

LAS RUTAS ALIMENTARIAS, UNA HERRAMIENTA PARA VALORIZAR PRODUCTOS DE LAS AGROINDUSTRIAS RURALES. EL CASO DE LA RUTA DEL QUESO TURRIALBA (COSTA RICA)¹

MARVIN BLANCO²

HERNANDO RIVEROS³

R E S U M E N

En la búsqueda de estrategias para el desarrollo de las zonas rurales, aparece la actividad del turismo como un instrumento de aplicación práctica que puede contribuir a generar procesos de desarrollo local que permitan complementar los ingresos agrícolas, crear nuevos puestos de empleo y evitar el despoblamiento rural.

El agroturismo y las rutas alimentarias entendidas como modalidades del turismo rural resultan de especial interés porque representan nuevas actividades en el medio rural que agregan valor a las producciones agroalimentarias en manos de pequeños productores y en especial a aquellas que emplean procesos artesanales de elaboración.

En el actual contexto de apertura comercial gobernada por los commodities, el fast-food y las barreras sanitarias, la existencia de muchas pequeñas agroindustrias rurales se ve amenazada puesto que no alcanzan los niveles de productividad para competir en mercados globalizados. Muchas de esas empresas podrían tener una salida si logran articularse con el negocio del turismo rural, por medio de la prestación de productos y servicios para atender las demandas de los turistas interesados en conocer aspectos de la cultura agropecuaria y agroindustrial de una determinada región.

Esta propuesta nos lleva a analizar las características generales del turismo rural, el agroturismo y las rutas alimentarias, así como la manera en que esos conceptos pueden aplicarse en un territorio específico, para potenciar procesos y productos con identidad, como es el caso del queso Turrialba en Costa Rica, alrededor del cual se propone la construcción de una ruta alimentaria como estrategia de desarrollo local y valorización de la agroindustria quesera artesanal.

A B S T R A C T

This paper takes us to analyze the general characteristics of rural tourism, agro-tourism and food routes and of how those concepts may be applied in specific territories, to promote processes and develop products with territorial identity, as is the case of the Turrialba cheese in Costa Rica. Tourism appears to be an instrument of practical application that can contribute to generate processes of local development that helps to complement agricultural incomes, create new employments and avoid rural migration. Agro-tourism and food routes are of special interest since they represent new activities in the rural areas which add value to the agro-alimentary productions through the hands of small producers.

1 Ponencia presentada en el Congreso Agroindustria Rural y Territorio –ARTE–, Toluca, México, 1-4 de diciembre de 2004.

2 Ing. de Alimentos. Miembro del Grupo Técnico de Apoyo de PRODAR/IICA, San José, Costa Rica.

3 Ing. Químico, Especialista Regional en Agronegocios y Director de PRODAR/IICA, Lima, Perú

INTRODUCCIÓN

El turismo es, a nivel mundial, una de las actividades económicas de mayor dinamismo, con un crecimiento de alrededor de 5% anual. El turismo de sol y playa y de visitación de ciudades y sitios históricos se impone sobre otras modalidades, sin embargo, los atentados terroristas de los últimos años en Estados Unidos, Indonesia y Madrid están cambiando las pautas de conducta del turista, quien podría optar por destinos más seguros o al menos no tan masivos. Asimismo, el deseo de los turistas por tener nuevas experiencias, conocer y aprender de nuevas culturas podría modificar en el mediano plazo la estructura distributiva de los destinos y modalidades del turismo, creando grandes oportunidades para nuevos segmentos, entre los cuales el turismo rural es considerado uno de los que tienen mayores posibilidades de crecimiento, tal como lo plantean las megatendencias mundiales del turismo (Dachary, 2003).

Ese comportamiento tiene su explicación, por una parte, en el deseo de los turistas por conocer otras ofertas de viaje, complementarias al producto tradicional de sol, mar y playa. Por otro lado, se debe a una revalorización del concepto de la ruralidad, por parte de los habitantes de las ciudades, quienes demandan alimentos más sanos y paisajes menos contaminados. Por último, la crisis del sector agropecuario ha conducido al abandono de los campos, pero al mismo tiempo ha generado una intensa búsqueda de oportunidades para explotar el paisaje y los espacios desocupados (Barrera *et al.*, 2003).

Entonces, varios autores sostienen que una nueva forma de capitalizar el paisaje, la cultura y los productos de una región es a través del turismo rural.

Dentro de las modalidades del turismo rural es de particular interés el agroturismo como alternativa de diversificación de las actividades agrícolas y agroindustriales, con lo cual no solamente se benefician los propietarios de las fincas y agroindustrias sino también otros pobladores rurales que por este medio tienen nuevas fuentes de empleo, ingresos y argumentos adicionales para permanecer en los espacios rurales.

Si bien la participación del agroturismo es todavía débil dentro del negocio del turismo rural, existe un

gran potencial por aprovechar las prácticas culturales y los procesos artesanales que resultan de mayor atracción para los turistas. En esa línea surgen las rutas alimentarias, como itinerarios turísticos donde se combinan adecuadamente producciones agroindustriales y gastronomía regional con la belleza paisajística y atractivos históricos y culturales de un determinado territorio.

