

DOCUMENTO TÉCNICO

EL AGROTURISMO, UNA ALTERNATIVA PARA REVALORIZAR LA
AGROINDUSTRIA RURAL COMO MECANISMO DE DESARROLLO LOCAL

HERNANDO RIVEROS S.

MARVIN BLANCO M.

JUNIO, 2003



El Programa de Desarrollo de la Agroindustria Rural para América Latina y el Caribe (PRODAR), fue creado en 1989 como respuesta a las inquietudes institucionales sobre la necesidad de articular esfuerzos realizados para el fortalecimiento y promoción de la Agroindustria Rural (AIR) en el hemisferio. PRODAR es un programa promovido por el IICA, y que con el apoyo del CIID de Canadá, promueve, apoya y contribuye a fortalecer a la agroindustria rural de la región, así como a su entorno institucional y político, como mecanismo de desarrollo y lucha contra la pobreza rural. Opera en los países por medio de redes nacionales de AIR, denominadas REDAR y por las Agencias de Cooperación del IICA en los países. El PRODAR mediante sus mecanismos, las REDAR y las acciones del IICA en los países, ofrece servicios de información y de formación de recursos humanos, cofinanciación de proyectos y promueve y apoya acciones de desarrollo tecnológico, comercialización y desarrollo conceptual. Son aliados estratégicos del Programa, el CIRAD, el Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT) y la FAO.

SERIE DOCUMENTOS DE TRABAJO PRODAR

Con esta serie se crea un espacio para que investigadores y estudiosos del tema de la agroindustria rural y sus actividades conexas, vinculados con el PRODAR, puedan publicar avances de investigaciones, instrumentos de capacitación, estudios de casos, conferencias y documentos en general.

En este sentido es una tribuna abierta para los(as) técnicos(as), profesionales y empresarios(as) relacionados con la AIR y el PRODAR para exponer sus ideas y desarrollos. La publicación de material está sujeta a las consideraciones del Comité Editorial del Programa.

Derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial de este documento sin autorización escrita del IICA, el CIID o el CIRAD.

Las ideas y los planteamientos contenidos en los artículos son propios de los autores y no representan necesariamente el criterio de las organizaciones mencionadas.

Impreso en Perú
Agosto, 2003

Riveros S, H.

El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local: documento técnico / Hernando Riveros S., Marvin Blanco M. –Lima: IICA: PRODAR, 2003.

33 p.; 28 cm. –(Serie Documentos de Trabajo / PRODAR

1. Turismo rural 2. Agroindustria I. Blanco M., Marvin
II. PRODAR III. Título

*Tres familias que, con su sencillez y amor,
apuestan a un cambio positivo de la realidad que nos toca vivir
brindando la posibilidad de vivenciar mediante la experimentación
lo que nuestros abuelos hicieron con tanto amor por el trabajo y la vida,
cultivando sus propias hortalizas, criando sus propios animales
y hasta amasando su propio pan.
(Granjas Del Diamante, San Rafael, Argentina)*

CONTENIDO

| | |
|--|----|
| Introducción..... | 5 |
| I. Aproximación a conceptos visiones y definiciones..... | 7 |
| 1. Ecoturismo o turismo naturalista..... | 9 |
| 2. Turismo en el espacio rural | 10 |
| 3. Turismo rural..... | |
| 3. Agroturismo..... | 11 |
| 4. Aproximación al perfil de un turista rural..... | 11 |
| II. Agroturismo y desarrollo rural..... | 12 |
| III. Vinculaciones entre agroindustrias rurales, rutas gastronómicas y agroturismo | 15 |
| IV. Algunas consideraciones para el desarrollo del agroturismo relacionado con agroindustrias rurales y rutas gastronómicas..... | 18 |
| V. Reflexiones finales..... | 22 |
| VI. Documentos consultados..... | 25 |
| Anexo 1: Algunos ejemplos de programas, proyectos y propuestas operativas... | 28 |

Introducción

En los análisis recientes del mundo rural y en la elaboración de propuestas orientadas a promover su desarrollo, se destacan elementos como la multifuncionalidad de la agricultura, los empleos y los ingresos no agrícolas y el territorio como eje de aproximación al análisis y a la acción. Todos estos conceptos, algunos nuevos otros remozados, permiten enmarcar la presentación de este documento que pretende aportar reflexiones, puntos de referencia y orientaciones enfocadas a la presentación del agroturismo como alternativa para encontrar nuevos papeles a la agroindustria rural y a los agronegocios rurales vinculados, principalmente, con la producción y procesamiento de alimentos.

El agroturismo se perfila como un tipo de actividad turística que ofrece al visitante la posibilidad de conocer aspectos de la cultura local y de aprender sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios, forestales y pesqueros, además de la artesanía. Ya existen en América Latina “paquetes turísticos” que ofrecen al visitante la posibilidad de permanecer, por uno o varios días, en fincas donde no solo descansa y disfruta del paisaje rural, sino que se involucra con la forma de vida del productor y de su familia. Por otra parte, el agroturismo se constituye en una opción de diversificación de las actividades agrícolas y agroindustriales, con lo cual se benefician no solo los propietarios de esos emprendimientos, sino también otros pobladores rurales que, por este medio tienen nuevas fuentes de empleo e ingresos y argumentos adicionales para permanecer en los espacios rurales en los que han nacido y se han criado.

El agroturismo es considerado por los estudiosos de estos temas, como una parte del turismo rural, con una participación todavía débil (del orden del 2% del volumen de ventas del turismo rural en Europa). Existen grandes retos para aprovechar su potencial: mejora en la descripción y presentación de la oferta, diferenciación frente a otras posibilidades de turismo similar, formación de personal en atención al turista y desarrollo de operadores turísticos locales, capaces de identificar prácticas agrícolas y de procesamiento interesantes para los visitantes y de presentarlas en forma atractiva.

Las experiencias de agroturismo en América Latina, donde se han integrado visitas a actividades agroindustriales todavía son pocas, se conoce de circuitos que incluyen trapiches paneleros, beneficios de café y plantas queseras principalmente, pero la oferta podría ser más amplia e interesante si se consideraran otras empresas agroindustriales localizadas en áreas rurales y manejadas por pequeños y medianos productores, tales como el secado de frutas, especias y plantas medicinales; la cría, captura y procesamiento de peces; la extracción de miel de abeja; la producción de hongos, entre otras y,

que puedan articularse a paquetes que incluyan otros atractivos turísticos, tales como museos, ruinas arqueológicas, monumentos históricos, sitios para realizar deportes, centros de esparcimiento en general, además de servicios de alimentación y hospedaje que rescaten y preserven lo autóctono.

Para que el agroturismo se convierta realmente en una alternativa para los pequeños y medianos productores agrícolas y agroindustriales y en general, los empresarios rurales, y que éstos puedan dar mayor valor agregado a sus tierras, productos y servicios, debe ser muy bien planificado, ejecutado y controlado, a fin que produzca los resultados esperados, de manera sostenible, respetando no solo la naturaleza, sino la historia y la cultura del medio en el que se desarrolla. Este reto va mas allá de los alcances de los empresarios y enfrentarlo requiere de acciones concertadas entre los gobiernos locales y los operadores privados, dentro de una visión de territorio, entendido como un espacio que se construye histórica y culturalmente, se norma por comportamientos e institucionalidades reconocidas por sus pobladores y donde se dan relaciones entre los habitantes y sus terruños.

I. Aproximaciones a conceptos, visiones y definiciones

A. Turismo: visión económica y antropológica

Desde el punto de vista económico, el turismo es una actividad que adquiere cada vez una mayor preponderancia. Estimaciones de la Organización Mundial de Turismo (OMT), indican que a comienzos de los 2000, representaba en el mundo del orden del 12% del PBI y 11% del empleo. Resulta interesante analizar que a nivel de regiones esta cifra tienen marcadas diferencias: en el Caribe, se calcula que el 25% del empleo directo es generado por el turismo; cifra que oscila entre el 12 y el 13% para Europa y Estados Unidos, mientras que en América Latina solo llega al 6.0%, muy por debajo aún de África y Asia, donde se estima en un 11.5%. Este puede ser un interesante indicador del potencial que representa para Latinoamérica esta actividad, aún más si se considera la cantidad de sectores articulados con ella que también demandan recursos humanos, tales como el transporte, la alimentación, las artesanías, entre otros y si se toma como referencia el caso del Perú, por poner un ejemplo, país en el que más del 75% de los proveedores de servicios turísticos son microempresas de menos de cinco trabajadores (Zambrano 2001).

Una visión antropológica del turismo que adoptamos en este artículo es la que lo considera como una forma de expansión económica, social, cultural, política y psicológica de las sociedades que genera excedentes y que ha potenciado el desarrollo de las comunicaciones y los desplazamientos humanos y con ello ha facilitado la ocupación de los espacios de ocio y descanso de esos grupos sociales (Santana 1997).

