UNIDAD 3

TURISMO EN ESPACIOS RURALES

Oferta y demanda del Turismo Rural

Tabla de contenidos

- Presentación
- Características de la demanda del turismo rural
- La motivación turística
- Las actividades turísticas
- Actividades en el espacio rural
- El alojamiento rural
- Otros servicios
- La calidad en el turismo rural
- Referencias
- Cibergrafía
- Créditos

Copyright SENA ©, 2012.

Presentación

Si se dispone de un producto turístico que el mercado no desea, ni las mejores campañas promociónales, por muy originales y brillantes que sean, ni los correctos ajustes de precios, ni la distribución perfecta conseguiría que los consumidores lo adquieran, al menos de forma repetitiva. Blanca García.

Identificar las posibilidades y potencialidades de una región se constituye en la base fundamental para el desarrollo del turismo en espacios rurales permitiendo así visualizar los recursos, atractivos y actividades turísticas a ofrecer. Los cambios en el comportamiento de la demanda y los valores en los consumidores actuales deben generar cambios en la oferta de productos turísticos, hoy los turistas quieren:

- Productos a la medida, individualizados o exclusivos.
- Un tratamiento diferente, no estandarizado ni homogéneo.

En conclusión, el turista actual es un individuo activo, actor de su propia experiencia de viaje, quien busca un mayor contacto con la naturaleza y la cultura local. Algunas de estas tendencias en la demanda, aunque ya se han tratado en unidades anteriores, se profundizarán en la presente.

Resultados de aprendizaje

- Conocer a profundidad la temática de turismo en espacios rurales.
- Explorar las posibilidades y potencialidades de su entorno para el desarrollo de turismo en espacios rurales.
- Impulsar el desarrollo de turismo en espacios rurales de una región o entorno específico.

Conocimientos de concepto

- Demanda del turismo rural.
- Oferta del turismo rural.
- Elementos de la oferta de turismo rural.
- Calidad en el turismo rural.
- Marketing de turismo rural.

Conocimiento de proceso

Relacionar los conceptos de turismo a su entorno.

Criterio de evaluación

Aplica a su entorno rural los conceptos de turismo.

Copyright SENA ©, 2012.

Características de la demanda del turismo rural

Estas características sobre la demanda turística rural actual se han generalizado de la siguiente manera son por lo general personas profesionales entre los 25 y 45 años, que proceden de las ciudades, que buscan los espacios rurales para disfrutar de ellos. Buscan una vida diferente, salir de la rutina diaria que les imprime el mundo urbano, recuperar fuerzas, energías y encontrar el equilibrio, la armonía en los espacios rurales para luego enfrentar su vida ordinaria, quieren lugares tranquilos no masificados, formas tradicionales, romper con el comportamiento asumido en las ciudades. Es un turismo que poco obedece a las altas y bajas temporadas, es de fines de semana, de puentes, festivos, semana santa aunque también se incluye las vacaciones largas, pero generalmente en esta época se comparten vacaciones en espacios rurales y litorales, como el turismo de sol y playa.

Es un tipo de turismo que generalmente se hace con el grupo familiar, por ello debe ser tan amplio y variado, que permita ofrecer actividades para todas las edades y gustos, se quiere normalmente volver a las raíces, a los orígenes. Generalmente, los turistas del medio rural se dividen en dos los que tienen vínculos con el espacio rural y se alojan en casas de familiares o viviendas propias (fincas) y los que no tienen vínculos que utilizan alojamientos rurales comerciales.

Cada tipo de estos turistas requiere de su identificación y además de planeación y promoción diferentes. El que tiene vínculos tiene un alto grado de repitencia y fidelidad con el espacio rural visitado.

Generalmente, el turista de espacios rurales utiliza su propio medio transporte, vehículo propio, el de familiares y amigos. Es un turista que poco recurre a las agencias de viajes, el trata de organizar su viaje, pero si requiere de mucha información sobre el lugar y los alojamientos. Se dice que son turistas de clase media.

Para reflexionar: Reflexione en las tendencias de la demanda turística actual, las cuales se enmarcan en los siguientes factores:

- La supersegmentación del mercado, es decir la división y subdivisión del mercado.
- La búsqueda de unas vacaciones activas.
- La demanda exigente en cuanto a la calidad.
- La mayor demanda de los viajes independientes.
- La mayor capacidad económica.
- La baja disposición de tiempo.

