN IMPULSO DEL TURISMO RURAL CON SOSTENIBILIDAD EN COSTA RICA

Existen diversos modelos para conceptualizar el Turismo Rural que divergen entre sí. El modelo español pone el énfasis en los Alojamientos Rurales y Actividades Complementarias donde se privilegia precisamente el alojamiento, como bien lo dice el concepto. Las demás actividades complementan esta necesidad principal del turista.

Un concepto más latinoamericano, o por lo menos que quiere romper con esa concepción española, es el desarrollado por la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires (FAUBA) de la Argentina. Para la FAUBA, de acuerdo con Barrera (2006), es "aquella actividad turística realizada en el espacio rural, compuesta por una oferta integrada de ocio dirigida a una demanda cuya motivación incluye el contacto respetuoso con el entorno natural y una interrelación con la población local."

Estas dos concepciones se contraponen y divergen en opiniones. El mismo Barrera (2007) anota, respondiendo a críticas de Juan Otero (www.juanotero.es) que el negocio del turismo rural no debe fundarse en el alojamiento que es un componente del producto turístico, y agrega, que generalmente no es el más importante. Prosigue con lo siguiente "No conozco un turista que viaje motivado en el deseo de dormir en un lugar diferente de su casa. Cuando un productor se acerca y me dice que quiere dedicarse al turismo rural porque tiene

una casa con capacidad ociosa, le digo que ese no es el punto por donde comenzar. Le pregunto: ¿A qué vendrán los turistas? (...) Los turistas viajan con la motivación de ver y hacer. Son tantas y tan diversas las posibilidades para ofrecer que nos permite hablar de microsegmentación.(...) Cada producto turístico debe tener un alojamiento consistente, pues el alojamiento forma parte del mismo, pero no es la médula de la oferta y su formato se decide, idealmente, a posteriori de decidir las actividades” (www.agro.uba.ar/catedras/turismo/cursos.htm).

Es este último concepto el que más se adapta a la realidad del medio rural costarricense donde no es en sí el alojamiento lo principal, o por lo menos, no debería serlo ya que los hoteleros tanto pequeños como grandes son más eficientes en la prestación de sus servicios.

La actividad turística a nivel local o rural debe ser sostenible. Desde este punto de vista el Turismo rural o comunitario debe cumplir con varios objetivos:

Ser compatible con el desarrollo sostenible.

Generar ingresos que complementen a la actividad principal de los productores del sector primario.

Permitir la supervivencia de los habitantes del medio rural sin que este se abandone.

Shulte anota algunos elementos que son relevantes en la integración del desarrollo del turismo rural:

“Los recursos naturales, paisajísticos, históricos, culturales o de otro tipo utilizados por el turismo se conservan para poder ser utilizados en el futuro, reportando al mismo tiempo beneficios a la sociedad actual. Si estos recursos llegan a degradarse, el turismo deja de acudir

Si una administración local quiere que su desarrollo turístico sea sostenible y duradero debe planificarlo de manera que no produzca efectos contraproducentes en el medio ambiente.

La planificación de un desarrollo sostenible, consigue que los beneficios del turismo se repartan entre la colectividad local. Aquellos proyectos turísticos que son consensuados tienen una repercusión socioeconómica muy beneficiosa para la población receptora.

La elaboración del proyecto turístico territorial es un proceso destinado a hacer adquirir a los agentes locales y a las instituciones cuatro capacidades: la capacidad de valorizar su

entorno, de actuar juntos, de crear vínculos entre sectores de tal modo que se mantenga el máximo valor añadido, y, por último, de establecer relaciones con otros territorios y con el resto del mundo”.

EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL MEDIANTE LA PLANEACION ESTATÉGICA

Introduzcamos primeramente el concepto de planificación. De acuerdo con Schulte (2003, p.57) “la planificación es un proceso que busca intervenir deliberadamente en la realidad con el fin de moderarla u orientarla hacia una situación o Estado de cosas que son consideradas más deseables que la actual (Imagen-Objetivo). La planificación es un instrumento para modificar la evolución natural de una situación no deseada que se produciría en el caso de no intervenir.” Como se puede desprender de este concepto, el objetivo primordial de la planificación es establecer una imagen-objetivo que permita a las comunidades, en este caso, acercarse a una situación deseada.

