

Impactos y encadenamientos locales generados por el desarrollo de iniciativas de turismo rural comunitario. Análisis de tres casos de estudio en Costa Rica.

Leyla Solano Pacheco

Resumen/Abstract:

Community-based rural tourism in Costa Rica –CRT- has been developed by grassroots organizations with the financial and technical support of various international aid institutions and non-governmental organizations. These types of investments emerged from the need to create economic alternatives to the declining agriculture based models. The new activities were regarded as opportunities to develop sustainable models and to reduce the direct pressure on natural resources.

Palabras clave: Encadenamientos, turismo rural comunitario, economía social.

Introducción

El Turismo en Costa Rica

La Evolución de la Industria del Turismo en Costa Rica

Entre 1987 y 2007, la industria del turismo en Costa Rica se desarrolló de manera sorprendente y hoy tiene un fuerte impacto en el desarrollo económico y social del país. En 1987, el turismo representaba solamente 3% del PIB nacional, mientras que ya en 1995 esa relación había crecido a casi un 9%, lo que generó unos ingresos en más de US\$ 659 millones. El fuerte crecimiento de este sector y la tendencia de crecimiento a futura eran muy claros a finales del siglo XX. Así en 2007, los ingresos llegaron a los US\$ 1.900 millones (Estadísticas ICT-2008), para un total de 1.900.000 turistas en el año.

Por otro lado, en 1993, dicho sector se convirtió en la primera fuente generadora de divisas, superando los ingresos por la venta de banano, que era en aquel entonces el principal producto de exportación. En este sentido, la industria representa más del 24,3% de las exportaciones costarricenses y es un importante punto de equilibrio de la balanza de pagos del país. (Estadísticas ICT-2006) (Sanabria, Raúl, 2007)

Debe mencionarse que el turismo es, en la actualidad, una fuente importante de empleo directo e indirecto de tal modo, que se estima que solamente el sector hotelero y de restaurantes, han empleado aproximadamente 108.000 personas en 2005; dato que representa alrededor del 5,7% de la fuerza laboral del país. (Estado de la Nación, 2006).

Más importante aún, es el hecho de que la industria del turismo ha servido para promover el desarrollo regional, ya que en muchos casos, las zonas de atractivo turístico se encuentran alejadas de los principales centros urbanos y de actividad económica.

Posicionamiento de Costa Rica

El posicionamiento de Costa Rica como destino, se ha venido dando de manera paulatina en los últimos 20 años. Costa Rica tuvo un auge en materia de ecoturismo a finales de la década de los años 80 y principios de los años 90, a razón de una serie de factores, entre ellos:

- ✓ Un Sistema de Áreas Protegidas que abarca alrededor del 27% del territorio.
- ✓ Un país con tradición pacífica y sin ejército.
- ✓ Un proceso de investigación y difusión de la enorme riqueza en biodiversidad del país.
- ✓ Relativa calma, seguridad, acceso y comunicación.
- ✓ Cercanía a mercados emisores importantes como Estados Unidos

- ✓ País pequeño, de fácil desplazamiento y con buenos servicios
- ✓ Una industria hotelera en crecimiento, diversificación
- ✓ Un producto turístico novedoso

Por otro lado, en 1987, el Dr. Óscar Arias Sánchez (entonces Presidente de Costa Rica), recibe el Premio Nobel de la Paz. Ese acontecimiento coloca a Costa Rica en los titulares de las principales agencias de noticias del mundo y genera un enorme interés por el país. La publicidad internacional que el premio genera, le permite a Costa Rica posicionarse entre la comunidad internacional, como un destino pacífico de larga tradición democrática.

Otro factor que es mencionado con frecuencia y que sin duda, ayudó al desarrollo del sector turismo, es el hecho de que hacia finales de la década de los años ochentas, se refuerza la tendencia mundial por la conservación del medio ambiente y los temas ecológicos. Para ese entonces, por su diversidad biológica y estabilidad política, Costa Rica había logrado atraer a entidades como la Organización de Estudios Tropicales, que reúne a 55 universidades de reconocido prestigio internacional; el Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE) y al Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), instituciones que durante muchos años habían realizado investigación de primer orden en el país y se habían encargado de difundir el nombre de Costa Rica entre académicos, grupos ambientalistas y público interesado en el tema, como un país muy especial por su biodiversidad y compromiso con la conservación del medio ambiente. También, Costa Rica había logrado crear un sistema de parques nacionales ejemplar y de relativamente fácil acceso, que en la actualidad, comprende un importante porcentaje del territorio nacional. Todo ello contribuyó a posicionar el país como un destino muy atractivo

para todos aquellos turistas, que por razones profesionales o personales, estaban interesados en temas ambientalistas y naturalistas. (Sanabria, Raul.2007)

Globalización y turismo comunitario

La insuficiente dinámica de las actividades agropecuarias tradicionales y el deficiente desempeño de las pequeñas unidades productivas, impiden a la gran mayoría de la población rural de América Latina, gozar de empleos estables e ingresos suficientes que garanticen un nivel de vida decoroso. Los procesos de exclusión social y política, explican el déficit histórico que acumulan los estratos sociales más vulnerables del agro, en materia de educación, formación profesional, nutrición y salud; lo cual redundando en una baja productividad laboral y una débil capacidad para desempeñar labores calificadas y bien remuneradas.

La globalización económica trae consigo el cambio de comportamiento de los consumidores, la búsqueda de nuevas fuentes de ventajas competitivas y el uso creciente de las tecnologías de la información y la comunicación. Estos factores inciden con mayor fuerza en sectores dinámicos, como el turismo, que despliega una expansión sostenida a escala mundial.¹ Frente al fenómeno de la masificación, un creciente segmento de turistas reclama productos novedosos, vivencias culturales auténticas y destinos de naturaleza prístinos. La pujanza del turismo y sus nuevas corrientes representan una fuente de oportunidades para pequeños negocios, en la medida en que éstos sean capaces de ofertar productos que conjuguen atributos de originalidad y autenticidad, fuentes de diferenciación y competitividad.

¹ Organización Mundial del turismo. Cifras 2006.

