



AGROTURISMO, UNA ALTERNATIVA SOSTENIBLE PARA EL SECTOR RURAL EN FLORIDABLANCA, SANTANDER

Agroturism, a sustainable alternative for the rural sector in Floridablanca, Santander

JOSÉ VICENTE PORTILLA MARTÍNEZ

Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia

KEYWORDS

*Decentralization
Agroturism
Sustainability
Habitat
Rural development*

ABSTRACT

The objective of sustainable agrotourism in Floridablanca is to promote the recognition, protection and real exercise of the economic, social, cultural, political and environmental rights of the rural population, contributing to improve their well-being in terms of quality of life, social justice and access to labor rights of peasant communities. The analysis methodology is centered on dialogue and the projection of effective actions, with the participation of social actors. The strategies are the promotion of agrotourism, research, preservation and protection of biological diversity and improvement of the quality of life of the inhabitants.

PALABRAS CLAVE

*Descentralización
Agroturismo
Sostenibilidad
Hábitat
Desarrollo rural*

RESUMEN

El objetivo del agroturismo sostenible en Floridablanca es promover el reconocimiento, protección y ejercicio real de los derechos económicos, sociales, culturales, políticos y ambientales de la población rural, contribuyendo a mejorar su bienestar en términos de calidad de vida, justicia social y acceso a los derechos laborales de las comunidades campesinas. La metodología de análisis está centrada en el diálogo y la proyección de acciones efectivas, con la participación de los actores sociales. Las estrategias son: el fomento del agroturismo, la investigación, preservación y protección de la diversidad biológica y el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores.

Recibido: 14/ 08 / 2022

Aceptado: 10/ 10 / 2022

1. Introducción

Es evidente, que el turismo sostenible hoy día requiere de una decidida participación del estado, la comunidad, los empresarios y la academia; en ese orden, la descentralización turística reconoce la diversidad de actores y contextos geográficos, pero también busca mejorar la eficiencia y la equidad en el uso de los recursos disponibles y las oportunidades. Este aspecto importante compromete a las autoridades locales y a sus ciudadanos para impulsar el turismo local, regional y nacional, con una clara visión de futuro. Es decir, procura sensibilizar a los actores sobre lo complejo del tema y la necesidad de planificar juntos, coordinar, concertar y dar prioridad a la sostenibilidad.

De acuerdo con Vera (2001) el desarrollo sostenible busca satisfacer las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. En ese contexto la definición propone potenciar las capacidades e iniciativas locales, la cercanía a los problemas, sus necesidades y recursos, permitiendo a los municipios, proponer políticas concertadas con los diferentes actores, para estimular una cultura proactiva y democrática para el desarrollo local. El desafío es que las comunidades rurales se organicen y se conviertan en protagonistas del desarrollo nacional, sujetándose a los mecanismos de participación ciudadana y de coordinación, entre el estado, la sociedad civil y los demás actores, para avanzar hacia el desarrollo sostenible. Por tal motivo, hablar de desarrollo sostenible implica hablar de equidad social, cultural, económica, política, ambiental y también de género.

Es necesario que el desarrollo turístico se enmarque en un concepto de sostenibilidad y de competitividad, para que las comunidades participen del beneficio que genera el agroturismo, sin perder su identidad y logren darle valor a su patrimonio. Nada de lo expuesto aquí será posible si no hay una acción decidida y comprometida de los gobiernos locales y particularmente de las alcaldías municipales, con los actores de la comunidad principalmente interesados en el desarrollo regional.

El objetivo general del proyecto es promover el reconocimiento, protección y ejercicio real de los derechos económicos, sociales, culturales, políticos y ambientales de las comunidades rurales, contribuyendo a mejorar el bienestar de sus pobladores, en términos de calidad de vida. En ese orden, por ejemplo, la Organización Internacional del Trabajo – OIT, tiene como una de sus políticas incentivar la justicia social, los derechos laborales de las comunidades rurales. Entonces, el fomento de las actividades agroturísticas puede sustentar tales derechos, generar empleo permanente y mayores ingresos, fortaleciendo la capacidad de gestión en estas comunidades.

