

EL SOFISMA DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO COMO ATENUANTE DE LA POBREZA RURAL: UN ENFOQUE CULTURAL

ARQUETIPO O ESTEREOTIPO

Óscar Danilo Barrera Pérez. PhD¹

Resumen

El carácter psicosocial del Turismo Rural Comunitario incorpora procesos simbólicos que dinamizan actividades de intercambio, convivencia y experiencias místicas. Éste es una de las actividades turísticas emergentes como forma de expresión no convencional del turismo cultural/simbolismo hasta ahora visualizado. Dinamizando destinos que a nuestro juicio se han estereotipado de acuerdo al perfil o temática que se pretende posicionar. Sin embargo, es importante destacar que algunos destinos o productos turísticos pueden constituirse como un arquetipo de carácter y/o manifestación cultural.

Esto nos lleva a determinar que el enfoque cultural provee de arquetipos místicos particulares que son puestos en valor. En consecuencia, insertándose en el turismo cultural vivencias arquetípicas únicas en sus máximas expresiones, ya sea en el ámbito urbano como rural para el consumo turístico. Esto conlleva a incorporar los comportamientos o valores antropológicos de las localidades, y que puesto en valor presentan un potencial motor dinamizador de éstas como “destinos turísticos arquetipo”, dentro del turismo cultural. Tomando en consideración lo antes expuesto, me hace formular la siguiente interrogante: ¿Debe tomarse en cuenta, si realmente ésta experiencia bajo el simbolismo turístico es un factor de crecimiento y protege los derechos de las comunidades receptoras al disfrute de compartir su propia cultura con otros o bien, es un instrumento que crea dependencia en grupos humanos en el ámbito rural/urbano de parte del flujo de consumidores exóticos y/o solidarios? El trabajo empírico se llevó a cabo en iniciativas de TRC tanto en Guatemala como en Nicaragua.

Palabras Clave: Arquetipo – Simbolismo – Atenuante – Paleativo – Dependencia

¹ Universidad Centroamericana UCA. Managua –Nicargua

. E-mail: odanilo@ns.uca.edu.ni

RURAL TOURISM SOPHISTRY EXTENUATING COMMUNITY AS RURAL POVERTY: A CULTURAL APPROACH

ARQUETIPO O STEREOTYPE

Abstract

The character psychosocial of the Community Rural Tourism incorporates symbolic processes that energize exchange activities, coexistence and mystic experiences. This is up to now one of the emergent tourist activities as form of nonconventional expression of the tourism cultural/symbolism visualized. Energizing destinations that have been stereotyped according to the profile in our opinion or thematic that is sought to position. However, it is important to highlight that some destinations or tourist products can be constituted as an archetype of character and/or cultural manifestation.

This takes us to determine that the cultural focus provides of particular mystic archetypes that are put in value. In consequence, being inserted in the tourism cultural unique archetypal experiences in their maximum expressions, either in the urban environment as rural for the tourist consumption. This bears to incorporate the behaviors or anthropological values of the towns, and that put in value they present a potential dynamic motor of these as "destinations tourist archetype", inside the cultural tourism. Taking before in consideration it exposed, he/she makes me formulate the following query: Should he/she take into account, if really this experience under the tourist symbolism a factor of growth is and does it protect the rights from the receiving communities to the enjoyment of sharing its own culture with other or, is an instrument that dependence believes in human groups in the environment rural/urban on behalf of the flow of exotic and/or solidary consumers?. The empiric work was carried out in initiatives of TRC as much in Guatemala as in Nicaragua.

Key words:

Reflexión basada en investigaciones financiadas por COPLA (Programa Comercio y Pobreza en América Latina); ODI (Overseas Development Institute); NITLAPAN (Instituto de Investigación y Desarrollo) Universidad Centroamericana UCA; RIMISP (Centro latinoamericano para el Desarrollo Rural, <http://www.rimisp.org/>). Óscar Danilo Barrera Pérez. PhD.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo favorece el contacto del hombre con la naturaleza y con las culturas, promueve la valorización de los recursos ambientales y presenta las bellezas de la creación como una herencia común de toda la familia humana.

Juan Pablo II

El turismo rural comunitario hoy por hoy en nuestros mercados se ha convertido en la fuente o alternativa de obtener ingresos adicionales a los ingresos agrarios como un complemento para las familias rurales que tienen como modalidad la tenencia de la tierra bajo diferentes formatos, renta, usufructo, pago a los propietarios de la tierra con producción, y/o simplemente obreros o peones, además del formato de propiedad privada. Esto ha motivado el surgimiento de una presión desde las comunidades rurales

y semi-rurales en demandar la creación de las políticas públicas que faciliten una nueva dinámica no vista aún desde el enfoque del turismo convencional. Sin embargo, han surgido muchas interrogantes al analizar dicha dinámica, de que sí realmente está generando renta y/o valor en las comunidades de forma sostenible.

En el caso de Nicaragua, recientemente se alcanzó un consenso entre los diferentes stakeholders en la formulación de la Política de Turismo Rural Sostenible y de rutas turísticas urbano-rurales que dieron lugar a la estructuración de una ruta temática llamada, la RUTA FINCAS AGROTURÍSTICAS, entre otras iniciativas de rutas turísticas temáticas ya existentes y de políticas públicas previas. Sin embargo, no todas las rutas temáticas han alcanzado el éxito esperado, esto debido a distintos factores que se desarrollan dentro del contexto socioeconómicos y político del país, entre los cuales mencionamos: problemas de propiedad de la tierra, accesibilidad al crédito, tecnificación, y en la mayoría de las veces por los niveles de pobreza rural que no les ha permitido alcanzar niveles de competitividad, asociatividad y sostenibilidad por ende.

No obstante, se han logrado desarrollar y sostener en el tiempo un sinnúmero de iniciativas que han estado coqueteando con los mercados, estereotipando a algunas, mientras que otras, sí han logrado perfilarse a nuestro juicio en arquetipo de iniciativas, fundamentalmente por el enfoque étnico y sociocultural, así como vinculación de la producción agraria.

En dicho sentido, el TRC está formando parte de procesos que contribuyen en la construcción, reestructuración y quizás modificación sostenida de conceptualizaciones que incorporan de forma indirecta a éste en lo que comúnmente denominamos “turismo cultural”. Abusando del pragmatismo, el turismo cultural es a nuestro el ámbito o proceso de prestación de un servicio – puesta en valor - que ejerce una influencia antropológica en los destinos receptores, dinamizando las relaciones de los valores receptor-emisor en cuanto a experiencias y misticismo, constituyéndose en un espacio de diálogo intercultural desde la conciencia de la mutua diferencia entre ambos grupos.

Es por lo tanto, muy válido el enfoque antropológico que Montaner, Jordi, en su libro “Psicosociología del turismo” donde plantea, que los destinos turísticos están condicionados a un enfoque social y cultural que permite perfilar a estos desde su estructura psicosociológica tanto de la oferta como de la demanda, esto evidentemente en el sentido más amplio de la palabra a nuestro juicio.

En nuestro caso particular, agregamos aspectos cualitativos como las relaciones existentes entre la pobreza rural, la tenencia de la tierra, la dependencia generada y el surgimiento desde los principales países emisores de enfoques como es el turismo solidario, voluntariado y en el extremo de las veces, destinos solidarios, bajo el concepto Turismo.

Pobreza y relación con el medio rural

Cuando abordamos el tema del TRC vinculado a la pobreza en el sentido amplio, hemos considerado en nuestro análisis las categorías básicas y su definición como son: pobres, pobreza extrema y la estructura del hogar. Los hogares en pobreza extrema están conformados en promedio por siete miembros (tres más que las familias no pobres), de los cuales tres son niños menores de 13 años. Censo Poblacional Nicaragua 2005.

Los hogares pobres extremos presentan un mayor hacinamiento, con cinco personas por habitación en promedio, que es dos veces más que el de los hogares no pobres. Estos,

residen en viviendas de menor calidad que los hogares no Pobres. La jefatura del hogar (jefe y cónyuge) presenta una edad promedio similar en los diferentes estratos de pobreza, alcanzando una edad promedio de 49 años para los jefes de hogar y 41 años los cónyuges.

Prevalece el hombre como jefe de hogar (76.9%) en los pobres extremos, en cambio en los no pobres hay una mayor representación de las mujeres jefas de hogar (34.5%). La relación de dependencia económica de los pobres extremos indica que, por cada miembro del hogar ocupado dependen cuatro personas y la relación de dependencia por edad revela, que existe una correspondencia uno a uno entre las personas en edad inactiva (menores de 15 años y mayores de 64 años) con las personas en edad activa para trabajar (personas de 15 a 64 años).

1.1.1-. Vivienda y servicios básicos

Paradójicamente, aun cuando el 87.5% de los hogares pobres extremos viven en casas, existe un 12.5 por ciento de estos que viven en ranchos o viviendas improvisadas. Sin embargo, las casas habitadas por los hogares en pobreza extrema, disponen mayoritariamente de los siguientes materiales: pared de madera, adobe o taquezal (62.4 por ciento), techo de zinc (64.8 por ciento) y piso de tierra (74.9 por ciento). Por otro lado, el 77.1% de los hogares nicaragüenses tienen vivienda propia, sin embargo, un poco más de la tercera parte (37.2%) de los hogares más pobres poseen casas sin ningún documento legal que se las acrediten, en cambio los hogares no pobres solamente el 20.6% presentan esta dificultad.

Esta situación deja en evidencia la falta de seguridad legal que tienen los hogares de los diferentes niveles de pobreza en la posesión de sus viviendas y limita cualquier iniciativa de auto sostenibilidad. Pero, no podemos soslayar que esto puede ser el resultado en parte de los efectos de la reforma agraria impulsada en los años ochenta.

Por otro lado, los servicios básicos brindados a la población que se encuentra en condiciones de pobreza extrema aun presentan niveles muy bajos de cobertura, presentándose la siguiente situación:

Una cuarta parte de los hogares en pobreza extrema tienen acceso al agua potable por tuberías (26.5%), los otros tres cuartos (73.5%) obtienen agua de diversas fuentes como: pozo público o privado, río o quebrada o de otra vivienda.

Apenas el 1.2% de este estrato tienen servicios higiénicos en sus viviendas, el 72.5% disponen de una letrina y el 26.3% no poseen ningún tipo de servicio sanitario, esto podría ser un detonante en la proliferación de enfermedades diarreicas en los menores de edad.

Solamente un tercio de los hogares pobres extremos (32.3%) poseen el servicio de red de energía eléctrica el restante 67.7% no tiene dicho servicio, teniendo que alumbrarse con otro tipo de alumbrado (candil, candela u ocote en algunos casos).