Este marco referencial se valida si se consideran algunos elementos: el turismo como actividad económica es relativamente reciente, la primera agencia de viajes reconocida es la inglesa Thomas Cook and Son, creada en 1874. En sus primeras etapas del desarrollo, el turismo se restringía a viajes de gentes con recursos económicos que iban a lugares tranquilos, donde seguían manteniendo las mismas relaciones de clase. Hasta finales del siglo XIX las posibilidades de ocio y de descanso de la clase trabajadora estaban restringidas al día domingo, solo a mediados de los años 1930 se establecen las vacaciones pagadas; esto originó un cambio importante en la concepción de esa actividad, que comenzó recién a verse como un nuevo espacio de desarrollo económico, que requiere de acciones de planificación y gestión.

Diversos factores potenciaron el desarrollo del turismo en ese contexto: el crecimiento económico de los países occidentales más desarrollados, la modernización de los sistemas de transporte, el proceso de urbanización a nivel mundial, la liberalización del movimiento de personas entre países y las

vacaciones pagadas de las clases trabajadoras (Jurdao Arrones citado por Santana 1997).

Hay un amplio marco de discusión conceptual sobre el tema, lo que permite encontrar diversas aproximaciones sobre el turismo. En unos casos es visualizado como una forma de hospitalidad comercializada, en otros como agente democratizador, también como la moderna actividad de ocio, o como una forma de expresión cultural, pero también como un proceso aculturativo, o bien un tipo de interrelacionamiento étnico, o una forma de colonialismo, entre otras ¹ (Santana 2001). En lo que si parece haber un cierto nivel de consenso es en la identificación de algunas características propias de la actividad turística: su carácter estacional, la imposibilidad de “almacenarlo”, su alta relación con vacaciones y ocio y su consideración como “industria” invisible.

B. Diversos tipos de turismo. Algunos nichos de mercados turísticos

Hasta mediados de los años 70, el turismo se asociaba básicamente, de un lado, con playa, mar y sol y del otro, con museos, monumentos e historia de grandes culturas. A finales de los años 80 y comienzo de los 90 se juntan varios elementos: la oferta a los destinos turísticos tradicionales comienzan a saturar a la demanda, se genera la necesidad de ofrecer nuevos productos turísticos diferenciados, toma fuerza la preocupación por el medio ambiente y aumenta el interés por regresar a los orígenes y valorizar lo tradicional.

A partir de este momento emerge una gran diversidad de productos, a veces generados por los mismos usuarios. Este proceso obligó a estudiosos y planificadores a plantear la necesidad e importancia de conocer los diferentes tipos de turistas, sus expectativas y necesidades, como una manera de generar nichos de mercado y de paquetes o productos acordes con sus características particulares.

Se han hecho numerosos esfuerzos por establecer tipologías del turista, siendo las más aceptadas las que toman como referencia los comportamientos de éstos. En este sentido se han identificado diversas categorías “gruesas” de turismo: el recreacional, el cultural, el histórico, el religioso, el étnico, el medio ambiental, el de salud, el de aventuras, el deportivo, el de conferencias.

Dentro del marco del desarrollo territorial sostenible, prácticamente todas las categorías de turismo resultan de interés; sin embargo para los alcances que se plantean en este documento, es importante considerar los siguientes comportamientos de grupos especiales de turistas:

¹ Notas de presentación de Agustín Santana en seminario “Antropología y Turismo”. PUCP. Lima. Septiembre 2001

- Los asociados con el conocimiento y disfrute de lo local, lo tradicional, lo campesino; bien sea orientado hacia culturas diferentes o para propiciar un reencuentro con culturas propias.
- Los interesados en conocer y visitar sitios históricos tales como monumentos, ruinas y museos.
- Los que buscan conocer y compartir costumbres con sociedades “exóticas” y que visitan aldeas, comen alimentos ancestrales y participan de espectáculos folclóricos, entre otros.
- Los interesados en tener contacto directo con la naturaleza; caminar, observar aves y especies vegetales y conocer accidentes geográficos especiales (lagunas, volcanes, bosques, cascadas, cuevas, etc.).
- Los que quieren conocer formas de producción tradicional, tales como artesanías, bien sea de hilados, confecciones, de cerámica, de metales preciosos, de madera, o piscigranjas, o agroindustrias rurales.
- Los que añoran y sienten nostalgia, o quieren conocer, productos alimenticios autóctonos; preparaciones y platos típicos y a su vez buscan compartir formas de vida y actividades cotidianas con pobladores rurales.

Esas motivaciones o comportamientos esperados de turistas, pueden englobarse dentro de diferentes concepciones teórico-operativas, las que para fines de este artículo se engloban en enfoques como el ecoturismo, el agroturismo o el turismo rural. A continuación se presentan algunas aproximaciones a estos conceptos.

1. Ecoturismo o turismo naturalista.

Para algunos especialistas, esta es la modalidad de turismo más amplia de todas, ya que se fundamenta en la oferta de los atractivos naturales de flora, fauna, geología, geomorfología, climatología, hidrografía, etc., y las manifestaciones culturales locales, a través de micro, pequeñas y medianas empresas. Según ese enfoque, el agroturismo, el ictioturismo o pesca deportiva, el turismo rural, científico, de aventuras, religioso y cultural, hacen parte del ecoturismo (Troncoso 1999).

El turismo basado en la naturaleza, que incluye al ecoturismo, se presenta hasta ahora en pequeña escala - comparado con el turismo convencional -, pero es considerado el segmento que está experimentando el mayor dinamismo a nivel mundial, con una proyección de crecimiento de 20% para los próximos años (UICN citado por Troncoso 1999). La causa de la creciente orientación de los turistas hacia áreas naturales se basa esencialmente en la búsqueda de nuevos estímulos/ retos, en su deseo de estar en plena naturaleza, pues es cada día más difícil encontrar esta sensación en sus países de origen, así como en una sensibilidad cada vez mayor acerca de la situación y los problemas del medio ambiente.

En la literatura especializada, no existe una definición consensuada de ecoturismo y los autores utilizan diferentes términos para denominarlo; a veces ecoturismo otras, turismo ecológico o turismo en áreas protegidas. Una descripción bastante completa señala que el ecoturismo “es aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación; tiene un bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales” (Cevallos-Lascurain citado por Troncoso 1999).

Una definición más sencilla y muy usada actualmente proviene de la Sociedad de Ecoturismo (TIES por sus siglas en inglés: The International Ecotourism Society): “Viajar en forma responsable hacia áreas naturales, conservando el ambiente y mejorando el bienestar de las comunidades locales” (Budowski 2001).

2. Turismo en el espacio rural

El turismo en espacios rurales, es un concepto amplio que se refiere a las diferentes actividades de esparcimiento que se pueden realizar en el medio rural y que incluye modalidades tales como: turismo rural, turismo ecológico, agroturismo, turismo de aventura, turismo cultural, turismo de negocios, turismo joven, turismo social, turismo de salud y turismo deportivo. Esas actividades, antes poco valorizadas, han pasado a integrar verdaderas cadenas productivas, involucrando fincas, agroindustrias, transportes, restaurantes, comunicaciones, entre otras actividades, constituyéndose en un agente impulsor del crecimiento, principalmente de actividades no-agrícolas en la zona rural.

Verardi (2000), señala dos características del turismo en el espacio rural que agregan elementos a la presentación de esta actividad como elemento de una estrategia de desarrollo. La primera tiene relación con el potencial turístico del medio rural, asociado a que éste no exige que la región tenga atractivos naturales extraordinarios, sino que posea aspectos culturales bien desarrollados; una arquitectura apreciable, una gastronomía característica, que la población conserve sus hábitos y costumbres, tornando la zona interesante, como un todo. La segunda, tiene que ver con la posibilidad de crear eslabonamientos con otras actividades tales como la elaboración de alimentos caseros (panes, pasteles, quesos, cecinas, conservas, mermeladas, dulces, miel, etc.), los restaurantes de comidas típicas, la artesanía, los paseos (de carreta y/ o a caballo), los senderos para caminatas ecológicas, entre otros.

En este mismo sentido, Lage y Milone (2000), citados por Verardi (2001), señalan que la generación de empleo puede que no sea el objetivo de todo el desarrollo turístico pero, seguramente, es uno de sus principales resultados, potenciado si

se tiene en cuenta que se puede dar absorción de mano de obra joven. El empleo resultante del desarrollo turístico, puede estar directamente relacionado con la dirección y/o funcionamiento del turismo, o puede ser derivado de las actividades indirectas relacionadas con él.

