

Estudio de Viabilidad Turística del Café
PARTE OESTE CENTRAL DE PUERTO RICO



Preparado por Cafiesencia (*Café Cultura Puertorriqueña, Inc.*)



29 DE ENERO DE 2016



USDA is an equal opportunity provider, employer and lender.
Cafiesencia is an equal opportunity provider.
El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) es un proveedor,
empleador, y prestador que ofrece igualdad de oportunidades. Cafiesencia es un
proveedor de servicios con igualdad de oportunidades.

TABLA DE CONTENIDO

Núm.	Sección	Página
I	Resumen Ejecutivo	3
II	Agradecimientos	7
III	Introducción al Proyecto	9
IV	PARTE 1 – Perspectiva de Consumidores, Líderes y Sectores de la Industria Turística de Puerto Rico, Revisión de Literatura	13
	Introducción	14
	Trasfondo de la situación - zona rural puertorriqueña	15
	Fortalezas y Limitaciones	18
	Justificación	21
	Objetivos	22
	Metodología	23
	Procedimiento General	26
	Revisión de Literatura	27
	Turismo, Ecoturismo y Agroturismo: Tendencias y Situación de los Mercados Internacionales, Análisis y Sugerencias para el Desarrollo	
	Consumidores	55
	Ejecutivos Turísticos	69
	Dueños de Hoteles/Hospederías	72
	Operadores de Excursiones y Guías Turísticos	76
V	PARTE 2 – Análisis Oferta/Producto Oeste Central	79
	Introducción	80
	Recursos	81
	Costo expedición turística	83
	Riesgos	85
	Grupos Focales	91
	Rutas	96
VI	Conclusiones y Recomendaciones	101
VII	Referencias	107
VIII	Apéndices	113

RESUMEN EJECUTIVO

Luego de un estudio informal y proyectos en la zona cafetalera de Puerto Rico, y por recomendación de la Oficina de Desarrollo Rural del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA), Cafiesencia (Cafi Cultura Puertorriqueña, Inc.) preparó una propuesta solicitando fondos a esta oficina para llevar a cabo un estudio de viabilidad turística de la Ruta del Café donde además se estudiaría la oferta/producto de Municipios o zonas del Oeste Central: Las Marías, Maricao, Yauco y Castañer (Lares/Adjuntas).

Esta es aprobada gran parte gracias a las donaciones “in kind” que el proyecto logró aunar. Estos municipios o zonas fueron escogidos por su alto nivel de pobreza, desempleo y pérdida de población mientras, agrupados, producen el 50% del café en Puerto Rico. Sin embargo se logró diseñar el estudio de los consumidores, líderes turísticos y demás miembros de la industria (Parte 1) para que aplicara a toda la zona cafetalera. Partimos de la premisa que el agroturismo se puede convertir en un ingreso complementario a la agricultura y ayudar a mejorar la calidad de vida de nuestros agricultores y comunidades rurales, a la vez que se respeta el entorno. También gran parte del estudio va dirigido a averiguar las preferencias de los consumidores potenciales como indicador primario a determinar la viabilidad de cualquier negocio.

La estructura del proyecto aprobada incluía un estudio de consumidores, líderes de la industria turística de Puerto Rico y análisis de información secundaria a nivel mundial y regional. Asimismo se aprobó confeccionar la Parte 2 de análisis de la oferta/producto del Oeste Central en conjunto con la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Mayagüez (UPRM) con la Dra. Viviana Cesani y sus estudiantes de ingeniería.

El estudio demuestra la viabilidad turística de la Ruta de Café ya que se comprueba el interés de los consumidores en un 79.5% en la zona montañosa (y de estos, un 90.3% interesados en visitarla) y su disposición de pagar “willingness to pay” por tipos de excursión y alojamiento que estimamos podrían sumar a una ganancia razonable para los dueños de fincas/terrenos dependiendo de sus gastos. Destaca igualmente la disposición y compromiso de muchos de los sectores de la industria turística del país que han modificado y llevado a cabo la política pública ampliando su visión al incorporar bajo el Turismo Sostenible la modalidad de Agroturismo y muy en particular la del café. La existencia de leyes, reglamentos y guías para estructurar el turismo sostenible y agroturismo componiendo, a nivel de país, el marco legal y conceptual. El análisis de la literatura mundial y regional sugieren la viabilidad en el segmento al tiempo que representan una competencia establecida. No obstante el estudio revela que más del 56% no conoce lo que significa agroecología pero desean conocerlo. Lo que lleva a recomendar más educación, concienciación sobre su significado y promoción tanto a consumidores como a miembros de la industria.