La oferta turística de las comunidades rurales aparece como una opción consistente con las nuevas dinámicas del mercado, pues sus productos valoran la identidad cultural y fomentan intercambios vivenciales, permitiendo al visitante disfrutar de experiencias originales que combinan atractivos culturales y ecológicos, al margen de los derroteros del turismo de masas. No obstante, dichas comunidades enfrentan el mercado con severas restricciones al ser excluidas de las instituciones y discriminadas, en muchos casos, del acceso a los recursos productivos, servicios públicos y mercados. Esta situación evidencia la *paradoja de la pobreza* que afecta a muchas comunidades: siendo potencialmente ricas en atractivos, éstos no han podido ser transformados en recursos y en activos empresariales, a ser valorados a través del mercado.²

El Turismo Comunitario en Costa Rica

El turismo rural comunitario en Costa Rica se ha desarrollado fundamentalmente desde las organizaciones de base comunitaria, con el apoyo financiero y técnico de organismos de cooperación internacional y organizaciones no gubernamentales. Este tipo de inversiones surgió a partir de la necesidad de generar opciones económicas en respuesta al agotamiento del modelo agrícola y pesquero y por parte de los organismos de cooperación se vio como una oportunidad de desarrollar medios de vida sostenibles y reducir la presión directa sobre los recursos naturales. (Proyecto PRODOC-TRC, ICT/PNUD/Alianza. 2005)

² Maldonado Carlos. 2005. *Síntesis analítica y comparada de 23 estudios de caso de etnoturismo comunitario en América Latina*, OIT, SEED.

El desarrollo de esta actividad se ha dado gracias al aporte de varios actores. Algunos ejemplos de diferentes organizaciones, que han tenido un papel importante en el desarrollo del turismo rural comunitario en Costa Rica:

- El Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) llevó a cabo uno de los primeros programas en torno al Área de Conservación Arenal,
- En 1995 da inicio a la ejecución del Convenio Bilateral de Desarrollo Sostenible Costa Rica-Holanda, el cual definió como uno de sus ejes fundamentales, el financiamiento del turismo comunitario.
- El Programa de Pequeñas Donaciones (PPD/PNUD), desde 1995 hasta la fecha, ha financiado y cofinanciado un número importante de iniciativas de turismo comunitario como un medio de conservación de la biodiversidad, fundamentalmente asociadas a corredores biológicos en todo el país.
- Existen dos importantes redes a nivel nacional surgidas para representar los intereses de las organizaciones del segmento y comercializar la oferta de manera articulada. Se trata del Consorcio Cooperativo Red Ecoturística Nacional – COOPRENA-, con más de diez años y más recientemente la Asociación de Turismo Rural Comunitario –ACTUAR.

En todos los casos, las actividades turísticas son gestionadas por organizaciones locales de diversa índole: cooperativas, asociaciones de productores, asociaciones conservacionistas, grupos de mujeres, fundaciones y comités locales. En muchos casos, se trata de comunidades que surgieron como asentamientos del Instituto de Desarrollo Agrario IDA- en terrenos con vocación más forestal que agrícola, y que incursionaron en la actividad

turística con el apoyo de donantes internacionales y en la búsqueda de alternativas productivas.

Gran parte de los esfuerzos de las organizaciones y programas anteriormente mencionados, se han dirigido al fortalecimiento de las capacidades locales para la inserción en la actividad turística. En casi todos los casos se ha dado una transición, desde el sector primario hasta el sector de servicios, lo cual ha resultado ser un proceso difícil, especialmente si se tiene en cuenta el limitado acceso a oportunidades de formación para esta actividad, en las áreas rurales.

Definiendo el término:

Como parte de un trabajo conjunto entre la Alianza para el fortalecimiento del TRC y el ICT y con el financiamiento del PNUD, se logró definir una estrategia clara de desarrollo del turismo rural comunitario (TRC), en la cual era preciso llegar a una definición consensuada. Así, el turismo rural comunitario se definió como;

“Experiencias turísticas planificadas e integradas sosteniblemente al medio rural y desarrolladas por los pobladores locales organizados para beneficio de la comunidad”.(ICT- Alianza TRC, 2005)

El turismo rural permite integrar, las riquezas naturales, la vida cotidiana de la comunidad rural y la dinámica propia de las actividades agropecuarias, en un producto atractivo para el mercado turístico nacional e internacional. Se orienta hacia el turista interesado en conocer y disfrutar la vida del campo, considerando la participación en actividades como por ejemplo, cabalgatas, caminatas, conocimiento de métodos alternativos de producción, pesca de agua dulce, fiestas patronales y turnos, sin descartar otras posibilidades accesibles en la

zona como el turismo de aventura, el disfrute de la naturaleza y la práctica de actividades deportivas.

Se caracteriza además, por ofrecer a visitantes un contacto personalizado; brindar oportunidades de disfrutar del entorno natural y humano de las zonas rurales y poder participar en aquellas actividades tradicionales, formas de vida y costumbres propias de una comunidad. Los servicios son prestados por los productores y productoras, a través de organizaciones productivas o directamente como negocio familiar.

Algunos elementos diferenciadores del turismo rural comunitario son:

- a) Integra las riquezas (atractivos) naturales y la vida cotidiana de la comunidad rural.
- b) Entrena competencias locales y desarrolla habilidades empresariales
- c) Promueve e integra las prácticas productivas sostenibles, dentro de la oferta turística.
- d) Genera los encadenamientos productivos locales
- e) La experiencia turística se adapta a la vida y dinámica rural y preserva la “ruralidad” (muestra la originalidad, peculiaridad, rusticidad, ambiente acogedor y confortable y, autenticidad rural del país).
- f) Se sustenta en la gestión y participación local (fortalece la organización local en donde participan varias familias o toda la comunidad.)
- g) Distribuye equitativamente los beneficios, complementa y diversifica los ingresos de las familias rurales.
- h) Promueve la tenencia de la tierra por parte de los pobladores locales.

Planteamiento del problema

El turismo rural comunitario (TRC) se ha venido desarrollando en el país desde hace 15 años, en manos de cooperativas y asociaciones de diversa índole, pertenecientes a la denominada economía social. Sin embargo, pese a este desarrollo, aún no se conocen con claridad los impactos económicos y los encadenamientos locales generados y que son sustento teórico de la misma actividad. Este artículo pretende abordar la problemática y documentar información sobre el tema, basándose en 3 casos de estudios de iniciativas de TRC en el país.

Objetivo General:

Analizar los encadenamientos locales generados por la actividad del turismo rural comunitario, tomando como base tres casos de estudio, con el fin de demostrar su importancia en los ámbitos económico, social y ambiental.