Copyright SENA ©, 2012.



La motivación turística

Las motivaciones que las personas tienen para viajar son tan diversas y dispares, se hace necesario y sería lo ideal hacer estudios motivacionales que den identifiquen los motivos que las mueven a desplazarse, en este caso a los espacios rurales y naturales.

Pero para el caso de esta tipología de turismo los turistas tienen motivos que influyen al momento de elegir como son la tranquilidad, el reposo, el reencuentro con sus familiares y amigos, con su pasado, el aire puro y no contaminado, el contacto con la naturaleza, es decir la calidad de vida que ofrece el medio rural, aspecto muy deteriorado y perdido en la urbe.

Para poder plantear una estrategia de mercadeo que genere los resultados esperados como es la compra del producto turístico real, se requiere de una mayor cantidad de información sobre los turistas y en especial de su comportamiento. Por ello, se requiere mayor información sobre los turistas y su comportamiento, a través de la investigación de los mercados turísticos, que identifiquen las motivaciones y expectativas por segmentos de mercado.

Copyright SENA ©, 2012.

Para reflexionar: ¿Qué motivaciones y expectativas tienen los jóvenes quienes visitan los espacios rurales naturales? ¿Qué buscan? ¿Qué quieren hacer? ¿Qué expectativas tienen los adultos mayores que visitan los espacios rurales?

Elementos que componen la oferta de turismo rural: La oferta turística es la sumatoria de atractivos y actividades más servicios como alojamiento, alimentación y complementarios que sumados todos generan productos turísticos capaces de satisfacer las necesidades, motivaciones y expectativas de un segmento de mercado especifico.

Se tiene, entonces, que la oferta turística contempla:

Atractivos + Actividades + Servicios = Producto turístico.

Producto turístico + precio + canales de distribución + promoción + información= Oferta Turística

Recursos y atractivos turísticos: Los recursos de los espacios rurales son muchos y variados. Pero, se hace necesario interpretar que es un recurso en el caso turístico. Según el Manual de Asistencia Técnica Municipal en Planificación Turística del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo en Colombia, vigente aún y del año 2002, se entiende como los factores físicos y culturales que potencialmente pueden introducirse o desarrollarse por y para el turismo, son el fundamento posterior para el desarrollo como atractivos o atracción. Es la materia prima de futuras atracciones.

Para muchos otros países, al hablar de recursos se están refiriendo a los atractivos. Así, cada país tendrá su tratamiento por ejemplo para el caso de Argentina, lo llaman recursos y los clasifican en cinco categorías: Atractivos naturales, Patrimonio histórico y museos, Folklore y manifestaciones de la cultura tradicional, Realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas, Acontecimientos programados y manifestaciones culturales contemporáneas. *Tomado del Modulo 3. Curso de capacitación a distancia por Internet. Postgrado en Alta Dirección en Turismo Rural. (2003). Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Facultad de Agronomía. P. 108.*

En el caso colombiano la clasificación de los atractivos turísticos y también de los recursos(potenciales) se representa de la siguiente forma:

Copyright SENA ©, 2012.

Recursos Culturales
Son aquellas realizaciones tangibles e intangibles de una comunidad. Tiene en cuenta todas las producciones humanas significativas pasadas o presentes, materiales o inmateriales. Se agrupan por categorías así: Arquitectura, arqueología, historia, obras de arte, expresiones religiosas, manifestaciones folclóricas, realizaciones técnico científicas, grupos de especial interés. Ejemplos de algunas de ellas son la música, las artesanías, la gastronomía (bebidas y comidas), peregrinaciones, pintura, escultura, etc.

Sitios Naturales
Son los accidentes geográficos de interés para el turismo. Se agrupan en las siguientes categorías: Montañas, Altiplanicies, Llanuras, Lagunas, Ríos, Cascadas, Costas Litorales, Islas, Lugares de observación de fauna y flora, Lugares de pesca y áreas de reserva y parques nacionales, entre otros. Algunos ejemplos de estas categorías son: nevados, cordilleras, volcanes, mesetas, depresiones, desiertos, penínsulas, ensenadas, etc.

Festividades y eventos
Son atractivos que se generan en la realización de eventos con contenido actual o tradicional, en los cuales la población es participe o espectadora. Se categorizan así: ferias y exposiciones, eventos artísticos, culturales, deportivos, aniversarios, reinados, encuentros, días de mercado, entre otros.