3. Turismo rural

El concepto de turismo rural tiene sus raíces en Europa y describe la modalidad de alquilar una o más habitaciones de la casa del propietario a precios módicos, para propiciar la convivencia con las familias y sus costumbres (comida, forma de vivir, etc.), sin enfocar específicamente las prácticas agrícolas. Diversos incentivos públicos favorecieron el desarrollo y la diversificación de la actividad; se crearon normativas que permitieron mejorar la calidad de los servicios ofrecidos, se implementaron sistemas para proteger las marcas creadas, se desarrollaron estrategias promocionales, se publicaron catálogos y se concibieron productos dirigidos a nuevas clientelas. De esta manera gradualmente se conquistó una parte significativa del mercado turístico, si se tiene en cuenta que actualmente esta modalidad representa un 25% de la población europea que pasa sus vacaciones en el medio rural (Agroturismo y...s.f).

Francia, es posiblemente el país en el cual existe la mayor diversidad de ofertas y que tiene la noción más amplia de turismo rural. Esto se debe a que el sector público comprendiendo que se trataba de algo más que una nueva moda urbana favoreció su crecimiento creando estímulos concretos tanto para los agricultores (subsidios) como para los turistas (bonos de vacaciones). En España el desarrollo del turismo rural es más reciente y está siendo impulsado desde las comunidades autónomas, con un interés muy definido por complementar el producto tradicional sol, mar y playa, que ya tiene un mercado establecido.

En América Latina, son Argentina, Chile, Uruguay y Colombia los países que tienen mejor desarrollado el turismo rural y bajo un concepto similar al de los países europeos. En Argentina, la actividad cobró fuerte impulso en la década de los noventa fundamentalmente a partir de estancias ubicadas en la Patagonia. Se calcula que existen unos 1500 emprendimientos bajo alguna modalidad de turismo rural, constituyendo una de las estrategias de diversificación de la producción agropecuaria que genera grandes expectativas entre los empresarios del sector rural (II Foro... 2002). En Colombia, la crisis ha obligado a los cafeteros a buscar alternativas para mantener sus fincas dándose cuenta que son muy apreciadas por los turistas, lo que ha originado el proceso de convertirlas en hoteles rurales.

En varios países se maneja un concepto de turismo rural bastante más amplio, en el que se mezclan tres elementos: espacio – hombre – producto. De esta manera incluye a todas aquellas actividades que pueden desarrollarse en el ámbito rural, lo que se traduce en una oferta integrada de ocio y servicios, que resulta de

interés para los habitantes de las ciudades por sus características exóticas, tradicionales, románticas, diferentes del estilo usual de vida. Por consiguiente, practican turismo rural tanto aquellas personas que se alojan en una finca agrícola con el interés de conocer y disfrutar de alguna actividad agropecuaria, como pescadores, caminantes, científicos, estudiantes, turistas de paso y hasta empresarios que participan de un evento o retiro.

Lo que se espera que sea el elemento común de este tipo de turismo, es que los servicios sean prestados por la familia del productor agropecuario o del agroempresario y que su desarrollo propenda por el rescate y conservación del patrimonio natural, cultural y arquitectónico del mundo rural.

4. Agroturismo

También conocido como agroecoturismo, es aquel que ofrece al turista la posibilidad de conocer y experimentar de manera directa con los procesos de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias, culminando con la degustación de los productos.

Como plantea Budowski (2001), el agroturismo, es una disciplina aún no regulada, que nace del interés del turista por descubrir ciertas prácticas agrícolas y participar en su manejo, incluyendo la cosecha. Hay confusión en la descripción de la disciplina con términos como agroecoturismo, turismo rural, etc. Aunque el interés principal del visitante está motivado por las labores propias de un establecimiento de campo, no excluye el disfrute de acciones complementarias (II Foro...2002).

Varios estudiosos del tema, definen el agroturismo como una modalidad del turismo rural, que se caracteriza por la visita a emprendimientos rurales para conocer de actividades agropecuarias, involucrándose directamente en las mismas. Esto puede dar origen un conjunto de actividades asociadas, tales como hacienda-hotel, pesque-pague (pesca y paga), posada, restaurante típico, ventas directas del productor, artesanía, industrialización y otras actividades de recreación ligadas a la vida cotidiana de los pobladores del campo. (Figueroa, 2000; Velarde, 2000).

Ejemplos concretos de agroturismo serían: participar en una recolecta de café o de otras frutas (naranjas, uvas, cacao), ordeñar manualmente una vaca, asistir a una corrida típica de toros, participar de un proceso de elaboración de panela (tapa de dulce) o de un queso, conocer y participar las prácticas que se llevan a cabo en un vivero de plantas ornamentales, etc. (Paredes 1998).

5. Aproximación al perfil de un turista rural

Las iniciativas que se pretenden promocionar y apoyar dentro de estos conceptos asociados a la generación de procesos de desarrollo local sostenibles, incluyendo no solo los tradicionales elementos económicos, de equidad y medio ambientales, sino también el factor cultural, patrimonio principal del turismo rural, deberían estar dirigidas a un nicho especial de potenciales demandantes de esta oferta.

Por ello parece interesante aprovechar la elaboración de un perfil del turista rural, elaborado por Lowatell (citado por Santana (1998)), quien lo define como “un neo-romántico desencantado con la sociedad urbana, pero sin poder renunciar permanentemente a su cotidianidad como ciudadano. Preocupado por la naturaleza y por las culturas que, intuitivamente se considera en la frontera del cambio inminente, busca las señas de identidad y elogia lo autóctono, inmerso en un sentimiento nostálgico”.

Según Santana (1998), ese demandante potencial se ha venido diferenciando en dos tipos de turistas rurales: “unos interesados por el entorno físico y las actividades deportivo-recreacionales y otros atraídos por la cultura local propiamente dicha. Mientras que para los primeros la experiencia connota aventura y sensaciones de libertad, para los últimos entremezcla los estereotipos de estilo de vida y uso de la cultura material de los visitados.... En ambos casos se materializa el anhelo de consumir –compartir y apropiarse simbólicamente- la cotidianidad y el paisaje supuestamente distintos a los propios”

II. Agroturismo y desarrollo rural

El turismo rural en sus diferentes manifestaciones muestra potencialidades como medio para contribuir al desarrollo y el bienestar de las comunidades rurales. El agroturismo, permite en la práctica visualizar, entender y valorar la importancia de la consideración de algunos de los elementos conceptuales y metodológicos que se incluyen dentro de los enfoques actuales del desarrollo rural; así:

- El agroturismo es una actividad que contribuye a la revalorización del concepto de territorio² y de su importancia como eje alrededor del cual se pueden generar aproximaciones de análisis, elaboración de propuestas de intervención y la puesta en marcha de acciones colectivas.

² Ha habido y seguirá existiendo un gran debate sobre la definición de territorio y el como se “construye”. Para los alcances de este artículo se asume la aproximación que hace Palacio G., que considera al territorio como la porción de espacio apropiado y transformado por la acción cultural, sobre el que una sociedad reivindica y garantiza a todos, o a parte de sus miembros, derechos estables de acceso, control y uso de los recursos. La conformación del territorio alrededor de los conceptos de Estado-Nación ha sido la tendencia predominante, lo que no significa que sea la única forma de hacerlo. Palacio G. En “Palabras para desarmar”. Editores: Serje de la Ossa M., Suaza M. C., Pineda R. Instituto Colombiano de Antropología. Ministerio de Cultura. Abril 2002

- El enfoque en el territorio como eje de las iniciativas de desarrollo rural crea un ámbito en el que las actividades del agroturismo, la agroindustria rural y muchas más se articulan de manera armónica e integral dentro de un espacio específico, en el que se reúnen actores en distintas modalidades y con diversos objetivos, dentro de un marco normativo y social que regula sus relaciones. Con ello se privilegia una concepción multidimensional, en la que lo ambiental, lo económico, lo social y lo político institucional interactúan en un espacio geográfico, histórico y cultural³.
- Dentro de ese marco de referencia, el agroturismo es una actividad que muestra con claridad la multidimensionalidad del desarrollo con enfoque territorial ya que tiene un papel en la dimensión económica, al generar empleo, ingresos y desarrollar mercados de servicios conexos; en la dimensión social, en lo que tiene que ver con el desarrollo artístico y la recreación y la valorización y preservación de herencias culturales; en la dimensión ambiental, pues algunas actividades turísticas se fundamentan en la administración y gestión de recursos naturales, en el manejo equilibrado de ecosistemas y en la preservación de la diversidad biológica y en la dimensión político-institucional, si en su planificación, ejecución y control, se dan procesos democráticos de toma de decisiones y se fortalece la capacidad de autoadministración de las comunidades locales.
- El agroturismo es un ejemplo de que en los espacios rurales se desarrollan actividades económicas mas allá de la concepción sectorialista de lo agropecuario y un elemento de lo que a comienzos de los años 90 permitió plantear el concepto de agricultura ampliada, con el que se llamó la atención a visualizar mas allá de lo agropecuario y a reconocer la importancia de las actividades “extraprediales”, que explicaban la mayor parte del valor agregado de los productos originarios del medio rural.
- Así mismo el concepto de agroturismo se puede tomar como un caso más de Empleo Rural No Agrícola (ERNA) y del Ingreso Rural No Agrícola (IRNA), que refuerza los resultados de investigaciones realizadas recientemente en distintos países de la región⁴ que coinciden en señalar que el IRNA representa un porcentaje muy alto —y creciente en las últimas décadas— del ingreso total de los hogares rurales pobres y que en su ausencia, la magnitud de la pobreza sería varias veces mayor. El ERNA forma parte de las estrategias de