Objetivos Específicos:

- 1) Estudiar el modelo turístico desarrollado por las comunidades de base
- 2) Conocer el impacto de esta actividad a nivel comunal y regional
- 3) Proponer un mayor aprovechamiento de los recursos locales, para las organizaciones seleccionadas.

Metodología

La metodología utilizada consistió en

- a- Selección de organizaciones
- b- Visita a las organizaciones seleccionadas
- c- Entrevistas con personal e informantes claves
- d- Aplicación de encuestas.
- e- Elaboración de información

Descripción de resultados de las organizaciones seleccionadas

La recolección de datos se llevó a cabo mediante la aplicación de entrevistas, observaciones y reuniones de grupo. Por lo tanto, los resultados que se presentan en este documento, corresponden, casi en su totalidad, a las apreciaciones personales de los individuos entrevistados y del entrevistador.

El estudio utiliza una escala de valoración de las percepciones de los entrevistados de 1 a 5, donde:

- 1. es Nulo Impacto
- 2. es Bajo Impacto
- 3. es Impacto Medio
- 4. es Alto Impacto
- 5. es Muy alto impacto

Se analizaron 14 aspectos:

a) Ámbito económico

- 1. Capacidad de inversión
- 2. Infraestructura y accesibilidad

3. Gestión administrativa
4. Mercadeo y comercialización
5. Rentabilidad
6. Independencia del turismo de otras actividades productivas
7. Aspectos legales

b) Ámbito Social

8. Satisfacción del cliente
9. Encadenamientos productivos locales
10. Involucramiento de la comunidad
11. Calidad de vida
12. Equidad de género
13. Educación y capacitación

c) Ámbito Ambiental

14. Responsabilidad ambiental

Temas centrales, variables y preguntas

El esquema utilizado para la evaluación fue el siguiente:

Cuadro 1: Muestra del instrumento utilizado en la evaluación

Temas Centrales / Variables / Preguntas	Indicadores	Totales	Total
		Parciales	Ponderado
ÁMBITO			

Temas Centrales / Variables / Preguntas	Indicadores		Totales	Total
			Parciales	Ponderado
1. Aspecto relevante del Ámbito	Calificación		Valores	Valores
Aspecto por Evaluar, por ejemplo para el ámbito económico: 1. Capacidad de inversión actual del albergue (ampliaciones, remodelaciones, capacitación de personal)	1.Nula			
	2.Baja			
	3.Media			
	4.Alta			
	5.Muy alta			

Análisis y discusión de resultados

a) COOPESANJUAN R.L.

El producto turístico aun debe ser desarrollado en esta cooperativa. . Aun no está claramente definido para los asociados. Muchos de los aciertos han sido casuales. El apoyo de la organización a la cual es afiliada la cooperativa es decir, COOPRENA, R.L., ha sido preponderante en tratar de definir ese producto en conjunto con la comunidad y de acuerdo con los recursos disponibles.

i. Capacidad de Inversión

Presenta un desempeño bajo, ya que el albergue requiere remodelaciones y ser ampliado. Se ha hecho una alta inversión en el pasado. Se debe valorar todo el esfuerzo que está

detrás de este mejoramiento. Las mujeres aportan trabajo voluntario para ayudar a construir y los hombres de la comunidad, en sus tiempos libres, también ayudan.

ii. Infraestructura y Accesibilidad

Su desempeño es mediano. Como en casi todo, no se trata de dinero, sino de que los asociados valoren los recursos que poseen. La apariencia de las habitaciones, del restaurante y el acceso al lugar, forman parte de la imagen que se lleva el visitante; por lo tanto, es necesario que se mejoren.

iii. Gestión

Desempeño por encima de la media. Es ejemplar la polifuncionalidad y flexibilidad en la gestión administrativa. Las mujeres de la comunidad se organizan sin importar el trabajo que desempeñaran, todas pueden realizar las actividades propias del proyecto, con excepción de la parte administrativa. Hace falta más apoyo por parte de la administración formal de la cooperativa.

iv. Mercadeo y comercialización

Desempeño bajo. Sin el apoyo de COOPRENA, R.L. en este aspecto, tendrían problemas para colocar su producto turístico. Tienen contactos informales que les generan riesgos porque el pago de los servicios no es garantizado. Para crear un programa de trabajo en mercadeo y comercialización, es necesario contar con un eficiente sistema de estadísticas de visitación, para lo cual se necesita equipo de cómputo, orden y metodologías de control.

v. Rentabilidad

Desempeño casi nulo. Los ingresos no cubren los gastos y mucho menos tomando en cuenta que en la actualidad se está recibiendo poca visitación. La cooperativa no ayuda a

manejar esta deficiente situación, consecuentemente, el proyecto turístico , queda al amparo de la ayuda externa. La cooperativa debe manejarse sistemáticamente, en donde el proyecto turístico sea un elemento indispensable del todo.

vi. Independencia del turismo de otras actividades productivas

Desempeño bajo. Se depende altamente de las plantaciones de piña. Sin embargo, aunque el proyecto es de tipo agroecoturístico, estos cultivos no son orgánicos. La escasa rentabilidad, la hace más dependiente a esas actividades. Siempre existe una especie de subordinación del proyecto turístico, con respecto de la actividad agrícola y no es tomada con la seriedad que merece.

vii. Aspectos Legales

COOPESANJUAN R.L: en el nivel de proyecto turístico cuenta con un desempeño bajo en esta variable. El proyecto no considera de relevancia estar al día con todas sus obligaciones legales. Es importante para estar al día en los impuestos, y por su imagen corporativa. Un establecimiento con declaratoria turística cuenta con mayor prestigio y aceptación entre la demanda, pues indica el cumplimiento de una serie de parámetros de calidad turística.

viii. Satisfacción al cliente

A pesar de todas las limitaciones, el desempeño en cuanto a satisfacción del cliente, resulta en la media, pero la explicación está en que a los visitantes les impresiona mucho la calidad humana y la hospitalidad que reciben por parte de los locales. Una vez más, se evidencia la importancia de ese valor agregado, que sólo puede ser transmitido por el ser humano. Este factor hace la diferencia.