En la perspectiva de promocionar el agroturismo y las rutas alimentarias como opciones viables para las comunidades rurales que posean agroindustrias relacionadas con productos artesanales, se desarrollan en esta presentación las características generales de estos conceptos y su aplicación práctica a una agroindustria artesanal como es el caso del queso Turrialba.

EL TURISMO EN EL ESPACIO RURAL

El turismo en espacios rurales es un concepto amplio que refiere a las diferentes actividades de esparcimiento que se pueden realizar en el medio rural y que incluye las siguientes modalidades: turismo rural, turismo ecológico, agroturismo, turismo de aventura, turismo cultural, turismo de negocios, turismo joven, turismo social, turismo de salud y turismo deportivo. Esas actividades, antes poco valorizadas, han integrado verdaderas cadenas productivas, que involucran fincas, agroindustrias, servicios, comunicaciones, etc., constituyéndose en un importante agente del crecimiento de actividades no-agrícolas en la zona rural.

Tal como lo expresa Verardi (2001), el espacio rural ha dejado de ser considerado únicamente un espacio que sustenta la producción de alimentos como se le veía no hace mucho tiempo. Hoy se le concibe como un ámbito en el que conviven diversas actividades que se desarrollan de manera simultánea, entre las cuales la producción de alimentos en su primera fase es sólo una más, quizás aún la más importante, pero ya no la única.

El mismo autor señala dos características principales del turismo en el espacio rural que justifican por qué esta actividad es de interés como estrategia de desarrollo. La primera tiene relación con el

potencial turístico del medio rural, debido a que éste no exige que la región tenga atractivos naturales extraordinarios, sino que tenga aspectos culturales bien desarrollados; esto es, que ofrezca al visitante una arquitectura apreciable, una gastronomía característica y que la población conserve sus hábitos y costumbres, tornando la región interesante como un todo. La segunda característica está relacionada con la facilidad de crear puestos de trabajo, debido a la diversidad de actividades ligadas al turismo rural.

Turismo Rural

El turismo rural es una modalidad de creciente demanda en todo el mundo que involucra la participación de las poblaciones rurales y los productores agropecuarios, quienes tiempo atrás estaban alejados de los flujos turísticos. En sus diferentes manifestaciones muestra potencialidades como medio para contribuir al desarrollo y el bienestar de las comunidades rurales. Al ampliar la oferta de productos, genera nuevas atracciones beneficiando a la hotelería, la gastronomía, los agentes de viaje y el comercio. En el campo hay una nueva oferta: agroturismo, turismo ecológico, deportivo, de eventos, cultural, de aventura y otras modalidades.

Entre los objetivos del turismo rural están los de crear empleo y generar riqueza valorizando la oferta rural, los productos y la identidad regional; además de favorecer la asociatividad de los oferentes de productos y servicios para diversificar la comercialización y promoción de productos.

En varios países se maneja un concepto de turismo rural bastante amplio, en el que se mezclan tres elementos: espacio-hombre-producto. De esta manera incluye a todas aquellas actividades que pueden desarrollarse en el ámbito rural, lo que se traduce en una oferta integrada de ocio y servicios que resulta de interés para los habitantes de las ciudades por sus características exóticas, tradicionales, románticas, diferentes del estilo usual de vida.

Se espera que el elemento común de este tipo de turismo consista en que los servicios sean prestados por la familia del productor agropecuario o del agroempresario y que su desarrollo propenda por el rescate y conservación del patrimonio natural, cultural y arquitectónico del mundo rural.

Agroturismo

Budowski (2001) define el agroturismo como la actividad que ofrece al turista la posibilidad de conocer y experimentar de manera directa con los procesos de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias, culminando con la degustación de los productos. Señala el autor que se trata de una disciplina aún no regulada, que nace del interés del turista por descubrir ciertas prácticas agrícolas y participar en su manejo, incluyendo la cosecha.⁴

Por su parte, Verardi (2001) señala que el concepto incluye un conjunto de actividades internas a la propiedad, que generan ocupaciones complementarias a las actividades agrícolas, por ejemplo: hospedería, pesca, industrialización casera, restauración, ventas de productos de la finca, artesanía y otras actividades de recreación ligadas a la vida cotidiana de los pobladores del campo. Figueroa (2000) agrega que son elementos esenciales del agroturismo la participación activa del turista en las actividades agropecuarias, así como el disfrute de servicios de alojamiento y gastronomía local.

Para el PRODAR el agroturismo representa una alternativa viable para revalorizar a la agroindustria rural, de forma que continúe siendo una estrategia válida para el desarrollo de comunidades que basan su economía en la producción y transformación de productos alimentarios. Existen ciertos procesos agroindustriales que se resisten al paso del tiempo y a la modernización, como son los casos de la panela y los quesos artesanales, que hacen parte de la historia y cultura nacional y además están en manos de pequeños productores.

Las posibilidades de desarrollo del agroturismo son ilimitadas, si se logran concertar encadenamientos entre los productores agropecuarios, los empresarios del sector de hospedaje y alimentación con las organizaciones locales, para mejorar la presentación y descripción de los productos y aprovechar los recursos y el saber-hacer local para diferenciarse frente a otras modalidades turísticas.