³ Sobre el tema del desarrollo rural con visión territorial hay una amplia y actualizada documentación producida por el Area Estratégica de Desarrollo Rural del IICA que se puede consultar en www.iica.org. La mas reciente publicación es “El enfoque territorial del desarrollo rural” elaborada Echeverri R., Portilla M., Rodríguez A. y Sepúlveda S. Abril 2003

⁴ Para detalles consultar Berdegué J., Reardon T., Escobar G., Echeverría R. “Opciones para el desarrollo del empleo rural no agrícola en América Latina y el Caribe” Banco Interamericano de Desarrollo. Washington 2001.

vida de los pobres rurales y es una vía de salida de la pobreza, para muchos hogares e individuos rurales que carecen de los recursos y tipos de capital requeridos para intentar otras opciones de progreso, como puede ser la emigración o el trabajo agrícola por cuenta propia. Los espacios rurales que muestran un crecimiento real en el empleo no agrícola son espacios de crecimiento de los pueblos y ciudades intermedias y de fortalecimiento de los vínculos entre ellos y su espacio próximo rural con comercios no agrícolas, sistemas de transporte, mayores alternativas de servicios de recreación, bancos, tiendas, restaurantes y talleres.

- Como resultado de esos trabajos se plantea que el desarrollo de la ERNA ofrece una alternativa a la modernización del medio rural, mediante el desarrollo local de la industria y los servicios, lo que genera opciones de desarrollo laboral o profesional que para muchos resultan más atractivas que el trabajo agrícola, y, especialmente, mucho más que el trabajo *asalariado* agrícola. Esta visión del empleo e ingresos rurales no agrícolas como elementos deseables de una sociedad rural moderna, contrasta con los esquemas convencionales que ven en la caída del empleo agrícola una manifestación de progreso económico (Berdegué 2001).
- Ese crecimiento acelerado de las actividades no agrícolas en el mundo rural, ha dado lugar al surgimiento de lo que se denomina agricultura a tiempo parcial (ATP), que es el concepto que pretende explicar la situación que se da cuando la labor agrícola se complementa con un trabajo asalariado externo, o bien cuando en el ámbito familiar se desarrollan actividades económicas que no se relacionan necesariamente con la producción agrícola y que ha sido definida por el Centro de Estudios de la Agricultura Europea como “la práctica de una familia agrícola en la cual uno o más miembros desempeñan actividades laborales retribuidas distintas o adicionales a las de la granja agrícola familiar” (Annessi 2001). Las demandas laborales derivadas de actividades relacionadas con el agroturismo caben dentro de esta concepción, con la que se reconocen las alternativas para alcanzar una estabilidad económica y social dentro de estructuras flexibles, que se van adaptando a los continuos reordenamientos de las economías locales.
- Dentro de otra visión, se puede afirmar que el agroturismo puede ser considerado como una manifestación de las iniciativas empresariales que se configuran dentro de conceptos y procesos enmarcados en los principios de la nueva ruralidad, si se considera que este planteamiento promueve la valorización de elementos como la tradición y la historia que han permitido construir culturas que incorporan cosmovisiones particulares, lenguajes, formas de relación, valores estructurados alrededor de una moral, principios éticos, sentidos de pertenencia e identidad, que determinan la forma de organización e inclusive la economía propia de un territorio rural y de las expresiones de la organización social y de la base cultural de los pueblos rurales (Echeverri 2001); una de cuyas expresiones lo constituyen las comidas

locales, las tradiciones relacionadas con su preparación y consumo, el saber-hacer propio que constituye la base de muchas agroindustrias rurales y la expresión de cultura asociadas con esas actividades.

- También se puede considerar al agroturismo como una expresión de la multifuncionalidad de la agricultura⁵, o mejor aún del mundo rural, en el sentido que lleva asociado la producción de bienes públicos, que no necesariamente tienen mercados tangibles (paisaje, biodiversidad, emisión de oxígeno, permanencia de asentamientos humanos en zonas rurales, tradición, cultura) junto con la producción de bienes transables directamente (alimentos, bebidas, artesanías, cueros, confecciones, etc.).
- Por último, hay que destacar que existen diversidad de opiniones de los investigadores y estudiosos del tema con relación al impacto del turismo en el desarrollo rural, habiendo coincidencia en que procesos similares pueden dar origen a diversos efectos, dependiendo del contexto en el que se realicen. La visión positiva del efecto del turismo sobre el desarrollo está relacionada con la dinamización de la inversión y la generación de empleo e ingresos; la negativa, plantea procesos de aculturación y destrucción del estilo de vida tradicional y los procesos inflacionarios que generan, manteniendo en esta forma las desigualdades existentes. Se podría decir que en turismo primero se ha dado su desarrollo operativo y luego se han venido formulando conceptos, teorías, perspectivas y metodologías de análisis.

III. Vinculaciones entre agroindustrias rurales, rutas gastronómicas y agroturismo

Para los alcances de este documento se hace especial énfasis en las vinculaciones de la agroindustria rural y las rutas gastronómicas con el agroturismo, con lo que no se pretende desconocer su relación con otro tipo de empresas rurales como el transporte, la hospedadería y el comercio, entre otras. Para dar un contexto a este análisis parece oportuno iniciar el tema con algunas definiciones y características de los emprendimientos en los que se focaliza el mayor interés.

⁵ Esta percepción del impacto de las actividades productivas asociadas con la agricultura en las zonas rurales, se aceleró a partir de la admisión de las "preocupaciones no comerciales" (non trade concerns) en el Acuerdo sobre Agricultura alcanzado al finalizar la Ronda de Uruguay del GATT en 1994, lo que implica que a nivel de la OMC se reconoce como objetivos nacionales legítimos la defensa del medio ambiente, la seguridad alimentaria, el alivio de la pobreza y el desarrollo rural. Esto le ha incorporado un sesgo "comercial" a la discusión y la aceptación de esta visión, ya que mientras los defensores de su aplicación la consideran como la parte esencial de un modelo deseable de desarrollo agropecuario, para sus detractores es solo una forma de justificar las políticas de protección a la producción y los productores rurales de los países que aplican diversas formas de subsidios. Para más detalles sobre esta discusión, se puede consultar el artículo de Ernest Reig Martínez "La multifuncionalidad del mundo rural", publicado en *Globalización y Mundo Rural*. Noviembre-Diciembre 2002.

A. Agroindustria rural

El Programa Cooperativo de Desarrollo de la Agroindustria Rural para América Latina y el Caribe (PRODAR/ IICA), ha definido a la agroindustria rural (AIR) como: “La actividad que permite aumentar y retener en las zonas rurales, el valor agregado de la producción de las economías campesinas a través de la ejecución de tareas de poscosecha en los productos procedentes de explotaciones silvoagropecuarias, pesqueras y acuícolas tales como la selección, el lavado, la clasificación, el almacenamiento, la conservación, la transformación, el empaque, el transporte y la comercialización” (Riveros 1999).

Ese valor agregado se da en emprendimientos rurales a los cuales están vinculados productores campesinos o pequeños inversionistas rurales, que emplean materias primas locales. Se incluyen dentro de ellas a empresas individuales, familiares, microempresas y pequeñas y medianas empresas, dependiendo del nivel de organización que alcancen y de los mercados a los que accedan.

La agroindustria rural es una realidad económica y social. En América Latina se calcula que existan más de cinco millones de AIR a las cuales están vinculadas por lo menos 15 millones de habitantes de zonas rurales, que han contribuido y ayudan a crear puestos de trabajo, a elevar los ingresos, a aumentar los niveles locales de seguridad alimentaria y a la construcción de capital social, mediante el fortalecimiento de las estructuras sociales locales.

B. Rutas gastronómicas

También conocidas como rutas alimentarias, son recorridos por carreteras y caminos donde se combinan adecuadamente gastronomía regional con belleza paisajística y atractivos históricos y culturales. Las rutas gastronómicas se organizan normalmente en torno a un producto clave que la caracteriza y que casi siempre le otorga su nombre. La ruta debe ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma: comida, producción agroindustrial, actividades rurales, entretenimientos en la naturaleza y actividades propias de la cultura regional (Barrera 1999).