Desde el punto de vista de la oferta/producto, los grupos focales revelan la voluntad y disposición de muchos agricultores y dueños de terrenos y haciendas del oeste central a entrar a la dinámica de agroturismo y su deseo irrefutable de aprender a través de capacitación y ayuda técnica. Una cantidad significativa de los participantes de los grupos focales están preparando sus propiedades para recibir visitantes o ya los están recibiendo sea por actividad educativa como comercial. A otros todavía les queda mucho por recorrer. La necesidad de acceso a capital y asistencia con la permisología son latentes y pueden convertirse en “deal breakers”. Para atender visitantes extranjeros hace

falta que haya un guía turístico bilingüe o que los dueños o trabajadores de la finca conozcan el inglés conversacional. Capacitación en esto último es necesario para potenciar la buena referencia y el “repeat business”. Hace falta viabilizar economías de escala como un seguro de responsabilidad pública grupal. La región objeto de la Parte 2 del estudio representa una comunidad cafetalera vibrante del país, con un paisaje patrimonial histórico cultural y natural que solo es equiparado por el arco de la actividad “sin filtros” agri-cultural. Esto se une a la proximidad, (en casos, en menos de media hora) a excelentes playas en Rincón, Cabo Rojo, Guánica, Aguadilla e Isabela para lograr un paquete muy atractivo. Todos aspiran a lo mismo, ofrecer la mejor experiencia agro turística al visitante para que genere ingresos adicionales continuamente. Uno de los hallazgos más interesantes es la percepción/opinión encontrada entre los consumidores y residentes en cuanto a las condiciones de las carreteras. Los consumidores entrevistados indican que las carreteras están en buenas condiciones mientras que los residentes de la zona solicitan se lleven a cabo arreglos y se les provea mejor mantenimiento.

Como mencionamos, el estudio trae a la luz información relevante para el macro de la zona cafetalera del país, y también para el Turismo Rural, Agroturismo y Ecoturismo de Puerto Rico ya que los cuestionarios fueron diseñados para obtener información de un panorama más amplio de oportunidades.

No hay una sola ruta del café que pueda agrupar toda la variedad de atracciones y lugares para visitarse o con potencial a visitarse en la parte oeste central. Por lo que sugerimos sub-rutas y anejamos una lista de atracciones determinadas por los accesos urbanos a los municipios objetivo: por el oeste - Mayagüez, por el sur - Yauco y por el norte – Lares, en adición proveemos una

serie de atracciones por municipio para que el visitante se sienta en la libertad de hacer su propia ruta. Consideramos que este estudio también atestigua sobre la necesidad de abrir rutas aéreas y marítimas directas a la zona turística denominada Porta del Sol.

No conocemos otro estudio como este en el segmento de Agroturismo en Puerto Rico. Por lo que el mismo debe ayudar tanto a agricultores como empresarios o futuros empresarios a tomar mejores decisiones o validar las decisiones ya tomadas, modificar o ajustar sus ofertas para hacerlas más atractivas (como añadir cabalgatas o incorporar degustaciones de café) o combinarlas con otras atracciones aledañas, tanto con fincas privadas como áreas públicas, a hacer uso más eficiente del presupuesto en medios de comunicación, a hacer planes de negocios, a aprender de la experiencia de países competidores, lograr alianzas y redes de colaboración, evaluar sus propuestas de negocios, obtener financiamiento, a los dueños de hoteles y hospederías a ampliar su oferta de excursiones, a los inversionistas a hacer inversiones más acertadas, a los municipios a conocer las necesidades e intereses de sus constituyentes, a la Compañía de Turismo a continuar fortaleciendo el segmento, y a demás hacedores de política pública del país a identificar donde se encuentran las necesidades vivas de este segmento y las oportunidades por explorar y divulgar.