Existe un serio problema en la contaminación ambiental que puede repercutir tanto en el deterioro ecológico de los recursos naturales como en la salud de las personas más vulnerables, ya que el 44.1% de los hogares pobres extremos botan la basura al campo, al río, lago, laguna o predio baldío.

1.1.2-. Empleo

El empleo al igual que la educación es un factor primordial para que la sociedad nicaragüense logre superar el fenómeno de la pobreza y mejorar su nivel de vida.

La fuerza laboral de los pobres extremos está inmersa en el sector primario (73.1%), dedicados a las labores agropecuarias y de caza y pesca (73.1%), desempeñándose principalmente como jornaleros o peones (22%) o trabajadores sin pago (28.1%) y estos son considerados como trabajadores no calificados (61.6%). Es importante señalar que hay un 29.5% que son cuenta propia (autoempleo), lo que justifica el alto porcentaje de esta población laborando en el sector informal. Esta calidad de ocupación de los pobres extremos, los ubica mayormente en el área rural y en actividades agropecuarias de pequeña envergadura, por ello los ingresos son pequeños en el año y poco frecuentes, por lo cual su condición de pobreza es difícil de superar.

1.1.3.- Negocios del hogar

Los pobres extremos en búsqueda de alternativas de subsistencia han generado sus propias fuentes de trabajo (22.4%) promedio.

Estos negocios son unipersonales en el 80.4% de los casos, puesto que resulta poco factible económicamente, formar negocios con más trabajadores remunerados y en muchos casos, otros miembros del hogar apoyan en el negocio como trabajadores sin pago, pequeñas empresas familiares. Estos pequeños negocios están dedicados principalmente al comercio (36.9%), a los servicios comunales y personales (27.1%) y a la industria manufacturera (26.3%). Por ello, un poco más de la mitad son vendedores ambulantes y un 35.5% de los negocios están ubicados en la misma vivienda sin contar con una instalación adecuada. La economía informal o sumergida es mayoritaria en todos los ámbitos, disfrazada de subempleo.

1.1.4.- Actividades agropecuarias

Por otro lado, la mayoría de los hogares en extrema pobreza están dedicados a la actividad agropecuaria, por ello el 67.9% hogares posee una unidad de producción agropecuaria (UPA).

De esta manera el 47.1% cuentan con una UPA y producción de patio, otro 23.7% está dedicado a la producción de patio exclusiva y un 20.8% tiene producción de UPA exclusiva. Estos hogares están dedicados principalmente a la producción agrícola (64.9%) y a la producción agropecuaria mixta (28.6%), el 56% declararon UPA's con tierras propias y el otro 44% con tierras rentadas, prestadas o a medias.

Se ha identificado que el 28.5% de los productores que posee tierras propias el tamaño de sus UPA's es entre 2 a menos de 5 manzanas y el 41.5% que es de 5 a menos de 40 manzanas.

Ahora bien, más de la mitad de las UPA's rentadas son de menos de dos manzanas (53.6%) y el 40.6% de 2 a menos de 5 manzanas, esto es justificable dadas sus condiciones económicas, que les impide contar con suficientes recursos para rentar UPA's de mayor tamaño. La fuerza laboral utilizada en las UPA's de los pobres extremos la proporcionan los miembros del hogar (83.7%) y son hombres mayores de 14 años (79.6%), dado el tipo de trabajo que desempeñan. La mitad de los productores pobres extremos poseen fincas propias y 43.7% tienen fincas alquiladas, prestadas o a medias. El 49.7% de productores con fincas propias tienen una escritura legal que los respalda y existe un 31.4% que no poseen un documento legal que los acredite como dueños de las tierras, esto es muy importante porque representa un medio para conseguir financiamiento para la producción. Algunas veces esto es producto de la reforma agraria de los años ochenta.

Hay un gran grupo de hogares pobres extremos que tienen producción de patio (70.8%) para su autoconsumo y un 53.3% de estos están dedicados a la producción agropecuaria y un 8.7% a la crianza de animales pequeños, como cerdos, aves, patos, pavos y en algunos casos Pelibuey.

Forma de tenencia de las fincas de los hogares agropecuarios según nivel de pobreza

De acuerdo al censo 2005 realizado por el INEC, puede observarse la relación entre la forma de tenencia de la tierra y su relación con el espacio rural. En evidente que dicho comportamiento es el principal detonante del surgimiento de iniciativas rurales que incorporan la actividad turística como una opción de alivio de la pobreza. Esto fundamentalmente por la diversidad de formas de propiedad y ubicación geográfica. Sin embargo, se han impulsado iniciativas mixtas entre los propietarios privados de las fincas y los no propietarios incorporándolos o de forma temporal a las labores de guías turísticos improvisados, pero con un conocimiento de la actividad agrícola muy valiosa.

FORMA DE PROPIEDAD DE LAS FINCAS AGROPECUARIAS SEGÚN NIVEL DE POBREZA (%)

Fuente: Encuesta de Medición de Nivel de Vida 2005

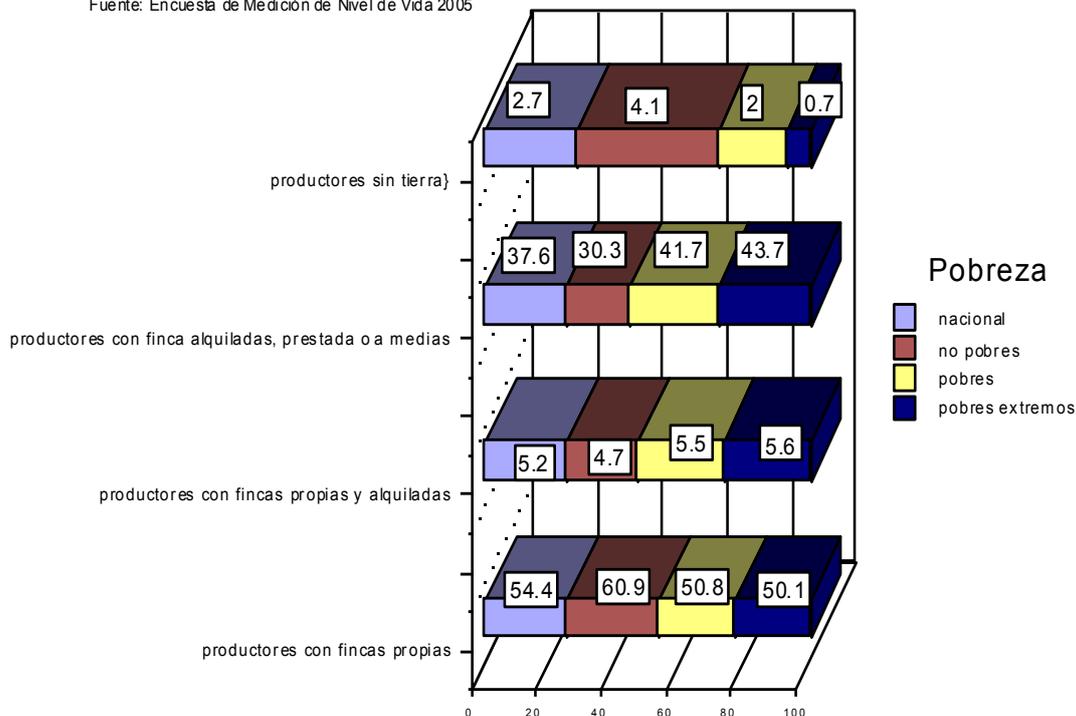


FIGURA 1

Es importante hacer énfasis que la producción de patio está generalmente a cargo de la mujer y los niños, y en algunos casos se toma como parte de las actividades domésticas, por lo cual no afecta el trabajo en la Unidad de Producción Agrícola.

También es importante notar que los porcentajes de hogares con producción exclusiva de patio aumentan en las áreas urbanas (entre 44.4% y 59.7%), mientras que los hogares con producción mixta lo hacen en los ámbitos rurales (entre 37.1 y 55.5%).

Sobresale además que la producción de patio puede ser agrícola y/o pecuaria, encontrándose diferencias por estrato de pobreza; de esta manera, los No pobres se dedican más a la agricultura exclusivamente (49.2%), generalmente árboles frutales;

mientras que, los pobres y pobres extremos lo matizan con la crianza de animales pequeños, aves de corral preferentemente (mixta, 50.4% y 53.3%, respectivamente).

En lo que respecta a las áreas de residencia, las zonas urbanas muestran las mismas tendencias que el nacional pero en diferentes porcentajes, en tanto que en las zonas rurales se indican preferencias por la actividad mixta agropecuaria.

Por ejemplo, el 61.7% de los No pobres urbanos con producción de patio, tienen actividad agrícola exclusiva y el 52.3% de sus similares pobres extremos se dedican a la actividad agropecuaria. En el área rural, el 47.2% de los No pobres con producción de patio, tienen actividad agropecuaria, al igual que el 55.1% de sus similares pobres y el 53.5% de los pobres extremos.

Tomando en consideración lo anteriormente abordado, creo que desde el punto de vista pragmático y bajo un enfoque mixto cualitativo-descriptivo abordar lo que ha sido la reflexión a la que he llegado con las investigaciones del 2010-2013 del TRC, comparando rasgos cualitativos con 5 casos en Guatemala, que más adelante se abordan. No sin antes, presentar algunos tips sobre el sofisma y su relación con las opciones de crear sinergias bajo formatos estereotipos y/o arquetipos turísticos.

El sofisma del TRC y la tenencia de las fincas

Es importante indicar que las iniciativas de TRC ven la actividad turística como un ingreso adicional al ingreso rural y desde la perspectiva de alcanzar niveles de competitividad en un mercado de formato pequeño demandado mayoritariamente por un turismo backpacker y/o turista solidario, al cual me referiré más adelante, sin embargo no lo han visto atractivo económicamente, fundamentalmente por el esquema mental cortoplacista. Aun así, se ha pretendido desde la academia, las cámaras de turismo tanto de la mediana como pequeña iniciativa turística rural, una opción de mediano plazo para reducción de la pobreza rural y de construir argumentos territoriales, entendiéndose como la estructuración de dinámicas productivas/servicios que dinamizan el desarrollo familiar, productivo, así como el compromiso social y la de generación de empleo directo permanente.

Es importante destacar, lo que el profesor John James Gutiérrez Gil, de la Universidad Tecnológica de Pereira, aborda sobre lo que es un sofisma en su blog, el que es vital en el enfoque de mi reflexión, "*Un sofisma es una refutación o silogismo aparente, con el objetivo de defender algo falso confundiendo al oyente o interlocutor, mediante una argucia en la argumentación que puede consistir, o bien en exponer premisas falsas como verdaderas, o bien en seguir de premisas verdaderas conclusiones que no se siguen realmente de dichas premisas*". En dicho sentido mucho se ha afirmado que podría ser el TRC un mecanismo que permitirá en el mediano y largo plazo atenuar la pobreza rural accediendo a fuentes que le permitan construir argumentos territoriales en el ámbito rural. El detalle está en la tenencia de la tierra, las reformas agrarias, aún en nuestros países y que no abordare porque es una problemática que puede ocupar toda una disertación sobre factores actuales de solidaridad, cristianismo y socialismo del siglo XXI.