La creación de rutas gastronómicas tiene los siguientes propósitos:

- Reconocer la cocina autóctona y darle su justo valor
- Recuperar las comidas típicas que han sido desplazadas por la cocina internacional
- Utilizar los productos naturales, autóctonos, disponibles en cada región que en algunos casos recrean platos traídos por los inmigrantes.

- Estimular el desarrollo de distintivos de calidad, entre ellos las denominaciones de origen e indicaciones geográficas y la obtención de productos orgánicos.

Además las rutas gastronómicas contribuyen a:

- Reconocer y disfrutar en forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial y comercial, además de la degustación de la cocina regional y todas las expresiones de la identidad local.
- Promocionar los productos elaborados por los lugareños.
- Permitir el desarrollo de ventajas comparativas propias que diferencien e identifiquen los territorios.
- Valorizar los recursos locales, organizar la cultura productiva regional y ayudar a su permanencia (I Congreso...2002).

C. Potencialidades de la vinculación entre agroturismo, agroindustria rural y rutas gastronómicas

El desarrollo agroturístico basado en visitas a establecimientos agroindustriales tiene un gran potencial, considerando la amplia variedad de agroindustrias localizadas en el ámbito rural. En América Latina, existen numerosos casos de agroindustrias, que por su antigüedad, por el tipo de productos que elaboran, por la naturaleza de la propiedad, por el uso de técnicas tradicionales y por estar ubicadas en un entorno rural de gran belleza paisajística, resultarían de interés para los turistas. Sin embargo, el agroturismo, hasta ahora, se ha relacionado más con modalidades agrícolas locales que con visitas a unidades de procesamiento.

Hay un gran espacio que crear y recrear. Budowski (2001) menciona una cantidad de excursiones turísticas en diferentes partes del mundo que aprovechan esa oportunidad. Cita el caso de Banaue, en Filipinas, donde se ofrece apreciar las milenarias terrazas donde se cultiva el arroz con irrigación; también, una presentación teatral sobre el cultivo del café con sombra, promovida por una empresa productora de café en Costa Rica, lo que atrae una audiencia cada vez mayor. Agrega, que otras formas de agroturismo que se combinan bien con giras ecoturísticas son el uso de cercas vivas, las plantaciones y el empaque de banano, el cultivo y la recolección de la nuez de macadamia y el cultivo de plantas ornamentales para la exportación. El autor considera que la principal traba al desarrollo del agroturismo es que hay poco personal entrenado para interpretar en forma atractiva y con suficientes conocimientos científicos y técnicos aquellas prácticas más llamativas que atraen a los turistas.

Otros autores sugieren vincular el agroturismo con la educación y se cita el ejemplo de Israel donde existen "kibbutz", que enseñan a los estudiantes, sobre todo escolares, la antigua agricultura, el funcionamiento de vetustos equipos

mecánicos, la crianza de animales de granja, la extracción del aceite de oliva virgen y otras muestras que resultan muy didácticas (De la Puerta 1999).

En Costa Rica, 25 proyectos de turismo rural, asociados a la Red Ecoturística Nacional (COOPRENA), están integrados en los paquetes turísticos nacionales e incluyen opciones como visitas a fincas para observar prácticas agrícolas, pecuarias y agroindustriales, como trapiches paneleros, pequeñas lecherías y fábricas de queso, secado de plantas medicinales y procesamiento de yuca. Sin embargo, en opinión de Leyla Solano, gerente de la Red, el productor agroindustrial todavía no ha valorado en serio la posibilidad de explotar turísticamente sus empresas, ya sea por desconocimiento o por falta de compromiso en asumir una nueva actividad.

IV. Algunas consideraciones para el desarrollo del agroturismo relacionado con agroindustrias rurales y rutas gastronómicas

El potencial de los recursos agroturísticos, si se saben explotar adecuadamente, pueden significar ingresos adicionales a los productores, a los agroindustriales y a los pequeños empresarios rurales y contribuir, y en algunos casos dar respuesta a muchos de los problemas económicos que están experimentando los productores agrícolas y agroindustriales, a causa de factores como la baja de los precios internacionales que están sufriendo el café, la caña de azúcar y algunas frutas tropicales.

El agroturismo, debe sin embargo competir con otras modalidades turísticas, que llevan varios años de desarrollo y que ya están posicionadas en el mercado, por ejemplo el ecoturismo y el turismo de aventura, de ahí que es necesario que su oferta sea el resultado de un proceso serio de planificación y ejecución, con una visión a largo plazo, sobre la base de políticas claras y ampliamente divulgadas, una legislación adecuada y un código de ética con reglamentos y directrices operacionales.

Algunas de los componentes a considerar en el desarrollo agroturístico y las características de los productos que se ofrezcan en ese marco se señalan a continuación:

A. Sobre los beneficiarios

Las poblaciones locales o aledañas al recurso agroturístico deben recibir beneficios económicos directos, a fin de que se cumpla la premisa de que esa actividad sea un eje de desarrollo local y ayude a evitar el despoblamiento rural. Los beneficios directos, pueden ser entre otros: la contratación de mano de obra local, el alquiler de habitaciones, la contratación de servicios de transporte y alimentación y la compra de productos para llevar.

B. Sobre los oferentes

El desarrollo agroturístico exige actores responsables y el involucramiento activo de autoridades públicas, tour operadores, transportistas, comunidades locales, productores, agroempresarios, administradores de parques, ONG, empresas privadas, etc.

Los proyectos agroturísticos deben ser gestados y administrados por las familias propietarias de las fincas y/o plantas agroindustriales, a fin de que el valor agregado quede en el lugar y se conserven las tradiciones agroindustriales, gastronómicas y culturales que son la razón de ser del turismo rural. La mujer campesina puede tener una alta participación en la prestación de los diferentes servicios.

Los proveedores de servicios agroturísticos deben conocer la actividad turística o tener la disponibilidad de capacitarse ampliamente en el tema. Además, deben plantear el desarrollo de los servicios turísticos como un complemento a sus actividades productivas tradicionales y no como un eje único de ingresos.

Un proceso de organización de los diferentes actores locales vinculados con la oferta agroturística parecería ser un elemento importante. La conformación de redes empresariales locales en las que participen hoteles, restaurantes, transportistas, agencias de turismo, agroindustriales rurales, artesanos debería propiciarse como parte del fortalecimiento de la oferta.

Los gobiernos locales en sus diferentes manifestaciones tiene otro tipo de responsabilidades: generar un ambiente propicio para los inversionistas locales y para los visitantes, apoyar la creación de una imagen de territorio interesante y agradable, facilitar la identificación y verificación del inventario de recursos turísticos de la zona, suministrar seguridad (en el sentido más amplio de la palabra), apoyar y liderar tareas de señalización de rutas, desarrollo y mantenimiento mínimo de vías y caminos y una oferta razonable de servicios públicos.

C. En relación con el producto turístico

A pesar de los esfuerzos que hacen los pobladores rurales para organizar servicios de calidad no es fácil seducir al turista tradicional de optar por unas vacaciones en una finca, una montaña o una reserva natural, compartiendo modos de vida tradicional, en vez del tradicional paseo de placer, asociado al sol y a la playa. En primer lugar se necesita definir muy bien el producto turístico a vender, esto es todos los servicios que se van a brindar al turista durante su estadía, los cuales deben ser de una calidad uniforme. En segunda instancia lugar, se debe creer en el producto turístico que se está ofreciendo, de forma que se trasmita al turista

el sentimiento y alegría que se siente al ofrecer una parte de su tierra y su cultura. En tercer término, se requiere salir a vender el producto, ponerlo del conocimiento de los operadores de turismo, hacer el producto fácilmente localizable. Para ello hace falta una buena coordinación interinstitucional, asesoramiento técnico en mercadeo y comercialización y la creación de paquetes y programas sólidos y consistentes (I Congreso...2002).

El producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, los cuales son ofertados por diferentes actores, pero que el turista califica y evalúa como componentes de uno solo. Se entiende que el producto turístico no es igual en todos los lugares o regiones pero debe contar con ciertas características más o menos comunes que permitan satisfacer las necesidades de los turistas tanto en su trayecto como en su destino (Gurría-Di Bella 2000).

En ese sentido el producto agroturístico de un territorio específico está conformado por su oferta de alojamiento, incluida habitaciones en casas de los pobladores rurales, cabañas, sitios para acampar, hostales y hoteles; su oferta de comida, incluida comida en casas de pobladores de la zona, restaurantes, mesones; su posibilidad de conocer y participar en tareas de manejo de ganado, ordeño, cría de animales, preparación de terrenos, siembra, colecta, clasificación, empaque y transformación de productos silvoagropecuarios; posibilidad de transitar por senderos y caminos y de conocer zocriaderos, jardines botánicos, ríos, cataratas, cuevas y de participar en ferias y manifestaciones culturales locales.