La planificación estratégica se puede definir “ como un proceso y un instrumento. El proceso trata del conjunto de acciones y tareas que involucran a los actores del territorio en la búsqueda de claridades respecto al quehacer y estrategias adecuadas para su perfeccionamiento. En cuanto al instrumento, constituye un marco conceptual que oriente la toma de decisiones encaminada a implementar los cambios que se hagan necesarios. El plan además, debido a las herramientas que utiliza, refleja los intereses de los habitantes en relación con la participación en el desarrollo turístico, las posibilidades y expectativas y la preparación existente en terreno en cuanto a la recepción de proyectos turísticos, tal como lo sería la selección del tipo de turismo deseado, identificación de las áreas a intervenir, prevenciones de impactos ambientales, sociales y económicas no deseados, la zonificación del uso de los territorios, la integración del proyecto dentro de la comuna o región y la conectividad del proyecto con otras actividades y lugares, entre varios otros.”(Schulte, 2003,p.58)

En el caso del turismo el concepto de planificación lo podemos establecer de la siguiente manera: “La planificación del turismo es una de las tareas primordiales de la institucionalidad estatal turística, sin embargo existen una serie de actores del sector privado que deben participar en esta labor fundamental. A través de la planificación se determinan objetivos que desean alcanzar en conjunto los actores involucrados y que conciernen a un territorio determinado, es decir una región o una localidad, dependiendo del alcance del respectivo plan” (Schulte, 2003, 58).

La planificación es uno de los elementos fundamentales para lograr un desarrollo sostenible del turismo, además, también permite una sostenibilidad del desarrollo de las comunidades en las cuales se asienta. Lo anterior, es posible gracias a la claridad con la que se debe enfrentar el futuro permitiendo tanto a los actores privados de la comunidad como a los entes gubernamentales en sus respectivos niveles una preparación para la actuación en el momento de implementación del o los proyectos.

En cuanto al plan estratégico este se define como “un proyecto integral del territorio local como producto turístico, entendido como la suma de muy diferentes realidades (paisaje, empresas, infraestructuras, equipamientos, entorno social, patrimonio, etc.) donde la determinación del tipo de turismo o los segmentos de mercado a los cuales se quiere aproximar es de máxima importancia debido a su relación con el desarrollo sostenible de la actividad” (Schulte, 2003, p.58)

Uno de los aspectos fundamentales para el turismo y para las empresas turísticas consiste en definir su direccionalidad. Es decir, establecer claramente la misión, la visión, las estrategias y las tácticas que orientarán el futuro del turismo y de la organización.

Algunos de los aspectos que debe contener el plan se resumen en los siguientes elementos aportados por Schulte:

Diagnóstico (Definición de vocaciones)

Definición de objetivos estratégicos y específicos (árbol de problemas)

Estrategia Local/Regional de Desarrollo Turístico

Análisis FODA y Matriz de objetivos

Elaboración del plan de Inversión identificando alternativas y acciones

Evaluación de proyectos (análisis de costo beneficio, costo eficiencia)

Diseño y ejecución

Operación

Evaluación expost conducente a un permanente control de la gestión del plan.

ELEMENTOS PARA POTENCIAR EL TURISMO RURAL SOSTENIBLE

Para potenciar el turismo rural es necesario que se adopten una serie de medidas que se exponen a continuación.

Estudios de Mercados: es fundamental identificar los mercados, o los nichos de mercados, de tal forma que se pueda conocer las motivaciones y las preferencias de los clientes.

- Segmentación del mercado. No se debería manejar un mercado indiferenciado sino que se debe segmentar de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes y ofrecer productos de acuerdo a esos segmentos.
- **Calidad.** “ Ante todo, los productos del turismo rural deberán ser de máxima calidad para atender las necesidades de los clientes y alentarles a repetir su experiencia, lo cual es esencial para mantener la viabilidad a largo plazo. Puede recurrirse a la utilización de marcas o etiquetas como garantía de Calidad” (Shulte, 2003)

Ejemplo de matriz, potencialidades, limitaciones y problemas en el desarrollo turístico (aplicable a nivel regional y local)