En los destinos turísticos desarrollados, altamente posicionados se han planteado el peligro del sofisma más orientado al impacto ambiental y a la reducción del desempleo. Es interesante ver que en otros temas se esté abordando por ejemplo "La política del sofisma: Soria, turismo, petróleo y el paro", Tomado de

<http://www.lacasademitia.es/articulo/economia/la-politica-del-sofisma-soria-turismo-petroleo-y-paro/20130701075745019538.html>.

Simbolismo y turismo

El carácter psicosocial de la oferta y demanda turística en los destinos turísticos nos ubica en una dimensión que en la mayoría de las veces vincula el ámbito urbano como el rural. La praxis nos ha llevado a potencializar y/o poner en valor tanto atractivos como recursos algunas veces desvinculados sin alcanzar una asociatividad en el ámbito empresarial (cadena de valor del turismo) como en el estrictamente cultural. Teniendo en cuenta, que el ámbito cultural es un simbolismo lo suficientemente amplio de abordar así como subjetivo y matizable.

Dicho carácter o perspectiva psicosocial incorpora procesos simbólicos provocando actividades de intercambio, convivencia, experiencias místicas, vinculando conceptos y categorías algunas veces de carácter local, regional y mundial. En dicho sentido, organizaciones mundiales que definen criterios y normativas – como la UNESCO, STEP (Sustainable Tourism Eliminating Poverty), Desarrollo Internacional del reino Unido (DRD) & Agencia Suiza para el desarrollo y la cooperación. (COSUDE) Octubre 2009. Guía operacional para el enfoque “Lograr que los mercados funcionen para los pobres (M4P)”. Suiza, entre otros - que permiten a los mercados turísticos receptores jerarquizar recursos y/o atractivos de su oferta a dicho simbolismo, e inferir metodologías que permitiesen a éstos facilitar la puesta en valor y comercialización de destinos/productos turísticos arquetipos. Esto ha dinamizado destinos que a nuestro juicio se han estereotipado de acuerdo al perfil o temática que se pretende posicionar, sin embargo es importante destacar que algunos destinos o productos turísticos se han insertado como un arquetipo de carácter o manifestación cultural. En dicho sentido desde el punto de vista de la comunicación Robert McKee define la diferencia fundamental entre estereotipo y arquetipo:

"Las historias **arquetípicas** desvelan experiencias humanas universales que se visten de expresión única y de una cultura específica. Las historias **estereotipadas** carecen tanto de contenido como de forma. Se reducen a una experiencia limitada de una cultura concreta disfrazada con generalidades".

“Un **Estereotipo** no es más que la imagen que tenemos de un determinado personaje o colectivo en un ámbito en concreto, el cuál reúne una serie de características que aunque no siempre se ajusten a la realidad crean en nuestra mente un modelo (en muchas ocasiones un cliché o tópico), de dicho colectivo muy predefinido. Por ejemplo, todos tenemos en mente, en mayor o menor medida, una representación muy estereotipada de lo que es un millonario, etc.”

“Un Arquetipo por el contrario es un personaje que no se ajusta a esos patrones establecidos, y reinventa el estereotipo que teníamos del mismo, añadiendo nuevas características, o modificando las que ya tenía. Por ejemplo, El noble y sensible ogro Schrek es un arquetipo muy rotundo, ya que cambia por completo el concepto de “ogro malvado” que el público poseía extraído de los cuentos populares.”
David A. Gen. Instructor de CICE en el Área de Producción Audiovisual. Recuperado <http://www.buenastareas.com/ensayos/Estereotipos-Arquetipos-Ritos-Paradigmas-Sintagmas/24013527.html>

En el ámbito del turismo, esto se logra mediante la puesta en valor de aquellos recursos tangibles e intangibles que permitan reinventar el concepto del destino/producto turístico principalmente enfocándolo desde la perspectiva de los calores culturales locales.

2. ANTECEDENTES

Retomando lo planteado por Emilly Höcker 2011, en su tesis de maestría titulado “El impacto e incidencia del Turismo Rural en las comunidades rurales Nicaragüenses”, hace mención al “capital social y comunidad, la generación de trabajo, la igualdad de género, el desarrollo de nuevas habilidades, la auto-estima, el patrimonio cultural, los valores locales y el comportamiento colectivo”, como algunos de los indicadores a tener en cuenta al caracterizar el impacto sociocultural en las localidades. La lógica del modelo planteado por Höcker, Emilly, gira entorno a los valores humanos centrales que a nuestro juicio incorporan simbolismos claves de aquellos valores culturales intangibles como la autoestima y libertad de optar por una opción de ingresos complementaria.

Transportándonos a una reflexión en cuanto a esa libertad de obtener ingresos pero reflexionando en las comunidades receptoras y/o iniciativas sobre: ¿Debe tomarse en cuenta, si realmente ésta experiencia bajo el simbolismo turístico es un factor de crecimiento y protege los derechos de las comunidades receptoras al disfrute de compartir su propia cultura con otros o bien, es un instrumento que crea dependencia en grupos humanos en el ámbito rural/urbano de parte del flujo de consumidores exóticos y/o solidarios?

Entonces debemos hacer referencia a principios muy bien abordados por Höcker en el sentido del desarrollo de los efectos del turismo rural en las comunidades a tener en cuenta, para que sea sostenible y amigable con los valores locales.

“Estos principios básicos de mantenimiento ha resultado ser complejo llevarlo a la práctica. Esto muestra que es igualmente importante entender el contexto local de desarrollo de turismo y los impactos reales de turismo. En este estudio las realidades locales de desarrollo de turismo que son aproximadas siguiendo a Pared y Mathieson (2006, 65-67) la división de contexto de turismo local a las características de la comunidad, el estado, el tipo de desarrollo de turismo y la relación entre organizador-invitado. Pero aunque La Pared y Mathieson (2006) incluya a los corredores en la primera categoría de características de la comunidad en este estudio, aborda el papel de los corredores como un cuarto factor separado de desarrollo de turismo en el área del destino.” (Höcker, E. 2011).

Esto nos lleva a considerar que la vinculación de estos indicadores como referentes nos permite construir instrumentos de medición de aquellos impactos que el TRC puede estar recepcionando (en las comunidades o territorios) y que a simple vista no están siendo valorados y/o vinculados a un nivel de dependencia a propósito de los destinos solidarios y del turismo solidario.

Sin embargo la tendencia convencional, “a excepción del turismo de sol y playa”, el turismo cultural ha sido vinculado generalmente al turismo de convenciones ya que han incorporado a la cadena de servicios el potencial arquitectónico, gastronómico y otras manifestaciones generalmente aceptadas por la UNESCO.

Como consecuencia del impulso a las ciudades coloniales por ejemplo, desde mediados del siglo pasado, se han visto incorporadas a los servicios turísticos y puesta en valor de la riqueza patrimonial y cultural heredada de su pasado, vivencias místicas e identidad cultural. Esto en la mayoría de las ciudades coloniales de América Latina con una rica

arquitectura barroca y gótica mayoritariamente en los edificios civiles, residenciales y religiosos, ha sido potencializado ya que en su mayoría datan del siglo XVIII. Se ha destacado en dichos amagos de desarrollo y/o promoción de actividades turísticas periféricas el turismo de fotografía, que ha jugado un papel importante en la distribución de su posicionamiento, donde características como el trazado de calles, callejones y espacios abiertos se han ido adecuando a las expectativas psicosociológicas de la demanda. Sin embargo, esto en ningún momento en menoscabo de la psicosociología de la oferta cultural local.

LA IMPORTANCIA DE LOS ASPECTOS SOCIO-CULTURALES EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO



FIGURA 2

Por tal motivo, hemos considerado que es importante incorporar un instrumental que permita a aquellas iniciativas de TRC en cualquier destino turístico urbano-rural, rural e integral que incorpore todas aquellas manifestaciones culturales que puedan ser puestas en valor y que rompan con el paradigma del enfoque tradicional urbano/plástico/arquitectónico, entre otros estereotipos. Permitiendo poner en valor y/o potencializar arquetipos que no manden un mensaje a los mercados receptores de encontrarse con más de lo mismo.

Los paradigmas a plantearse en estos momentos son:

- La verdadera puesta en valor de arquetipos turísticos
- Desarrollar técnicas para la construcción de argumentos territoriales en el ámbito rural o de interior
- El diagnóstico rural participativo incluyente en los ámbitos urbano-rural

Entre otras opciones que estarán siendo desarrolladas en los diferentes destinos turísticos por especialistas y de acuerdo a las condiciones de los factores que Michael

Porter plantea en “Estrategia Competitiva de las Naciones”, el diamante de la competitividad.

3. METODOLOGIA

3.1. Criterios y etapas

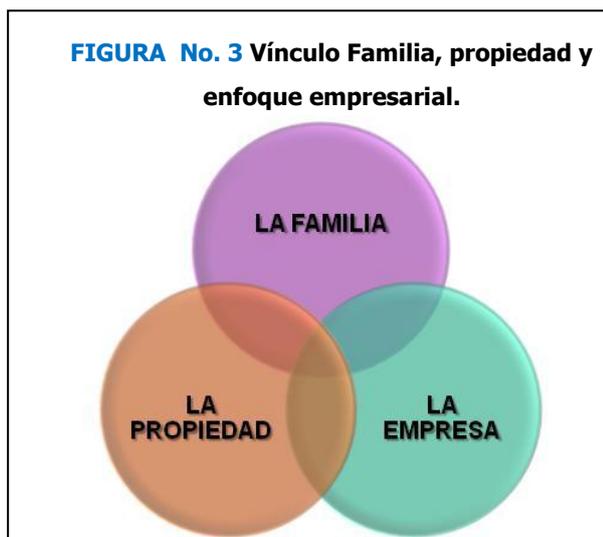
El Turismo Rural Comunitario (TRC) se ha convertido en una actividad cada vez más importante en Nicaragua durante los últimos años. Según la Red Nicaragüense de Turismo Rural (RENITURAL) y Fundación Luciérnaga, cooperativas, familias campesinas, comunidades indígenas y asociaciones de artesanos, empresarios privados, se han organizado y han desarrollado iniciativas turísticas tanto en el pacífico, centro norte como en el atlántico del país.