2. Método

La metodología de análisis cualitativo utilizada en la propuesta agroturística para el área rural del municipio de Floridablanca, está centrada en el diálogo concertado entre las comunidades rurales y los demás actores locales, para fomentar el agroturismo y fortalecer la recuperación, protección y manejo adecuado del entorno próximo en el que se desenvuelven los habitantes de la región. Adicionalmente, es importante proponer estrategias efectivas para el desarrollo del proyecto relacionadas con la autoevaluación de experiencias agroturísticas de la región, retomando aprendizajes exitosos y fallidos realizados por la comunidad a través del tiempo. Así mismo, la proyección de metas para el fomento del agroturismo comunitario, estudio de la demanda de servicios empresariales desde la investigación, desarrollo de eventos de capacitación, asistencia técnica y acompañamiento para el desarrollo del agroturismo comunitario, fortalecimiento de metodologías para el acompañamiento en el proceso, resaltando la necesidad inminente de preservar y proteger la diversidad biológica y el hábitat en el que se desenvuelven estas comunidades rurales.

2.1 Autoevaluación

Este aspecto permite evaluar el grado de sostenibilidad de la experiencia agroturística comunitaria. El método y la selección de las variables analíticas obedecen a la necesidad de realizar una lectura sistematizada de las experiencias que son objeto de observación, para facilitar un análisis comparativo de las experiencias desarrolladas en diferentes regiones de Colombia y países de la región, con fines de capitalización y difusión de sus resultados. Las experiencias deben ser observadas mediante una doble lectura, obviamente complementarias: la primera se realizará desde una perspectiva argumentativa y la segunda con un propósito analítico.

2.2. Descripción de la experiencia

En relación con la experiencia adquirida por la comunidad en cuanto al manejo del tema agroturístico, es necesario obtener y procesar información descriptiva de carácter general, sobre su origen, raíces culturales generadas

desde la historia oral de los ancestros, el entorno geográfico, los atractivos turísticos y las acciones que se han emprendido en materia de mercadeo y comercialización del producto.

2.3. Datos generales del contexto

Podría considerarse de vital importancia la configuración de algunos aspectos relevantes para la constitución del agroturismo como empresa en la región.

El municipio de Floridablanca debe su nombre al sacerdote Eloy Valenzuela, quien lo propuso como homenaje a uno de los más ilustres reformadores de la corte del Rey Carlos III, el ilustrado Don José Moñino y Redondo, Conde de Floridablanca. El símbolo cultural del municipio es la garza blanca, habitante de los diferentes cuerpos de agua que circundan la geografía municipal. Históricamente los Florideños han sido cultivadores de café y caña de azúcar, pero ahora también dedicados al turismo urbano y con gran potencial a futuro para el agroturismo.

Este municipio tiene una extensión territorial de 97 km², su rango altitudinal está entre 925 y 1.950 m.s.n.m. y la temperatura promedio es de 23°C en zona urbana y 18°C el área rural. Actualmente se posiciona como una región potencial para el proyecto agroturístico comunitario sostenible en algunas veredas como Casiano, Aguablanca, Helechales, El mortiño, Vericute y Ruitoque, con una diversidad climática óptima para el desarrollo de cultivos promisorios dentro de una zona de vida igual a bosque húmedo premontano.

Dentro de los renglones productivos y atractivos turísticos se destacan los productos como café, caña, plátano, hortalizas, plantas medicinales y ornamentales diversas, entre otros. Además, cuenta con la presencia de atractivos turísticos y para el turismo de aventura como, el cerro de la judía (parque natural de flora y fauna), el cerro del santísimo, fuentes de agua natural, cascadas sobre el río frío y una amplia oferta gastronómica para los visitantes.

Respecto al apoyo recibido para el diseño, implementación y operación de proyectos agroturísticas, se vislumbra la participación de la comunidad, las ONGs y el Estado representado en la administración local, la academia por las universidades, el sector privado para establecer alianzas estratégicas y algunos vínculos con operadores turísticos.

Las vías de acceso y cercanía con el área metropolitana de Bucaramanga favorecen considerablemente el proyecto agroturístico; los medios de transporte son diversos, el alojamiento y la alimentación reúnen las condiciones propicias para garantizar el confort de los visitantes.