Tenemos una de las áreas, doblemente hablando (área geográfica y área de negocios) con mayor potencial, no obstante, debido a las riquezas naturales, históricas, paisajísticas y comunitarias del área cualquier desarrollo o progreso debe seguir una línea de sostenibilidad rigurosa. La combinación agroecoturismo es ganadora.

AGRADECIMIENTOS

Deseamos agradecer a todos los caficultores, caficultoras, miembros de la industria de café y líderes de Maricao, Las Marías y Castañer (Adjuntas y Lares) y en especial de Yauco, que nos dieron su confianza y compartieron con nosotros sus ideas, necesidades, sueños y preocupaciones propulsando esa primera visita de personal de la Oficina de Desarrollo Rural del USDA a la Cuenca Alta Cafetalera de Guánica/Río Loco para el 2012.

Al personal de la oficina de Desarrollo Rural del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos en San Juan, en especial a Michelle Torres y Danna Quiles, que aprobó la propuesta del estudio y proveyó una subvención económica a través del programa Rural Business Enterprise Grant (RBEG) para llevarla a cabo, también estamos muy agradecidos por todo su apoyo.

También nuestros socios en este estudio como lo son la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Mayagüez (UPRM) , en particular a la Profesora Gladys González y como servidor público el Agrónomo Nelson Bayrón, quienes desde los orígenes nos han apoyado con la idea del agroturismo, la Compañía de Turismo de Puerto Rico, destacando a Nilda Luhring, y su División de Turismo Sostenible, el Municipio de Yauco, en particular Marian Martínez Vidal y Ricky Cedeño, la Asociación de Agricultores de Puerto Rico y el Sector de Café, a Nefalí Soto, la Incubadora de Empresas Creativas de Mayagüez, su fundadora Silvita Aguiló y el joven Haniel Cordero, a Víctor Rivera, pasado director de la Sociedad de Guías Turísticos de Puerto Rico, el gran maestro del turismo en Puerto Rico, al Hospital de Castañer, Pathstone, Oficina de Desarrollo Agroecológico Marieño, Plenitud y todos los voluntarios y colaboradores que hacen posible nuestro trabajo en Cafiesencia. En especial deseamos distinguir a los estudiantes Manuel López-Cepero, Yaritza Soto López, Kevin Benítez López,

Milliangelys Olavarria Vidal, y David Candelario Suarez y su Profesora, la Dra. Viviana Cesani, Directora del Departamento de Ingeniería Industrial, quienes acogieron el proyecto de la ruta bajo el curso *Visión Interdisciplinaria de Gerencia de Proyecto*, INGE 4008, para estudiar la oferta o producto turístico que estas comunidades tenían a su alcance e hicieron un excelente trabajo de análisis y recomendaciones para mejorar el entorno con el fin de contribuir a la viabilidad de esta Ruta a través de grupos focales, investigación de data primaria y secundaria y visitas al campo.

Las compañeras e investigadoras principales Dra. Carmen Álamo González, y Dra. Mildred Cortés, Economistas Agrícolas, y Leticia Gayol, M.A. Administración Pública, (Doctorado en progreso), que trabajaron por meses en desarrollar el estudio de viabilidad desde el punto de vista de los consumidores y de líderes de la industria turística en Puerto Rico.

A nuestra Junta de Directores presidida por la Sra. Tere Rodríguez Loyola, a la pasada presidente Frederique Blanco, quienes siempre dijeron presente con su apoyo y accesibilidad.

Si bien hay que establecer que este estudio no hubiera sido posible sin el trabajo pro-bono “in kind”, perseverancia y voluntad de muchos colaboradores como Blanqui Rivera y Lilly Ortiz, de nuestras familias y amigos y del nuestro propio.