La dinámica ha alcanzado al ámbito o sector privado, organizándose, red de Reservas Silvestres Privadas, Red de Posadas Rurales, Red de posadas rurales centroamericanas, Red de turismo rural sostenible, Fincas verdes, Iniciativa Centroamericana Verde (ICV), entre otras formas de organización que se han insertado en las diferentes rutas turísticas temáticas urbano-rural, rural-rural, entre otras.

El estado ha publicado las Políticas y Estrategias de Turismo Rural Sostenible de Nicaragua, en el cual se conceptualiza el Turismo Rural Sostenible como aquellas “Actividades turísticas realizadas en el espacio rural, las que son desarrolladas sosteniblemente por actores locales, para visitantes nacionales e internacionales con el propósito de mejorar la calidad de vida de las poblaciones rurales”², éste concepto fue consensuado por medio de la participación de actores involucrados directa o indirectamente con el binomio ámbito rural y turismo. La política pública parte del principio que los procesos deben ser gestionados desde y para la comunidad.

Aunque se cuenta con ideas básicas y consensuadas entre los diferentes actores sobre lo que debe y no debe ser el TRC, no existe un modelo que sea aplicable universalmente. Las distintas iniciativas desarrolladas en el país han surgido a partir de contextos y condiciones propias de cada región (características naturales, situación económica de las familias, condiciones y capacidades creadas, estructuras organizativas, etc.) evitando así replicar mecánicamente experiencias exitosas que han sido emprendidas en otros lugares.

Sin embargo, tomando como referencia las interrelaciones existentes de forma natural en las familias rurales, y que de una manera u otra se han incorporado y/o pretenden ofrecer servicios turísticos como una forma de obtener ingresos adicionales, siempre se presenta el vínculo y/o frontera entre los intereses de la familia, la propiedad y el enfoque empresarial. En dicho sentido, se



²Políticas y estrategias para el Turismo Rural Sostenible en Nicaragua. INTUR 2010.

platea una metodología que tiene como referencia aquellas iniciativas - sinergias – condiciones de encadenamientos naturales locales de lo que podría acotarse como, la gestión del TRC (empresas familiares).

Aunque los planteamientos de política de turismo rural sostenible son propios de un desarrollo rural incluyente, es notorio en nuestro caso (metodología) el predominio en el ámbito rural de pequeños negocios familiares, comunales, que generan un aprovechamiento de los beneficios tanto en el ámbito agrario, como en lo turístico dentro del territorio y es perceptible la escasa intervención de empresas turísticas (posicionadas en los vacacionistas o excursionistas), del estado y de actores especializados.

Se hace necesario identificar y/o agrupar aquellas iniciativas que poseen recursos y que no están puestos en valor, la dimensión que pueden alcanzar y lo más importante, el origen de las interrelaciones, dimensión de las iniciativas y la propiedad.

Una opción relevante en la metodología a definir fue la creación de un circuito turístico como eje del diseño de un producto integrador, mediante el cual las iniciativas pequeñas y aisladas al complementarse unas con otras, presentan una oferta territorial. Esto demanda contar al menos con una masa crítica base con que empezar e



identificar posibles iniciativas y agentes externos con quienes desarrollar una alianza estable que permita el desarrollo de la acción colectiva. En base a este planteamiento se estableció un proceso de Investigación – Acción que incluyó las siguientes etapas:

ETAPA I: Elaboración de la metodología y herramientas para el diagnóstico del potencial turístico del territorio.

ETAPA II: Diagnóstico

Se seleccionaron criterios que permiten identificar algunos elementos de competitividad, para dar origen a crear el primer bloque de iniciativas que puedan incorporarse a dicho esfuerzo. Esto tomando como premisa fundamental la carencia de una estructura organizativa para prestar servicios turísticos. Dado que la estructura actual se aplica para efectos de la producción agraria, lo que evidencia que los servicios básicos y de infraestructura vial se desarrollan en base a la dinámica productiva local y no a los servicios turísticos.

Tabla No.1: Criterios de Selección basados en Competitividad de Iniciativas de turismo

Criterios	Aspectos a tener en cuenta
Accesibilidad	Determinado por el nivel de complejidad de la red de comunicación terrestre
Cercanía	Tomándose en cuenta los centros de distribución natural de turistas/excursionistas: distancias estimadas y el tiempo
Diversificación	La incorporación de actividades, atractivos, recursos y destinos de cada iniciativa.
Infraestructura	Capacidad de acogida: alojamiento, gastronomía, senderos activos y acceso a atractivos
Nivel de Integración	Nivel de uso y/o incorporación en la cadena de servicios entre iniciativas
Nivel Organizativo	Forma de organización y/o indicadores de buenas prácticas turísticas amigables con el Medio ambiente
Disponibilidad de incorporar corto, mediano y largo plazo	Número de atractivos, infraestructura y personal disponible para integrar la red.

Tabla No.2: Criterios de Selección basados en Gestión de Iniciativas

Criterios	Aspectos a tener en cuenta
La mujer en la toma de decisiones	Nivel de participación de la mujer en las juntas directivas y/o similares
Los Jóvenes	Integración de los jóvenes y nivel de escolaridad
Beneficios alcanzados hasta ahora	Beneficios sociales alcanzados en cada iniciativa y/o empresa privada
Si actividad agrícola no ha sido sustituida	Número de personas, fincas, parceleros que no han desplazados a la prestación de servicios.
Recursos Agroforestales	Número de fincas que poseen combinación agroforestal
Integración de cultivos no endémicos	Alteración de especies foráneas y su nivel de desarrollo y/o beneficio en la comunidad
Relación de integración empresarios privados y cooperativas	Alianzas y/o actividades de cooperación en la zona

ETAPA III: Diseño propuesta de producto turístico para construir argumentos en los territorios.

Diagnóstico rural participativo

Talleres con las comunidades

Uso de tecnología GPS, software, entre otros

ETAPA IV: Trabajo de campo (cualitativo). Grupo Focal con las iniciativas incorporadas al producto y sus derivados. Diagnóstico Rural Participativo Turístico.

ETAPA V.: Talleres de validación de las propuestas de productos/circuitos/asociatividad/acceso a fuentes de financiamiento/necesidades de elaboración de planes de negocios.

A éstas etapas le incorporamos un mecanismo que permitiese identificar las posibles actividades a desarrollar en el ámbito urbano-rural, deportes extremos, teniendo en consideración las Zonas Especiales de Planificación y Desarrollo Turístico (ZEPDET), el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SINAP), las Rutas Turísticas temáticas, entre otros.

3.2. Descripción y estrategia metodológica

La metodología del estudio contempló fundamentalmente la sistematización y análisis comparativo de experiencias tanto en Nicaragua como en Guatemala de TRC y las iniciativas que aportan a la construcción de argumentos territoriales de desarrollo a través del TRC. La investigación se realizó bajo un enfoque mixto (cualitativo-cuantitativo-transversal) y de acuerdo a la estrategia de la investigación desarrollada, ésta se circunscribe como un análisis comparativo de casos de iniciativas de TRC sus potencialidades y por su alcance, nos encontramos con una investigación descriptiva.

Algunos de los resultados nos permitieron validar aspectos de género, relevancia, nivel de asociatividad, desarrollo del bienestar rural e identificación de argumentos territoriales de desarrollo.

Destacándose entre otros, que el turismo en el ámbito rural está imprimiendo una dinámica de carácter mixto, producción-servicios, creando espacios y/o alternativas que son vistas por unos como una alternativa adicional de obtención de ingresos y por otros como una amenaza de creación de dependencia. Por otro lado, la tenencia de la tierra (Fincas) en ocasiones se convierte en un aliado permanente de esta nueva dinámica “eco agroturismo o TRC” en aquellas iniciativas que deciden integrar nuevas opciones de ingresos que les suponga una baja inversión para la familia campesina. Que el TRC se enfrenta a nuevas formas de turismo procedente de mercados emisores en búsqueda de lo exótico y místico, siendo un potencial mercado especializado no convencional.

En las iniciativas se observaron diferentes resultados según su nivel de integración, pero que a pesar de ello, experimentaban dinámicas internas comunes, que un circuito territorial como alternativa local permite que la construcción de argumentos territoriales no sea solo válido para Turismo Rural como tal, sino también para la implementación de iniciativas de TRC. Se obtuvo información relevante que permitía establecer a priori algunas actividades de carácter turístico que podrían impulsarse en el mediano plazo y que de alguna manera ya se estaban desarrollando, por las comunidades, productores organizados y/o individuales. Y además, el TRC como paradigma en la construcción de

argumentos de desarrollo es soportado por una masa crítica de iniciativas potencialmente desarrollables, generadoras de sinergias.

No obstante, ha quedado en evidencia que las nuevas formas o corrientes endógenas de turismo están siendo vistas desde intereses que a corto plazo son beneficiosos, pero que si no van acompañados de esos argumentos territoriales de desarrollo en el mediano plazo, podrían ejercer un impacto negativo, quedando el planteamiento de una nueva corriente turística como un sofisma del desarrollo turístico rural.

En dicho sentido, se ha considerado tener en cuenta que desde el punto de vista espacial, antropológico, el misticismo del turismo en el ámbito rural estereotipado, simbólico, quizás desde la perspectiva anteriormente mencionada, ha hecho de éste una actividad que vincula los valores -humanos y espirituales- así como facilita el contacto con estructuras sociales diferentes al lugar de origen de los visitantes. De hecho, rompiendo con el paradigma o estereotipo de -monumentos, arquitectura, museología entre otras manifestaciones culturales, así como el fly and flop - el turismo rural surge como una opción de compra barata (en el ámbito rural), personalizada, para segmentos de poca capacidad adquisitiva en un inicio, en pequeño formato, convirtiéndose en una alternativa viable, humanista, solidaria, responsable con el medioambiente, y con un simbolismo implícito.

El desarrollo de actividades fuera del convencionalismo y en destinos no tradicionales, “hace del turismo alternativo y específicamente el rural comunitario un sofisma de que es un eficaz motor de desarrollo económico”, visto sí desde la óptica de un enfoque de cooperación, solidario y multidimensional. A nuestro juicio se está convirtiendo en un nuevo paradigma dentro del simbolismo arquetípico de algunos destinos turísticos.

Manteniéndose válido el enfoque de encadenamiento como lo plantea Valls, Joseph de estructurarse destinos y/o productos competitivos que sean arquetipo en su género y que integren simbolismos que ejerzan un impacto local tanto en espacios urbanos como rurales. Nos hemos encontrado generalmente con iniciativas de formato pequeño, caracterizándose por una integración tanto de la familia individual, la comunidad local, y simbolismos místicos de carácter único algunas veces.