AREA TEMATICA	POTENCIALIDADES	LIMITACIONES	PROBLEMAS
Demanda y oferta turística, Cultura empresarial y antecedentes económicos	Creciente demanda Incipiente diversificación de la oferta Gran potencial ecoturístico Incipiente asociatividad de los empresarios Existe disponibilidad por parte del sector privado para la inversión Constante incremento de la cantidad de empresas Producto de alta competitividad internacional (ecoturismo)	Falta de conocimiento del Mercado internacional Falta de promoción Falta de iniciativas de los empresarios asociados Temporada corta (tres meses al año) Tarifas elevadas	Falta de acceso a información (aislamiento de la gente) Falta de conexiones y acceso a Internet para aplicar técnicas modernas de promoción Falta de asociatividad empresarial Falta de creencia en el negocio Falta de nociones de competitividad
Medio ambiente y ubicación geográfica	Espectaculares escenarios y paisajes Numerosos Parques y Reservas Nacionales Zona casi sin contaminación Existencia de marco legal ambiental completo Durante la Temporada alta la región constituye uno de los pocos destinos de pesca con mosca en el hemisferio sur.	Extremada lejanía de los mercados emisores Altos costos de viaje	Falta de fiscalización de algunos delitos ambientales por la falta de personal y la amplitud de la región
Infraestructura (Servicios, transporte y telecomunicaciones)	Nuevo aeropuerto Red vial en casi toda la región	Aeropuerto altamente dependiente de la situación climática Transporte vial dificultoso y dependiente del clima Falta de conexiones de Internet	Falta de infraestructura en los parques y reservas Falta de acceso a algunos parques Carreteras en mal Estado
Población y cultura	Baja densidad de la población (aumenta la probabilidad de participar) Gran interés en el sector Turístico. Existencia de elementos culturales, históricos y arqueológicos no explorados	Poca capacitación y profesionalismo en el sector Aislamiento de los empresarios Falta de intercambio de información	Falta de acceso a formación profesional

AREA TEMATICA	POTENCIALIDADES	LIMITACIONES	PROBLEMAS
Aspectos institucionales	Existencia de instituciones para el desarrollo turístico Participación por parte de casi todo el sector en el desarrollo del turismo a través de distintas herramientas para el fomento Alto interés en el desarrollo del sector por parte del sector público	Demora en el procesamiento de solicitudes y otros tramites Falta de intercambio de información y de consenso Gran cantidad de instrumentos de fomento poco conocidos en la región	Falta de profesionales financieros Falta de coordinación en el ámbito turístico por parte del sector público

Fuente: Adaptación a matriz de ejemplo de: Iván Silva: Metodología de Elaboración de Estrategias de Desarrollo Local: Dirección de Desarrollo Local y Regional, ILPES, 2001, Pág. 18.

- **Diversificación.** El turismo rural permite la diversificación y avanzar más allá de un solo producto. Es importante aprovechar cada una de las oportunidades que el mercado ofrece y formular productos interesantes sin desligarse del medio rural.
- **Compras de los turistas:** pueden ofrecerse a los turistas productos de la región que distinga y posicionen a la comunidad.
- **Sistemas de clasificación.** “Antes de reservar un lugar de alojamiento, los visitantes desean algún tipo de indicación o garantía sobre la existencia de unas normas mínimas. Los sistemas de clasificación son esenciales para garantizar al cliente que se ofrecen constantemente de productos de calidad, con categorías de precios diferentes” (Shulte, 2003)..

Otros elementos que pueden ayudar a potenciar el turismo rural en Costa Rica son:

Tener una estrategia clara de mercadeo y promoción. Se pueden utilizar ligamen con Tour Operadores, Marketing directo e Internet, marketing cooperativo e iniciativas transfronterizas. Pero también se puede utilizar métodos tradicionales como folletos, catálogos, desplegados, ect.

Capacitación y acompañamiento gerencial.

Atención al cliente

Competencias lingüísticas

Normas sobre los productos

Entender las necesidades de los socios comerciales

Conocimientos sobre los productos

Principios básicos de marketing

Administración de empresas

Internet

BIBLIOGRAFÍA

Barrera, Ernesto. Críticas a la Visión de turismo Rural de la FAUBA. De acusado a acusador.

Bajado de www.agro.uba.ar/catedras/turismo el 1 de setiembre del 2008.

Barrera, Ernesto. La Formación en Turismo Rural. La Experiencia de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires. Seminario Internacional de Turismo Rural, Octubre del 2006, Santiago de Chile.

Cruz Jiménez, Graciela. Ecoturismo y Turismo Sustentable. En: El Periplo Sustentable. Universidad Autónoma del Estado de México. Bajado de www.uaemex.mx/plin/psus/rev1/a03.html.

Freiría, Gonzalo: El Turismo Rural como Promotor del Empleo y las Microeconomías en el Desarrollo Territorial Rural. En SEMINARIO SOBRE TURISMO RURAL Y SU CONTRIBUCIÓN A LA CREACIÓN DE EMPLEO Y A LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO, Asunción (Paraguay), 12 y 13 de mayo de 2003

Güereña, A. en la Nación

Instituto Costarricense de Turismo (ICT). Anuarios Estadísticos, 2007.

Instituto de Estadísticas y Censos (2006). Encuesta de Hogares y de Propósitos Múltiples, 2005.

Schulte, Silke. Guía Conceptual y Metodológica Para el Desarrollo y la planificación del Sector Turismo. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES), Santiago de Chile, Julio del 2003.

Secretaría Ejecutiva de la Planificación Sectorial Agropecuaria (SEPSA). Boletín Estadístico Agropecuario, 1998.