ix. Encadenamientos productivos locales

Desempeño bajo, porque los encadenamientos no son estrechos ni entendidos como un requisito para hacerse llamar parte del ecoturismo que practican. Los pobladores contribuyen con algunos productos agrícolas (plátano, yuca, piñas, naranjas, limones, etc.) provenientes de sus terrenos, cuando los hay y cuando se los solicitan. Se debe crear iniciativas productivas locales y encadenarlas al proyecto, como podría ser la actividad de artesanía y otros, que puedan darse a nivel local.

x. Dependencia de productos externos

Principalmente en canasta básica y otros productos de supermercado, la dependencia es muy alta. El 100% de estos productos se compran fuera de la comunidad, aunque en la misma región. Asimismo, los vegetales se compran en Aguas Zarcas. COOPESANJUAN R.L. es una comunidad totalmente agrícola y tiene mucho potencial por explotar en este sentido. Sería ideal que contaran con su propia huerta, en donde se abastezcan de todos estos productos y aún más deseable, si utilizaran la agricultura orgánica. Si se aprovecha el potencial que se tiene, los resultados pueden ser evidentes a muy corto plazo.

xi. Involucramiento de la comunidad

Desempeño relativamente alto: se falla en el involucramiento de la comunidad en actividades culturales. Aunque el involucramiento es alto, éste debe ser acertado, responsable y planificado.

xii. Calidad de Vida

En este aspecto el desempeño de COOPESANJUAN R.L. es alto. La actividad turística ha proveído a los locales de mayores oportunidades educativas, más altos niveles de

organización, solidaridad y responsabilidad. Principalmente en lo que es la participación de las mujeres en actividades económicas; ellas, gracias a los ingresos económicos que perciben por su involucramiento en la producción, han adquirido mayor estabilidad, independencia y seguridad en sí mismas. Además de fomentar su creatividad.

xiii. Equidad de género

Desempeño alto en el proyecto turístico, pues son las mujeres las encargadas en su totalidad. Por ello han recibido muchos beneficios y es evidente que ellas se sientan muy identificadas con el proyecto y satisfechas con la presencia del turista, con quienes desarrollan mas relaciones de familiaridad, que meramente económicas. No todas las mujeres de la comunidad participan activamente del proyecto turístico. Las razones son diversas, entre ellas: el cuidado de niños, los quehaceres del hogar, enfermedades y hasta prohibiciones por parte de sus compañeros.

xiv. Educación y capacitación

Desempeño medio de COOPESANJUAN R.L. en Educación y Capacitación. Reconocen la capacitación impartida por medio de COOPRENA, R.L. y de otras instituciones gubernamentales y no gubernamentales, pero los resultados no son proporcionales a toda esa ayuda. Con un poco más de esfuerzo, se puede evitar la filtración de todo ese conocimiento.

xv. Responsabilidad ambiental

Desempeño relativamente bajo: las capacitaciones recibidas en cuanto a Educación Ambiental, Mejores Prácticas e Interpretación Ambiental, tampoco han sido aprovechadas. De nuevo, es necesario valorar los recursos que se les brindan, pues aunque se ofrecen en

forma gratuita, no por ello, deben ser desvalorizados. La zona tiene mucho potencial en este aspecto, precisamente por formar parte del Corredor Biológico San Juan-La Selva.

Cuadro 2: COOPESANJUAN R.L.: Ponderación de resultados según el Ámbito

ÁMBITO ECONOMICO	2,37
ÁMBITO SOCIAL	3,55
ÁMBITO AMBIENTAL	2,36

Gráfico 1: Impacto del Proyecto Turístico de Coopesanjuan, R.L. según el ámbito

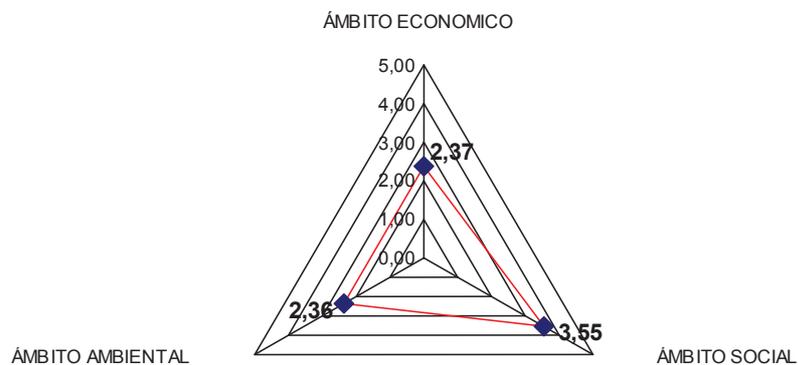
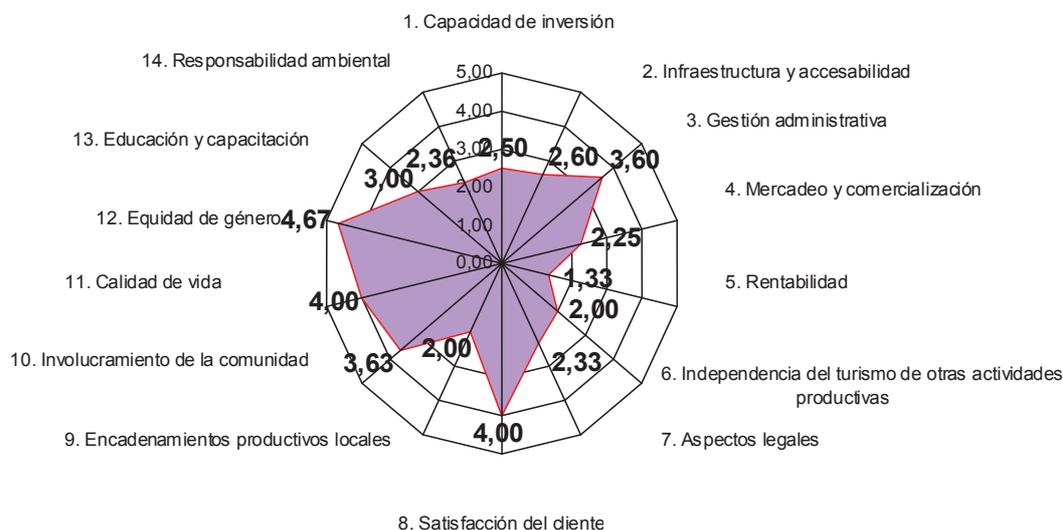