Todos estos atractivos y recursos deberán identificarse mediante la elaboración de un inventario turístico del espacio rural, para localizarlos geográficamente y cuantificarlos. Luego de la identificación, se hace necesario hacer una valoración de cada uno de ellos que de cuenta del estado de conservación, de la calidad del atractivo y de la contaminación que pueda o no tener. Se tendrán muy presentes las condiciones de acceso, el acondicionamiento requerido y como se llega al lugar.

Y finalmente se define con base en los anteriores estudios su grado de aprovechamiento, la potencialidad y las posibles actividades que se pueden desarrollar en él. Todo este estudio arrojará un diagnostico de la oferta de atractivos y recursos, de los cuales se dispone, además permitirá priorizar la inclusión dentro de la oferta actual o futura del turismo rural.

Clasificación de los atractivos turísticos. Tomada de Manual de Asistencia Técnica en planificación del turismo. (2002). Bogotá: Ministerio de Desarrollo Económico (nombre actualizado por Ministerio de Industria, Comercio y Turismo). Consultar en el sitio web www.mincomecio.gov.co en la sección publicaciones de turismo o en el material de apoyo del presente programa de formación.

Copyright SENA ©, 2012.

Los recursos y atractivos serán pasivos mientras el turista no pueda desarrollar en ellos actividades porque las condiciones del entorno y las características de los mismos no lo permiten, es decir el turista aquí será un simple espectador. Es decir que los recursos y atractivos activos son las actividades deportivas, socioculturales, la participación en tareas habituales del espacio rural, entre otras. Este planteamiento de recursos pasivos y activos, llama la atención y es un concepto español, según García (2003).



Las Actividades turísticas

Corresponden a la *acción del turista* en el lugar de destino. En conjunto, con el atractivo del municipio o destino, se constituyen en la motivación básica de un turista. Se podría decir que *no es posible un desarrollo turístico, si el visitante no puede realizar actividades*, aunque en muchos casos, solo se trate de contemplar el paisaje.

Las actividades turísticas en el medio rural se deben caracterizar por ser respetuosas con el medio ambiente, natural y social, y tener como punto de partida los recursos y atractivos naturales y culturales existentes en el municipio o región.

Copyright SENA ©, 2012.

Es difícil precisarlas, pues existen gran diversidad de ellas para enumerarlas. Esto dependerá del país, región, o municipio, aunque entre las más comunes están:

- Actividades de Esparcimiento.
- Actividades Deportivas.
- Actividades vinculadas al ambiente natural.
- Actividades vinculadas al patrimonio histórico cultural.
- Actividades vinculadas a la producción.
- Asistencia a eventos programados.
- Otras actividades complementarias.

Se han de distinguir las actividades que se realizan dentro de los alojamientos rurales o por fuera o en el exterior de ellos. Estas actividades en muchos casos involucran y *requieren la participación activa del turista*, mientras en otros se da más bien una *actitud contemplativa.* Sin embargo, algo clave en el turismo rural son las actividades dentro de los alojamientos rurales, pues un turista no viaja solamente a descansar en una cama, el alojamiento debe estar preparado para que el turista pueda realizar diferentes actividades como: juegos tradicionales del medio rural, juegos de mesa, lectura, degustación de productos propios de la finca por ejemplo, cursos, exposiciones, participación en actividades de la finca como el ordeño o arreo de ganado.

Las actividades han de permitir y potenciar el contacto del turista con el paisaje natural y cultural del destino rural, es decir deberá ser un turismo interactivo.

Algunas de las actividades podrían ser las recreativo deportivas: como áreas de baño y actividades náuticas, los paseos a pie (senderismo), los paseos a caballo (turismo ecuestre), cicloturismo o paseos en bicicleta, deportes aéreos como parapente, rappel, ultralivianos, entre otros.