2.4. Definición del proyecto agroturístico

De acuerdo con Maldonado (2001), para éste propósito es conveniente precisar aspectos importantes de la naturaleza en la oferta agroturística, como son por ejemplo: las costumbres y experiencias de los pobladores de la región en relación con sus actividades productivas (agroturismo); exploración en la naturaleza o turismo de aventura: caminatas ecológicas para la observación de flora, fauna, ríos, cascadas, actividad pesquera, etc.; visita a monumentos y vestigios arqueológicos; visita a lugares sagrados y participación en festividades y ceremonias religiosas; transmisión de conocimientos colectivos ancestrales y sus aplicaciones, enseñanza tradicional sobre el cultivo, propagación y uso de plantas medicinales (turismo científico).

Eventualmente los circuitos turísticos que se proponen tiene que ver con programa de actividades relacionadas con ciclo-montañismo, caminatas y destinos ecológicos, con el número de días requerido para la visita. También es necesario definir cuáles son los elementos innovadores en el producto agroturístico, igual que su composición; la conexión con otros destinos y circuitos turísticos, para mantener las mejores relaciones con otras comunidades cercanas, así como los servicios afines, entre ellos: guías nativos, venta de artesanías, medios de transporte local, alimentación y refrigerio, alojamiento (hotel, hostel, hospedaje familiar, cabañas, camping). Los servicios de telecomunicaciones: teléfono, fax, redes sociales, e-mail, radio, entre otros. De acuerdo al cumplimiento de los aspectos mencionados anteriormente, la oferta agroturística puede ser catalogada como incipiente, en proceso de consolidación o, ya consolidada.

2.5. Población objeto

En lo relacionado con la proyección del mercado, es importante definir el segmento de la población al que está dirigido el producto y su grado de especialización (personas con intereses específicos, edad, condiciones económicas, procedencia local, regional, nacional o internacional). Además, estimar el mercado potencial al cual podría orientarse el producto o la ampliación del mismo, con el propósito de precisar la capacidad de oferta máxima para recibir y atender a grupos potenciales por cada visita registrada.

2.6. Mercadeo y comercialización

Para cumplir con este aspecto es necesario materializar productos que impulsen la promoción del agroturismo, entre ellos: afiches, plegables, folletos, guías, videos, página web y la radio o televisión, para publicitar el producto. Además, buscar la comercialización de la idea de negocio por medio de canales y planes acordes a éste propósito; de igual manera buscar que el proyecto haga parte de algún gremio, asociación, red de comercialización nacional o internacional. Otra consideración importante es proyectar una sucursal de información y/o venta del servicio en

nuestro país o en el extranjero, y de otro lado proyectar la participación en ferias de turismo, ruedas de negocios, congresos, seminarios o eventos de la misma índole comercial.

2.7. Análisis de la experiencia

Para la elaboración de esta sección se tienen como marco de referencia algunos de los conceptos, instrumentos y etapas del proceso de planeación estratégica. En particular, se hará uso de tres instrumentos simplificados: a) *Diagnóstico estratégico*: el cual corresponde al punto en el cual se encuentra actualmente la experiencia comunitaria observada; b) *Direccionamiento estratégico*: que procura definir a dónde quiere llegar la comunidad en un horizonte de tiempo definido y c) *La Proyección estratégica*: donde se proponen y seleccionan opciones para cada uno de los objetivos y áreas estratégicas, respondiendo a la pregunta ¿cómo va a lograr la comunidad sus objetivos y metas programadas?.

3. Resultados

Desarrollado el ejercicio de revisión bibliográfica y generadas las diversas consideraciones personales en torno a la propuesta agroturística para el municipio de Floridablanca – Santander, es de vital importancia profundizar en aspectos que permiten visualizar una gama de posibilidades relacionadas con las políticas públicas, la sostenibilidad, el desarrollo comunitario y las dimensiones para el desarrollo agroturístico en la región. Entre ellas es conveniente referir las siguientes:

3.1. La Descentralización turística y desarrollo local del territorio

Según López & Curiel (2010), pocos subsectores de la economía gozan de versatilidad y flexibilidad para adaptarse a las condiciones propias de cada territorio y de cada población. Es por ello, que hablar de turismo y de oportunidad estratégica para el desarrollo local, es más frecuente.