4 En varios países se emplean términos como *turismo vivencial*, *turismo campesino* o *turismo en finca* para describir actividades propias del agroturismo.

Numerosos casos de agroindustrias que por su antigüedad, los productos que elaboran, la naturaleza de la organización empresarial, el uso de técnicas tradicionales y por estar ubicadas en un entorno rural de gran belleza paisajística constituyen recursos potenciales para realizar negocios turísticos orientados a satisfacer la demanda de nuevos segmentos de mercado interesados en conocer aspectos de la cultura local y de aprender sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios, forestales y pesqueros.

El enfoque territorial del agroturismo

Según lo expuesto por Riveros (2003), el enfoque en el territorio como eje de las iniciativas de desarrollo rural crea un ámbito en el que las actividades del agroturismo, la agroindustria rural y muchas más se articulan de manera armónica e integral dentro de un espacio específico, en el que se reúnen actores en distintas modalidades y con diversos objetivos, dentro de un marco normativo y social que regula sus relaciones. Con ello se privilegia una concepción multidimensional, en la que lo ambiental, lo económico, lo social y lo político institucional interactúan en un espacio geográfico, histórico y cultural

Dentro de ese marco de referencia, el agroturismo es una actividad que muestra con claridad la multidimensionalidad del desarrollo con enfoque territorial ya que tiene un papel en la dimensión económica, al generar empleo, ingresos y desarrollar mercados de servicios conexos: en la dimensión social, en lo que tiene que ver con el desarrollo artístico y la recreación, así como con la valorización y preservación de herencias culturales; en la dimensión ambiental, pues algunas actividades turísticas se fundamentan en la administración y gestión de recursos naturales, en el manejo equilibrado de ecosistemas y en la preservación de la diversidad biológica, y en la dimensión político-institucional, si en su planificación, ejecución y control, se dan procesos democráticos de toma de decisiones y se fortalece la capacidad de autoadministración de las comunidades locales.

También se puede considerar al agroturismo como una expresión de la multifuncionalidad de la agricultura, o mejor aún del mundo rural, en el sentido que lleva asociado la producción de bienes públicos, que no necesariamente tienen mercados tangibles (paisaje, biodiversidad, emisión de oxígeno, permanencia de asentamientos humanos en zonas rurales, tradición, cultura) junto con la producción de bienes transables directamente (alimentos, bebidas, artesanías, cueros, confecciones, etc.).

LAS RUTAS ALIMENTARIAS

Este concepto que tiene como referente las rutas gastronómicas europeas constituye un novedoso producto turístico con un gran potencial para territorios con una importante producción agrícola y agroindustrial. Barrera (1999) las define como un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial, la degustación de la cocina regional y expresiones de la cultura local.

Estas rutas se organizan en torno a un producto clave que las caracteriza y les otorga su nombre, y se complementan con actividades relacionadas con los recursos específicos del territorio: comida, producción agroindustrial, entretenimientos en la naturaleza y otras manifestaciones de la cultura regional.

Bajo el enfoque del desarrollo territorial, la organización de rutas alimentarias representa una excelente herramienta para articular las producciones agrícolas y agroindustriales con atractivos naturales y culturales, por lo que se puede lograr un alto grado de participación y de beneficio para la población local. Cabe señalar que esta herramienta requiere para su implementación de una importante concentración de agroindustrias o de pequeñas producciones agrícolas en un territorio definido, productos con identidad, es decir que sean reconocidos a nivel regional o nacional, por atributos como calidad, producción artesanal, valor histórico y cultural, etc. Además, es necesario que las producciones agrícolas y agroindustriales se realicen en un entorno paisajístico atractivo, o que al menos se pueda complementar fácilmente con otras ofertas turísticas en el mismo territorio.

Entre las rutas gastronómicas europeas, las más conocidas son las rutas del vino, de los quesos, del jamón y del aceite de oliva, existentes principalmente en Francia, España e Italia. En Argentina se han creado las rutas de las huellas caprinas, de los caminos criollos y de las frutas y aroma y, en México existen varias rutas del café y la ruta de los magueyes (Dachary, 2003).

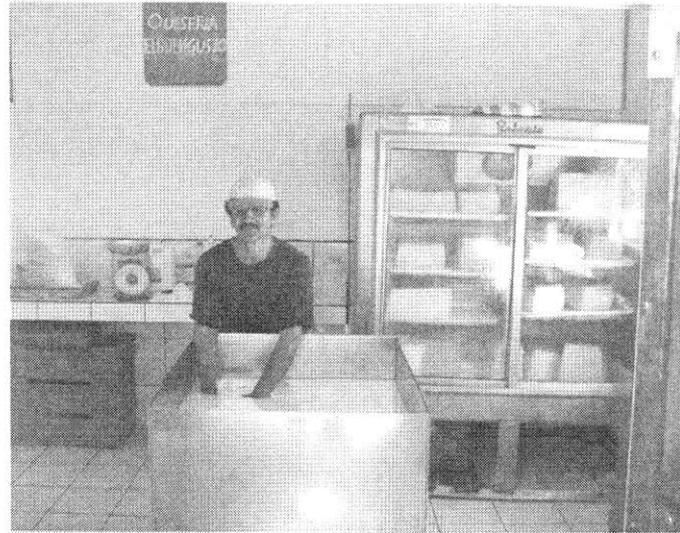
Ejemplos de productos agroindustriales en América Latina que podrían dar origen a rutas alimentarias son: quesos, panela, yuca y almidón, café, piña, papa andina, banano, plantas medicinales, colorantes, especias, camélidos, quinua, etcétera.