Otras actividades, las de animación sociocultural, como bailes, concursos deportivos, conferencias, exposiciones, cursos de cocina tradicional, de aromáticas y plantas medicinales, talleres de expresión artística como la cerámica, representaciones de teatro, visitas a artesanos y cursos de artesanía, visitas y rutas sobre el patrimonio artístico, arquitectónico rural, visitas a lugares con realizaciones técnicas contemporánea y tradicionales como ir a las pequeñas industrias agroalimentarias, explotaciones agrarias y otras pequeñas por ejemplo: productoras de quesos, de vino, de mermeladas (dulces), de zapatos, de muebles, de flores, de hortalizas, entre otros. Igualmente se ha de promover la gastronomía y cursos de cocina rural tradicional.

Otras actividades pueden ser relacionadas con el turismo educativo como los centros de interpretación, las aulas en la naturaleza, rutas ecológicas, rutas gastronómicas, rutas arquitectónicas o histórico-artísticas.

Copyright SENA ©, 2012.



Actividades en el Espacio rural

"La vida al aire libre es hoy día no solo un pasatiempo sino una necesidad, es la válvula de escape del hombre moderno, que le proporciona el reencuentro de sí mismo en el seno de la naturaleza, escapar por algún tiempo a los ruidos de la ciudad, volver a escuchar la lección de la tierra, de los árboles, del cielo; es un medio de escapar de la esclavitud de la vida moderna, de conocerse mejor a sí mismo y por ende a los demás, porque el hombre ante la naturaleza se encuentra tal y como es, sin orgullo, sin falsedad y sin ficción." Ángel Acuña.

Observe y reflexione sobre el siguiente cuadro, extraído de García (2003). Aunque su autor original es Greciet (1994).

Copyright SENA ©, 2012.

Actividades deportivo Recreativo	Actividades SocioCulturales	Participación en actividades del espacio rural	Otros
Montañismo	Artesanía	Actividades Agrícolas	Pintura
Recorridos por Ríos	Idiomas	Ganadería	Fotografía
Senderismo	Estudio de la flora	Talleres de cestería, de forja de hierro	Terminalismo
Espeleología	Estudio de la fauna	Fabricación de productos autóctonos	Actividades Ecológicas
Rutas a Caballo	Estudio del medio ambiente		
Rutas en Bicicleta			

Las actividades de naturaleza despiertan hoy en la sociedad una gran atracción, ya sea como práctica físico-deportiva o lúdica. Se presenta aun fenómeno social que consiste en un traslado masivo y de manera temporal al medio ambiente natural, el cual coincide con la época de vacaciones, semana santa, navidad, fines de semana y festivos.

"La influencia masiva de personas que huyen de las ciudades hacia paisajes naturales, no viene condicionada únicamente por el desarrollo técnico, de las comunicaciones y medios de transporte, sino también fundamentalmente por las agresiones a que se ven expuestas en el medio ingrato en que se ha convertido la ciudad." Trinidad Restrepo

Complemente el cuadro de la sección anterior, analizando la siguiente clasificación de las actividades en la naturaleza según el medio:

Agua	Aire	Tierra	Nieve
Buceo	Parapente	Cicloturismo	Esqui
Vela	Globo aerostático	Senderismo	Andinismo
Rafting	Ultraliviano	Espeleología	Escalada
Surf	Paracaidismo	Escalada en roca	
Piragüismo	Vuelo sin motor	Acampada	
Natación	Rappel	Marcha	
Canoa	Elevación de Cometas	Montañismo	
Canotaje-Balsaje		Equitación	
Pesca		Paseos	

Copyright SENA ©, 2012.

El municipio, región o las empresas de turismo rural que estén identificando las actividades, deberán catalogar y definir aquellas que en su territorio se pueden realizar. Muchas veces, existen municipios o regiones, que sin tener un atractivo de gran jerarquía o que no teniendo un atractivo de calidad internacional *se consolidan a partir de las actividades que el turista realiza.*

El uso o *la interacción que el turista* pueda tener con el lugar, es lo que define la competitividad de un destino turístico. El municipio o el empresario de turismo rural debe disponer de los medios para la práctica de estas actividades.

Las regiones, municipios, o promotores de turismo rural, con el tiempo pueden identificarse con la práctica de una actividad turística básica, consolidándose así en destinos turísticos, además, se fortalece y se define su imagen turística. El tipo de actividad y sus características dependerá del segmento de mercado al cual esté dirigido.