El trabajo empírico nos llevó a seleccionar los siguientes casos porque fundamentalmente identificamos que el flujo de turismo crece de manera más rápida: por un lado en Guatemala, se decidió sistematizar la experiencias de TRC en una de las regiones más ricas en recursos naturales y culturales, la cual es también, paradójicamente, una de las que reportan mayores índices de pobreza y de pobreza extrema (Chisec, Alta Verapas). Esta experiencia localizada y ejecutada por comunidades indígenas, se desarrolla en conflicto con un proyecto protegido por las leyes de inversión extranjera. En el caso de Nicaragua, representan iniciativas también de TRC como una estrategia para complementar los ingresos agrarios. Un tercer elemento es la identificación de iniciativas en la zona de El Cuá - La Dalia - Rancho Grande y la zona del pacífico incorporando iniciativas de los departamentos de León, Masaya, Granada y Rivas, como iniciativas enfocadas en la construcción de argumentos territoriales de desarrollo a través del TRC.

Tabla No.3: Criterios de Selección basados en Gestión de Iniciativas

CASOS ANALIZADOS Y VALIDADOS CON LAS COMUNIDADES		
GUATEMALA	NICARAGUA GRUPO 1	NICARAGUA GRUPO 2
TURISMO COMUNITARIO CHISEC, ALTA VERAPAZ.	PACÍFICO DE NICARAGUA (LEÓN, GRANADA, MASAYA Y RIVAS. RUTA PACIFICO	Macizo Peñas Blancas El Cuá-La Dalia-Rancho Grande RUTA DEL CAFÉ
CANDELARIA CAMPOSANTO	COOPERATIVA DE TURISMO RURAL Y COMUNITARIO LAS PILAS EL HOYO.	- Finca Santa Rosa - Finca San Francisco - Finca Montecristo - El Paraíso "Hidroeléctrica Artesanal" certificada por FLO CERT STARBUCK
SEPALAU CATALTZUL	CASA COMUNAL LA GRANADILLA (PERTENECE UNA UNIÓN DE COOPERATIVAS AGRÍCOLAS (UCA) TIERRA Y AGUA,	- Mipyme Madera "Nueva Vida" - Mipyme Miel El Mirador. Apicultura variada. - Finca Varsovia
BOMBIL PEK	COMUNIDAD LA PALOMA PUEBLO HOTEL, ISLA DE OMETEPE.	- Finca Montevideo - Finca Peñas Blancas - Finca Las Brisas - Finca la Concepción
CANDELARIA MUCBILHÁ 1	COOPERATIVA DE ARTESANOS QUETZALCÓATL	- Centro de Entendimiento con la naturaleza CEN - Finca la Estación - Cooperativa Guardianes del Bosque. Los tres son distribuidores naturales

		de turistas/excursionistas Macizo Peñas Blancas
	Parque ecológico Guarda tinaja, Comunidad Indígena Nindiría-Masaya	- Finca Alaska - Finca El Encanto - Finca La Cabaña (Apicultura variada)
Elaboración propia.		

El objetivo de la reflexión es: Motivar el debate en el ámbito del desarrollo turístico acerca de la inserción de actividades de ocio en el ámbito rural, identificar argumentos territoriales de desarrollo, así como su potencialidad en comunidades concretas y el surgimiento de actitudes de dependencia en las iniciativas de pequeño formato incorporando simbolismo puro.

4. RESULTADOS

4.1. Análisis comparativo Guatemala – Nicaragua

Una de las relaciones menos estudiadas o sistematizadas es la del turismo y la política comercial, ya que su punto de conexión se encuentra en el apartado de las Inversiones Extranjeras que se establece en los tratados de libre comercio entre países y regiones (TLC).

El turismo es, sin lugar a dudas, una actividad propulsora del desarrollo mundial en los últimos años, y es un mercado creciente. En Centroamérica los turistas han pasado de 4.7 millones en 2002 a 8 millones en 2007, y Guatemala –con una cartera de US\$ 1,012 millones-- y Nicaragua --(64 %) con una de US\$ 239 millones-- han sido los países con mayor tasa de crecimiento (Kuan, 2009), por lo que los gobiernos centroamericanos han centrado sus esfuerzos en una estrategia de atracción de inversión extranjera en el sector. A nivel macroeconómico, esta estrategia pretende generar empleos y encadenamientos con empresas locales proveedoras de servicios, facilitando procesos de mejora tecnológica y organizacional de las empresas locales.

Por lo que el modelo general de desarrollo turístico del país (INGUAT-INTUR), está bastante influenciado por este componente de la política comercial. Los incentivos al sector turismo están diseñados consistentemente para atraer empresarios extranjeros y no para el fomento de las iniciativas locales de turismo alternativo (Ley Nacional de Turismo, Ley de Incentivos Turísticos). Las iniciativas locales, por lo tanto, no acceden a exoneraciones fiscales ni a incentivos financieros que les permitan competir de mejor manera, y con ello desencadenar procesos de desarrollo local, a su medida. Estos acuerdos de facilitación de inversión extranjera en el sector servicios generan una competencia desleal con la pequeña empresa nacional, principalmente, con la oferta turística, con quienes compiten en las áreas de alojamiento, restaurantes, tours e infraestructura en general. Gómez (2008) y Pérez (2009) señalan, además, otros efectos

colaterales de la política de facilitación de inversión en turismo en los TLC: los conflictos sobre la tierra, tanto en Honduras, como en Panamá, Costa Rica, Guatemala y Nicaragua. Los procesos de concentración en manos privadas de amplias áreas de playa (existiendo una ley de Costas), de reservas naturales y de otros atractivos de la naturaleza, han sido a costa de las comunidades rurales, y en muchos de los casos de las comunidades indígenas.

El Consorcio de Turismo Pro-Pobre (PPT, 2001a), ya había alertado sobre esta posible situación de los cambios y conflictos en la tenencia de la tierra, por falta de un Estado que garantice políticas de fomento productivo en los hogares rurales vulnerables.

La crisis agraria del período comprendido entre 1990 y los inicios de la década de 2000 trajo consigo una revalorización del rol de la agricultura en la economía rural. Esto se decantó a la vez en una búsqueda de alternativas no agrarias que permitieran, por un lado, mantener a la población rural en sus comunidades de origen, y, por otro, elevar el nivel de vida de las mismas.

Esto último ha sido la base para el fomento del turismo rural, inicialmente en la Unión Europea, y luego, desde la cooperación internacional, como alternativa de reducción de la pobreza rural en los países en desarrollo. Sin embargo, no todas las opciones de turismo rural generan las sinergias necesarias para el fomento del desarrollo rural endógeno.

En nuestro caso, se intenta explorar el caso del turismo rural comunitario (TRC) como una alternativa económica de familias rurales pobres, que tienen potencial para la generación de ingresos complementarios a la agricultura, y, con ello, para la reducción de los niveles de pobreza a nivel local. Incorporando aquel valor agregado aun no visto, como es la inserción de éste en la oferta turística cultural, bajo el misticismo y simbolismo que éste implica.

Entonces, esto se deriva a que dichas iniciativas para poder competir deben generar “volumen de servicios”, lo que significa cierta capacidad acogida, diversificación y asociatividad en la cadena de valor del turismo cultural integrador, de alojamiento, restauración, gastronomía popular local, bajo estándares mínimos (Normas Técnicas de calidad locales), para lo cual se necesita una acción comunitaria, y es por ello que se discute el rol de la acción colectiva y del liderazgo en el establecimiento y en la sostenibilidad de iniciativas. Complementario a esto, se explora cómo han influido la política de incentivo al turismo y la cooperación en el desempeño de éstas.

Para ello, se han aprovechado elementos del territorio --paisajismo, turismo de aventura y mercados de artesanías-- y se han generado condiciones básicas para el alojamiento y atención a los visitantes a las comunidades.

4.1.1. Los casos en Nicaragua y Guatemala

El turismo como generador de empleos es polarizante (Perrin, 2001), es decir, los empleos de alta remuneración son pocos y demandan altos niveles de educación (idiomas, administración y contabilidad), mientras el resto de los empleos son de bajo ingreso: limpieza, seguridad, e inclusive meseras y cocineros en áreas rurales. En el TRC se asume que los participantes no son empleados, sino gestores, actores protagónicos a lo largo de la organización y gerencia del proceso. Las iniciativas de TRC que funcionan como empresas colectivas, no sólo favorecen la reducción de la pobreza por la vía del ingreso, sino por el fortalecimiento de la gestión del desarrollo

por sus propios actores, una definición incluida en el Plan de Acción de fomento de turismo sostenible en Centroamérica (Kuan, 2009).

Con esta definición de turismo rural comunitario (TRC) se analizan las tendencias que tienen estas iniciativas para aprovechar las ventajas de la globalización en los países centroamericanos, específicamente en Guatemala y en Nicaragua. En el caso guatemalteco se seleccionó la experiencia de las Cuevas de Candelaria, en Alta Verapaz.

Éste es un complejo donde cuatro comunidades indígenas q'echies han organizado un producto turístico alrededor de la visita a la Laguna de Sepalau y a las Cuevas de Candelaria, que son una formación geológica de mucha atracción por su ubicación en áreas de mucho verdor y fuentes de agua. Se desarrolla en medio de un conflicto sobre los derechos de uso, ya que aunque los comunitarios son los propietarios históricos de la tierra, el descubrimiento y mapeo de las cuevas ha sido hecho por un extranjero que demanda un derecho de uso exclusivo del recurso y protección de su inversión, amparándose en los acuerdos sobre la inversión extranjera en el país. El prestar servicios a los visitantes ha sido todo un reto para ellos, iniciando con el cambio cultural de cobrar por “el servicio”, pasando por aprender español y levantar la infraestructura de alojamiento y de comedores con limitados recursos. Esta inversión ha sido bastante intensiva en mano de obra, por lo que el aporte de los comunitarios ha sido relevante, al sustituir actividades propias para garantizar su existencia, por una actividad de futuro. Algo relevante es el tema de aprender español, esto fundamentalmente debido a que en las iniciativas seleccionadas nos encontramos con diferentes dialectos (lenguas vivas) que hizo necesario la utilización de un traductor en cada comunidad o iniciativa.

Nos encontramos con roles en las comunidades que permitían que los miembros de la comunidad alcanzaran niveles de participación diversas en el tiempo.

Turismo comunitario Chisec, Alta Verapaz



Reglas claras y un liderazgo con decisiones colectivas transparentes son los elementos fundamentales que permiten la rotación de los hogares en la ejecución de las tareas de cocina, limpieza, lavado y atención al visitante, tanto a nivel de las instalaciones físicas de la comunidad, como de guía turística. De igual manera, la selección de los jóvenes para capacitarse en el aprendizaje del español, en la atención al público, y en la explicación de las rutas y cuevas, son definidas en colectivo, de manera que todos los hogares tengan la misma oportunidad. La menor indicación de que se está favoreciendo únicamente a un grupo de familias hace que el resto se auto aisle y fracase la experiencia, dado que se requiere alta inversión de fuerza de trabajo en las etapas iniciales (200 días hombres por familia, equivalentes a un aporte de US\$ 400 a US\$ 500).