INTRODUCCION AL PROYECTO

Cafiesencia (Cafi Cultura Puertorriqueña Inc.) se origina en el 2008 como organización educativa sin fines de lucro con el fin primordial de ayudar a mejorar la calidad de vida de residentes de la zona cafetalera de Puerto Rico aplicando una visión holística sustentable. Este estudio es una excelente herramienta que abona a este propósito. Desde nuestro inicial proyecto con la publicación del libro *Caminos del Café* en 2011, subvencionado por la Fundación Puertorriqueña de las Humanidades, ya habíamos dado nuestros primeros pasos en abordar el potencial del agro-ecoturismo del café. Durante el proyecto *Arboles y Corales: empoderando mujeres en agro- negocios sustentables* dirigido a mujeres caficultoras de la Cuenca Alta Guánica/ Río Loco y subvencionado por la National Fish and Wildlife Foundation, Cafiesencia hizo una encuesta informal para identificar los activos agrícolas, ecológicos, culturales y la voluntad de la población a participar en las actividades agro-ecoturísticas. Los resultados de la encuesta informal exhibieron la disponibilidad de varias atracciones ecológicas y culturales adecuadas para turismo cultural-ecológico en la región montañosa del oeste. La encuesta también identificó las necesidades de las comunidades y su disposición a participar en actividades económicas alternativas que aumenten sus beneficios y calidad de vida. El proyecto *CAFEiCANTO, aves en fincas bajo sombra*, subvencionado por el Servicio Forestal del USDA, también entusiasmó a muchos agricultores. Entonces se propulsa organizar una primera visita del personal de la Oficina de Desarrollo Rural del USDA con el propósito de identificar fondos para estas actividades alternas, pero ellos nos aconsejaron que primero solicitáramos

fondos para llevar a cabo un estudio de viabilidad de la ruta turística. Y así se hizo.

El área de impacto para el estudio de oferta/producto específica del proyecto se compone de los municipios o zonas de Yauco, Maricao, Las Marías y Castañer (Lares y Adjuntas). Estos municipios o zonas fueron escogidos porque se caracterizan con algunos de los índices de pobreza y de desempleo más altas (dos dígitos) en Puerto Rico y Estados Unidos. Todos los municipios o zonas también demostraron pérdida de población.

POBREZA	1990	2000	2010	CAMBIO
Adjuntas	81.5%	65.4%	59.3%	-22.2
Lares	77.2%	65.5%	59.9%	-17.3
Las Marías	73.3%	65.5%	59.5%	-13.8
Maricao	76.8%	68.0%	64.7%	-12.1
Yauco	71.1%	56.6%	51.1%	-15.6
Area Promedio Meta	76.0%	64.2%	59.8%	-16.2
Puerto Rico	58.9%	48.2%	45.0%	-13.9
Diferencia APM – PR	17.1%	16.0%	14.8%	

A la vez que entre ellos producen 50% del café en Puerto Rico.

El desarrollo de las actividades económicas en la región y la producción de café se ve limitado por factores geográficos, topográficos y ambientales como las altas montañas de pendientes que limitan el uso del suelo y las actividades agrícolas y comerciales mecanizables. Aunque, la misma geografía, topografía, y, los factores ambientales proporcionan recursos para desarrollar actividades económicas de agroindustria sostenible y agro-culturales del turismo.

El objetivo general del estudio es determinar la viabilidad de establecer una ruta de turismo rural (del Café) sostenible en la región central oeste de las montañas de Puerto Rico aunque luego la Parte 1 se extendió a toda la zona cafetalera. Todos los estudios fueron llevados a cabo bajo la Dirección de Proyecto de Cafiesencia.

Este reporte se divide en **DOS PARTES:**

- **PARTE 1** - La primera agrupa el estudio conducido por la Dra. Carmen Álamo, la Dra. Mildred Cortés, Economistas Agrícolas, y Leticia Gayol, M.A. en Administración Pública (Doctorado en progreso). Este estudio presenta la **perspectiva de los consumidores** incluyendo intención de pago “willingness to pay”, la **perspectiva de líderes de la industria turística del país**, análisis de literatura y datos secundarios, y fortalezas y limitaciones.
- **PARTE 2** - La segunda parte incluye estudios llevados a cabo por los estudiantes de UPRM del Curso INGE 4008, donde entre otros requisitos del curso, **analizaron la viabilidad desde el punto de vista de la oferta/producto de municipios o zonas del Oeste Central: Las Marías, Maricao, Yauco, y Castañer (Lares/Adjuntas)**. El acuerdo con UPRM incluía el efectuar dos de los grupos focales, hacer las rutas, lista de atracciones y análisis de costo de excursión, no obstante los estudiantes fueron mas allá e incluyeron un análisis de riesgos muy pertinente. Ellos realizaron grupos focales para los municipios de Yauco, Las Marías y Maricao. Todo esto bajo la dirección de la Dra. Viviana Cesani, Directora del Departamento de Ingeniería Industrial, y apoyo de Cafiesencia. Debido a las regulaciones de la UPRM con referencia a contacto con

individuos fuera del sistema, los estudiantes se sometieron a entrenamientos y pruebas académicas muy rigurosas, además de que las mismas regulaciones se tuvieron que aplicar a los grupos focales. La Incubadora de Empresas Creativas de Mayagüez fue esencial en facilitar el acuerdo entre la UPRM y Cafiesencia.