Es muy importante que cuando se esté realizando el inventario de actividades turísticas, hacer un análisis sobre los espacios, su adecuación, la señalización, la seguridad, el riesgo, evaluar las condiciones en las cuales estas se pueden desarrollar, el equipamiento disponible y necesario, si se cuenta con personas capacitadas y expertas para acompañar al turista en su práctica. Todo lo anterior definirá las inversiones prioritarias para satisfacer los requerimientos básicos, pues existen actividades muy exigentes en materia de planificación y adecuación física, por la fragilidad de los espacios, por la demanda de infraestructura básica y equipamiento especializado.

El alojamiento rural

Los espacios rurales brindan grandes posibilidades para el alojamiento. Se dispone de fincas de recreo en alquiler por días y temporadas largas, fincas con alquiler de habitaciones, fincas productoras que ofrecen alojamiento y participación en las actividades propias, casas o ranchos de campesinos que pueden ofrecer alojamiento, venta de productos y cursos sobre su producción.
Una de las ventajas que ofrece el turismo rural es la reutilización o el reciclaje de viviendas declaradas como patrimonio histórico o que sin serlo pueden adecuarse, habilitarse y/o restaurarse ojalá conservando su arquitectura tradicional que es uno de los aspectos que buscan los turistas rurales para la prestación del servicio de alojamiento.

Será la primera opción, mirar las posibilidades y el que la población local con propiedades quiera vincularse al turismo y recibir ingresos complementarios por

Copyright SENA ©, 2012.

este aspecto. En lo último que se debería pensar es en la construcción de nuevos hoteles en el medio rural, pues no es sencillo, implica una gran inversión y no esta al alcance de los pobladores, quienes de acuerdo a los principios del turismo sostenible y la filosofía del turismo rural, es que se vinculen, gestionen en lo posible el mayor número de servicios y empresas de turismo rural.

Cuando se piense en el alojamiento, los requisitos claves en la prestación de este servicio en el espacio rural son:

- La ubicación del alojamiento.
- La interacción del alojamiento con los recursos naturales, culturales con el entorno.
- El tipo de construcción, ojala con una arquitectura tradicional de la región.
- Las diferentes alternativas de acceso que tiene el alojamiento.
- El paisaje que ofrece.
- Los servicios ofrecidos como alimentación completa, sin alimentación.
- Las actividades que puede practicar el visitante.
- El diseño interior.
- La seguridad del lugar donde esta ubicada.

Es muy importante rescatar el diseño original de los alojamientos rurales pues es uno de los aspectos que busca el turista rural. Por ejemplo, conservar o resaltar las vigas, las tejas de barro cocido, los colores tradicionales esto dependerá mucho de la región, la cultura, la historia y arquitectura típica del lugar, pues por ejemplo en Colombia, la arquitectura de los habitantes del departamento del Choco, será muy diferente a la región de los Llanos, del Eje Cafetero e incluso del departamento Archipiélago de San Andrés y Providencia.

No hay que olvidar que nunca un alojamiento rural tendrá las mismas características de un alojamiento urbano. El alojamiento en el medio rural deberá cuidar de ciertos detalles y resaltar aspectos propios de la región, como la utilización de productos y materiales propios de la vida rural tradicional. Se deberá tener presente que este tipo de alojamiento debe ser agradable, apacible y es para descansar y realizar algunas actividades propias del campo y la región visitada, es un lugar para restituir las energías, cambiar de rutina y actividades. Las habitaciones deberán ser diferentes a las habitaciones de un hotel tradicional por ejemplo con flores naturales de la región y decoración propia del mundo rural, sobrecamas de retazos de tela o hechas a mano en crochet, ojala realizadas por mujeres de la población local. El cuidado de los jardines exteriores, la atención personalizada, el trato familiar entre propietarios y turistas, la narración de historias sobre el lugar o sobre la producción, el conocimiento por parte de los propietarios o administradores de le región que permita ofrecer a los turistas excursiones, visitas, actividades, lugares de compra de productos autóctonos, etc.

Copyright SENA ©, 2012.

Algunas de las tipologías que existentes aunque de país a país cambian las categorías y clasificaciones son casas rurales, hoteles rurales, camping, cabañas o chalet, granjas, albergues, posadas.

Para reflexionar: Explore en el siguiente sitio web: http://www.turiscolombia.andes.com/quindio.html, algunos de los alojamientos ofertados en el Eje Cafetero, región central en Colombia. ¿Qué opinión le merece cada uno de los alojamientos allí ofertados? ¿ Cumplen los mismos, las características estudiadas en la sección?