Un ejemplo de aplicación práctica: la ruta del queso turrialba

Como ejemplo de aplicación de las rutas alimentarias, se presenta la propuesta de diseño de "La Ruta del Queso Turrialba", en Santa Cruz de Turrialba, Costa Rica, oferta turística que es resultado de una serie de iniciativas de los productores de leche y queso y de varias instituciones que en distintos periodos han buscado opciones para fortalecer la producción del queso y diversificar las actividades generadoras de ingresos en esa comunidad.

En esa línea, se destacan estudios y esfuerzos previos apoyados por el PRODAR, por conocer y caracterizar el sistema agroalimentario de la producción del queso Turrialba que han permitido tener un mayor conocimiento sobre el sistema de producción del queso y además han identificado la oportunidad de otorgar un sello de calidad a ese tipo de queso y aprovechar con fines turísticos la concentración de más de 200 pequeñas queseras existentes en el distrito de Santa Cruz y el saber-hacer de un producto tradicional con fama a nivel nacional.

Siguiendo esas recomendaciones, el PRODAR/IICA, la ONG ALTERSIAL y la Asociación de Productores Agropecuarios de Santa Cruz (ASOPROA) han unido esfuerzos para elaborar una propuesta preliminar de un plan de desarrollo agroturístico del distrito de Santa Cruz. Específicamente, se ha propuesto la construcción de una ruta alimentaria denominada "La Ruta del Queso Turrialba", en la cual el turista pueda disfrutar de las visitas a las fincas lecheras y plantas queseras y de los atractivos naturales (ríos,

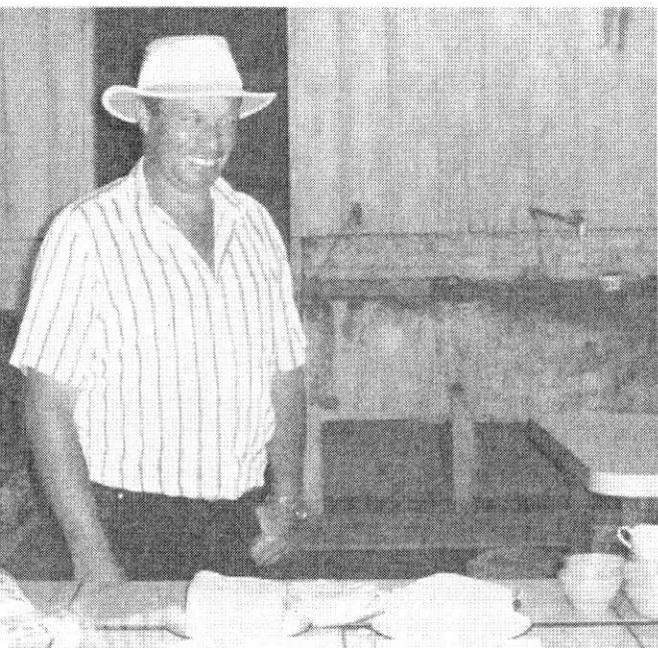


cataratas, lagunas, paisaje, aves, plantas, el volcán Turrialba y el Parque Arqueológico Guayabo), culturales e históricos, así como el disfrute de platos típicos de la zona, en un recorrido por las diferentes carreteras y caminos que comunican al distrito.

Caracterización del territorio y el producto

Santa Cruz es el distrito número 4 del cantón de Turrialba, provincia de Cartago, y fue fundado en 1903. Tiene una superficie de 127.4 km² y una población de aproximadamente 6 000 habitantes. La altitud varía entre los 900 y 3 200 msnm, y la temperatura promedio está entre los 10 y 19° C, con una precipitación anual de 3 000-3 500 mm y una humedad relativa del 85%. Está conformado por los poblados de Santa Cruz (cabecera), Buenos Aires, Calle Vargas, Calle Leiva, Las Abras, Las Virtudes, La Cinchona, El Carmen, San Rafael, Guayabo, La Pastora, Bonilla, La Fuente, Torito y San Antonio (Cascante, 2003).

Los suelos son de origen volcánico y la topografía es muy accidentada, condiciones que han dado lugar al florecimiento de una cultura de ganadería lechera desde hace más de un siglo. Se pueden encontrar fincas lecheras grandes, medianas y pequeñas, pero estas últimas suelen ser las más numerosas (tamaño promedio 7 ha). El mal estado de los caminos que dificultaba la salida de la leche de las fincas fue uno de los factores principales que motivó a los



productores a elaborar el queso, situación que dio origen a las queserías artesanales, las cuales se estiman en alrededor de 200. Hoy en día, la mayoría de caminos de acceso a las fincas se han mejorado, pero prácticamente 100% de la producción de leche se dedica a la elaboración de quesos y natilla.