La descentralización turística considera la diversidad de actores y contextos geográficos, busca mejorar la eficiencia y la equidad en el uso de los recursos y oportunidades, además, acerca la gestión turística a las autoridades locales y sus ciudadanos para impulsar el turismo regional y nacional, con visión de futuro. En fin, procura sensibilizar a los actores de un destino sobre la complejidad de la actividad y la necesidad de planificar participativamente, coordinar, concertar y privilegiar la sostenibilidad.

Si el desarrollo sostenible busca potenciar las capacidades e iniciativas locales, la cercanía a los problemas, necesidades y recursos permite a los municipios, en este caso, la elaboración de políticas concertadas con los diferentes actores y sectores, estimulando de esta manera una cultura proactiva y democrática para el desarrollo local. El desafío está en que las comunidades rurales se organicen y se conviertan en protagonistas del desarrollo regional.

Los mecanismos de participación ciudadana y de coordinación entre el Estado, la sociedad civil, la empresa privada y la academia, resultan decisivos para avanzar hacia el desarrollo sostenible.

3.2. La promoción del agroturismo sostenible

De acuerdo con Cantuta, C. & Rosado, G. (2017) a partir de los resultados obtenidos con el desarrollo de su trabajo de investigación sobre turismo sostenible en Perú, se logró concluir que el propósito de sostenibilidad configurado en una planeación estratégica, juega papel importante en el desarrollo económico y social de la región a partir de los ingresos generados por ese concepto y, que además la explotación de recursos, el orden público, disponibilidad de servicios, falta de promoción del proyecto turístico, puede ser determinante en la presencia o no de potenciales visitantes en la región.

Para nuestro caso, el desarrollo sostenible es más fácil de visualizar y practicar a nivel particular, debido a que los recursos naturales se encuentran en estos espacios, y la concertación es más probable entre comunidades, autoridades y empresas locales. En este sentido, y en vista de la conveniencia de que lo local y lo rural se articulen con lo nacional y lo urbano, la globalización requiere de un entorno armónico entre las grandes empresas y centros urbanos con las economías y ecosistemas del área rural. Por lo tanto, hablar de desarrollo sostenible implica hablar de equidad social, económica, política de género y ambiental.

3.3. El agroturismo comunitario como alternativa de desarrollo

En el estudio denominado: El turismo en la lógica de la sostenibilidad y el desarrollo local. Reflexiones sobre tres estudios de casos en Costa Rica, Bolivia y El Salvador, el autor argumenta que:

El concepto de Identidad como palanca de desarrollo, toma vida en estos lugares. Podríamos decir que la contribución del turismo sostenible para forjar una identidad como palanca de desarrollo, está referido al forjamiento de actitudes y conductas que se promueve en hombres y mujeres para la protección, cuidado y valoración del patrimonio natural (ecosistema, Flora y fauna, estuarios y santuarios ecológicos, áreas naturales, etc.) y Patrimonio cultural, (historias, tradiciones y costumbres, música, gastronomía

y formas de producción y de convivencia local), transformado en producto turístico. Pero también al respeto que se promueve de los valores individuales y comunitarios. (Melara, 2009, p. 19)

De acuerdo a las anteriores consideraciones, una política de turismo puede ser viable y sostenible para las comunidades, si se promueve y revaloriza la cultura originaria, si se las fortalece en los planos social y organizacional. Para ello, el Estado deberá impulsar e implementar acciones como:

- *Proyectos agroturísticos rurales* a efectos de lograr el autofinanciamiento y el mejoramiento en la calidad de vida de sus habitantes.
- *Canalizar recursos económicos* para la ejecución de proyectos turísticos comunitarios, particularmente de orden agroecológico, cultural, medicinal y científico.
- *Desarrollo de un sistema de capacitación y asesoría técnica* permanente y especializada para las comunidades.
- *Acceso a espacios de publicidad* y a eventos de difusión regional, nacional e internacional.
- *Delegar a las comunidades rurales, la administración y gestión* de los atractivos históricos, naturales y culturales que se encuentren en el territorio.
- *Equipamiento e infraestructura* que no vaya en contra de la cultura ambiental.
- *Aplicación y cumplimiento de las leyes* que regulan la actividad agroturística.
- *Acceso ágil a trámites y certificaciones* para operadores turísticos rurales.
- *Reconocimiento legal* en la categoría de empresa comunitaria rural autosostenible.

