

TURISMO RURAL



Augusto Huéscar

Representante Regional de la OMT para las Américas



Resumen de la exposición para el
1er. Seminario Internacional
de Turismo Rural en Bolivia

Agosto 2007

La Paz - Bolivia

Visión 2020: Segmentos prioritarios

E

Entre los segmentos identificados en el estudio de la OMT, TURISMO: Visión 2020, se encuentra el turismo rural. El propio estudio le asigna un crecimiento de dos puntos por encima de la media de crecimiento del turismo internacional. También señala que se espera que se desarrollen muchos nuevos tipos de productos de turismo rural y que haya una gran segmentación de la demanda. Cada uno de ellos deberá abordarse con un tratamiento específico.

Respecto al turismo rural en las Américas hay muchos elementos que tienen, en estos momentos, el mayor interés y esa es la razón por la que estamos hoy aquí reunidos. Voy a referirme brevemente a algunos de ellos.

El turismo rural en las Américas surge en la década de los setenta pero comienza a tener importancia en los años 90 y a pesar de ser una actividad sobre la que hay una apreciable experiencia de gestión, aún carece de una definición específica. Esto condiciona la forma de entenderlo, cuantificarlo, planificarlo y de actuar sobre él.

Es claro que el elemento definitorio del turismo rural es su forma de desarrollo, de organización y de gestión. En esencia es una vía para **incrementar el bienestar y la calidad de vida de la población rural**. En dos palabras: Vivir mejor.

No obstante, si es claro que el elemento definitorio del turismo rural es su forma de desarrollo, de organización y de gestión. En esencia es una vía para **incrementar el bienestar y la calidad de vida de la población rural**. En dos palabras: Vivir mejor.

El turismo rural implica una estrategia de desarrollo “desde la base”, en la se aúnan:

- A - La sensibilidad con el medio natural, social y cultural, lo que requiere que el desarrollo del turismo rural se base en criterios de sostenibilidad; y
- B - La participación activa de la población local en la actividad turística, es decir en su planificación, gestión, organización y en la percepción de los beneficios que genera.
- C - La especial disposición de la demanda de servicios de turismo rural para aceptar esos elementos estratégicos.

Por otra parte el turismo rural cataliza, al menos, dos procesos clave:

- El primero la promoción socioeconómica de comunidades y el desarrollo de actividades económicas dado el carácter transversal del turismo; y
- El segundo, el intercambio intercultural entre visitantes y visitados

Los analistas del turismo rural coinciden en que éste se sustenta por la calidad del servicio no por los precios. Y en que su crecimiento no está determinado por el volumen de clientes sino por captar un segmento de demanda que está dispuesta a pagar por disfrutar de servicios de calidad, auténticos y diferentes.

Los países americanos, dadas sus características nacionales, encontrarán las mejores oportunidades de posicionarse en este mercado. Disponen de un producto nuevo, y competitivo, para turistas que buscan en un entorno de autenticidad y creatividad, experiencias basadas en la naturaleza, la cultura local y las tradiciones.

En esta región el turismo rural adopta expresiones y modalidades muy diferentes porque las áreas rurales son muy diversas y raramente son entidades estáticas o libres de influencias externas.

Los establecimientos de turismo rural se conciben como alojamientos singulares en los que se

recrean estructuras o espacios tradicionales capaces de generar una amplia gama de servicios y en los que la gastronomía puede tener un papel importante. En estos establecimientos se suele primar la generación de experiencias más que el factor precio.

Los analistas del turismo rural coinciden en que éste se sustenta por la calidad del servicio no por los precios. Y en que su crecimiento no está determinado por el volumen de clientes sino por captar un segmento de demanda que está dispuesta a pagar por disfrutar de servicios de calidad, auténticos y diferentes.

Si el turismo rural ha tenido un importante y significativo desarrollo en la región ha sido, entre otras razones:

- Por la existencia de una creciente demanda, potenciada por un proceso de aumento de la población urbana
- Por la existencia de recursos de gran calidad en el ámbito rural que permite generar productos requeridos por la demanda,
- Por ser un producto con grandes ventajas comparativas y
- Por ser una actividad con precios muy competitivos.

El desarrollo del Turismo Rural requiere el soporte de una voluntad política que se manifieste en coordinación interinstitucional eficaz. Esto significa, por una parte, colaboración entre la Administración de Turismo y las demás instituciones públicas, centrales, departamentales y locales y, por otra parte, coordinación entre el sector público y el sector privado.

El desarrollo del turismo rural tiene unas favorables expectativas de crecimiento en los países de América, si bien habría que enmarcarlo en un proceso de planificación adecuada. Además, requiere el soporte de una voluntad política que se manifieste en coordinación interinstitucional eficaz. Esto significa, por una parte, colaboración entre la Administración de Turismo y las demás instituciones públicas, centrales, departamentales y locales y, por otra parte, coordinación entre el sector público y el sector privado.

En la actualidad el apoyo estatal al turismo rural en las Américas tiende a centrarse en las áreas de promoción y comercialización, realización de programas especiales; capacitación y financiación. En muchos países americanos se exige un cierto esfuerzo inversor en infraestructuras, pero sobretodo requiere medios destinados a:

- La formación de recursos humanos locales
El fomento de los valores culturales
La Investigación de la demanda
- El apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas y los programas de educación medio ambiental

¿Cuál es el perfil del cliente del turismo rural?

