

La mayoría de los negocios exitosos se concretan gracias a la juiciosa definición de planes y estrategias de negocio. Por una parte, los planes de negocio buscan reconciliar las demandas para evitar inversiones innecesarias y la duplicación de esfuerzos y para investigar e identificar nichos de mercado donde el éxito se puede alcanzar. La mayoría de los planes convencionales de turismo son dominados por los crecientes requerimientos de la industria turística, son tanto planes de marketing como planes de inversión de capital; usualmente son diseñados para incrementar el tráfico, el número de visitantes, el retorno de la inversión y la generación de empleo. Estos planes buscan explotar los recursos nacionales y regionales. Estos tipos de planes usualmente son elaborados sin tener en cuenta las comunidades, su entorno, su cultura y su desarrollo empresarial.

En contraste, los planes de turismo sostenible son basados en un análisis regional más amplio y holístico, de acuerdo a los siguientes lineamientos:

- Un análisis de las necesidades de la región, en términos sociales, culturales, económicos y ambientales.

- Un análisis de los pros y los contras del desarrollo turístico de la región.

- Una discusión de cómo ese mejor turismo puede ser implementado como una herramienta que regenera social, económica, cultural y ambientalmente la región.

- Socialización en la elaboración del plan.

- Considerar la capacidad de carga de turistas. Esto incluye decisiones para establecer áreas de uso intensivo, para definir áreas menos dadas a programas de conservación y fijar límites generales de crecimiento. Los ecosistemas frágiles deben recibir especial atención, ya que en ellos la construcción de determinada infraestructura debe estar limitada.

- Un estudio de mercado para establecer oportunidades y definir así una estrategia de mercado.

- Un programa de capacitación para empleados y empresarios. Parte de este programa debe buscar promover nuevas iniciativas locales en el turismo regional; sin este tipo de programa existe un gran riesgo que empresarios externos dominen la industria turística de la región antes que personas locales se adapten a las nuevas oportunidades.

-Un programa de calidad diseñado para que el visitante desarrolle conocimiento en la región, incremente su percepción y satisfacción, promueva la pertenencia con la región y promueva una recompra turística.

-El establecimiento de grupos locales para monitorear, asesorar y asistir futuros desarrollos.

Las estrategias dentro del turismo sostenible son acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo para ser implementadas con el fin de aprovechar los recursos y las oportunidades con las que se cuenta en una determinada región. Es importante que los líderes del proceso tengan experiencia no sólo en temas turísticos sino en aspectos económicos, ambientales y sociales. Adicionalmente, deben estar ajenos a interés particulares ya que si bien la información levantada a nivel local es valiosa, la imparcialidad es mucho más vital.

Las estrategias del turismo sostenible deben considerar los siguientes aspectos:

-El desarrollo de la estrategia debe usarse para motivar el diálogo entre el gobierno, los empresarios del sector turismo y las comunidades locales acerca del futuro de una región y el rol que en este sentido tiene el turismo.

-La estrategia debe ser usada para guiar y fomentar la inversión en infraestructura de transporte, servicios públicos, marketing, información e interpretación.

-Los empresarios del sector turismo pueden ganar en seguridad e invertir a largo plazo gracias al desarrollo turístico en un ambiente estable social, ambiental y económicamente.

-Tanto la conservación de los hábitats naturales como de la herencia cultural, deben ser incluidos dentro del proceso de construcción de la estrategia, de esta forma ganarán estatura al ser reconocidos y valorados como parte del proceso. Bajo este orden de ideas el patrimonio natural y cultural debe ser considerado como un valor agregado a los servicios turísticos que se van a prestar.

-Durante el proceso de construcción de la estrategia se puede incluir procesos de diversificación productiva al interior de fincas, talleres artesanales, actividades deportivas al aire libre, oferta gastronómica especializada y regional, reorganización del transporte público para los visitantes,

establecimiento de nuevos restaurantes entre otros. Lo anterior puede diversificar o incrementar las oportunidades laborales de la región, incluso mejorando las tasas de ocupación laboral de mujeres que en las áreas rurales son tradicionalmente bajas.

-La construcción de estrategias puede ser usadas como un vehículo para nuevas ideas y como parte de un proceso educativo que permita el desarrollo de nuevas habilidades y competencias dentro de la comunidad de la región.

-El diálogo sectorial y local puede permitir considerar los costos y beneficios de diferentes alternativas de turismo y de inversión en turismo.

-La mayoría de negocios de turismo rural son pequeños e incapaces de implementar un marketing efectivo, luego dentro del proceso de construcción de la estrategia puede promoverse la confluencia de las fincas y casas rurales en portales especializados que facilitan y garantizan una visibilidad dentro la creciente oferta turística.

-La elaboración de un plan efectivo, bien escrito y socializado con toda la comunidad puede permitir la gestión de recursos desde el sector privado o público.

-Las estrategias deben ser a largo plazo y sugerir evaluación del programa anualmente.

-Debe ser el inicio de una relación donde confluyan empresarios, gobierno, cultura e intereses ambientales.

Fuente: Lane, 2005. Sustainable rural tourism strategies: a tool for development and conservation. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo 1(1)