Y por último, Cafiesencia desarrolló el grupo focal de Castañer (Lares/Adjuntas) debido a una solicitud especial de miembros de su comunidad de ayudarlos a identificar en detalle atracciones con el fin de desarrollar una ruta del Café desde el norte de la isla.

Estos estudios fueron conducidos de Enero 2015 a Enero 2016.

PARTE 1
PERSPECTIVA DE CONSUMIDORES,
LIDERES Y SECTORES DE
LA INDUSTRIA TURISTICA DE PUERTO RICO,
REVISION DE LITERATURA

Introducción

La industria turística en Puerto Rico informó un Ingreso Bruto de \$70,129 millones y generó 69,517 empleos directos e indirectos en el año fiscal 2014-2015¹. Esta industria representa 35,000 empleos directos y 120,000 indirectos en la Isla. Es importante mencionar que en el sector de turismo por cada empleo directo que se genera, se generan cuatro indirectos. Durante el 2014 Puerto Rico recibió 8.8 millones de viajeros. A través de los años la industria se ha ido modificando, no solo en Puerto Rico sino en los otros países caribeños que nos rodean. Por lo tanto al hacer una introspección de esta realidad nos damos cuenta que hay que atemperarse a los tiempos buscando ampliar los ofrecimientos que hacemos.

Para lograr este propósito es importante volver a repasar nuestras fortalezas. Las tenemos y son muchas, podemos mencionar las más conocidas como; nuestro clima, nuestras costas, hoteles, gastronomía, acceso a todas las zonas de la Isla en un mismo día, personalidad de los locales, etc.. Hay una crisis económica generalizada donde tenemos que competir con otros destinos turísticos y sacar el máximo de los nuestros. Aquí es donde entra la necesidad de replantear las estrategias que utilizamos para atraer turistas locales para hacer turismo interno y extranjeros a la Isla. Tenemos que ampliar y fortalecer nuestras ofertas para los locales y extranjeros. Actualmente Puerto Rico cuenta con alrededor de 150 hoteles. Estos hoteles atienden visitantes de diferentes tipos de ingresos, intereses y diversas categorías a través de toda la Isla. Estos hoteles proveen a los visitantes 15,300 habitaciones (ENFOQUE 24/7, 2015).

¹ La información de datos estadísticos fue provista por la Compañía de Turismo de Puerto Rico durante el proceso presupuestario del año fiscal 2014-2015.

Puerto Rico cuenta con una cantidad inmensa de atracciones que reconocemos y visitamos con regularidad. Pero hay otros nichos que no hemos explorado a capacidad. El turismo agrícola y el turismo sustentable son algunos de los que podemos explorar de manera más estructurada. Sin embargo hay otras atracciones de inmenso valor que tenemos que desarrollar y poner al servicio de los locales y los extranjeros que nos visitan. Ante la crisis económica mundial nuestros recursos adquieren una nueva dimensión; por el tamaño y la diversidad de recursos naturales en nuestro país los turistas extranjeros y residentes pueden disfrutar en un mismo viaje de experiencias totalmente diferentes sin hacer grandes inversiones de tiempo y recursos en traslados, hospedaje o alimentos.

Nuestros ofrecimientos gastronómicos, musicales, folklóricos, naturales y culturales están al alcance de prácticamente todos, ya que contamos con una gran diversidad de categorías de precios, servicios y productos turísticos (ver apéndice 1). Solo se necesita el deseo de conocer más. Es importante mencionar que el turismo hace una significativa aportación a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) relacionadas con la venta de comidas, artesanías y otros.