Se han dado importantes mejoras en las razas de ganado (jersey, guernsey y pardo suizo), en los pastos, así como en la infraestructura de las lecherías y las plantas queseras. El sistema artesanal de producción de queso ha sufrido pocos cambios en cuanto a la técnica, pero sí se han remodelado los locales, se han introducido tanques y tinas de acero inoxidable, cámaras de frío y se han construido biodigestores y lagunas de oxidación, en cumplimiento de las disposiciones sanitarias. Se estima que 90% de los pobladores de Santa Cruz están directamente relacionados con la agroindustria de la leche y el queso (Gamboa, 2004).

El queso fresco conocido como Turrialba posee fama y reconocimiento a nivel nacional, situación que ha sido aprovechada por otras empresas lácteas del país para elaborar un queso similar denominado "tipo Turrialba" que compite en precio y tecnología con el que se produce en el distrito de Santa Cruz.

El trabajo realizado desde septiembre de 2003, a la fecha, constituye un buen ejemplo de cómo, a través de la coordinación entre productores, organizaciones locales con los entes de desarrollo y promoción del turismo, se puede valorizar un producto como el queso, vía el desarrollo de distintos agronegocios rurales que en suma van a contribuir a mejorar las condiciones de vida de los productores y la población local, además de diversificar la oferta turística del país.

Para desarrollar la idea de proyecto, se constituyó una comisión de agroturismo, conformada por miembros de ASOPROA y de otros grupos comunales, la cual ha venido trabajando con los representantes de PRODAR y ALTERSIAL en la identificación y evaluación de los atractivos turísticos del distrito y en la elaboración de propuestas de financiamiento para el diseño y ejecución del plan de desarrollo agroturístico.

Como base metodológica para la propuesta de diseño del Plan de desarrollo agroturístico en Santa Cruz de Turrialba, se utilizó la "Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio" y la experiencia del IICA/PRODAR en los proyectos "Diseño de una ruta gastronómica y un programa de turismo rural en el distrito de Santa María, Huaura, Perú" y "Agroturismo, una alternativa para el desarrollo rural cantonal" ejecutado en el cantón de Vásquez de Coronado con apoyo de IICA Costa Rica. De esa manera, la propuesta de trabajo se muestra en el cuadro 1.

Cuadro 1. Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio

1. Identificación y establecimiento de mecanismos de concertación con actores principales (gobiernos locales, empresas rurales, gremios, cámaras de comercio, instituciones de apoyo, otros)
2. Conformación de un grupo de trabajo que lidere y se apropie del proyecto
3. Identificación de recursos turísticos de la zona: naturales y artificiales
4. Análisis de la oferta y demanda de servicios turísticos: perfil del turista, oferta de productos turísticos locales y otros servicios de apoyo
5. Análisis institucional del sector turismo: reglamentación legal, funciones de las instituciones, gremios empresariales
6. Diseño de productos turísticos
7. Construcción del plan de desarrollo: priorización de rutas turísticas, selección de segmentos de mercado, eslabonamiento con otros destinos turísticos, formación de recursos locales (guías, promotores empresariales, servicios de alimentación y alojamiento, seguridad), diseño de código de ética, estimativos de inversiones (públicas y privadas)
8. Diseño de estrategia de promoción, difusión y comercialización de la oferta desarrollada
9. Diseño de un sistema de monitoreo y evaluación del impacto (económico, social y ecológico)
10. Validación de la estrategia en taller participativo
11. Elaboración de proyectos específicos (perfiles)
12. Definición y aplicación de una estrategia de financiamiento
13. Implementación del plan

Fuente: adaptación a partir de Riveros y Blanco (2003) e IICA Costa Rica (2003).

De acuerdo con la guía propuesta se han desarrollado las siguientes actividades:

- Identificación y establecimiento de mecanismos de concertación con actores locales

Se estableció un contacto inicial con ASOPROA, con quien ALTERSIAL había coordinado actividades de otros proyectos. La relación de confianza existente facilitó la comunicación con la junta directiva, además de que ya la asociación tenía algunas ideas sobre agroturismo e incluso había preparado una propuesta inicial sobre la ruta del queso.

- Conformación de un grupo de trabajo líder del proyecto

Seguidamente, se organizó un taller sobre turismo rural y agroturismo, al cual se invitó a toda la comunidad de Santa Cruz. Al final del evento se conformó una comisión de agroturismo que comenzó a reunirse todas las semanas a partir de enero de 2004.

En la primera reunión con este grupo, se discutió la metodología a seguir, así como también se aclaró el papel de facilitadores que tendrían tanto PRODAR

como ALTERSIAL en la construcción del plan de desarrollo turístico, en el acompañamiento en la búsqueda de recursos financieros para la ejecución del plan y en la posible ejecución de algunos de los componentes. Posteriormente, se propuso como primera actividad de esta comisión el levantamiento de un listado de los atractivos naturales y artificiales existentes en el distrito.