Las construcciones nuevas para proveer servicios a los visitantes tales como cabañas, restaurantes, senderos, observatorios, etc., deben armonizar con el entorno y para lograr ese propósito deben utilizarse materiales disponibles en el lugar que no agredan el medio ambiente y se integren al paisaje. Se debe alentar la utilización de técnicas tradicionales con innovaciones tecnológicas que mejoren las características constructivas manteniendo los niveles de confort del material natural. Los aficionados al agroturismo, se sienten atraídos por la variedad de los paisajes agrícolas y rurales, la fauna y la flora, por ello, la preservación de éstos es una condición para conseguir la atracción turística de las zonas rurales.

Ejemplos de ofertas agroturisticas con características como las señaladas se presentan en el anexo 1 de este documento.

E. Requisitos en las agroindustrias rurales

No todas las agroindustrias tienen las mismas posibilidades de encarar con éxito un negocio de agroturismo, algunas poseen ventajas comparativas que facilitarán su trabajo, por ejemplo: cercanía con centros poblados, con lugares receptores

de turismo masivo o ubicadas en rutas de paso. También ayuda si los establecimientos están localizados en una zona de gran belleza paisajística y si en los alrededores hay sitios arqueológicos, ríos, lagos o volcanes (Bellati, 1998).

Las visitas a las plantas agroindustriales deben resultar atractivas para el turista y además muy seguras. En ese sentido, es importante adecuar las instalaciones de modo que los visitantes puedan hacer recorridos por el lugar y observar, e inclusive participar cuando las condiciones lo permitan, los procesos lo más cerca posible a fin de comprender como se cultivan, cosechan y elaboran los productos agroindustriales. Estos recorridos, así como las prácticas demostrativas, deben diseñarse de forma tal que no haya peligro de accidentes tales como quemaduras, heridas, inhalación de humo o caídas en escaleras.

Las prácticas de cultivo, cosecha y procesamiento, que se lleven a cabo, deben estar acordes con la protección del ambiente, en ese sentido debe haber especial atención al uso de energías renovables, a la recuperación de desechos, al tratamiento de aguas residuales, a la reducción del humo y el ruido y al reciclaje de envases y embalajes.

Los proyectos agroturísticos también deben hacer énfasis en las buenas prácticas agrícolas y de manufactura. Para ello, los locales de procesamiento deben estar muy limpios, disponer de un efectivo control de plagas (insectos y roedores); los operadores deben tener la indumentaria idónea para el proceso y mantener hábitos de higiene adecuados.

Es deseable también que las instalaciones dispongan de espacios adecuados para dar explicaciones sobre los procesos, hacer degustaciones y para la exhibición y venta de productos.

F. El plan de desarrollo

En esta sección se recoge y adapta la propuesta para la elaboración de un Plan de Desarrollo de Turismo Local, presentada en el Taller sobre Turismo: Mercado y Sostenibilidad, organizado por la OIT en Lima a comienzos del 2001, tomando como referencia los avances en el proyecto de diseño de una ruta gastronómica y un programa de turismo rural, apoyado por el PRODAR-IICA, en el Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, Perú. En este contexto, unas pautas generales para la elaboración de un Plan de esa naturaleza son:

- a) Identificación y establecimiento de mecanismos de concertación con actores principales (gobiernos locales, regionales y nacionales; empresas rurales; gremios; universidades; cámaras de comercio y otros que se consideren).

- b) Identificación de recursos turísticos de la zona: naturales, históricos y culturales.
- c) Análisis de la oferta y demanda de servicios turísticos: perfil del turista, origen, servicios empresariales locales.
- d) Análisis institucional del sector turismo: reglamentación legal, funciones de las instituciones, gremios empresariales locales.
- e) Desarrollo de los recursos turísticos priorizados: circuitos turísticos, selección de segmentos de mercado, “marketing” e imagen, eslabonamiento con otros destinos turísticos, formación de recursos locales (guías, promotores empresariales, agentes municipales, otros), diseño de un código de ética, estimativos de inversiones requeridas (públicas y privadas),
- f) Diseño de una estrategia de promoción, difusión y comercialización de la oferta desarrollada.
- g) Diseño de un sistema de monitoreo y evaluación del impacto (económico, social y ecológico).

Para implementar estas acciones se recomienda seguir una metodología como la siguiente: ⁶

- a) Recopilación y análisis de información.
- b) Elaboración de diagnóstico en un taller participativo.
- c) Conformación de un grupo de trabajo que lidere y se apropie del proyecto.
- d) Aplicación de un programa de asistencia y acompañamiento al grupo de trabajo.
- e) Elaboración de una primera propuesta de Plan.
- f) Concertación en taller participativo.
- g) Elaboración de proyectos específicos (perfiles, factibilidad o definitivos).
- h) Definición y aplicación de una estrategia de financiamiento.
- i) Implementación del plan.

Otra experiencia, que proporciona ideas y recomendaciones de cómo establecer un plan de desarrollo agroturístico para una zona geográfica específica, es el proyecto “Agroturismo, una alternativa para el desarrollo rural cantonal” que se

⁶ Adaptación de la propuesta presentada en el Taller sobre Turismo: Mercado y Sostenibilidad, organizado por la OIT en Lima a comienzos del 2001, tomando como referencia los avances en el proyecto de diseño de una ruta gastronómica y un programa de turismo rural, apoyado por el PRODAR-IICA, en el Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, Perú. 2002-2003.

ejecuta en el Cantón de Vásquez de Coronado, Costa Rica. Una síntesis de las acciones seguidas en este proyecto se presenta a continuación:⁷

- a) Creación de una organización interesada en el desarrollo turístico del cantón, en este caso la Cámara de Turismo.
- b) Vinculación de esta organización con actores de desarrollo.
- c) Caracterización socio-económica del Cantón.
- d) Inventario de atractivos turísticos, servicios e infraestructura disponible.
- e) Estudio sobre la visión de las modalidades de turismo a desarrollar.
- f) Recorrido de la zona y trazado de posibles rutas turísticas.
- g) Creación de un Sistema de Información Geográfico (SIG) con los puntos identificados.
- h) Encuentros con las fuerzas vivas de la zona para validar la información e incorporar nuevos recursos.
- i) Organización en torno a las rutas y desarrollo de las propuestas de proyectos a lo interno de cada ruta. Esto permite una competencia sana entre las diferentes rutas del cantón, así como una mayor apropiación por parte de los interesados en el turismo.
- j) Integración de los proyectos y recolección de insumos por ruta para formular el plan de desarrollo turístico.
- k) Identificación de actores claves, así como profesionales de diferentes ramas (antropólogos, ingenieros civiles, agrónomos, arquitectos, planificadores, administradores) que formulen el plan de desarrollo basado en las rutas identificadas.
- l) Presentación del plan a los ejecutores -Cámara de Turismo y Municipalidad- (Validación de la propuesta final)
- m) Institucionalización de la propuesta.

⁷ Síntesis de la propuesta y resultados de avance del proyecto “Agroturismo, una alternativa para el desarrollo rural cantonal”, apoyado por IICA-Costa Rica y que se ejecuta en el Cantón Vásquez de Coronado, Costa Rica, 2003-2004

V. Reflexiones finales

Indudablemente el agroturismo asociado con agroindustrias rurales y rutas gastronómicas constituye un interesante filón de opciones para el desarrollo de negocios rurales con sus consecuentes efectos en la generación de empleo e ingresos. Hay que colocar especial cuidado por parte de las entidades, públicas y privadas, promotoras y auspiciadoras de este tipo de iniciativas de que estos indicadores de crecimiento estén acompañados de verdaderos procesos de desarrollo local para lo que se necesita sobre todo propiciar la vinculación directa de actores locales en estos emprendimientos y velar por el mantenimiento de las culturas y los patrimonios locales, que son sus más importantes activos.

Hay una importante cantidad de proyectos y programas con algunas de estas orientaciones, pero sus concepciones no son siempre integrales, ni asociadas con procesos de desarrollo, o no han tenido suficiente difusión o sus resultados no han sido tan exitosos como se esperaba. Hace falta un mayor esfuerzo de creación de pensamiento estratégico en este campo y de investigación aplicada que permita generar y validar metodologías de intervención, así como también de preparación de talento humano, sobre todo a nivel de los gobiernos locales y de las instancias vinculadas con los desarrollos territoriales. Alianzas entre esa institucionalidad local con universidades que ofrecen programas de formación en turismo a nivel de capitales, grandes ciudades y núcleos turísticos tradicionales es un poderoso instrumento que permite el fortalecimiento de esas capacidades.