Aquellas regiones en donde existe el convencimiento de que el turismo puede aportar beneficios reales a las comunidades, como el mejoramiento de las condiciones de vida, actividad laboral y el afianzamiento de su identidad cultural, las demandas se pueden orientar hacia el fortalecimiento de la capacidad de autogestión de las empresas turísticas familiares o comunitarias, la capacitación del recurso humano para ofrecer servicios adecuados a los turistas y el acceso a recursos financieros para la adquisición de activos fijos o capital de trabajo.

La oferta agroturística está configurada con productos vinculados a la naturaleza o ecoturismo, agroturismo, senderismo y actividades de aventura entre otros. El desarrollo económico no se justifica por sí solo, sino en la medida en que cumpla una función social y beneficie a sus actores. Por ello, el contenido y los métodos de los programas dirigidos a las comunidades rurales, deben ser tratados de manera especial.

En esa medida, otro de los objetivos pertinentes de la presente propuesta de trabajo es convocar a todos los actores del sector turístico, para reflexionar conjuntamente sobre los desafíos, potencialidades y riesgos que conlleva la promoción del agroturismo con poblaciones rurales. Si el turismo es capaz de mejorar las condiciones de vida, generar empleo y condiciones dignas para las comunidades locales, en el marco de una economía de mercado, su sostenibilidad está estrechamente vinculada a la existencia de determinadas condiciones, tales como la eficiencia y la viabilidad económica de las empresas comunitarias, la distribución equitativa de los beneficios que reporte la actividad entre los agentes que intervienen en la promoción, oferta y comercialización de los productos turísticos, la protección de los territorios ocupados o utilizados por la comunidad, así como una adecuada preservación y aprovechamiento de los recursos naturales y la diversidad biológica, además, fortalecer el respeto y la valorización de la identidad cultural de las comunidades rurales con sus múltiples expresiones.

3.4. Dimensiones genéricas del agroturismo en Colombia

Fernández (2015) en su tesis doctoral sostiene que existen dimensiones básicas del desarrollo sostenible y en ese contexto, cabe a la sostenibilidad como una preocupación por las decisiones en temas de política económica, la igualdad social y la conservación de los recursos. Todas ellas integradas con lo cultural, en lo que se denomina multidimensionalidad del desarrollo sostenible.

La dimensión económica, destaca actividades y productos diversos alrededor del turismo (sitios turísticos, artesanías, pequeña agroindustria, transporte, hospedaje, alimentación y otros servicios), como oportunidades para diversificar fuentes de ingreso para la comunidad, gracias a las actividades turísticas y servicios conexos. La compra de productos y servicios locales para las actividades turísticas son rentables y reportan ganancias, que pueden ser reinvertidas en dotación o mejoras de servicios. Todo lo anterior, pensando en la capacidad de gestión comunitaria para el manejo sostenible de las empresas turísticas.

La dimensión social, refiere claramente a la ocupación o empleo permanente y ocasional que generan las actividades turísticas en la comunidad o fuera de ella (independientes), la capacitación del recurso humano que ha inducido la actividad turística en la comunidad. Además, debe tener presente las diferentes categorías de la población que ha de beneficiarse en particular de los empleos y la capacitación (mujeres, jóvenes, adulto mayor, iletrados, de menor nivel educativo, discapacitados). En cuanto a los procesos migratorios de miembros de la comunidad, estos pueden ser atenuados, sin embargo también es muy útil pensar en el mayor grado de cohesión social que se genera en la comunidad con el fortalecimiento de los mecanismos internos de participación y toma de decisiones, o creando instancias paralelas de decisión y gestión.