Gráfico 2: Desempeño del Proyecto Turístico de Coopesanjuan, R.L. según criterios seleccionados



b) COOPESILENCIO R.L.

i. Producto turístico

El producto está definido, pero falta un poco de esfuerzo para hacerlo llegar finalmente al cliente, con altos niveles de calidad. Los resultados de la evaluación del desempeño, demuestran, apenas una satisfacción mediana del turista. Por ejemplo las novedosas iniciativas para diversificar la oferta agro-ecoturística.

ii. Capacidad de inversión

Coopesilencio, R.L. cuenta con una capacidad de inversión con un desempeño bajo. La razón es que se ha invertido en muchos proyectos, para los cuales todavía no se ven los resultados, pues aun están en proceso. El proyecto turístico debe poseer autonomía económica formal de la Administración General de la Cooperativa.

iii. Infraestructura y accesibilidad

Su desempeño es mediano. COOPESILENCIO R.L., cuenta con una infraestructura de más de 7 años y ya es urgente realizar remodelaciones y reparaciones, principalmente en lo que son los techos de palma. Es importante confeccionar una estrategia de trabajo en donde se dé prioridad a aquellas áreas que están en peores condiciones y tomar en cuenta las medidas de seguridad necesarias en favor de un producto turístico de calidad.

iv. Gestión administrativa

Desempeño relativamente alto. La principal debilidad consiste en la baja polifuncionalidad, en parte porque muchos de los que trabajan directamente en el proyecto turístico (que en su mayoría son mujeres) no son socios de la cooperativa. Aquí, la única finalidad consiste en un salario mensual y nada más. Se debe incentivar a estas personas, involucrarlas en la misión y visión de la organización y desde luego, brindarles las mismas oportunidades que tienen los hombres para asociarse.

v. Mercadeo y comercialización

Desempeño relativamente alto. A diferencia de COOPESANJUAN, R.L., en este proyecto se lleva un alto control de estadísticas de visitación, lo cual permite establecer estrategias de mercadeo más acertadas y enfocadas hacia el tipo de turista potencial. Además, cuentan con contactos en diversas instituciones que les están colaborando con material promocional. Es notable la falta de fidelidad para con COOPRENA, R.L., sin embargo, es uno de los albergues a los que más servicios le ha dedicado.

vi. Rentabilidad

Su desempeño es bajo. Apenas se cubren los gastos y la rentabilidad se vislumbra para largo plazo. Ya COOPESILENCIO R.L. pasó por su primera fase; ya tiene trayectoria. Un análisis F.O.D.A. ayudaría a encontrar las causas de su baja rentabilidad, entre ellas y entre las más importantes están la baja identificación de los colaboradores directos del proyecto turístico con la organización; alta dependencia a las iniciativas de entes extranjeros y la falta de un plan de trabajo propio, para el proyecto.

vii. Independencia del turismo de otras actividades productivas

Desempeño medio. En orden de importancia descendente, las actividades económicas de la Cooperativa son: Palma aceitera, Turismo y Centro de Rescate de Vida Silvestre, Comisariato, Reforestación, Maquinaria, Huerta, Lechería, Mueblería y el Centro de Capacitación. El turismo a pesar de la baja rentabilidad, es una actividad determinante en el desarrollo de la organización. Ocupa el segundo lugar en orden de importancia. Se reconoce su alto potencial y es tomado con seriedad.

viii. Aspectos legales

Desempeño relativamente alto. Su debilidad consiste en que no cuentan con la declaratoria turística. Se comenzaron los trámites, pero se abandonaron. Son conscientes, eso sí, de la importancia de contar con ello.

ix. Satisfacción del cliente

Desempeño medio. Los problemas son generados por la baja identificación de los participantes con el proyecto turístico en donde no todos los compañeros se preocupan por la satisfacción del visitante (a pesar de los muchos talleres de servicio al cliente que ellos mismos reconocen haber recibido). El visitante es quien da sugerencias, pero le

corresponde a toda la organización tomarlas en cuenta seriamente, con el fin de mejorar y estandarizar el servicio.

x. Encadenamientos productivos locales

Desempeño mediano. En COOPESILENCIO R.L. se trabaja diferente y de una forma más organizada. Existen grupos de personas, encargados de un proyecto. Por ejemplo, el proyecto de la huerta, genera algunos productos agrícolas para el albergue. El proyecto del Comisariato, es importante en proveer productos de la canasta básica y demás; el problema reside en que sólo se utiliza para casos de emergencia (cuando se termina lo que se compró externamente). El proyecto de ebanistería, confecciona los muebles que se necesitan en el albergue. Se tienen otros proyectos como el de la lechería y la granja. Cabe anotar, que algunas de estas iniciativas son nuevas y están empezando a implementarse. Como todos estos proyectos pertenecen a la cooperativa y las ganancias también, no se utiliza dinero como forma de pago interna, sino documentos. Esto evidencia un problema para muchos, pues es muy difícil convertir esos “papeles” en efectivo, para comprar en otros lugares; pero también es una forma de obligar los encadenamientos productivos locales.

xi. Dependencia de productos externos

Aunque existen todos los anteriores proyectos, algunos de ellos son relativamente nuevos y todavía están por verse los resultados. Se necesita mucho apoyo por parte del mismo proyecto turístico y de los locales para dar a estos proyectos la fortaleza necesaria, para constituirlos en opciones claras a la hora de realizar compras, con altos niveles de temporalidad y estandarización. COOPESILENCIO R.L. también tiene la oportunidad de participar en el taller de huertas orgánicas y seguridad alimentaria.

xii. Involucramiento de la comunidad

El desempeño se ubica por encima de la media: se falla en el bajo aporte de trabajo voluntario por parte de los miembros de la comunidad y al igual que en COOPESANJUAN, R.L., en el involucramiento de la comunidad en actividades culturales. Este último aspecto no es visto como un requisito del tipo de turismo que practican. El visitante interesado en TRC, quiere conocer las prácticas culturales de la población que visita y la comunidad puede ofrecerlas de forma natural (nunca se deben forzar).

xiii. Calidad de vida

En COOPESILENCIO R.L. se evidencia un desempeño muy alto, lo cual se traduce en que ahora los locales gozan de mayor prestigio a nivel regional, nacional e internacional, favoreciendo las relaciones externas de la organización. Desde luego, con la actividad turística se han incrementado sus oportunidades para desarrollarse, gracias a la capacitación y la educación. La población femenina ha recibido oportunidades jamás imaginadas en el pasado; mucho tiene que ver con el poder adquisitivo que les genera sus empleos en el proyecto turístico, pero también se basan en los beneficios de sus experiencias con otras personas y el fortalecimiento de sus valores.