Hay elementos básicos sobre los cuales hay que trabajar: mejorar la oferta natural de agroturismo existente en territorios específicos en aspectos tales como servicio al cliente, calidad, higiene y orden; propiciar la organización de oferentes de productos y servicios; establecer alianzas entre esos oferentes y los gobiernos locales; impulsar la elaboración de inventarios turísticos; rescatar las tradiciones y los saberes-locales que permitieron el desarrollo de procesos, productos, recetas y hábitos de consumo.

Al mismo tiempo hay una gran potencialidad alrededor de los productos nativos andinos y amazónicos; la explotación de sus atributos especiales, de las tradiciones sobre los beneficios en la nutrición, la salud y el comportamiento físico y psíquico de los consumidores y de las tendencias al consumo de productos naturales, no solo alimentos sino también otros como fibras vegetales, aceites esenciales y colorantes naturales.

Porqué no asociar, por ejemplo, iniciativas como el rescate de los Caminos del Inca, desde el norte de Argentina y Chile, hasta Ecuador y el sur de Colombia con la valorización y redescubrimiento de sus sistemas de cultivo (la andenería), de transformación y consumo de granos y raíces andinas (chuño, machka), de

almacenamiento (tambos) con la participación directa de pobladores que aun utilizan estas tecnologías y consumen esos productos?

Porqué no pensar en el desarrollo de la ruta de la quinua y la kiwicha, en el altiplano peruano-boliviano? o en la ruta de la mashua y el olluco, en los andes? o en unas más exóticas y con atractivos energéticos o saludables alrededor de la maca, el yacón y la sangre de grado?. Pero también la del olor de la guayaba, en torno a este producto y los dulces y pastas derivados de él en Colombia y Venezuela; o la del aroma de café tomando como eje las fincas cafeteras en Centroamérica y Colombia; o la del celeste natural alrededor de los obrajes en los que se extrae el añil en El Salvador, sólo por motivar la aparición de sin numero de ideas similares a lo largo del continente.

Y si lo anterior lo juntamos con activos naturales como lagunas, cascadas, cuevas, desiertos, montañas, valles y ríos, además de piezas del patrimonio histórico como ruinas, monumentos, construcciones y museos, tendremos una valiosa y atractiva base para una oferta turística a la que habría que agregarle todas las condiciones que exige la prestación de servicios.

Esas ofertas pueden tener mercados a nivel del turismo local, el que sería un primer cliente potencial a captar y satisfacer. En todos los casos este será un turista especial, seguramente no presente en grandes volúmenes, pero con expectativas muy especiales que hay que atender para garantizar no una venta, si no un cliente. Las experiencias y el buen nombre desarrollado sobre esta base permitirá luego la llegada a turistas internacionales interesados en nuestra cultura y tradiciones.

Parece en este tema del agroturismo existir una interesante posibilidad de poner en práctica las reflexiones teóricas y académicas sobre los beneficios de visualizar el desarrollo rural dentro de un enfoque de territorio y que el territorio es una construcción histórica y cultural, mas allá de lo geográfico, de reconocer el carácter multifuncional del mundo rural, de recordar que la actividad rural va mas allá de lo agropecuario, de valorizar la importancia de los empleos y los ingresos no agrícolas, de reevaluar la importancia de las relaciones de proximidad y de comprender la importancia de la identificación, caracterización, explotación y preservación de los recursos y los activos locales específicos, para generar procesos de bienestar en territorios rurales.

Queda una gran tarea por seguir llevando esas concepciones a la práctica, de implementar estrategias de intervención que consideren esa visión holística, de desarrollar programas de asistencia técnica y capacitación a nivel de gobiernos nacionales y locales, de docentes y técnicos vinculados con acciones de desarrollo local, de empresarios y pobladores rurales y de generar ambientes de confianza que faciliten la formulación y puesta en práctica de acciones colectivas.

Para finalizar, hay que reiterar la mención a, que el turismo en las zonas rurales, tiene aspectos positivos y negativos. Si la actividad no es planificada de manera adecuada, puede acarrear impactos no deseados sobre el medio ambiente, basura, ruido; la economía, aumento del costo de vida; la cultura, pérdida de tradiciones, incorporación de modos de vida exógenos y la sociedad, incremento de delincuencia, consumo de drogas y prostitución. Todos estos riesgos, pueden ser superados si se visualizan en el proceso de desarrollo turístico y si se logran acuerdos entre autoridades y sociedad civil para prevenirlos y corregirlos.

VI. Documentos consultados

Annessi, G. 2001. El espacio rural ante los nuevos desafíos. El surgimiento de nuevas actividades en el espacio rural. El turismo rural como estrategia de desarrollo local (en línea). Consultado el 23 ene. 2003. Disponible en <http://regional.iespana.es/regional/geoar.htm>

Barrera, E. 1999. Las rutas gastronómicas: una estrategia de desarrollo rural integrado. (en línea) IV Seminario Internacional de Turismo Rural del Cono Sur, Santiago de Chile, 1 al 3 de setiembre 1999. Consultado 15 oct. 2002. Disponible en www.sagpya-mecon.gov.ar/index/programas/raices/rutas_gastronomicas.pdf

Bellati, J. El turismo rural va tomando color. En Presencia (Argentina), Año XIII, No 43, pp 5-8.

Berdegú, J; Reardon, T; Escobar, G; Echeverría, R. 2001. Opciones para el desarrollo del empleo rural no agrícola en América Latina y el Caribe. Washington, D. C. Banco Interamericano de Desarrollo. (Serie de informes técnicos del Departamento de Desarrollo Sostenible).

Budowski, G. 2001. Modalidades agroturísticas y sus limitaciones. (en línea). San José. Consultado el 13 ene. 2003. Disponible en www.una.ac.cr/ambi/ambientico/107/budowski.htm

CODECE. Turismo Agroecológico de Beneficio Comunal. Desplegable

De la Puerta, C. 1999. Agroindustria en Israel: visitas realizadas a Kibutzim, empresas industriales y actividades rurales (en línea). Revista Agropecuaria, No. 800. Consultado el 27 feb. 2003. Disponible en www.embajada-israel.es/economia/agric-1.html

Echeverri R; Portilla M; Rodríguez, A; Sepúlveda S. 2001. El enfoque territorial del desarrollo rural. San José, CR, IICA.

Echeverri R; Rivero M. P. (2001). La nueva ruralidad en América Latina y el Caribe. Versión definitiva para discusión. Panamá, PA, IICA.

Espinoza, V. Turismo rural: Una opción de Desarrollo Turístico de Calidad para Costa Rica (en línea) TECNITUR. Consultado el 30 ene. 2003. Disponible en www.tecnitur.com/articulos/turismo.htm

Fernández, G; Ramos, A. 2000. Innovación y cambio rural: El turismo en el desarrollo local sostenible (en línea). Geografía y Ciencias Sociales no 69 (55). Consultado el 17 feb. 2003. Disponible en www.ub.es/geocrit/sn-69-55.htm

Gurría Di-Bella, M. 2000. Turismo Rural Sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo (en línea). IV Feria Ecoturística y de Producción, Santo Domingo. Consultado el 27 feb. 2003. Disponible en www.kiskeya-alternative.org/publica/diversos/rural-tur-gurria.html

IICA. 2003. Agroturismo, una alternativa para el desarrollo rural cantonal. Proyecto de Cooperación. Oficina del IICA en Costa Rica. San José, 6 p.

I Congreso Nacional de Ecoturismo. 2002. Memorias (en línea). Rocha, Uruguay. Consultado el 28 feb. 2003. Disponible en www.uruguay.com/laonda/htm

Mader, R. 2002. Exploring ecotourism in the Americas. Definitions (en línea). Consultado el 18 feb. 2003. Disponible en www.greenbuilder.com/mader/ecotravel/etour.html

Márquez D. 2002. Nuevos horizontes en el desarrollo rural. Madrid. Universidad Internacional de Andalucía.

Martínez, E. R. 2002. La multifuncionalidad del mundo rural. En Globalización y Mundo Rural no 803.

OIT. 2001. Turismo: Mercado y sostenibilidad. ¿Cómo desarrollar el turismo desde los municipios y las comunidades en forma sostenible? Lima.

Paredes, F. 1998. El factor alojamiento en el panorama del turismo rural. Ponencia del Seminario "Turismo Social en la Región Centroamericana: una alternativa para equidad, la calidad de vida y el ambiente". IDESPO/UNA, 28-30 de octubre 1998, Heredia, Costa Rica

Ramírez, J. 2000. Agroturismo como alternativa de diversificación del ingreso en el eje cafetero colombiano (en línea). Consultado el 23 feb. 2003. Disponible en www.fas.harvard.edu/drclas/publications/revista/tourism/espanol/agroturismo.html

Riveros, H. 1999. Agroindustria rural: Conceptos, características y oportunidades. En II Curso Internacional sobre la Promoción de la Agroempresa Rural para el Desarrollo Microregional Sostenible. IICA-PRODAR. Cali.