Otros servicios

Dentro de los servicios se puede hablar de servicios básicos y complementarios, los básicos son aquellos imprescindibles y que cubren las necesidades básicas de cualquier individuo, sin ellos en el turismo no sería posible. Los complementarios obedecerán al grado de madurez de los destinos y no son imprescindibles para el turismo, se van dando y generan valor agregado al destino y al oferta turística.

En el siguiente cuadro se puede observar la clasificación de estos servicios.

Tipos de Servicios Turísticos

Medios de Transporte Carreteras y vías de acceso Alquiler de fincas	Básicos Infraestructura Energía	Alojamiento Alquiler de fincas o casas rurales	Complementario Alimentación en alojamiento rural	Información y otros Oficinas de turismo con información sobre
Señalización Terminales de transportes Parqueaderos	Acueducto Alcantarillado Telecomunicaciones Seguridad	Alquiler de habitaciones en fincas o casas de Familia (fincahoteles y Granjas Posadas turísticas camping rurales	Restaurantes Estaderos Bares	Centrales de reserva Puntos de información turística(Pits) Guias e informadores Turisticos Agencia de viajes.
Servicio de transporte público	Seguridad Salud	Hoteles rurales		Comercio, bancos, lugares de compra

Tomado el esquema de clasificación de Greciet (1994) citado por Blanca García (2003), pero modificado, adaptado y complementado por Trinidad Patricia Restrepo Montoya (2004)

En cuanto a los servicios de alimentación ofrecidos en esta tipología de turismo es muy característico y se recomienda la utilización de productos propios o de la tierra, como las plantas aromáticas, la miel, la leche, los quesos, las mermeladas o dulces tradicionales, las frutas de la región.

Copyright SENA ©, 2012.

Algo adicional, que puede hacerse para la promoción de la gastronomía local es la elaboración y edición de libros de recetas, cursos de cocina tradicional, exposiciones, ferias y jornadas gastronómicas con los establecimientos de la región.

A partir de la promoción de la gastronomía y alimentos regionales a través del servicio de alimentación también puede pensarse en la creación de Rutas Alimentarias. *"Los alimentos regionales son productos representativos de cada tierra y de cada clima, expresan las tradiciones y culturas de los pueblos." Tomado de Curso de capacitación a distancia por Internet. Postgrado en Alta Dirección en Turismo Rural. Modulo 3. (2003). Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Facultad de Agronomía.*

El turismo permite la creación de rutas alimentarias, posicionar los alimentos tradicionales y valorarlos como parte del patrimonio cultural. Los alimentos incluidos dentro de las rutas alimentarias deben ser aquellos que tienen más arraigo y una fuerte identidad territorial.

En Europa han sido muy difundidas en Europa, en América Latina, quienes más vienen trabajando en ello es en Argentina. La información sobre rutas alimentarias se ampliara en el siguiente y último módulo.

Para reflexionar: El profesor Venancio Bote en su libro sobre Turismo en Espacio rural, afirma que la cocina regional constituye un atractivo en sí mismo y una forma de promoción del turismo. Además la mejora de la calidad de la gastronomía tradicional en espacio rural exige realizar muchos esfuerzos en la limpieza e higiene de los establecimientos y una adecuada información para el turista sobre sus componentes. ¿Qué piensa usted de esta concepción de Bote?



Copyright SENA ©, 2012.

La calidad en el turismo rural

La oferta de turismo rural, las actividades, los alojamientos y los servicios han de tener características definidas. La calidad como distintivo a través de sellos de garantía, que apunten a la plena satisfacción del cliente.

Con la aprobación de la Norma ISO 9000, ha definido la calidad como la capacidad de un bien o servicio de conformar las especificaciones de una norma ya sea voluntaria o regulatoria. Otro concepto de la misma organización la define como la capacidad que tiene un bien o servicio de satisfacer las expectativas explicitas e implícitas de un cliente, consumidor o comprador. Otros la conciben como lo percibido por el cliente o usuario, las diferencias entre lo que entrega y lo que se recibe o percibe por parte del cliente. Puede consultar la norma en el siguiente sitio web:
http://www.udea.edu.co/portal/page/portal/bibliotecaSedesDependencias/unidadesAcademicas/FacultadMedicina/BilbiotecaDiseno/Archivos/GestionAdministrativa/ntc-iso_9000.pdf