En lo relacionado con la dimensión cultural, se deben examinar variables cualitativas que permitan generar cuestionamientos como por ejemplo: ¿Las actividades turísticas rescatan, valoran y potencian algunas de las diferentes manifestaciones propias de la comunidad?, ¿Dichas actividades han respetado, afirmado y difundido

valores, costumbres, tradiciones religiosas o espirituales y prácticas socio-culturales de la comunidad, o las han debilitado?, ¿Se han desarrollado acciones de interculturalidad, como por ejemplo intercambio de conocimientos colectivos ancestrales?

Finalmente, en lo ambiental es conveniente tener en cuenta otras variables que permitan responder conscientemente a los siguientes interrogantes: ¿Qué medidas o disposiciones concretas ha previsto la comunidad para controlar y reducir el impacto negativo de las actividades turísticas en el entorno natural?, en particular, se analizará el uso de las tecnologías y materiales utilizados en las obras de infraestructura y construcción, medios de transporte, alimentos y bebidas. ¿La comunidad realiza un manejo adecuado de residuos (sólidos, líquidos y emisiones) acorde con la preservación del medio ambiente y los recursos naturales?, ¿Se ha buscado y/o ha recibido asesoría en materia de conservación del entorno?, ¿Se ha capacitado a los guías nativos y se ha sensibilizado a la comunidad y a la población local en temas ambientales y valoración de sus propias costumbres y tradiciones?, ¿Se está informando y orientando a los turistas en aspectos relacionados con manejo de desechos y conservación ambiental?, ¿Se han elaborado y se están aplicando indicadores de monitoreo ambiental?

3.5. Orientaciones para temas de trabajo comunitario

Es importante resaltar aspectos que representan relevancia en el estudio y/o caracterización de los contextos potenciales para el desarrollo de propuestas agroturísticas, entre ellos los requerimientos institucionales y políticas para el desarrollo del agroturismo sostenible.

Sobre el tema Inostroza (2008) interpreta que, para lograr un modelo de gestión sostenible en el turismo comunitario, deberían tratarse tres puntos, primero, ¿cómo lograr una cooperación eficaz para la sostenibilidad del turismo entre las diferentes instituciones del sector público, privado, comunitario, academia y las ONG. El segundo punto debe responder a la pregunta ¿qué responsabilidades y compromisos deberían asumir cada una de las mencionadas instituciones? No se precisarán actividades, pero sí se definirá un marco general de acción para cada uno de los actores, tratándose de corresponsabilidad. Finalmente, examinar ¿qué aspectos de la política pública requiere el desarrollo del turismo sostenible comunitario? El Estado no puede responsabilizarse de un producto turístico de la comunidad, pero sí puede crear condiciones para que éste prospere en un clima económico, normativo e institucional favorable, desde lo fiscal, crediticio, capacitación, asistencia técnica, promoción y descentralización.

Por otro lado, desde la planificación y gestión municipal se proponen tres temas para la reflexión: Primero, ¿En qué medida y en qué condiciones el turismo puede ser un motor para el desarrollo económico local?; en segundo lugar ¿por qué y cómo el municipio debe promover el turismo sostenible?, por último, el más complejo y de carácter técnico, se refiere a la planificación y promoción turística municipal. Si decidimos que es necesario crear una Oficina Municipal de Turismo, ¿Qué se debe hacer?; en un principio identificar el potencial turístico y preguntarnos ¿qué recursos turísticos existen y qué uso puede dárseles? Luego, ¿cómo aprovechar concretamente ese potencial turístico, convirtiendo los atractivos en productos turísticos y para qué segmento del mercado o clientela? En tercer lugar, ¿cómo la población y las autoridades municipales pueden trabajar conjuntamente para incrementar el flujo turístico hacia la zona? Y finalmente, ¿qué servicios debe brindar la administración municipal para promover y desarrollar el turismo sostenible?

Ahora bien, el agroturismo es una actividad dinamizadora del desarrollo comunitario con identidad cultural, un tema de reflexión con marco filosófico para la acción y una referencia para la planificación. Es necesario abordar el tema de la planificación comunitaria para el turismo, con base en elementos propios de la planificación municipal, pero a nivel particular y con los siguientes elementos: Inventario y jerarquización de recursos turísticos y qué desea hacer la comunidad con ellos; transformación de los recursos en productos turísticos para atraer o incrementar el flujo turístico hacia la región, para promover y comercializar sus productos.