Hasta el momento de nuestro estudio, no se había logrado establecer flujos estables de visitantes que permitan a los pobladores dedicarle más tiempo a la actividad, y con ello incrementar sus ingresos. Aquí falla el eslabón de la promoción, ya que no cuentan con una estrategia de mercadeo que le permita al turista, tanto de Ciudad Guatemala como del extranjero, conocer las oportunidades que se ofrecen en el lugar, tampoco se han logrado encadenar a la red de tour operadoras nacionales o DMC (Destination Management Company), que se esfuerce por ofrecer al visitante Conceptos Creativos, Planeación Impecable y Ejecución Intachable de actividades que permitan reformular los arquetipos potenciales. Esto es un válido para ambos casos, tanto para Guatemala como para Nicaragua.

Junto a esto está la necesidad de desarrollar los productos periféricos, es decir, aquellas actividades para que los visitantes puedan quedarse por más de una noche en las comunidades, lo cual podría desarrollarse alrededor de una “ruta comunitaria” que les permita experimentar las costumbres y la cosmovisión Maya-Q’eqchi. Algo muy importante de indicar que tiene mucho que ver con el aspecto cultural, es que en cada comunidad visitada y valorada, se tuvo que utilizar un traductor por comunidad, cada una de ellas tiene dialectos distintos, y la reflexión salta a la vista, “arquetipo o estereotipo”.

En el caso de Nicaragua, se seleccionaron cinco experiencias de comunidades que han aprovechado diferentes atractivos rurales, como son: volcanes, islas, comunidades indígenas, artesanía indígena y paisajismo, para desarrollar una iniciativa TRC. Esta diversidad de productos y formas de organización les ha permitido identificar el rol de los líderes en este tipo de acciones colectivas, la institucionalidad local alrededor del servicio, las limitaciones y el rol de la cooperación en el fomento de estas iniciativas. A diferencia de las comunidades guatemaltecas que funcionan como mancomunidad, las iniciativas nicaragüenses son independientes entre sí y con muy poco nivel de encadenamiento entre ellas o con otros actores y servicios locales.

A pesar de estar ubicadas en la zona de mayor integración a infraestructura y mercados, las iniciativas nicaragüenses tienden a tener las mismas dificultades de acceso al mercado que las guatemaltecas, aunque algunas han empezado a integrarse a cadenas de hoteles, principalmente las cercanas a la ciudad de Granada Nicaragua. El liderazgo comunitario, de igual manera, tiende a ser un elemento clave en la asignación de roles, de ingresos individuales y en la inversión comunitaria. Destaca el papel de la mujer y de los jóvenes, sin menos cabo de estructuras indígenas de gestión ancestrales aún vigentes.

4.2. Valoración de las iniciativas entrevistadas Nicaragua

Destacamos en la siguiente tabla la valoración hecha de indicadores relevantes que nos permiten ver las pautas y tendencias del comportamiento psicosocial de cada iniciativa y las posibles alternativas de sostenibilidad y de lograr en el tiempo desarrollar arquetipos y/o estereotipos según las prioridades locales.

Tabla No.4

INICIATIVA	ECONOMÍA FAMILIAR	INTEGRACIÓN DE LA MUJER Y COMUNIDAD	LIDERAZGO	POLÍTICAS PÚBLICAS
Pilas El Hoyo	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO
La Granadilla	ALTO	ALTO	ALTO	MEDIO
Pueblo Hotel	ALTO	ALTO	ALTO	MINIMO
Quetzacoalt	ALTO	ALTO	ALTO	MEDIO
Nindirí *	MEDIO	MEDIO	ALTO	MINIMO
ALTO: Muy significativo MEDIO: significativo BAJO: poco significativo MINIMO: NADA SIGNIFICATIVO				
Es una iniciativa que tiene poco tiempo de funcionamiento a pesar de su fecha de fundación.				

4.2.1. Estructura de gestión y papel de la mujer en las iniciativas

En la siguiente tabla (No.5) debe observarse fundamentalmente la forma de gestión u organización que dichas iniciativas tienen y que quizás sea una de las fortalezas que en el mediano plazo presentan, pero que están a expensas de las políticas de turismo rural sostenible y el acceso a fuentes de financiamiento o créditos revolventes.

Tabla No.5. Iniciativas parte del análisis del turismo rural comunitario y reducción de la pobreza

Iniciativa	Año	Organización	Rol de la mujer
Cooperativa de turismo rural y comunitario “Las Pilas – El Hoyo”	1998	Cooperativa	Manejo de las finanzas
Casa comunal La Granadilla	2002	Cooperativa	Atención a turistas, servicios de alimentación y manejo de las finanzas
La Paloma, Pueblo Hotel, Ometepe	1995	Asociación de mujeres	Liderazgo, organización y rotación de roles, manejo de finanzas
Cooperativa Quetzlcóatl	1985	Cooperativa	Artesanas, distribución y administración del ingreso
Parque Ecológico Guardatinaja	1994	Comunidad Indígena, Junta Comarcal	Atención a turistas, servicios de alimentación

Fuente Barrera y Pérez 2008

4.2.2. Cambios, gestión del dinero y potencialidad

En el caso de Guatemala, como se mencionaba anteriormente, poseen características muy particulares permitiendo mejoras en los ingresos familiares muy similares al caso Nicaragüense, pero con características étnicas muy potencializadas.

Tanto en las tablas 6 y 7, pueden observarse la dinámica que se desarrolló en ambos casos y cómo el impacto es perceptible, más sin embargo los niveles de competitividad y sostenibilidad en el largo plazo son los que le han generado problemáticas muy particulares.

Tabla No.6 Cambios generados a partir de la implementación de TRC en Comunidades indígenas en Guatemala

	USO DEL DINERO	SITUACIÓN DE LA COMUNIDAD ANTES DEL TRC	SITUACIÓN DE LA COMUNIDAD DESPUÉS
Candelaria Camposanto	Mantenimiento y ampliación del sitio, productos agrícolas y los gastos del hogar.	Sembraban áreas pequeñas. Había mucha emigración laboral. Había desconfianza de los turistas. La gente vendía sus terrenos.	Más presencia institucional. Ya no tienen miedo de ver y atender al turista. Conservación de los árboles. Mayores ingresos. Generan empleo. Los terrenos han subido de precio
Sepalau Catalzul	Pagar a los guías, cocineras etc. y mantenimiento del sendero y del rancho. Consumo personal y gastos del hogar.	Estaban incomunicados porque no había carretera.	Elaboración de artesanías. Alquilan cosas (kayaks). Se promueve la cultura a través de marimbas. Hay inversiones en carretera, bodega. La escuela fue reparada. Hay mayores ingresos.
Bombil Pek	Para el mantenimiento del lugar. Para hacer negocios.	Su producción era muy limitada. Las parcelas y la comunidad estaban incomunicadas. La casa comunal estaba destruida.	Se hizo un sendero para llegar a las parcelas. Las parcelas ya producen. Cultivo y venta de caña. Repararon la casa comunal
Candelaria Mucbilhá 1	Para mantenimiento del sitio y para consumo personal y gastos del hogar.	Su único ingreso era de la venta de productos agrícolas. Las mujeres no tenían ingresos. Las casas estaban en muy mal estado.	Trabajo e ingresos para las mujeres. Las familias gastan más en ropa y alimentos Ingreso de dólares. Compran más implementos. Mejoramiento de la infraestructura de las casas y del centro comunitario.

Fuente: Pelaes, Pérez y Romero 2008

Tabla No.7. Cambios generados a partir de la implementación de TRC en comunidades de Nicaragua

INICIATIVAS	PROCESOS DESENCADENADOS	PROCESOS EN DESARROLLO Y PROYECTOS
Cooperativa de turismo rural comunitario Las Pilas – El Hoyo	Han pasado de ser jornaleros en las tierras de los terratenientes a trabajar por cuenta propia.	Aprovechar los recursos de la reserva y evitar la deforestación. Desarrollar la apicultura. Culminar la elaboración y puesta en marcha del plan de manejo. Declaración de parque nacional. Implementar Plan de Negocio que ya está siendo gestionado en España.
Casa comunal La Granadilla	Han construido una biblioteca. Hijos de los miembros de la cooperativa están becados en la universidad. Etiquetado de productos: frijol, pinol, miel. Jóvenes reciben clases de inglés y de danza. Construyeron un puesto de salud.	Ampliar la capacidad de alojamiento Incorporar a su oferta otros atractivos que se encuentran relativamente cerca y que están dentro de la Red de Turismo Rural Comunitario. La venta de productos elaborados y empacados (frijoles empacados de la UCA Tierra y Agua) en la comunidad a los turistas y a otros visitantes.
La Paloma, Pueblo Hotel, Ometepe	Reforestación de la costa del lago. Mejora en los ingresos familiares.	Ampliar huertos comunales orgánicos. Escuela de inglés - español Recibir más turistas y obtener apoyo de otras organizaciones internacionales.
Cooperativa Quetzalcóatl	Certamen donde se exponen piezas de cerámica. Un espacio de venta de los productos individuales y de acceder a encargos en mercados externos.	Mantener la identidad de la artesanía local. Desarrollar una marca de San Juan de Oriente Integrar a San Juan de Oriente en la oferta turística de Catarina. Abrir espacios de parte de las municipalidades locales.
Parque Ecológico Guardatinaja	Mejora de las casas. Mejoras en el ingreso.	La construcción de un albergue campesino. Un centro de interpretación, una escuela de náhuatl. Utilizar un área e para el cultivo de pitahaya.

Fuente: Barrera y Pérez 2008

4.3. EL CASO DEL TRC EN AMUPEBLAN (EL CUÁ-LA DALIA-RANCHO GRANDE)

MACIZO PEÑAS BLANCAS

4.3.1. Actualidad y posibilidades de desarrollo

El Territorio Rural Macizo de Peñas Blancas está inserto en los departamentos pertenecientes a la región Central Norte (Matagalpa y Jinotega), por lo que sus flujos de personas, servicios y productos se realizan con estos dos núcleos de poblaciones, siendo la ciudad de Matagalpa el tercer núcleo poblacional en importancia del país. Los territorios rurales no se pueden entender, sino se toman en cuenta las dinámicas urbanas y en el caso del turismo esta relación toma mayor importancia, dado la posibilidad de integración a paquetes integrales y a ser incorporado como parte de los productos que ofrecen cadenas turísticas ya existentes en la región. Por lo que, se presenta la oferta existente como la infraestructura general en que se inserta el Circuito Turístico de Peñas Blancas.