Trasfondo de la situación de la zona rural puertorriqueña

Frente a la crisis económica que vive el país desde aproximadamente el 2006 hemos visto como se ha despoblado y deteriorado la zona rural de Puerto Rico, trasladándose la gente a las zonas urbanas o al exterior. Esta situación ha traído un disloque en la zona, perdiéndose mano de obra que ha incidido negativamente en lo que era la mayor fuente de empleos de la zona, la

agricultura. Esto ha tenido el efecto de tener fincas en abandono, caminos enmalezados, casas deterioradas, siembras abandonadas. Aún así, la actividad agrícola continua siendo la actividad generadora de empleo más importante en la zona rural de Puerto Rico (Censo Agrícola de Puerto Rico, 2012). Nos toca a todos identificar alternativas viables y rentables para evitar que se siga deteriorando la calidad de vida de los residentes de la zona rural, es necesario revitalizar esta zona buscando nuevas alternativas rentables sin afectar la actividad agrícola que allí se genera.

El país esta ávido por identificar nuevas maneras para la creación de empleos y la generación de ingresos que contribuyan a desarrollar actividad económica que provea mayor calidad de vida. En el sector agrícola en particular, solo se produce el 15% de los alimentos que consume el país, esta situación denota la profundidad de la crisis y la fragilidad del sector de producción de alimentos, particularmente la zona central de la Isla. Por el asunto de los costos de producción, además del desplazamiento a las zonas urbanas y la emigración se da el fenómeno de que muchos agricultores han estado moviendo sus operaciones a los llanos costeros del país. Esta situación presenta un nuevo reto, buscar alternativas para reanimar la actividad económica en la zona central que beneficie el desarrollo socioeconómico de la zona y sus comunidades.

Mirando la situación desde un punto optimista, entendemos que lo que para unos es una crisis, para otros es una oportunidad. Así, la posibilidad de diseñar un modelo donde participen de manera coordinada otros sectores económicos, que también necesitan ampliarse y fortalecerse por lo competitivo del mismo, sería entre el sector turístico y el agrícola.

El sector agrícola tiene por necesidad que reinventarse para continuar produciendo con la calidad que lo hace y a la vez traer nuevos recursos de gente y dinero a la zona central. Esta alianza puede ser exitosa en el país, el turismo y la agricultura, como lo ha sido en otros lugares. Nuestros agricultores saben producir, tienen mucho que ofrecer y la posibilidad de integrar turismo y agricultura, podría ser una estrategia exitosa. En la zona central de la Isla el cultivo de café es uno emblemático para el país y de gran importancia para sus residentes. El café local tiene gran calidad y aunque su producción se ha reducido en los pasados años, las razones no están directamente relacionadas a la calidad del café y a la demanda por el mismo. Esta reducción se ha dado por otros factores tales como aumentos en los costos de producción, topes de precios fijos que reducen ganancias, falta de mano de obra, plagas y enfermedades, competencia de las importaciones, etc. El café de Puerto Rico tiene gran calidad y ha sido reconocido dentro y fuera del país como tal. Actualmente suplimos una cantidad mínima del café que se vende para consumo general, 27%. También hay un número considerable de marcas privadas que venden su producción en los mercados locales y otro grupo que ha logrado posicionarse en el grupo de cafés especiales en y fuera de Puerto Rico vendiendo a precios muy rentables, como lo pueden hacer otros países de tradición cafetalera, como Colombia, Costa Rica, Hawaii y otros.

En otros países de América Latina se ha probado que la alianza entre el turismo y la agricultura puede funcionar fortaleciendo un sector al otro. Estos países también han logrado establecer un negocio paralelo a la producción del café. Esta actividad se lleva a cabo en la misma finca sin afectar sus operaciones, más bien logra fortalecer las finanzas de su empresa, a través de la actividad que generan excursiones turísticas a las fincas donde los visitantes

degustan y compran café, compran alimentos, bebidas, artesanías, se hospedan en la zona, etc. También disfrutan de las diferentes actividades que se pueden disfrutar en la zona.

Cumpliendo con uno de los objetivos, procedemos a mencionar fortalezas y limitaciones, que se desprenden de este estudio, sobre el desarrollo del agroturismo y el turismo sustentable a ser consideradas a la hora de tomar decisiones en el establecimiento de actividades comerciales y política pública.

