11. CUESTIONES METODOLÓGICAS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL

El desarrollo del turismo rural requiere de un decidido apoyo oficial. Sin dudas la demanda creciente de actividades en contacto con la naturaleza y la valoración de las culturas locales crean, pero la oferta espontánea no necesariamente genera desarrollo local.

Los productores rurales, individualmente, no están en condiciones de generar un destino, y en el mercado turístico la competencia se da entre destinos, no entre establecimientos.

Los productores rurales difícilmente puedan acceder individualmente a la capacitación necesaria para encarar un nuevo negocio, que requiere destrezas diferentes a las necesarias para la producción primaria.

Es necesario, con frecuencia, armonizar legítimos intereses contradictorios que pueden esterilizar los esfuerzos individuales para el desarrollo de un destino turístico. Así, no son compatibles, en el largo plazo, las visiones de un destino ecológico y otro dedicado a la caza, o de una propuesta destinada al descanso de los jubilados con otra dirigida a la diversión de los jóvenes que terminan su colegio secundario.

La promoción de un destino constituye otra necesidad que debe ser satisfecha por el Estado.

> *El compromiso del gobierno constituye, sin dudas, un factor decisivo para el desarrollo del turismo rural.*

El Banco Interamericano de Desarrollo encuentra que la nueva ruralidad enfrenta dos concepciones del desarrollo: la concepción tradicional y la que atiende a las actuales características del mundo rural, a las que nos hemos referido en capítulos anteriores y que resaltamos nuevamente.

En su concepción amplia, territorial y multisectorial, comprende gran variedad de actividades: agropecuarias, forestales, pesqueras, agroindustriales y agroalimentarias, así como también en las áreas de educación y salud, mejoramiento infraestructural, transportes, actividades financieras, minería, energía, agroturismo y otras.

Las diferencias entre el enfoque tradicional y las nuevas tendencias son volcadas en la siguiente tabla.

Tabla 12
Enfoques de desarrollo del turismo rural

Enfoque tradicional	Nuevas tendencias
Enfoque institucional descendente Estrategias indiferenciadas Enfoque sectorial Énfasis en las desventajas y las dificultades Creación de estructuras por sectores e indiferenciadas	Enfoque integrado concebido a nivel local Creación de instituciones y de estructuras ad hoc Espacios de consulta para la población sobre los proyectos y decisiones de las instituciones locales Instauración de un clima propicio a la colaboración entre las instituciones locales Elaboración de diagnósticos específicos que tienen en cuenta el contexto. Acciones de animación para movilizar a la población y lograr que nazcan ideas y proyectos Promoción de espacios de reflexión colectiva sobre el desarrollo del territorio

Cómo se verá a continuación, las propuestas que se realizan a los efectos de promover el desarrollo del turismo rural, son coincidentes con el enfoque que plantea el BID.

Para desarrollar el turismo rural los aspectos que el gobierno no debe dejar de considerar son los siguientes:

Coordinación

Articular los recursos con los que cuentan numerosos organismos públicos en un programa específico parece ser una estrategia adecuada.

Se propone crear un programa específico en el que deberían participar todos los organismos con competencias en la temática. No se propone generar nuevos presupuestos en estructuras burocráticas, sino que se pretende optimizar el gasto público, pues es muy frecuente que en la intervención territorial diversos organismos compitan por la jurisdicción del tema en lugar de coordinar la gestión.

Los programas a crear deberían gestionarse de manera mixta, involucrando al sector privado comprometido en el desarrollo del turismo rural.

El papel del Estado debe ser el de romper la inercia y promover el negocio; una vez que el sistema demuestre funcionar aceitadamente y cuente con un nivel de desarrollo que le permita funcionar privadamente, el Estado debería retirarse de la organización.

Sensibilización

Las primeras acciones que deberían desarrollarse a partir de la creación de un programa de turismo rural e incluso antes de hacerlo, son las de sensibilización. La población local debe descubrir sus propios recursos y aceptar o no dedicarse a la actividad. Debe hacer su propio análisis estratégico.

Son numerosos los productores y organizaciones que están en condiciones de iniciarse si cuentan con un mínimo apoyo. Es que en el ámbito rural, como se ha señalado, existe una gran capacidad ociosa que puede dedicarse al turismo. Conferencias, talleres participativos, reproducción de experiencias exitosas, son algunos de los instrumentos que motivan a los potenciales interesados en incorporarse a la actividad.

Debe trabajarse con un público variado, teniendo en cuenta todos los intereses que se mueven en el mundo rural y todas las visiones posibles del tema: agraria, cultural, turística, social, etc.

Asociativismo

La formación de grupos y organizaciones de productores y otros agentes interesados en la temática constituye la primera acción que debe desarrollar un programa de turismo rural.

En general deben supeditarse todas las acciones a la conformación de estructuras asociativas. Aunque al inicio no es necesario que se formalicen jurídicamente, sí es importante que se cree una organización con responsables que asuman la representatividad de grupo.

La creación de Centrales de Reserva para que operen el sistema comercialmente y desarrollen una política de calidad que diferencie el producto debe constituir uno de los objetivos de las asociaciones que se creen.

Capacitación

El turismo es una actividad en general desconocida para los agentes económicos de las zonas rurales. La prestación de servicios no es lo que los actores del mundo rural saben hacer.

La capacitación es el pilar fundamental para el desarrollo del turismo rural.

Asistencia técnica

Para poner en marcha un programa de turismo rural y que a través del asociativismo se desarrolle una política de calidad y se inserte el producto en el mercado, es necesario que los integrantes de la sociedad cuenten con adecuada asistencia técnica.

En general, los organismos oficiales del sector agropecuario pueden colaborar, pues es ésta una de sus tareas fundamentales, pero debe notarse que es conveniente que flexibilicen las características que deben tener los instructores, pues no siempre son los profesionales agropecuarios quienes cuentan con la formación adecuada para asesorar en turismo rural. Vale señalar que en la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires se han formado profesionales de diversas ramas en el turismo rural, no sólo provenientes de carreras agrarias, sino también del turismo y de otras áreas disciplinarias.

Inversiones en infraestructura

Sin dudas se requieren inversiones para desarrollar el turismo rural. Refiriéndonos a las inversiones prediales debe señalarse que, salvo contadas excepciones, deben alentarse grandes inversiones.

El turismo rural se caracteriza por sus bajas barreras a la entrada. Así, si una empresa invierte en exceso y desarrolla el mercado, encontrará un oportunista que le competirá aprovechando su capacidad ociosa.

En general las inversiones que deben desarrollar los establecimientos son para acomodar sus infraestructuras, pequeñas ampliaciones, sumar algunos dormitorios, baños, pintura. También adquirir equipamiento para la recreación, promoción, etc.

Estas inversiones debieran contar con el apoyo del gobierno; no se requieren grandes créditos pues el criterio debería ser ayudar a quienes tienen una base para iniciarse en el negocio.

Promoción

La creación de un nuevo destino turístico requiere de inversiones en promoción. De nada serviría una propuesta que incorpore productores y campesinos al turismo, que logre que éstos pongan sus infraestructuras en condiciones y que se capaciten, si la demanda no conoce el producto.

La promoción genérica del tema constituye uno de los deberes del Estado; cada provincia o región debería hacer conocer sus propia oferta.