Finalmente, vale la pena destacar que, realizado el trabajo de revisión bibliográfica y una vez formulada la propuesta para la proyección del agroturismo en Floridablanca, es posible implementar el análisis de resultados a partir de la aplicación de una matriz DOFA, en donde las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas hagan parte del diagnóstico estratégico flexible y adaptado a las condiciones generales del entorno próximo.

4. Discusión

4.1. Ecoturismo responsable y desarrollo comunitario

En muchos casos, ecoturismo y comunidad son usados como herramientas de marketing y comercialización en vez de constituir principios responsables para el turismo. Es allí donde cada comunidad puede hacer valer su producto, vigilando la forma cómo se están ofertando los servicios desde los operadores. Por ahora, no existe un control ni supervisión para garantizar la operación de proyectos comunitarios de agroturismo. Tampoco existe

un sistema de certificación que garantice que los productos que están en el mercado son realmente agroturísticos y/o ecoturísticos y que se están respetando las normas y criterios acordados.

Según Quintana (2017), deben desarrollarse propuestas de turismo alternativo de naturaleza, con responsabilidad y sostenibilidad, desarrollando acuerdos que satisfagan las necesidades comunitarias locales. En muchos casos hemos errado en lo que podemos ofrecer a los nativos por sus servicios, calculando también en cuánto podemos vender el producto, por eso deberíamos plantearlo de la forma contraria, preguntándonos ¿qué es lo que necesita la comunidad? ¿Cuánto es lo que necesita para satisfacer sus necesidades básicas? y a partir de allí, establecer el valor del servicio turístico para el cliente.

La participación comunitaria es necesaria para el desarrollo de nuevas políticas de manejo. Es imperativo que la comunidad decida qué es lo que quiere hacer; cómo quiere manejar la actividad turística; cuántos visitantes quiere recibir por año; a dónde quiere llevarlos; quiénes van a ser los anfitriones, actuar de guías o ser los responsables de la operación en su conjunto.

Los operadores también deben promover y seguir los principios del turismo sustentable, tanto en relación a los turistas como con la comunidad. Las ONG y las operadoras deben apoyar la conservación a través de programas de salud y educación, no necesariamente financiando, pero sí favoreciendo contactos, nexos y puentes duraderos, promoviendo acuerdos con ONG extranjeras o nacionales. Es allí donde radica la capacidad de gestión, facilitando accesos a la comunidad para que logre mejores niveles de educación, capacitación y salud.

Al Gobierno, por su parte, le corresponde crear un ambiente propicio para el desarrollo del agroturismo vinculado a la conservación. Un decidido apoyo en marketing y comercialización del producto, en particular, facilitando la conexión con los futuros proyectos. Uno de los aspectos más difíciles para los proyectos comunitarios es precisamente la venta de su producto, es decir, consolidar la demanda. Es un proceso algo extenso que requiere planificación, inversión y, sobre todo, constancia.

De acuerdo con Márquez, R. (2016), a partir de la experiencia obtenida y registrada en el análisis de resultados y conclusiones del trabajo de investigación realizado sobre el caso “Valentín Natural” en el sureste de México, sobre ecoturismo y desarrollo comunitario, es necesario destacar que la carencia de una política de estado puede limitar el desarrollo de este tipo de iniciativas ante la carencia de visión, organización y planeación, generando abandono y arriesgando con ello la participación activa de la comunidad con el fin de incentivar su capacidad creativa para el emprendimiento turístico incluyente, que promueva el desarrollo.

5. Conclusiones

El agroturismo sostenible requiere de una decidida participación del estado, la comunidad, los empresarios y la academia; en ese orden, la descentralización turística reconoce la diversidad de actores y contextos geográficos para impulsar el turismo local, regional y nacional, con una clara visión de futuro, dando prioridad a la sostenibilidad. El desafío está en que las comunidades rurales se conviertan en protagonistas de su propio desarrollo, sujetándose a los mecanismos de participación ciudadana con la presencia del estado y la academia, para hablar de equidad social, cultural, económica, política, ambiental y también de género, logrando el beneficio del agroturismo.