xiv. Equidad de género

Desempeño alto en lo que corresponde al proyecto turístico, en donde la gran mayoría son mujeres (y no asociadas). Con respecto de esto último, la participación de la mujer en toda la cooperativa, es desigual y desfavorable. Tan sólo el 8% de la afiliación corresponde a las mujeres (4 mujeres de 45 asociados activos en total). Todavía existen muchos prejuicios que más de tres décadas de vida cooperativa no han podido eliminar.

xv. Educación y capacitación

Desempeño medio. Se presenta la misma situación que en COOPESANJUAN R.L. Hay debilidades en el idioma inglés y otros idiomas de turistas, que prefieren dicha zona como el caso de los turistas provenientes de Francia y Quebec. Las principales debilidades en capacitación (también de los otros dos proyectos), se evidencian en este punto. La juventud es la que presenta mayores probabilidades de manejar otros idiomas, pero los adultos (como las amas de casa, por ejemplo) pueden también sacar provecho de la disponibilidad de ayudas por parte de los mismos visitantes y voluntarios, sobre todo si su familia es la anfitriona.

xvi. Responsabilidad ambiental

Desempeño medio: aún así, es el mejor de los tres. Falta definición al respecto. Los conocimientos se tienen, pero no se aplican. Cuentan con importantes recursos como el Centro de Rescate y el Centro de Capacitación Ambiental, en donde se pueden llevar a la práctica tales conocimientos, pero nuevamente se opta por el desinterés y la pasividad para dejar que otros (los voluntarios extranjeros), realicen el trabajo que les corresponde a ellos. Hay desde luego excepciones, pero muy pocas.

Cuadro 3 : COOPESILENCIO R.L., Resultados según el Ámbito

ÁMBITO ECONÓMICO	2,37
ÁMBITO SOCIAL	3,55

ÁMBITO AMBIENTAL	2,36
------------------	------

Gráfico 3: COOPESILENCIO R.L., Resultados según el Ámbito

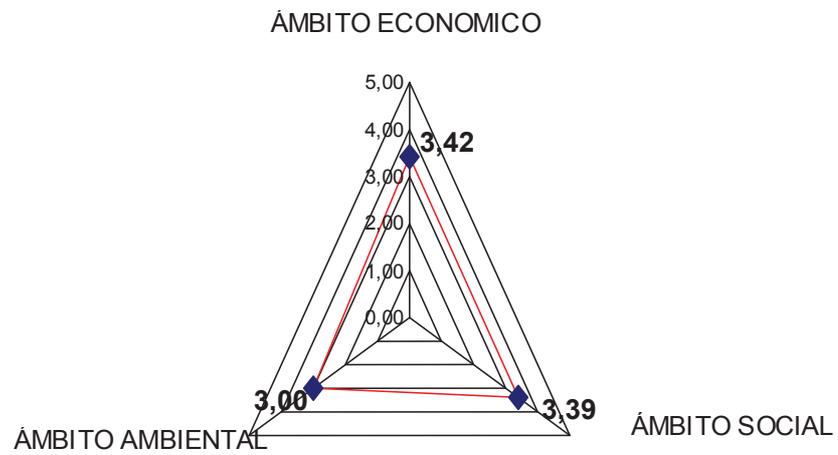
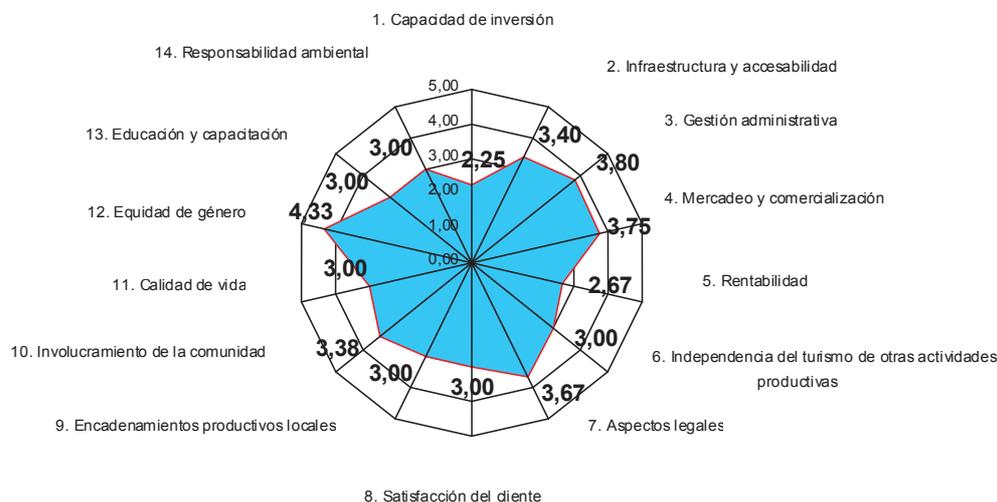


Gráfico 4: COOPESILENCIO R.L., Desempeño según criterios seleccionados



d) Asociación Bijagüeña de Productores Agrícolas

i. Producto turístico

El producto está definido, pero falta incorporarle el aspecto de TRC, mucho mejor que en la actualidad. Los resultados de la evaluación del desempeño, demuestran un alto grado de satisfacción del turista. Ejemplarizante, la capacidad de establecer aliados con organismos internacionales para realizar inversiones.

ii. Capacidad de inversión

Por el momento, la capacidad de inversión es nula, pero en general su desempeño, tomando en cuenta los planes de inversión y el acceso a los recursos no reembolsables, es de un puntaje bajo. Existen muchos planes de inversión para un corto plazo. Los financiamientos otorgados por Fundecooperación, han servido para dotarlo de infraestructura de alta calidad e incluso están en proceso de recibir donaciones para aumentar la capacidad de hospedaje.

iii. Infraestructura y accesibilidad

Es de un desempeño medio y se debe que reconocer que cuentan con atractivas instalaciones, pero es importante ajustar las construcciones a los criterios de manejo sostenible del medio natural.