Salinas, J. 2001. Éxito del agroecoturismo en comunidades del oriente de Texcoco, México (en línea). Consultado el 11 dic. 2002. Disponible en www.jornada.unam.mx/2001/sep01/estados.html

Serje de la Ossa, M. R., Suaza M. C; Pineda R. 2002. "Palabras para desarmar". Ministerio de Cultura. Instituto Colombiano de Antropología e Historia. Bogotá.

Solano, L. 1998. Ecoturismo comunitario en Costa Rica. Nuevos enfoques y actores (en línea). Consultado el 27 ene. 2003. Disponible en www.una.ac.cr/ambi/ambien-tico/98/solano.htm

Solano, L. 2002. Gerente Red de Turismo Rural Comunitario (Cooprena R.L), San José, Costa Rica. Comunicación personal.

Santana, A. 1997. Antropología y turismo ¿nuevas hordas, viejas culturas? Barcelona. Ariel.

Steck, B; Stradas, W; Gustedt, E. 1999. El turismo en la cooperación técnica. Una guía para la concepción, planificación y realización de medidas en proyectos de desarrollo rural y de protección de los recursos naturales. Eschborn. GTZ, BIODIV. 102 p.

Troncoso, B. 1999. Turismo sostenible y ecoturismo. Ponencia, IX Convención Nacional de Estudiantes de Hotelería y Turismo, 17-21 mayo. Isla Margarita, Venezuela (en línea). Consultado el 23 feb. 2003. Disponible en [www. Uni-karlsruhe.de/uu1a/agro.pdf](http://www.Uni-karlsruhe.de/uu1a/agro.pdf)

Universidad Nacional del Litoral. II Foro Mundial de Agroturismo y Turismo Rural, Santa Fé, 7 al 10 de noviembre de 2002 (en línea). Consultado el 27 feb. 2003. Disponible en [www. foroagroturismo.unl.edu.ar/](http://www.foroagroturismo.unl.edu.ar/)

Verardi Fialho, M. 2001. Turismo rural y el empleo rural no agrícola. El caso de la ruta colonial de Dos Irmaos, Rio Grande do Sul (en línea). Consultado el 13 mar. 2003. Disponible en [www. rimisp.cl/ dfid/ colonial-es.pdf](http://www.rimispc.cl/dfid/colonial-es.pdf)

ANEXO 1: ALGUNOS EJEMPLOS DE PROGRAMAS Y PROYECTOS Y PROPUESTAS OPERATIVAS

Un buen elemento de referencia para iniciativas de turismo rural en América Latina pueden ser los desarrollos realizados en el marco de la iniciativa LEADER de la Unión Europea, planteadas en el marco de estrategias de desarrollo local. En este contexto resulta de interés analizar y estudiar las propuestas y proyectos implementados en España a partir de 1991.

Para los alcances de este documento, parece pertinente destacar el Plan SENDA diseñado e implementado por la Comunidad de Andalucía para desarrollar un sistema turístico sostenible y competitivo. De manera resumida, el Plan busca integrar adecuadamente el turismo con el espacio rural, optimizar las potencialidades que las actividades turísticas ofrecen, diseñar una oferta específica, diversificada, de calidad, flexible e innovadora y lograr un equilibrio entre el turismo rural con la conservación del patrimonio natural y cultural del territorio. El Plan considera una serie de acciones específicas relacionadas con:

- motivar el turismo alrededor del paisaje rural, por su atractivo, autenticidad y variedad,
- potenciar los alojamientos de calidad en el medio rural, incluyendo el establecimiento de una normativa sobre las Casas Rurales,⁸
- fomentar la gastronomía tradicional, asociada con una marca de calidad
- homogenizar la señalización de rutas y poner en marcha una red de caminos y vías diferenciadas: para caminantes, para ciclistas, para autos (en diferentes modalidades),
- fortalecer las actividades de intermediación y comercialización de operadores locales como agencias de viaje y transportistas,

Los proyectos que se han apoyado en ese marco se concentran en actividades relacionadas con la reforma y acondicionamiento de viviendas para convertirlas en alojamientos –toda la casa o algunas habitaciones– de turistas, establecimiento de hoteles de pequeña dimensión, acondicionamiento de antiguas edificaciones para convertirlas en pequeños museos (del vino, del agua, de etnias, etc.). Para los alcances de la propuesta de articular agroindustria rural con turismo, vale la pena destacar la Red de Descubrimiento del Mundo Rural, en la comarca de El Condado, en Andalucía, que ofrece a los visitantes la posibilidad de conocer los modos de producción y las formas de organización de empresas rurales como la cría de ganado de lidia, la fabricación de aceites y conservas vegetales y el curtido de pieles, entre otras⁹.

⁸ Existen actualmente en España, regulados mas de 30 tipos de alojamientos rurales.

⁹ Mencionado por Foronda C. en “La capacidad del turismo como elemento dinamizador del medio rural”, sección del documento publicado por la Universidad Internacional de Andalucía “Nuevos horizontes en el desarrollo rural” 2002

- En Texcoco, México el Instituto de Recursos Genéticos y Productividad del Colegio de Posgraduados (CP), ha impulsado un proyecto turístico que representa una alternativa para obtener ingresos para 45 familias de productores. El proyecto, que inició en 1993, consiste en un corredor agroecoturístico donde han sembrado 20 hectáreas de zarzamora, frambuesa y durazno y cada fin de semana alrededor de cinco mil turistas acuden a las pequeñas huertas, cosechan productos, comen lo que quieren, tienen contacto con los productores, conocen sus técnicas agrícolas tradicionales y al final solo pagan los frutos que se lleven en las canastas que se les dan previamente. Además, los campesinos han aprovechado la afluencia de los turistas para introducir invernaderos de frutas, hortalizas, flores y plantas en maceta. También elaboran mermeladas que venden a los turistas y en comunidades aledañas.

Para los investigadores del CP, estas propuestas de agroturismo se pueden realizar en cualquier región del país, pero son de particular importancia en las áreas periféricas a los grandes núcleos de población, en donde la tendencia al urbanismo, deteriora los recursos naturales e impide una relación natural del hombre con las plantas. Agregan que la propuesta, a diferencia del ecoturismo, asigna un papel preponderante a los productores agrícolas rurales (Salinas 2001).

- En San Rafael, Argentina, el proyecto agroturístico Granjas del Diamante, ofrece los siguientes servicios: visitas guiadas por las granjas, charlas informativas sobre agricultura orgánica, proceso de crianza de un vino mendocino desde su propia cepa, degustación de productos de origen vegetal y animal, cabalgatas y destreza criollas, cabalgatas cordilleranas a las nacientes y cascadas del río Atuel, paseos por el centro histórico de la ciudad, conocimiento de un sistema de vida alternativo de autoabastecimiento, alojamiento y alimentación.
- También en Argentina, la oferta turística de una estancia presenta las siguientes actividades: cordero al asador, arreo de ovejas, observación de esquila, paseos en bicicletas de montaña por senderos señalizados, travesías en cuatriciclos, cabalgatas, caminatas por los bosques centenarios, tareas propias del campo, observación de flora y fauna, baños termales, disfrute del aire puro y la paz del campo.
- En Costa Rica, el proyecto “Turismo Agroecológico de Beneficio Comunal”, en San Antonio de Escazú, ofrece un tour donde combina caminatas guiadas y belleza paisajística, con visitas a cultivos orgánicos, a un trapiche manejado con bueyes y a un taller donde se confeccionan máscaras que se usan en fiestas y desfiles tradicionales; por último, se ofrece un almuerzo típico donde se disfruta de la

gastronomía local mientras se escuchan cuentos y leyendas que rescatan las vivencias de los pobladores. Los servicios son ofrecidos por un grupo de vecinos, en su mayoría señoras, que ha sido organizado por la ONG CODECE.

- En la finca de los Hermanos Soto, en San Carlos (Costa Rica), se puede observar todo el proceso de cría, captura, eviscerado y fileteado de tilapia (*Oreochromis aureus*). También la finca ofrece caminatas, paseos a caballo, una piscina y un restaurante donde el platillo principal es la tilapia.
- En el eje cafetero de Colombia (departamentos de Quindío, Risaralda y Caldas), decenas de fincas han sido adaptadas para recibir turistas, especialmente los fines de semana, para descansar y compartir con los propietarios de las fincas. Una familia puede pasar una noche en una de estas fincas cafeteras por solo US\$ 30, mientras que 3 días no sobrepasan los US\$ 200 por familia (Ramírez 2000).
- La Federación de Organizaciones de Salinas (FUNORSAL), en los andes ecuatorianos ofrece al visitante, un paquete muy completo de atractivos agroturísticos, como son visitas a pequeñas lecherías y plantas de elaboración de quesos y embutidos, recolección y secado de hongos, elaboración de dulces artesanales. Además, caminatas por los bosques y disfrute de la cultura y gastronomía local.