La oferta turística de los departamentos de Matagalpa y Jinotega ha experimentado un crecimiento y diversificación de forma tal que, tanto en el ámbito rural como en el urbano, se está destacando con procesos de integración empresarial y comunitaria. Dicha diversificación ha sido mediante la integración de los productores de actividades accesorias generadoras de ingresos complementarios sobre la base de la inserción de actividades de carácter lúdico bajo la dinámica de no sustitución de actividades productivas locales. La cultura productiva de ambos departamentos ha permitido la incorporación de actividades, con mínimos montos de inversión e impacto ambiental, facilitando la configuración de productos turísticos competitivos que responden a los gustos y preferencias de los turistas que ingresan al país.

En estos procesos hay una importante integración de la juventud, la mujer, los adultos mayores, quienes se han incorporado como guía turística, en la cocina, senderismo, cabalgatas, actividades de ordeño, y/o aprovechando la oportunidad para la elaboración y venta de artesanías; generándose de esta forma una dinámica importante de integración en la estructura de la oferta turística rural comunitaria combinándose el ámbito rural y urbano de forma directa o indirecta.

La oferta turística se perfila bajo tres ejes concretos: el alojamiento, la restauración y aquellas iniciativas empresariales turísticas de carácter rural que presentan diversificación de servicios como transporte y actividades relacionadas al agroecoturismo (integración vertical y horizontal), generando en algunos casos, encadenamientos esporádicos o eventuales entre algunos productores. Por lo que para analizar la oferta turística se priorizan estos tres ejes considerando a los oferentes de servicios turísticos en las zonas rurales que se encuentren desarrollando algún tipo de servicio y/o producto turístico. Dicha inclusión en el análisis es independiente de la modalidad de gestión (privada, cooperativa, co-manejo, asociación, fundación, entre otros) bajo la que esté funcionando la iniciativa.

Se considera relevante para efectos de las expectativas de desarrollo que se pretende estructurar en el MPB (Macizo Peñas Blancas), que debe entenderse como competencia directa o indirecta según el caso para el producto a desarrollar, aquellas iniciativas integradoras y/o asociadas. Así como acotar el carácter integrado de la oferta, como

aquellos que diversifican los servicios en un mismo espacio geográfico (no más de 50 kilómetros dentro del circuito), incluyendo alojamiento, restauración, senderos, observación, aventura, entre otros.

El comportamiento de la oferta turística en la región Central Norte (Matagalpa, Jinotega), está enmarcada dentro de las necesidades reales del mercado y a planes de desarrollo turístico de nación, ejecutados por distintos estamentos tanto privados como estatales. La estructuración de la Ruta del Café, la Ruta de las Haciendas y las Fincas Agroturísticas de Nicaragua, han creado un marco referencial para el desarrollo empresarial aprovechando las sinergias de la zona. Las fincas Agroturísticas de Nicaragua como proyecto de desarrollo, se ejecuta de forma articulada entre el INTUR, el sector privado y las principales organizaciones de base campesina a nivel nacional, como FENIAGRO, FENACOOOP Y RENITURAL, representando aproximadamente 700 cooperativas de agricultores. (Políticas Turismo Rural Sostenible de Nicaragua, 2010)

Dicho modelo pretende desarrollarse bajo cinco componentes de carácter transversal que permitirán y estimularán el desarrollo de iniciativas complementarias a la cultura productiva local, estos componentes son:

Fortalecimiento institucional y social para el desarrollo turístico justo.

Mejora de la infraestructura productiva agro-turística.

Creación de capacidades técnicas para el desarrollo de la oferta turística.

Sostenibilidad turística.

Promoción y comercialización de las iniciativas.

4.3.2. Cadena de valor del circuito turístico Macizo Peñas Blancas: encadenamientos identificados

El potencial del circuito turístico Peñas Blancas “Agroecoturismo, naturaleza y aventura” está estructurado sobre la base de las relaciones de integración natural identificadas en el diagnóstico, destacándose la incorporación de tres municipios El Cuá-La Dalia-Rancho Grande, donde los proveedores comunales a través del CEN y la GARBO establecen relaciones directas con grupos cuyo perfil es la búsqueda de contacto con la naturaleza, encuentro con las comunidades locales y el desarrollo de actividades que implican cierto esfuerzo al recorrer los senderos hacia fuentes de agua, entre otras actividades y recursos. Insertándose en dichas iniciativas, fincas, cooperativas, productores individuales y algunos grupos de interés de carácter diverso, como facilitadores, municipalidad en cuanto a infraestructura, asociaciones, tour operadoras, productores de café, cacao, hortalizas, frutales y pesca artesanal.

Esto ha facilitado la inserción de otras actividades de carácter individual (no necesariamente agropecuarias) como la artesanía en madera, innovación en la construcción de cabañas a base de repero, guías locales improvisados y personajes locales pintorescos. Se identificaron circuitos naturales que actúan como elementos dinamizadores o redes de integración natural que potencialmente pueden promover actividades de senderismo, intercambio cultural, interacción con comunidades y contacto con la naturaleza.

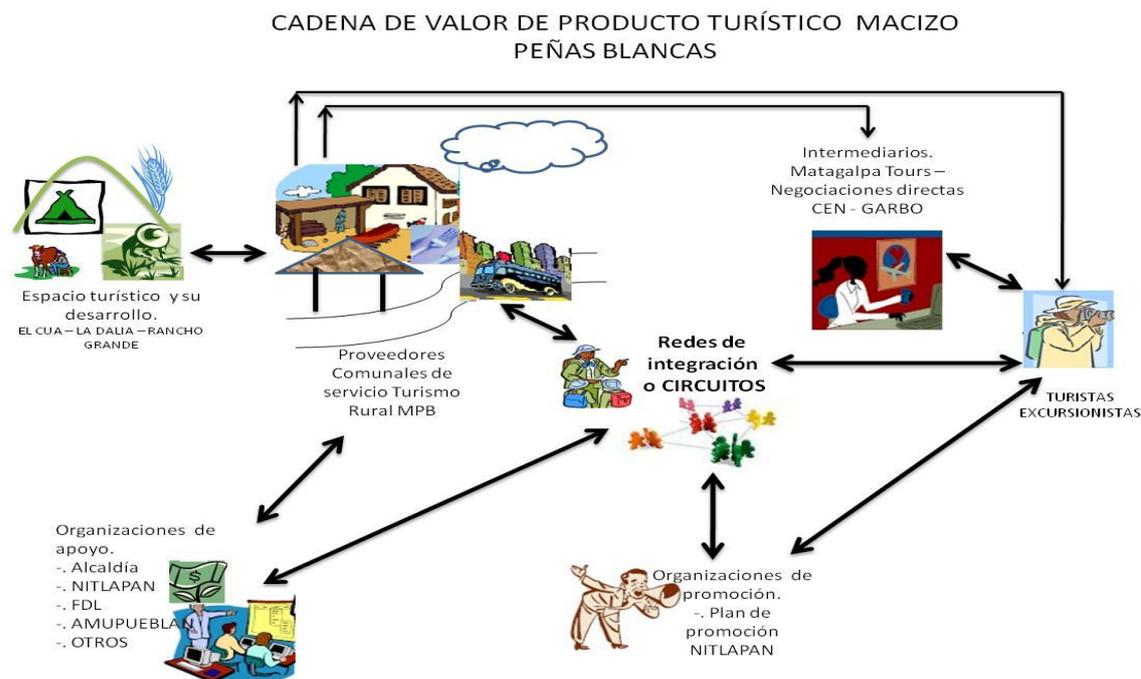


FIGURA No. 5

Destaca en la figura anterior (No 5) el papel que ejercen tanto el CEN, GARBO y los promotores locales en la dinamización, puesta en valor e integración de las actividades al estructurar el producto y los circuitos naturales. Es importante resaltar que el diseño del producto y los circuitos identificados, tienen como eje y/o sello de diferenciación de estas fincas o iniciativas, *el no abandonar su actividad productiva actual, los valores socioculturales*, que el turismo sea un ingreso adicional y que conserven su identidad y originalidad de la comunidad donde están asentadas, pero prestando condiciones básicas para los turistas y excursionistas. Con el modelo TRC se espera evitar la transculturización y reducir el impacto ambiental de forma integral en las comunidades del macizo.

Los circuitos identificados estructuran un producto turístico de características muy particulares en el que convergen los intereses de los gobiernos municipales, las comunidades, los intereses medioambientales y de sostenibilidad. En dicho sentido, el Macizo Peñas Blancas como producto turístico principal es concebido como un destino turístico de “Agroecoturismo, naturaleza y aventura” en el que se incorporan varios tipos de recursos. En el territorio se identifican recursos excepcionales potencialmente perfiladores de un destino arquetipo y de gran significado para el mercado turístico interesado en la sostenibilidad integral, capaces, por si solos de motivar a un importante segmento de visitantes (actuales y potenciales) y que además tienen condiciones básicas para recibir visitantes y turistas (CEN, GARBO). Cuenta también con recursos con rasgos excepcionales como la ubicación de fuentes de agua (El Paraíso, El Encanto, la Estación, Peñas Blancas) con cierto nivel de dificultades de acceso, capaces de motivar por si solos o en conjunto con otros recursos periféricos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales y extranjeros.

Es importante indicar, que ciertos recursos con algunos rasgos llamativos capaces de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones ya sean comerciales o turísticas, estimulen corrientes turísticas locales, que se interesen por las

formas de cultivos agroforestales, apicultura, no tradicionales como el cacao y las fuentes y caídas de agua, entre otros.

Se destaca el rol de la mujer, de los jóvenes y de la integración de aquellos grupos sociales y/o recursos únicos identificados. Sin embargo, experimentan características relevantes por estar en la zona de amortiguamiento de la reserva Bosawas y que así como los otros casos analizados, el problema de propiedad es un común denominador. Sin embargo, se mezcla diversidad de recursos naturales, agroforestales, histórico cultural, cultura productiva local y producción no tradicional.

V-. CREANDO SINERGIAS EN CIUDADES Y PUEBLOS DE INTERIOR

Turismo y destinos solidarios nuevos paradigmas arquetipos o estereotipos

Para concluir el presente, he considerado dejar un modelo (ver figura No 6) que permita visualizar el papel que pueden impulsar las entidades empresariales e institucionales desde la planificación del turismo cultural insertando el TRC y lo que las comunidades o ciudades de interior pueden aportar para la construcción de argumentos de desarrollo integral y asociativo, logrando diferenciar y/o comercializar arquetipos y/o estereotipos claros en los ámbitos urbano-rural, rural-rural.

Por otro lado, visualizar el papel que está ejerciendo el turismo cultural interactuando los actores locales, destacando el simbolismo que potencialmente puede impulsarse en la mezcla de recursos y/o actividades particulares de la zona.