iv. Gestión administrativa

Desempeño alto. Tanto la administración como los asociados creen en su proyecto turístico, para muchos su única fuente de ingresos. Debe involucrarse más a la comunidad, sobre todo a jóvenes y mujeres. Existe un buen ambiente para la formación de una cooperativa.

v. Mercadeo y comercialización

Desempeño alto. En la actualidad, cuentan con muy buena comunicación con COOPRENA, R.L., y han podido establecer contactos con otras organizaciones que aumentaron las posibilidades de darse a conocer. Le otorgan alta importancia al registro de huéspedes y a la promoción, a través de ferias.

vi. Rentabilidad

Su desempeño es medio. Trabajan en el punto de equilibrio, aunque los excedentes son insuficientes para nuevas inversiones.

vii. Independencia del turismo de otras actividades productivas

Desempeño alto. El albergue y el atractivo turístico que administran es su actividad principal. Toda la organización gira en torno al proyecto turístico y tratan de aprovechar las ventajas y el crecimiento de la actividad en la zona, es constante.

viii. Aspectos legales

No cuentan con la declaratoria turística pero están muy interesados en tramitarla. Esto se traduce en un desempeño relativamente alto. Los trámites para alcanzarla requieren algunos ajustes. Reconocen la importancia de la declaratoria.

ix. Satisfacción del cliente

Desempeño muy alto. Dadas las circunstancias geográficas del albergue, su atractivo de bosque y lo confortable de las instalaciones. Para un turista de aventura, esta es una excelente alternativa, al igual que para científicos y estudiantes. Sin embargo, para un turista interesado en el TRC, deben realizarse los ajustes necesarios para que la comunidad se incorpore.

x. Encadenamientos productivos locales

Desempeño bajo. Los encadenamientos productivos con la comunidad apenas están visualizándose. Se ha logrado atraer artesanías locales, alquiler de caballos y algunos productos para el restaurante, pero aún queda mucho potencial.

xi. Involucramiento de la comunidad

Desempeño relativamente bajo.. Con este proyecto de participación asociativa se busca la proyección hacia la comunidad, en ese sentido se está apostando por una participación más activa.

xii. Calidad de vida

La actividad turística ha proveído a los participantes de una calidad de vida con un alto desempeño. A la comunidad ha traído empleo y actividad económica, por el consumo de los visitantes Se requiere una mejor disposición del proyecto hacia la comunidad.

xiii. Equidad de género

Desempeño bajo. Poseen una significativa presencia de mujeres asociadas, aunque todavía no se han involucrado en el proyecto turístico. Tienen potencial para aprovechar oportunidades para las mujeres, pero requiere más organización al respecto.

xiv. Educación y capacitación

Desempeño relativamente mediano: Existe una baja transmisión del concepto de TRC como experiencia, pues como antes se señaló, este concepto es poco visible.

xv. Responsabilidad ambiental

Aunque califica en término medio, poseen una buena apertura a los cambios y conciencia ambiental para realizarlos.

Cuadro 4: ABIPA: Resultados según el Ámbito

ÁMBITO ECONÓMICO	3,45
ÁMBITO SOCIAL	2,87
ÁMBITO AMBIENTAL	2,36

Gráfico No. 5 ABIPA: Resultados según el Ámbito

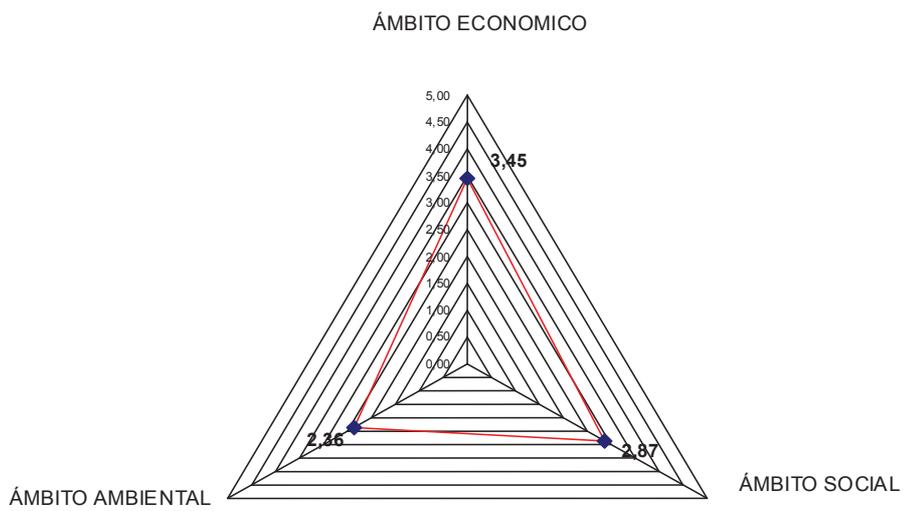
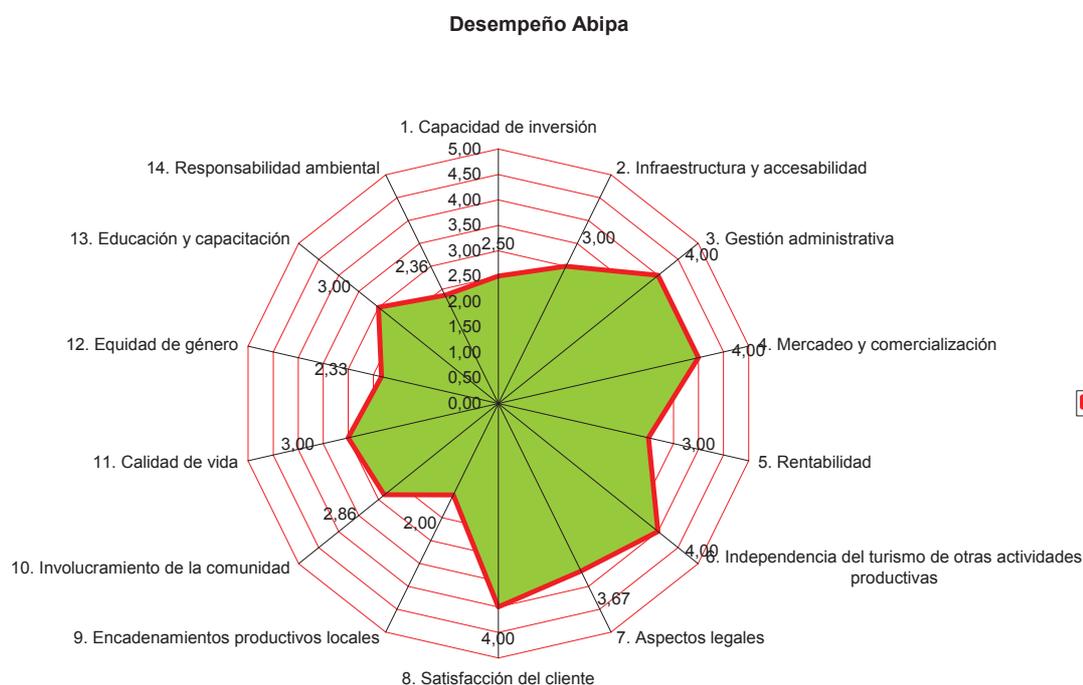