De acuerdo a la revisión documental realizada y en consideración a lo expuesto anteriormente, se puede concluir que, el trabajo con las comunidades rurales resulta complejo por sus múltiples implicaciones; el turismo, y en particular el comunitario, es fructífero a largo plazo. Apostar al Agro-ecoturismo en Floridablanca puede representar una excelente alternativa, pero requiere de planificación, metódica y organizada; además debe generar consensos entre los actores interesados en la propuesta; promoviendo mecanismos de concertación intersectorial que logren coordinar y armonizar los intereses y acciones de los agentes involucrados con el ecoturismo.

Por otro lado, es útil formular sobre la base de una participación intersectorial y multidisciplinaria, los correspondientes planes estratégicos de desarrollo ecoturístico, donde se encuentren definidos los criterios de conservación de las áreas naturales, los modelos de participación de las comunidades locales, los niveles de responsabilidad de las personas naturales y jurídicas, ya sean públicas, privadas o mixtas. Así mismo, se requiere promover la certificación de la oferta ecoturística nacional en áreas protegidas, con un compromiso de conservación de recursos y un sentido de responsabilidad social.

Fomentar la reinversión de los beneficios económicos generados por el ecoturismo, en el manejo y control de las áreas naturales y mejoramiento en la calidad de vida de las poblaciones locales, a través de espacios de capacitación dirigida a los miembros de las comunidades locales en actividades calificadas como ecoturísticas, fortaleciendo capacidades para el establecimiento de mecanismos de manejo y conservación de áreas de especial importancia y fomento del ecoturismo.

Finalmente, se deben fortalecer las Pymes ecoturísticas a través del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, fortaleciendo las empresas en el área de comercio electrónico al servicio del ecoturismo, mediante herramientas como websites, para beneficiarse con la globalización y prepararse para asumir este reto.

6. Agradecimientos

El presente escrito surge de una propuesta de investigación para del Programa de Ciencias Naturales y Educación Ambiental, de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, Rectoría Santanderes – Colombia, Alternativas para el agroturismo sostenible en Floridablanca, Santander “.

Referencias

- Catunta Carbajal, J. O., & Rosado Gutiérrez, C. J. (2017). El turismo sostenible y la afluencia turística en los distritos de Ica y Huanchaco-2014.
- Collins, J., Hall, N., & Paul, A. (Eds.). (2004). *Causation and counterfactuals*. The MIT Press.
- Fernández, J. (2015). El turismo sostenible en España: análisis de los planes estratégicos de sostenibilidad en el ámbito local. *Dialnet*. Recuperado en http://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/14476/FernandezFernandez_Javier_TD_2015.pdf.
- Inostroza, G. (2008). Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina. *Gestión turística*, (10), 77-90.
- López, A., & Curiel, J. (2010). El turismo sostenible como dinamizador local. *Observatorio Medioambiental*, 13, 109-129.
- Maldonado, Carlos. 2001. *Turismo sostenible: estado, comunidad y empresa frente al mercado: el caso Ecuador*. Ginebra: OIT. Seminario-taller, Turismo sostenible: estado comunidad y empresa frente al mercado: el caso Ecuador.
- Márquez, R. I., Arcipreste, M. E. A., Valladares, J. L. S., Salazar, F. C. B., Aguilar, M. A. A., Márquez, A. P. I., & Acevedo, L. A. M. (2016). Ecoturismo y desarrollo comunitario: el caso de Valentín Natural en el sureste de México. *Anuario Turismo y Sociedad*, (18), 117-135.
- Martínez Quintana, V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor*, 193 (785): a396. doi: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>
- Melara, G. J. (2009). El turismo en la lógica de la sostenibilidad y el desarrollo local. Reflexiones sobre tres estudios de caso de Costa Rica, Bolivia y El Salvador. *DELOS: Desarrollo Local Sostenible*, 2(5), 4.
- Quintana, V. M. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor*, 193(785), a396-a396.
- Vera-Rebollo, J. F. (2001). Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores.