

COMERCIALIZACION PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL

**ARTÍCULO PARA EL SEMINARIO DE TURISMO RURAL
LA PAZ – BOLIVIA
2007**

**Raúl Alfonso Camacho R
Universidad Nacional Experimental del Yaracuy
Venezuela**

CONTENIDO

- 1. La Noción De Turismo Y Ruralidad**
- 2. “Todo Lo Referente Al Campo”. Variantes Del Turismo Rural**
- 3. Promoción, Difusión Y Comercialización En El Turismo Rural**
- 4. La Comercialización Del Producto Turístico Rural. Elementos Y Estrategias**
- 5. Proceso De Comercialización**
- 6. Conclusión**
- 7. Bibliografía.**
- 8. Resumen Curricular**

Más artículos, más información, más turismo en:

<http://WW.TurismoRuralBolivia.COM>

1. La Noción de Turismo y Ruralidad

Turismo rural, producto turístico rural. Temas que hoy invaden las sesiones de discusión para el desarrollo global de la actividad turística, y es que el auge de lo auténtico, de lo propio y lo natural ha generado grandes corrientes turísticas representadas por viajeros que se desplazan seducidos por la necesidad de vivir esa ruralidad que pocas veces puede experimentarse en el entorno urbano.

Más allá de una conceptualización basada en elementos cuantitativos, como limitar lo rural al espacio geográfico con una cierta cantidad de habitantes, la noción de ruralidad viene enmarcada desde el origen etimológico de la palabra Rural: *rural, ruralis ruri* , que se relaciona con “todo lo relativo a la vida del campo y a las labores de él “(Real academia española). Este concepto está acompañado por esas costumbres y el comportamiento de los habitantes de estas áreas, sin los cuales sería imposible el desarrollo de la actividad. El turismo constituye una actividad de desplazamiento dentro del marco del tiempo libre de una persona hacia lugares con fines recreativos. Por lo antes expuesto se podría concluir que el Turismo Rural, como producto, se puede definir como:

“aquella actividad en la que los turistas se desplazan desde su lugar de residencia hacia destinos relacionados con la vida del campo y todo lo referente al éste”

“aquella actividad en la que los turistas se desplazan desde su lugar de residencia hacia destinos relacionados con la vida del campo y todo lo referente al éste.

Ante esto cabe discutir si realmente se puede separar lo rural de lo urbano cuando se habla de Turismo Rural. Se considera urbano a todo aquello perteneciente a la ciudad, entonces pareciera que la actividad rural está limitada solo al campo, sin embargo, podría darse un tipo de turismo rural dentro de una población urbana. Esto suena contradictorio, pero por ejemplo y aunque parezca descabellado podría darse el caso de un gran edificio en el cual en su azotea estén dadas las condiciones para criar aves de corral y a la vez existan condiciones adecuadas para pequeños cultivos. ¿Acaso esto no se relaciona con la actividad del campo?

Dicha contradicción, tal vez provenga de la creencia de que lo rural está relacionado con lo tosco, con lo opuesto a las buenas costumbres, con la necesidad de incorporar

tecnologías para el progreso, con poblaciones en depresión, con áreas fuera de las declaradas urbanas. Estas creencias han generado un límite imaginario entre lo rural y lo urbano, cuestión por demás absurda pues ambos se complementan. Algunos expertos son de los que opinan que lo rural y lo urbano simplemente son cuestión de concepto, de un entorno, que algunas veces se diferencian marcadamente, otras veces convergen sin afán.

Otro ejemplo sería el de una población campesina imaginaria en la que toda su vida han existido recolectoras del cultivo del cacao cuyos cantos de trabajo y fruto final constituyen un gran atractivo para turistas potenciales y que de la noche a la mañana se decide establecer posadas para atender esta demanda con todas las comodidades, incluyendo sanitarios privados y, por supuesto, servicio de lavandería a mano, pero con planchado eléctrico. (Entonces es turismo rural pero con pinceladas de urbanidad)

Estos ejemplos, más allá de crear polémica permiten establecer 2 estilos de turismo rural.

1.- uno 100 por ciento auténtico en el cual el turista es un elemento más de ese espacio, donde éste actúa como observador y no requiere de grandes comodidades para satisfacer la necesidad de ocio.

2.- Uno más planificado, el cual es de tipo temático, con cierto grado de autenticidad pero con elementos de servicios incorporados

Ambos estilos de turismo son rurales, es decir, se desarrollan dentro del contexto del campo, sin embargo, el segundo está dotado de condiciones, a veces mínimas, para que el turista se sienta servido.

2. “Todo lo referente al campo”. Variantes del turismo rural

“*Todo lo referente al campo*”, es la premisa que se ha establecido como condición para hablar de turismo rural. El campo, cuna de una gran parte de los recursos que se transforman en la economía y que sirven de sustento tanto a las comunidades rurales como urbanas. Es también una fuente de recursos listos para ser convertidos en atractivos turísticos de alto nivel. Lo más interesante de todo esto es que existen variantes de turismo rural que son parte del abanico de ofertas de productos turísticos rurales y que se dan tanto en zonas de litoral como tierra adentro.

Existen las variantes basadas en las necesidades del turismo, como lo son:

- Los Deportes
- Actividades Educativas
- Actividades Lúdicas

- Actividades Culturales
- Las Religiones
- Otras

Vale destacar que en la medida que avance nuestro mundo global, surgirán mayores necesidades y por ende más oferta y demanda de servicios turísticos rurales.

Las variantes de turismo rural más comunes son:

Agroturismo: Los visitantes o turistas participan activamente en las distintas actividades agropecuarias (Ganadería, Agricultura, entre otras)

Esto quiere decir que el campo, además de ser una fuente del sector primario, también es del sector terciario (por aquello del turismo) entonces esto constituye una estrategia para mitigar el éxodo de productores campesinos hacia las urbes, situación que no es nada nueva en nuestros países.

Turismo Deportivo: participación de los turistas como espectadores o jugadores de actividades deportivas en el medio rural tanto al aire libre como en instalaciones acondicionadas para tales fines

Turismo de Aventura: Dentro de un entorno natural pocas veces utilizado por sus características físicas se producen sensaciones derivadas de situaciones inesperadas que dependen de la propia naturaleza.

Turismo Cultural: es quizá la variante más representativa, pues se trata de la búsqueda por parte de los turistas del conocimiento de la cultura de una localidad rural, ya de por sí el término cultura es bien amplio e incluye el concepto de patrimonio, tanto

material como inmaterial (la búsqueda de lo auténtico es primordial)

Ecoturismo: tiene como objetivo la conservación de los recursos naturales, entonces se dice que los recursos generados por los visitantes son reinvertidos en la protección del medio ambiente.

Estas variantes de la actividad turística rural, aunque no son exclusivas para este tipo de turismo, constituyen una alternativa para la erradicación de zonas deprimidas y en estado de pobreza.

3. Promoción, Difusión y comercialización en el Turismo Rural

En el ámbito de mercadeo de servicios turísticos existen tres conceptos que aunque se relacionan tienen específicas connotaciones que los diferencian entre sí: **Promoción, Difusión y comercialización.**

La promoción es la puesta en valor de productos turísticos rurales para colocarlos en el mercado. Es un trabajo de Macroeconomía del turismo, en la que intervienen principalmente los organismos públicos.

Normalmente está acompañado de campañas generales para satisfacer diferentes mercados, así como la promoción para el emprendimiento de establecimientos de servicios turísticos.

La Difusión se relaciona con un proceso de divulgación de acciones, conocimientos, costumbres de las localidades con la finalidad de mantenerlos vivos en la memoria de los pobladores y foráneos.

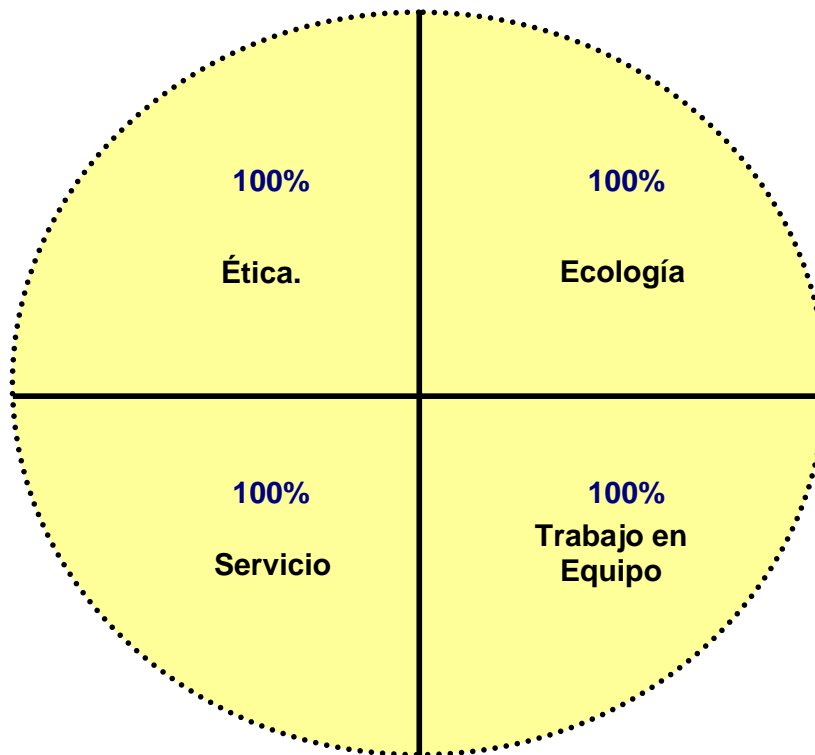
La Difusión se relaciona con un proceso de divulgación de acciones, conocimientos, costumbres de las localidades con la finalidad de mantenerlos vivos en la memoria de los pobladores y foráneos.

La comercialización se nutre de la promoción y difusión, con el valor agregado de proveer las condiciones y organización necesarias para llevar los productos a la venta y así generar el efecto multiplicador del turismo, en el que se activa la economía por medio del intercambio comercial basado, en este caso, en productos turísticos rurales. Todo ello bajo un contexto productivo y humano.

4. La Comercialización del producto turístico Rural. Elementos y Estrategias

La comercialización del producto turístico rural, es un proceso amigable y sustentable que evita la explotación y mal uso de los recursos. La mayoría de las veces la actividad turística es vista como un depredador, pero somos los seres humanos quienes tenemos el poder de conservar, por ende, de hacer de la actividad turística un aliado para las localidades rurales. La base y estrategia fundamental para el desarrollo de todo esto radica en los valores con los que se desarrolla la actividad, además del consenso de las comunidades, los inversionistas privados y los entes públicos en los ámbitos municipales, regionales y nacionales. Esto suena un poco repetitivo, y “conferencia soñadora”, pero los resultados solo se verán al desarrollar los planes.

**La rueda de valores para la comercialización
Del producto turístico rural**



Fuente: Elaboración propia

Esta rueda representa los cuatro valores fundamentales con lo que todo turistólogo o servidor turístico debe desarrollar el turismo rural.

La ética, como valor universal incluye la oferta de los bienes y servicios tal como el turista los va a apreciar, además del respeto hacia los pobladores de las zonas rurales quienes tienen un alto porcentaje de participación a la hora de declarar una localidad rural de interés turístico.

La ecología, además de la preservación del ambiente, incluye un principio de que toda acción que se realice en nombre del turismo no repercutirá negativamente sobre las partes involucradas.

El servicio como valor representa el trabajo de atención al turista desde el servir, no desde el ayudar, cumpliendo con las tareas necesarias para la satisfacción de las necesidades y expectativas de los turistas.

Trabajo en equipo y en red, constituye una estrategia para la comercialización, pues el trabajo de cada uno de los actores se complementa entre sí y de esta manera se

podría crear un sistema efectivo de desarrollo turístico rural. “Lo que yo tengo complementa a los productos del otro que no poseo y así gana la comunidad”

Planteamiento: identifique el porcentaje que usted posee de cada uno de los 4 valores en la rueda. Si no está al 100 por ciento, no se preocupe, esto solo indica que debe reforzar aún más sus valores. Lo importante aquí es lograr autoconocimiento de nuestras debilidades.

Elementos que se relacionan y componen la Oferta turística Rural



Fuente: Basado en el planteamiento de Milio Balanza(2000)

Recursos Turísticos: Bienes de tipo natural y cultural los cuales tienen cierta vocación para ser declarados de interés turístico

Empresas turísticas: organizaciones privadas básicas para el desarrollo de la actividad turística rural.

Infraestructura de soporte: elementos creados de forma que permitan al cliente cubrir sus necesidades básicas y el disfrute de los atractivos del destino.

Elementos complementarios: servicios que junto a los anteriores apoyan y satisfacen necesidades del turista en el destino.

Producto Turístico Global: conjunto de elementos tangibles e intangibles organizados de tal forma que son capaces de satisfacer las motivaciones y expectativas de un segmento de mercado determinado.

Precio, Distribución, Comunicación: conjunto de técnicas de marketing utilizadas por las empresas para la creación, promoción y venta de los productos turísticos.

Entonces la *Oferta Turística* estaría integrada por el conjunto de bienes y servicios organizados por empresas especializadas, de forma que se pueden comprar por un precio establecido para su disfrute en un lugar y tiempo determinado

5. Proceso de comercialización

El mercado turístico rural presenta una serie de particularidades que definitivamente se diferencian de otros mercados turísticos, sin embargo al igual que otras variantes del turismo se encuentra en un proceso de reinvención, por la preponderante presencia de las nuevas tecnologías de la información (INTERNET, por supuesto) que de una u otra manera han desplazado, no en su totalidad pero sí de manera significativa, las vías tradicionales de comercialización.

Esta estructura tradicional está representada básicamente por el trabajo que hacen los canales de distribución tales como las agencias minoristas y mayoristas además de las oficinas de turismo institucionales locales. Esto es lo que se llama mercadeo indirecto.

La comercialización directa, aquella que realizan los servidores por su cuenta y que tradicionalmente consiste en la compra directa por parte del cliente, es quizá el esfuerzo más importante que deberá realizar el emprendedor turístico rural, pues muchos de los recursos y esfuerzos invertidos en ella se verían capitalizados a la hora de aprovechar el trabajo de los canales de distribución.

6. Conclusión

Dentro del marco del tema de la rentabilidad por medio de la comercialización de productos turísticos rurales el servidor turístico no se escapa de ser un profesional holístico, capaz emprender proyectos enmarcados en su propio espacio como elemento de desarrollo para su comunidad o nación.

Si alguien tiene una idea de negocio para desarrollar la actividad turístico-rural, entonces sueñe y lleve a la realidad lo que desee hacer:

- Esté convencido de que ese sueño es realizable
- Establezca metas a corto plazo para el logro de su sueño
- Despeje el camino de todo lo que le impide alcanzar su meta
- Haga su propia Rueda de Valores
- Evalúe todas aquellas fortalezas que posea y oportunidades que le presenta el entorno para alcanzar su meta
- Evalúe las debilidades que posea y las Amenazas y conviértalas en “oportunidades para el desarrollo”
- Debe estar conciente que el aprendizaje nunca termina, entonces sea un aliado de él.

“El turismo es un hecho social de desplazamientos de los seres humanos con el fin de alimentar algo que difícilmente puede palpase, es precisamente la esencia humana”

Raúl Alfonso Camacho

7. Bibliografía.

- Camacho R, Raúl A 2006. El turismo al servicio del patrimonio cultural. En: “Memorias de VII Encuentro para la Promoción y Difusión del Patrimonio Inmaterial de los países Iberoamericanos” San Felipe: 280-284.
- Kotler, Philip 2005 “ Marketing para Turismo”.Editorial Pearson Education. Madrid España.
- Milio Isabel 2000 “Comercialización de Productos y Servicios turísticos” Editorial Paraninfo Madrid España
- OMT. “Introducción al Turismo” 1998.Organización Mundial del turismo.

Entrevistas

- Georgina Hernandez. Especialista en Turismo. Venezuela
- Aida Amelia Morales. Historiadora. Venezuela
- Marcos Gonzalez Pérez. Historiador. Colombia

8. RESUMEN CURRICULAR

Raúl Alfonso Camacho Rodríguez



- 1.- Es Graduado en el área de Turismo en la Universidad Simón Bolívar y Licenciado en Administración egresado de la Universidad Fermín Toro.
2. Posee un postgrado en Docencia universitaria en Quality Management School de Barcelona España y un Master en Administración de Empresas de la Florida Virtual University.
3. En el 2004 Recibe Certificación de Marriott como especialista en ventas de Hoteles y en el 2006 La Universidad del Conocimiento de Walt Disney le otorga el certificado de especialista en Disney con enfoque en comercialización de parques temáticos.
- 4.- Actualmente es Coordinador del CEHOTUR Centro de Estudios para la Hospitalidad y Turismo de la Universidad Nacional experimental del Yaracuy y profesor de la cátedra de Atención al Cliente de esta casa de Estudios
5. A los 19 años Fundó su propia empresa de Turismo “Viajes Brújula”, la cual ha gerenciado con éxito durante 11 años.
- 6.- Es instructor de cursos de sensibilización Turística y Asesor de diferentes empresas y universidades en el área gerencial y ha sido coordinador de estudios de mercado turístico para el Gobierno de Yaracuy-Venezuela.
7. Ganó el segundo lugar en la exposición de oferta turística de Venezuela otorgado por la Universidad Simón Bolívar en 1995.
8. Cursó estudios de Inglés en la Universidad de Houston Texas.
9. Trabaja como COACH EMPRESARIAL para desarrollo de la calidad de servicios.