Fortalezas

- A nivel de país y del andamiaje gubernamental existe un marco tanto legal conceptual sobre agro turismo y sobre turismo sostenible.
- Existen leyes, reglamentos y guías para estructurar el turismo ecológico y agrícola (Compañía de Turismo)
- La extensión territorial de Puerto Rico facilita que de cualquier parte de la Isla se pueda llegar de un extremo a otro.
- Las carreteras rurales de la Isla están en condiciones relativamente buenas, por lo que se puede llegar con bastante facilidad a casi cualquier lugar.
- Puerto Rico tiene un gran atractivo en sus cuerpos de agua, lagos, ríos de fácil acceso como complemento a las visitas a fincas cafetaleras.
- Existe la recuperación de espacios de viviendas tradicionales para uso turístico, evitando el deterioro del patrimonio arquitectónico.
- Existencia de una industria complementaria para impulsar la actividad agrícola y ganadera.

- El agroturismo podría detener la creciente despoblación del espacio rural mediante la creación de empleo tanto directo en la propia actividad turística como indirecto en otras ocupaciones relacionadas con ella.
- Tenemos los recursos naturales, biodiversidad e infraestructura para desarrollar un turismo de naturaleza integrado en el ámbito rural, respetuoso con el medio ambiente y favorecer el intercambio entre la cultura urbana y la rural.
- La gastronomía de Puerto Rico es altamente cotizada por los turistas.
- La música local es famosa a través del mundo y puede ser un atractivo para visitantes (ver apéndice 1).
- Hay un grupo amplio de agricultores que ante la situación económica actual han visto afectadas sus finanzas y podrían considerar positivamente ampliar y modificar las actividades que se desarrollan en sus fincas, de manera que sus ingresos aumenten.
- Hay una camada de jóvenes interesados en producir alimento y entrar a participar en actividades afines que les provean ingresos adicionales, mientras les permitan estar en sus fincas.

Limitaciones

- Desconocimiento de información disponible del agroturismo, no obstante hay un cambio de valores que se percibe hacia una mayor conciencia ecológica. La mayor parte de la población no tiene plena conciencia de que existe un andamiaje gubernamental y un marco conceptual sobre agro turismo y sobre turismo sostenible que se pueden utilizar como herramientas para esbozar un plan ordenado de turismo agrícola.

- La mayor parte de los integrantes de la cadena que componen el sector turístico no tienen la información necesaria sobre que es la agroecología y su importancia.
- Desconocimiento de la oferta de turismo agrícola, los turistas no conocen la oferta de turismo agrícola antes de llegar al país, el cambio en reservaciones es oneroso.
- Limitada difusión de información de agroturismo. El que no se hable de turismo agrícola de Puerto Rico limita el que este tipo de turismo con potencial económico se desplace a otras plazas.
- El transporte público masivo en Puerto Rico es ineficiente.
- Muchas de nuestras fincas no están en condiciones óptimas para recibir visitantes.
- Muchos de nuestros agricultores no tiene la visión del potencial del turismo agrícola.
- La mayoría de los agricultores no tienen la capacitación necesaria para recibir visitantes y ser anfitriones en este tipo de actividad.
- Limitación de conocimiento sobre los recursos disponibles para el ecoturismo y el agroturismo. En general, los puertorriqueños no tenemos conciencia del gran potencial que tiene el turismo agrícola y las actividades que el mismo genera, como avistamiento de aves, insectos, plantas endémicas de la zona, pesca de agua dulce, comidas y bebidas típicas del país, para visualizarlos como actividades generadores de empleos, ingresos y mejoramiento en la calidad de vida de la zona rural.
- Desconocimiento y dificultad para conseguir los permisos correspondientes.

Las limitaciones antes mencionadas son subsanables a través de capacitación y el mejoramiento del trámite de los procesos, el potencial existe.

Justificación

Puerto Rico tiene que capitalizar sus recursos naturales, físicos y el capital humano para fortalecer los sectores económicos que generan ingresos a la economía del país. El sector turístico es uno de gran importancia para Puerto Rico, tanto por los empleos como por los ingresos que genera. El estudio que aquí se presenta, es de los pocos que se han realizado en Puerto Rico relacionados al turismo agrícola y el turismo sustentable, específicamente el turismo en la zona cafetalera del país, una que entendemos cuenta con recursos valiosos para recibir visitantes y tiene el potencial para que se establezca una economía paralela a la producción de café y otros cultivos en la Isla sin el menoscabo de las actividades agrícolas de la zona.