- Inventario de atractivos turísticos

Se elaboró un listado preliminar de 61 atractivos turísticos, los cuales se clasificaron según el sistema propuesto por CICATUR-OEA5 que los divide en naturales y artificiales. Los artificiales, a su vez, se subdividen en museos y manifestaciones culturales, realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas, acontecimientos programados y folklore. De esa manera, el listado preliminar de atractivos se clasificó como sigue:

- Atractivos naturales (17)
- Atractivos artificiales (44)
- Museos y manifestaciones culturales (11)
- Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas (26)
- Acontecimientos programados (3)
- Folklore (4)

Cabe mencionar que en Santa Cruz se estima que existen 250 fincas lecheras y unas 200 plantas queseras, por cuanto el número de atractivos correspondiente a realizaciones técnicas podría aumentar a medida que se vayan visitando dichas fincas. Además de los atractivos se levantó un listado de 11 servicios de hospedaje y 12 servicios de alimentación.

El inventario fue depurado varias veces a fin de agregar datos sobre dirección, propietario, estado de conservación, servicios que presta, etc. Luego se comenzaron a organizar los atractivos en rutas geográficas para proceder a su reconocimiento visual. Para este fin se consiguió una cámara de video y dos cámaras fotográficas para documentar los sitios

visitados. De esa forma se realizaron seis giras de reconocimiento y evaluación de atractivos, en las que se visitaron 24 atractivos y 14 sitios que brindan servicios de hospedaje y/o alimentación.

- Análisis de la oferta y demanda de servicios turísticos

Las fincas lecheras y la fama y tradición del queso Turrialba le otorgan a Santa Cruz un gran potencial en el tema del agroturismo. Estos elementos sumados al volcán Turrialba y el Parque Guayabo serían los recursos ancla en que se sustentaría el desarrollo turístico del distrito. Sin embargo, el fuerte posicionamiento del país en el turismo de playa y montaña y la reciente aparición de otros destinos agroturísticos obligan a pensar en un producto diferente y muy novedoso para atraer la atención del visitante.

Se propone entonces combinar el agroturismo con la gastronomía para ofertar un producto turístico denominado "La ruta del queso turrialba", que sería un recorrido por las carreteras y caminos de Santa Cruz para visitar las fincas y plantas queseras, disfrutar de la naturaleza y la belleza escénica del lugar y degustar la comida típica local. Este planteamiento difiere de otras ideas iniciales que tienen como eje de desarrollo el atractivo de las fincas lecheras y plantas queseras, los pobladores y la cocina local, más que los atractivos naturales.

- Diseño de la ruta alimentaria

La "Ruta" se fundamenta en la elaboración del queso Turrialba y ofrece recreación, hospedaje, convivencia con la cultura local, buena mesa y productos artesanales. El negocio será gestionado por una organización local denominada "Red de Agroturismo de Santa Cruz" a la cual se asociarán todos los propietarios de lecherías y productores de queso, los oferentes de servicios de alimentación, hospedaje, transporte y otros servicios vinculados con la actividad agroturística.

El concepto del "producto turístico" a vender se basa en la vivencia que el turista experimentará al conocer las técnicas de la producción de la leche y el queso, la convivencia con las familias productoras, el disfrute de atractivos naturales (volcán, ríos, paisaje incontaminado, clima) y la degustación de la cocina regional que incluye una variedad de platos

5 Centro Internacional de Capacitación Turística. citado por Quesada, 2000.

que llevan como ingrediente el queso y otros productos locales como las carnes de cerdo y ternero, el pescado, las hortalizas y frutas silvestres.

Para efectos organizativos y de comercialización, la Ruta se ha dividido en cinco recorridos que tienen como punto de salida la Iglesia de Santa Cruz. El mapa de la ruta se muestra en la figura 1.

Recorrido 1. Santa Cruz-El Carmen-San Antonio-Guayabo-Monumento Guayabo

Atractivos: iglesias de Santa Cruz, El Carmen y San Antonio, colecciones de antigüedades, casa del poeta Jorge Debravo, plazas de fútbol, catarata La Muralla, trapiche, fincas lecheras, plantas queseras, cría de cerdos y cabras, artesanía en bambú, Parque Arqueológico Guayabo.

Recorrido 2. Santa Cruz-La Pastora-La Reunión-La Central-Volcán Turrialba

Atractivos: río Aquiares, iglesia de La Pastora, miradores de los valles de Orosí y Turrialba, cráter del volcán, vista del litoral atlántico, venas volcánicas, Cerro El Armado, avistaje de aves (quetzales), fincas lecheras, plantas de queso y cultivos de hortalizas.

Recorrido 3. Santa Cruz-Calle Leiva-Las Virtudes-El Tapojo-Calle Vargas

Atractivos: fincas lecheras y plantas queseras (la mayor concentración de la zona), nacimiento del río Guayabo, vista del paisaje, caminatas cortas por la montaña, observación de aves.

Recorrido 4. Santa Cruz-Buenos Aires-Catalina-Sitio Las Abras-El Hotel-La Botella-Los Bajos

Atractivos: vista del volcán Turrialba, montaña virgen, quebradas, observación de quetzales.

Recorrido 5. Santa Cruz-Guayabo-La Fuente-Bonilla

Atractivos: fincas lecheras y plantas queseras, trapiche, ríos cristalinos, cataratas, casa del poeta Jorge Debravo, artesanía en bambú, vista del paisaje.

- Implementación de la ruta

La primera fase de implementación de la ruta se desarrollará en un tiempo estimado de dos años, y se requiere de otros tres años para la maduración y posicionamiento. En la primera etapa se ha trabajado en la organización y capacitación del grupo gestor, en el establecimiento de una oficina, la elaboración del logotipo y papelería; en la información a la comunidad y la sensibilización de los productores. Asimismo, en la identificación de atractivos turísticos y en la evaluación de las fincas lecheras y las plantas queseras. También se han realizado diversas gestiones para la búsqueda de recursos de financiamiento, se participa en los espacios institucionales relacionados con el turismo rural y se ha asistido a dos ferias regionales, que han servido para medir el interés del turista por esta nueva oferta de ocio y determinar sus necesidades específicas.

Entre las actividades propuestas para la fase de instalación de la Ruta figuran las siguientes:

- Organización de las fincas y plantas queseras para recibir visitantes y ofrecerles una estancia placentera e interesante.
- Fortalecimiento de las capacidades locales para que los productores y pobladores puedan desarrollar y comercializar productos agroturísticos.
- Mejoramiento de la oferta y la calidad de platos y productos típicos a base de queso, carne de cerdo y ternero, trucha y tilapia y otros productos locales.
- Establecimiento de un protocolo de calidad para los establecimientos adherentes a la Ruta.
- Señalización de la ruta turística
- Formación de un grupo local de guías turísticos
- Establecimiento de un agromuseo para registrar la historia de la producción del queso Turrialba y la producción literaria del poeta local Jorge Debravo.
- Motivación a los artesanos locales para que elaboren artesanías con motivos alegóricos a la producción del queso, la figura del poe-

Figura 1: Mapa de la Ruta del Queso de Turrialba



ta local Jorge Debravo, el parque Guayabo, el volcán Turrialba y el paisaje.

- Preparación de conservas caseras utilizando materias primas locales, para ofrecer al turista como complemento a la oferta de quesos.
- Constitución de un grupo de teatro y música para recrear las costumbres y tradiciones de antaño alrededor de la producción de queso y otras producciones agropecuarias, para realizar presentaciones en ferias y otros acontecimientos programados.
- El plan de marketing

Los clientes de la ruta alimentaria serán principalmente turistas nacionales de ingresos medios y altos con educación, amantes de la naturaleza, de espíritu aventurero e interesados en la naturaleza, la

historia y las manifestaciones culturales, que viven en la Gran Área Metropolitana⁶ y en el cantón de Turrialba. Este consumidor acostumbra salir a almorzar los domingos, viaja en pareja o con la familia y la mayoría utilizan vehículos doble tracción.

Otros clientes de la ruta son los estudiantes, principalmente de escuelas y colegios privados, en cuyos programas académicos se incluyen giras educativas y que por su mayor poder adquisitivo estarían interesados en consumir el producto agroturístico.

También serían potenciales consumidores los turistas extranjeros que se alojen en los hoteles de la provincia o que se informen por medio de los tour operadores e Internet.

6 La GAM incluye las cuatro ciudades más pobladas del país: San José, Heredia, Alajuela y Cartago, con una población conjunta de aproximadamente 2.5 millones.

En el cuadro 2 se señalan los elementos de posicionamiento de “La ruta del queso turrialba”, a partir de los cuales se ha definido el siguiente “slogan” para el marketing del producto:

“La Ruta del Queso Turrialba será percibida por el mercado meta como una experiencia diferente, de encuentro con nuestras raíces y para compartir el estilo de vida rural, donde además se disfruta la belleza paisajística y se come muy bien”.

Cuadro 2. Elementos de posicionamiento de “La ruta del queso turrialba”

Elemento	Características	Estrategias de posicionamiento	Mensajes
Paisaje	Volcán, potreros, vacas, ríos, valles, aire puro	Material impreso, rotulación, camisetas, postales, souvenirs	Santa Cruz pintoresco
Gastronomía	Comida casera, productos típicos, precios razonables	Rotulación, higiene, atención, oferta variada	Buena mesa
Hospedaje	Rusticidad, confort, descanso, hospitalidad, relax	Rotulación, limpieza, seguridad, privacidad	Confort y tranquilidad
Recreación	Caminatas, caballos, pesca, mountain-bike	Organización, diseño de recorridos, seguridad	Una aventura saludable y natural
Cultura	Remembranzas del ayer. La vida en la granja. Destrezas del productor. Arte de elaboración del queso Historia precolombina Figura del poeta Jorge Debravo	Visitas guiadas, eventos programados, folletería, souvenirs	Conozca la Costa Rica auténtica

CONCLUSIONES

- Indudablemente el agroturismo asociado con agroindustrias rurales y rutas gastronómicas constituye un interesante filón de opciones para el desarrollo de negocios rurales con sus consecuentes efectos en la generación de empleo e ingresos. Hay que colocar especial cuidado por parte de las entidades, públicas y privadas, promotoras y auspiciadoras de este tipo de iniciativas de que estos indicadores de crecimiento estén acompañados de verdaderos procesos de desarrollo local para lo que se necesita sobre todo propiciar la vinculación directa de actores locales en estos emprendimientos y velar por el mantenimiento de las culturas y los patrimonios locales, que son sus más importantes activos.
- Al caso expuesto, se suma a otras experiencias donde PRODAR ha tenido distintos grados de participación, como el diseño de la “Ruta Gastronómica de Huacho en Perú”, “El Vino de la Costa de Berisso en Argentina” y el “Plan de Desarrollo Agroturístico de Vázquez de Coronado, en Costa Rica”, de los cuales ya se tienen lecciones y reflexiones que permitirán construir y afinar instrumentos y metodologías para facilitar nuevos estudios y acciones de intervención, dirigidos a potenciar productos típicos del territorio que busquen generar nuevas oportunidades de diversificación y permanencia en los mercados a los productos provenientes de las agroindustrias rurales.
- Hay elementos básicos sobre los cuales hay que trabajar: mejorar la oferta natural de agroturismo existente en territorios específicos en aspectos tales como servicio al cliente, calidad, higiene y orden; propiciar la organización de oferentes de productos y servicios; establecer alianzas entre esos oferentes y los gobiernos locales; impulsar la elaboración de inventarios turísticos; rescatar las tradiciones y los saberes-locales que permitieron el desarrollo de procesos, productos, recetas y hábitos de consumo.
- Esas ofertas pueden tener mercados a nivel del turismo local, el que sería un primer cliente potencial a captar y satisfacer. En todos los casos éste será un turista especial, seguramente no presente en grandes volúmenes, pero con expectativas muy especiales que hay que atender para garantizar no una venta, sino un cliente. Las experiencias y el buen nombre desarrollado sobre esta base permitirá luego la llegada a turistas internacionales interesados en nuestra cultura y tradiciones.
- Parece en este tema del agroturismo y las rutas alimentarias existir una interesante posibilidad de poner en práctica las reflexiones teóricas y académicas sobre los beneficios de visualizar el desarrollo rural dentro de un enfoque de territorio y que el territorio es una construcción histórica y cultural, más allá de lo geográfico, de reconocer el carácter multifuncional del mundo rural, de recordar que la actividad rural va más allá de lo agropecuario, de valorizar la importancia de los empleos y los ingresos no agrícolas, de reevaluar la importancia de las relaciones de proximidad y de comprender la importancia de la identificación, caracterización, explotación y preservación de los recursos y los activos locales específicos, para generar procesos de bienestar en territorios rurales.

BIBLIOGRAFÍA

- Barrera, E. (1999), "*Las rutas gastronómicas: una estrategia de desarrollo rural integrado*", IV Seminario Internacional de Turismo Rural del Cono Sur, Santiago de Chile, 1 al 3 de septiembre de 1999 (consultado 15/10/2002), en www.sagpya-mecon.gov.ar/index/programas/raíces/rutas_gastronomicas.pdf
- Barrera, E. et al. (2003), *Curso de capacitación a distancia por Internet*, Módulos 1 al 10. Alta Dirección en Turismo Rural, Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires.
- Blanco, M. (2004), *Diseño de la ruta alimentaria del queso Turrialba*. Proyecto final de curso. Posgrado en Alta Dirección en Turismo Rural, Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires, Unidad de Turismo Rural, San José, abril de 2004.
- Budowski, G. (2001), "*Modalidades agroturísticas y sus limitaciones*", San José (consultado 13/01/2003), en www.una.ac.cr/ambi/ambien-tico/107/budowski.htm
- Cascante, M. (2003), *Concentración de queserías en las faldas del volcán Turrialba (Costa Rica)*. Informe final. Universidad Nacional, IICA, PRODAR.
- Dachary, C. (2003), "*Rutas, culturas y cotidianidad en el mundo rural*", Seminario sobre Turismo Rural y su Contribución a la Creación de Empleo y a la Conservación del Patrimonio, Asunción, Paraguay, 12 y 13 de mayo de 2003, Organización Mundial del Turismo.
- Echeverri R; M. Portilla, A. Rodríguez y S. Sepúlveda (2001), *El enfoque territorial del desarrollo rural*, San José, CR, IICA.
- Gamboa, M. T. (2004), *Informe de actividades*, Asociación de Productores Agropecuarios de Santa Cruz, Turrialba, Costa Rica.
- Instituto Costarricense de Turismo (2004), *Plan de Desarrollo Turístico de Cartago*, Material II taller, Cartago.
- IICA (2003), *Agroturismo, una alternativa para el desarrollo rural cantonal*. Proyecto de Cooperación, Oficina del IICA en Costa Rica, San José.
- Memorias del I Congreso Nacional de Ecoturismo (2002), Rocha, Uruguay (consultado 28/02/2003), en www.uruguay.com/laonda/htm
- Quesada, R. (2000), *Elementos del Turismo*, EUNED, San José, Costa Rica.
- Riveros, H. y M. Blanco (2003), *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local*, Serie documentos de trabajo núm. 18. Programa de Desarrollo de la Agroindustria Rural (PRODAR), Lima.
- Universidad Nacional del Litoral (2002), *II Foro Mundial de Agroturismo y Turismo Rural*, Santa Fe, 7 al 10 de noviembre de 2002 (consultado 27/02/2003), en www.foroagroturismo.unl.edu.ar/
- Verardi Fialho, M. (2001), *Turismo rural y el empleo rural no agrícola. El caso de la ruta colonial de Dos Irmaos, Rio Grande do Sul* (consultado 13/03/2003), en www.rimisp.cl/dfid/colonial-es.pdf