Deben crearse mecanismos que permitan desestacionalizar la demanda hacia estos destinos turísticos TRC, así como la puesta en valor como recurso cultural integrado al binomio ciudad-pueblo de interior.

El papel del estado facilitador de dicho binomio tendrá éxito en la medida que se rompa con el paradigma del turismo cultural tradicional, que a veces es hasta cierto punto estacionario y ve de la mano con las festividades locales.



Elaboración propia

FIGURA No. 6

VI-. CONCLUSIONES

El presente trabajo tiene como objetivo verificar dos hipótesis básicas: la primera estaba relacionada con el uso del eje de turismo cultural como eje de desarrollo territorial inclusivo. A lo largo del trabajo de diagnóstico, trabajo de campo y diseño de Circuito territorial, ha quedado demostrado que el argumento de construcción territorial no es solo válido para Turismo Rural como tal, sino también para la implementación de iniciativas de TRC y del Turismo Cultural como eje natural de dinamización de las ciudades. Se obtuvieron datos relevantes que permitían establecer a priori algunas actividades de carácter turístico que podrían impulsarse en el mediano plazo y que de una manera ya desarrollando algunas iniciativas como CEN, GARBO, las comunidades del pacífico y las iniciativas en Guatemala. El Diagnóstico rural participativo en todas las iniciativas validadas, es el instrumento eje para las investigaciones desarrolladas.

La segunda, era la existencia de una masa crítica de iniciativas de TRC que pudieran ser integrados, junto con otro tipo de iniciativas, para diseñar y potenciar un Turismo Cultural integrador que permitiese separara y/o definir conceptos de productos, destinos ya sean arquetipos o estereotipos según la estrategia de Planificación estratégica Territorial del Turismo Cultural.

Por otro lado, potenciar aquellos recursos que han sido declaradas Patrimonio Cultural de la Humanidad, los centros históricos que se han convertido en símbolo y, por lo tanto, en atracción turística. Por ello, hoy en día debemos ser categóricos en nuestras

conclusiones de que el patrimonio histórico ha tomado el papel principal como medio productivo.

Sin embargo, deben consolidarse como un destino, cuya estrategia y meta principal debe ser capaz de captar turistas y transformar esta actividad en el principal motor de desarrollo en las grandes ciudades y ciudades de interior.

La distribución en los beneficios del turismo cultural, sustentabilidad en el turismo y competitividad debe ser una prioridad. Debemos involucrar a la comunidad receptora para obtener un alto beneficio económico, la mayor ganancia debe ser para el sector turístico local, la gran parte de la población local debe ser beneficiada y estimular las iniciativas de la oferta de servicios a pequeña escala y del empleo que llegan a ocupar.

BIBLIOGRAFIA

- Aguilar, M. A. (2008). Información Estadística de las Cooperativas en el IV Censo Nacional Económico. Lima: INEI
- Barrera O., F. J. Pérez & G. Lorío (2010) Reducción de la pobreza rural a través del sectorservicio: el caso del turismo rural comunitario en Nicaragua Cuaderno de Investigación No 36. Instituto de Investigación y Desarrollo Nitlapan-Universidad Centroamericana. Managua, Nicaragua pág.12-18.
- Barrera O., F.J. Pérez & Lorío G (2010) Análisis Comparativo Guatemala – Nicaragua: el caso del Turismo Rural Comunitario. Cuaderno de Investigación No 36. Instituto de investigación y Desarrollo Nitlapan-Universidad Centroamericana. Managua, Nicaragua. pág. 29
- Barrera O., Pérez J.F., Flores L. (2013) Construyendo argumentos territoriales: el caso del turismo rural comunitario en AMUPEBLAN, Nicaragua. Cuaderno de Investigación No 46. Instituto de Investigación y Desarrollo Nitlapan-Universidad Centroamericana.
Managua, Nicaragua pág.18-19.
- Baulch and hoddinott (2000) Economic Mobilty and Poverty Dynamic in Developing Countries (Frank Cass Publisher; Portland Oregon).
- Bigné J., Lopez D. 1999. Planificación territorial y comercialización turística. VALENCIA. UNIVERSITAT JAUME I
- Desarrollo Internacional del reino Unido (DRD) & Agencia Suiza para el desarrollo y la cooperación. (COSUDE) Octubre 2009. Guía operacional para el enfoque “Lograr que los mercados funcionen para los pobres (M4P)”. Suiza.
- De Janvry, A. & E. Sandoulet (1999). “Rural Poverty and Effective Design of Effective Strategies for Rural Development”, en: Changes in Thoughts and Practices for Rural Development in Central America. WB, San José, Costa Rica.
- De Janvry, A.; Araujo, C. & E. Sandoulet (2002) Rural Development as a Territorial Vision University of California, Berkeley.
- Dilys R.; Harris, C & J. De andrade (2003) Addressing Poverty Issues in Tourism Standards A review of experience.

- Easterly, W. (2002) *The elusive quest of growth: economist adventures and misadventures in the tropics* (Massachusetts Institute of Technology, Cambridge).
- Elizade, H. (2003) *Territorial Strategic Planning and Public Policies for Local Development in Latin America and Caribbean* ILPES-CEPAL Santiago de Chile.
- Echeverry, P. R. (2001) *La Nueva ruralidad en Latinoamérica y el Caribe*. IICACider, México.
- Forstner, K. (2004) *Community Ventures and Access to Markets: The Role of Intermediaries in Marketing Rural Tourism Products* Development Policy Review, 2004, 22 (5): 497-514
- FENACOOOP (2004) *Estudio básico del Marco regulatorio de Nicaragua para emprendimientos turísticos (Mipymes) en entornos naturales y áreas protegidas como base para las propuestas de una agenda legislativa e institucional*. Fenacoop, Managua.
- Gómez, I. (2008) *Turismo y gestión territorial en Centroamérica. Claros y oscuros de un proceso acelerado*. Prisma, Programa Salvadoreño de Investigación sobre Desarrollo y Medio Ambiente.
- Encuesta de hogares para medir la pobreza en Nicaragua (informe 2012).
- Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR). (2010). *Datos Estadísticos de Turismo*. Managua.
- Información: FUNDENIC-SOS. (s.f.). Recuperado el 17 de Mayo de 2011, de UNDENICSOS: www.fundenic.org
- Instituto Nicaragüense de Turismo. (2011). *Base de Datos de Empresas Registradas*. Managua: Intur
- Instituto Nicaraguense de Turismo. (2003). *Documento de consulta Técnica: Ruta del Café*. Managua: Intur.
- Klibanoff, P. & J. MORDOUCH (1995), "Decentralization, Externalities and Efficiency" *The Review of Economic Studies* Vol 62, No. 2 (April, 1995).
- Kuan Consulting (2009). *Diagnóstico para la Identificación y Formulación del Programa "Turismo Rural Sostenible en Centroamérica"*, Sistema de Integración Centroamericana SICA, Agencia Española de Cooperación Internacional
- López.D. (1998) *la ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos*. VALENCIA. UNIVERSITAT JAUME I.
- Lonac A., Marioni S. y González R., (1992). *Estándares para las actividades del Tiempo Libre*. Argentina
- Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales, *Sistema Nacional de Áreas Protegidas y Programa Socioambiental y Desarrollo Forestal*. (MARENA/SINAP/POSAF). (2002).
- McIntyre, G. (1993). *Desarrollo turístico sostenible. Guía para planificadores locales*.

- Mitchell J. & P. MUCKOSY (2008) A misguided quest: Community-based tourism in Latin America. Overseas Development Institute.
- Montaner J. (1996). Psicología del turismo. SINTESIS. Barcelona.
- MINCETUR. (2006). Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional. Viceministerios de Turismo. Perú.
- OMT (1992). Manual de economía turística. Organización Mundial de Turismo.
- Perrin, M. (2001) 'Preliminary Assessment of the Environmental and Social Effects of Trade in Tourism'. Gland, Switzerland: Worldwide Fund International.
- Peláez, A; Pérez, F. J. & Romero, W. (2008) Turismo Comunitario Rural como Alternativa de Desarrollo Local, Programa Comercio y Pobreza en Latino América, COPLA ODI-Nitlapan.
- Pérez, F. J. (2005) Effects of Land Legalization in the agrarian dynamics of the indigenous communities in Alta Verapaz. Ohio University. (Athens, OH) pag 126.
- Pérez, F. J. (2009) Monitoreo de impactos DR-Cafta en la agricultura campesina centroamericana y en la tenencia de la tierra: El caso de Nicaragua. Coalición Internacional por la Tierra – Cogecoop, Guatemala.
- PPT- Ashley, C; Roe,D; & H.Goodwin (2001a) Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work For The Poor A review of experience Practice Pro-Poor Tourism Partnership.
- PPT- Ashley,C; Goodwin,H; McNab D; Scott, M; L. Chaves (2006) Making Tourism Count for the Local Economy in the Caribbean Guidelines for Good Practice Pro-Poor Tourism Partnership.
- Pérez F.J.; Barrera, O.D.; Peláez, A.V. & G. Lorío (2010) Turismo rural comunitario como alternativa de Reducción de la Pobreza Rural en Centroamérica. Cuaderno de Investigación No 36. Instituto de Investigación y Desarrollo Nitlapan-Universidad Centroamericana. Managua, Nicaragua 77 pág.
- Rivera, I.F. (2002). Fomento al Ecoturismo como alternativa de Desarrollo Económico. Chaletango: ODE-MAG
- RRSP.(s.f). Acerca de Nosotros: RRSP. Recuperado el 17 de Marzo de 2011, de Red de Reservas Silvestres Privadas de Nicaragua: www.redrspnica.com
- Romero J. & Ferrero G (2004) Desarrollo Rural en Nicaragua: del consenso teórico hacia un plan de acción. Romero J. & G. Ferrero Editores Editorial Desclee Bilbao España.
- Savignac, E. A. (1995). Objetivos Misiones Proyectos de la Organización Mundial de Turismo. OMT.
- SchaereR J & M. DIRVEN (s.a) El turismo rural en Chile. Experiencias de agroturismo en las Regiones del Maule, La Araucanía y Los Lagos. CEPAL, Unidad de Desarrollo Agrícola, División de Desarrollo Productivo y Empresarial Serie de Desarrollo Productivo No. 112.

Secretaría de Turismo de México (2004) Turismo Alternativo: una nueva forma de hacer turismo.

Secretaría de Integración Turística Centroamericana. (2011). Boletín de Estadísticas Turísticas Centroamericana. Pág. 33.

Valls, F. J. (1996). Las claves del mercado turístico. Editorial Deusto, Barcelona.

Valls, F.J (2004) Gestión de empresas de turismo y ocio: el arte de provocar satisfacción. BARCELONA. GESTIÓN 2000

Valls, F.J (2004) Gestión de destinos turísticos Sostenibles.BARCELONA. GESTIÓN 2000