La demanda del Turismo Rural en las Américas es prioritariamente nacional. En Argentina, Brasil y México 90% o más de los clientes son nacionales

La demanda del turismo rural en las Américas es prioritariamente nacional. En Argentina, Brasil y México 90% o más de los clientes son nacionales. En Chile, Panamá, Paraguay o Uruguay las tres cuartas partes del total de la demanda son de origen nacional. De los extranjeros una buena parte es de la propia región americana y después, a distancia, se sitúan los europeos.

Una parte notable de los clientes de esta actividad turística suelen enmarcarse en niveles de renta alta o medio alto por lo que hay oportunidades de ofrecer servicios y productos de alto valor, basados en lo que la población local sabe hacer y lo que conocen bien. Otros atributos de este segmento de demanda son:

- Estacionalidad: aunque hay bastantes países con una ocupación aceptable durante todo el año.
- Registra estadías cortas (2 a 3 días de estancia)
- Es un cliente activo y participativo que utiliza Internet como instrumento de información y en algunos casos también de compra.

Si nos referimos al cliente internacional declara haber obtenido un alto grado de satisfacción.

Sabemos que en un entorno tan competitivo como el del turismo, una parte importante de las actuaciones públicas se orientan a mejorar los sistemas de promoción y comercialización. Los datos disponibles muestran que los medios

de promoción más utilizados en los países del entorno son:

- Internet
- Las guías de turismo rural
- La participación en Ferias y exposiciones
- Las revistas de turismo
- Las asociaciones de turismo rural
- Los medios de comunicación generales

Los canales de comercialización más usuales son:

- La comercialización por cuenta propia
- Las asociaciones profesionales
- Las agencias de viajes y
- Las centrales de reservas.

Si se debe señalar un limitado grado de desarrollo de la cadena comercial, (prestadores de servicios de turismo rural y agencia de viaje). Hay una gran tarea a realizar para que los intermediarios comerciales conozcan mejor el producto; para que se mejore la relación entre los integrantes de la cadena de comercialización y para reforzar las medidas de apoyo a la comercialización.

En síntesis: Hay una oportunidad clara de elaborar un producto competitivo, social y económicamente rentable orientado a un segmento de demanda que crece. Crece pero en un contexto muy competitivo y con limitaciones y deficiencias que se pueden y se deben superar para poner esta actividad al servicio de la sociedad.

La OMT reconoce que el turismo rural es sin duda uno de los segmentos que han de desarrollarse en la región y llevar a cabo acciones específicas para conocerlo mejor y analizarlo para propiciar su desarrollo.

En este sentido ya hemos visto que la OMT reconoce que el turismo rural es sin duda uno de los segmentos que han de desarrollarse en la región y llevar a cabo acciones específicas para conocerlo mejor y analizarlo para propiciar su desarrollo.

Nuestra Secretaría aborda las necesidades específicas que formulan los países de la región, a través de la **cooperación técnica**. Uno de los programas más específico es el que se llevó a cabo en Paraguay, que catalizó el relanzamiento del turismo rural.

Otras formas de actuación de la OMT en esta área son:

- Los seminarios y talleres de turismo rural, como los que se han realizado en Paraguay y Ecuador
- Los seminarios y talleres de gestión municipal del turismo, como el que se acaba de llevar a cabo en tres municipios bolivianos
- El apoyo al turismo comunitario con proyectos en ocho países americanos, Bolivia entre ellos.
- Los programas de apoyo al desarrollo sostenible, y con

- Los programas de apoyo a pequeñas y medianas empresas como el que se va a iniciar en Centroamérica

Señoras y señores,

El desarrollo del turismo o es más respetuoso con el medio natural, más solidario con pueblos e individuos, más decidido en potenciar valores culturales o no podrá desplegar todas sus potencialidades, que son enormes.

Los datos presentados en mi intervención muestran que en los últimos años, el turismo ha superado tremendos impactos: guerras, atentados terroristas, enfermedades, desastres naturales y crisis económicas y financieras. Pero sería error pensar que hemos vuelto a la pendiente de crecimiento anterior y que todo vuelve a ser como antes. El turismo, como la economía y la sociedad mundiales, han cambiado. Hemos entrado en una nueva fase con un desarrollo turístico más responsable.

El desarrollo del turismo o es más respetuoso con el medio natural, más solidario con pueblos e individuos, más decidido en potenciar valores culturales o no podrá desplegar todas sus potencialidades, que son enormes.

Es seguro que con el esfuerzo de todos ustedes, actores y agentes de los sectores público y privado, implicados en el desarrollo del turismo rural, y, sin duda, con el soporte que nuestra Organización, se hará de esta actividad una vía sostenible y respetuosa con el entorno que aporte calidad de vida y bienestar a un significativo número de comunidades del mundo rural.

Muchas gracias!!!

Augusto Huéscar

**Más Información, más artículos, más oferta turística en:
<http://WWW.TurismoRuralBolivia.COM>**