Gráfico No. 6: Desempeño según criterios seleccionados



Conclusiones:

1. La ubicación de los sitios turísticos analizados constituye un elemento decisivo para el éxito. La ubicación en sitios turísticos garantiza una buena parte de la afluencia turística, ya que en lugares muy alejados, fuera de rutas, el trabajo es doblemente difícil .
2. Coopesilencio, por su parte aprovecha cada oportunidad, a pesar de que su ubicación es menos favorable que Coopeuvita, al igual que su recurso turístico. En esta cooperativa priva la antigüedad, la historia y la variabilidad de proyectos productivos, así como la calidez de su gente.
3. El turismo sin embargo, representa para las cinco cooperativas una importante oportunidad de crecimiento económico y se tiene confianza en su desarrollo y su

consolidación. Se aceptan las dificultades económicas y se piensa en mejorar la oferta y brindar un mejor servicio. Esto demuestra que poco a poco se va viendo la actividad desde el punto de vista empresarial y se asume como tal.

4. Es notable el apoyo que COOPRENA ha dado en capacitación y mercadeo, aunque en este último punto no se valora esta inversión y se minimizan los esfuerzos de su ente comercializador.
5. Igualmente es notable la inversión en mejoramiento de producto por parte de COOPRENA; sin embargo, muchos de estos recursos no se han aprovechado y más bien se han desperdiciado.
6. Se muestra claramente la particular participación de las mujeres de la cooperativa, en los casos de Coopesanjuan y Coopesilencio; dato que agrada, ya que se cumple con uno de los objetivos de las iniciativas de turismo, el cual radica en generar opciones económicas para las mujeres.
7. Por otro lado, se evidencia poca derrama económica de la actividad, en relación con la admisión de productos locales, lo cual no se da en un alto porcentaje. Esto nos indica la necesidad de fortalecer la creación y competitividad de pequeñas empresas locales de tal manera que se puedan enlazar con los servicios prestados.
8. Asimismo, o se evidencia el interés de la cooperativa, no sólo por dedicar áreas naturales bajo protección, lo cual es una acción de muchos años, sino preocuparse por implementar mejores prácticas, que permitan optimizar sus condiciones ambientales, de cara a la comunidad. Esto, sin duda es una buena señal en el cambio de actitud relacionado con el manejo de los desechos o el consumo adecuado de los recursos, lo cual se espera que vaya incrementándose.

9. A pesar de las limitaciones, la actividad turística ha generado cambios importantes en el nivel económico en las tres cooperativas, efecto que se considera positivo, pero de una manera restringida. Las cooperativas han tenido valiosas oportunidades de crecimiento. Sin embargo, factores como calidad del servicio (mala atención, mala comida) o calidad del producto (habitaciones descuidadas, guías deficientes, cuestionamiento de sus valores) han limitado las oportunidades que se han abierto con el esfuerzo de otros entes y las mismas cooperativas, al promulgar su producto.
10. Para lograr los impactos esperados del turismo rural, se requiere un mayor compromiso por parte de las organizaciones en el desarrollo de su producto; aprovechar mejor los espacios de capacitación que se han dado y ponerlos en práctica; fomentar la creación de servicios y de productos locales de calidad y competitividad; mejorar constantemente su producto turístico con inversiones periódicas e innovaciones. La fuerte competencia y los albergues pequeños y deficientes, poco a poco van siendo desplazados si no mejoran su desempeño y competitividad. El negocio del turismo se debe conocer bien, querer conocerlo en serio y no solo de una manera tangencial.
11. Por otro lado, las cooperativas deben dar mejores condiciones a los grupos de mujeres que asumen el llamado *proyecto turístico*. Esto pasa por la autonomía suficiente para manejar sus ingresos y el reconocimiento de la inversión en el negocio, inversión en recurso humano, también. Inversión en capacitación, en promoción, en relaciones públicas, aspectos poco tomados en cuenta por las mujeres.

Referencias Bibliográficas

1. Alianza para el fortalecimiento del turismo rural comunitario en Costa Rica. Documento interno de trabajo.2006
2. CLADS-INCAE 1998. *Destination: Central America, A conceptual Framework for Regional Tourism Development*, Noviembre 1998
3. COOPRENA. 2000. Manual de Criterios y Estándares para el Agroecoturismo Comunitario en Costa Rica. San Jose.
4. COOPRENA/ACTUAR. 2007 III Guía de Turismo Rural Comunitario. San José, Costa Rica.
5. Denman, Richard. 2002. *The Tourism Company*. Artículo internet WWF
6. Informe Estado de la Nación, 2004, 2005, 2006
7. Maldonado, Carlos. 2007 Documento preparatorio de la V Reunión de la REDTURS. Bolivia
8. Maldonado, Carlos. 2005.Síntesis analítica y comparada de 23 estudios de caso de etno-turismo comunitario en América Latina, OIT: SEED
9. MIDEPLAN: Planes Regionales de Desarrollo 2000-2006
10. OMT. 2004. *Tourism market trends*, Edition-Américas.
11. OMT. 2005 *Barómetro del Turismo Mundial*.. Volumen 3, Nº 1
12. Plan Nacional de Desarrollo Turístico, ICT. 2002-2012.
13. PRODOC. 2005 *Plan de Fortalecimiento del Turismo Rural Comunitario*. PNUD-ICT-Alianza TRC.
14. Sanabria Raúl. 2007. *Plan de Negocios APHCR*. Documento interno de trabajo.
15. Solano Leyla. 2006 *El turismo rural comunitario en Costa Rica*. Artículo. San José, Costa Rica.