El turismo rural es un servicio especial diferente del turismo tradicional que es un servicio genérico, el turista rural busca la diferencia y un tratamiento personal e individual. Una forma de medir la calidad es a través de las encuestas que midan la satisfacción de las expectativas del cliente. Existen normas obligatorias de calidad como la ISO que en el caso del turismo rural no son las más apropiadas, por ejemplo se recomiendan las normas voluntarias que busque que los empresarios se asocien y busquen la adopción de sistemas de calidad, para diferenciar sus servicios. Del mismo modo, en el medio existen diferentes distintivos de calidad organizados y desarrollados por diferentes organizaciones como clubes de calidad o protocolos por ejemplo cartas de calidad. Por ejemplo, el Programa de gestión de la calidad para el eje cafetero, el cual es un programa de capacitación implementado por el SENA en el Eje Cafetero, denominado Procare.

Marketing de turismo rural
Finalmente, es importante incluir en la presente unidad, el apartado de la comercialización del producto turístico, el cual se sustenta en seis elementos: el producto, el precio, los canales de distribución, la promoción y las relaciones públicas.

Producto
Componentes del turismo rural: atractivos, actividades, servicios de alojamiento y alimentación y La calidad.

Copyright SENA ©, 2012.

Precio
Algunas estrategias serían: Precios diferenciales, Competitivas, Precios psicológicos, Precios por líneas de productos y Productos nuevos.

Canales de Distribución:
En cuanto a la comercialización el turismo rural difiere del tradicional en cuanto a canales de distribución:

- Las centrales de reserva
- La asociación
- La tecnología

Promoción
Publicidad
El boca a boca · Relaciones públicas · Promoción cooperativa · Internet · Publicidad en el lugar de venta.

Publicaciones
Guías turísticas y de servicios · Mapas, planos y rutas turísticas · Los folletos · Las publicaciones especializadas como revistas de turismo rural · Reportajes de televisión.

Relaciones públicas
Ferias turísticas.

Referencias

- Acuña, A. (1991). *Manual Didáctico de Actividades de Naturaleza*. Sevilla: Editorial Wanceulen.
- Bote, V. (1992). Turismo en *Espacio Rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local. 2a. edición.* Madrid: Editorial Popular.
- *Curso de capacitación a distancia por Internet. Postgrado en Alta Dirección en Turismo Rural. Modulo 3.* (2003). Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Facultad de Agronomía.
- García, B. (2003). *Marketing de Turismo rural.* Madrid: Ediciones Pirámide.
- García, S. & Restrepo, T. (2004). *Técnico Apuntes sobre Turismo.* Medellín: Comfenalco. Corantioquia.
- Greciet, P et al. (1994). *Turismo rural.* Ministerio de agricultura, pesca y alimentación. Madrid.

Copyright SENA ©, 2012.

- *Manual de Asistencia Técnica en planificación del turismo. (2002). Bogotá: Ministerio de Desarrollo Económico (nombre actualizado por Ministerio de Industria, Comercio y Turismo).*
- Restrepo, T. (2004). *La gestión local del turismo en el corredor turístico de La Fé-Guatapé, Oriente Antioqueño*. SENA Regional Antioquia-Chocó.

Cibergrafía

- Opciones de alojamiento. En TurisColombia. Recuperado de http://www.turiscolombia.com/quindio.html
- Sistemas de Gestión de la Calidad. Fundamentos y Vocabulario. En Norma Técnica Colombiana. ICONTEC. Recuperado de http://www.udea.edu.co/portal/page/portal/bibliotecaSedesDependencias/unidadesAcademicas/FacultadMedicina/BilbiotecaDiseno/Archivos/GestionAdministrativa/ntc-iso_9000.pdf

Créditos

Experto Temático:

Julio Hernán Beltrán Peñuela

Asesor Pedagógico:

Mónica Patricia Osorio Martínez

Guionista:

Oscar Iván Pineda Céspedes

Equipo de Diseño:

Leonardo Stiglich Campos
Gabriel David Suárez Vargas
Jhonny Ronald Narváez Olarte

Equipo de Programación:

Diego Rodríguez Ortegón
Julián Mauricio Millán Bonilla

Líder de Proyecto:

Jairo Antonio Castro Casas

Copyright SENA ©, 2012.