Puerto Rico tiene los recursos y el potencial para desarrollar el turismo sustentable ya que posee una gran variedad de atracciones turísticas naturales y culturales. La Ley núm. 254 del 30 de noviembre del 2006 creó la política pública para el desarrollo y fortalecimiento del turismo en Puerto Rico. La Compañía de Turismo de Puerto Rico (CTPR) tiene la responsabilidad de establecer los criterios que aseguren el cumplimiento de los propósitos de esta ley por lo que ha desarrollado una serie de guías con la meta de garantizar el desarrollo ordenado de estas otras vertientes de turismo para Puerto Rico. Éstas incluyen aspectos que atienden asuntos como: Diseño de Instalaciones Eco turísticas, Aspectos Operacionales de las Instalaciones, Eco turísticas

Agroturismo y Ecoturismo (CTPR, 2015). La organización Cafiesencia fue parte del comité asesor para la creación de la Guía de Agroturismo de la CTPR.

Con el propósito de conocer la percepción de los actores que son parte fundamental de estos sectores haremos un análisis de los mismos a través de entrevistas semi-estructuradas. Dichos actores son los hacedores de política pública “policy makers”, operadores y guías turísticos, los hoteleros y los turistas o consumidores.

Objetivos

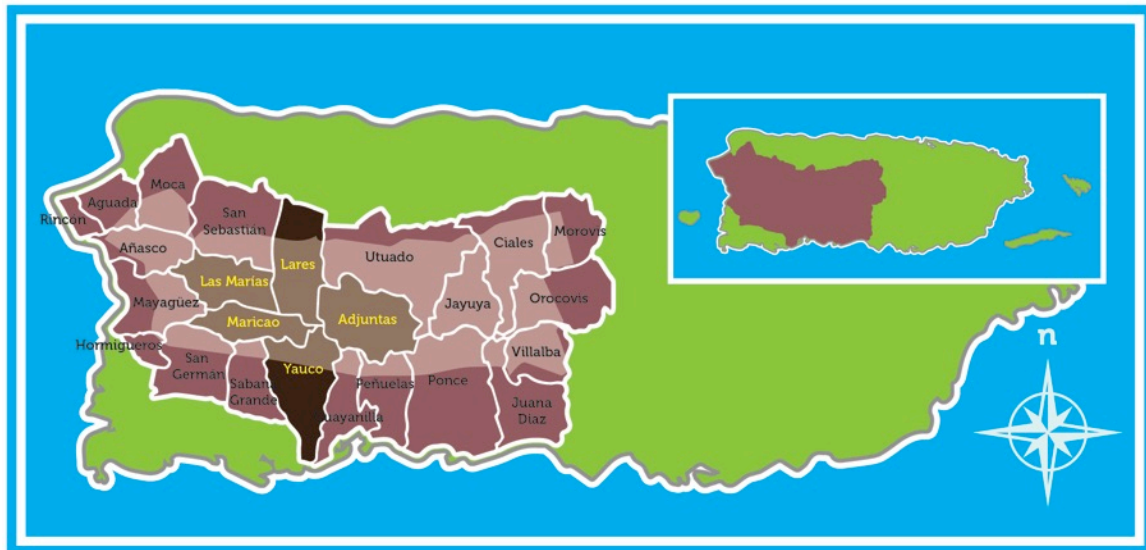
1. Conocer la percepción de los turistas que nos visitan sobre la posibilidad de nuevas y diferentes opciones de turismo en Puerto Rico. Específicamente la posibilidad del establecimiento de una ruta del café en la zona cafetalera de Puerto Rico y los municipios objetivo..
2. Conocer la percepción de los hoteleros sobre la posibilidad del establecimiento de una Ruta del Café.
3. Conocer la percepción de los operadores y guías turísticos sobre la posibilidad del establecimiento de una Ruta del Café.
4. Conocer la percepción de los ejecutivos que toman decisiones sobre la industria turística de Puerto Rico sobre la posibilidad del establecimiento de una ruta del café en la zona cafetalera de Puerto Rico.

A la luz del resultado del estudio, se presentarán recomendaciones para el establecimiento de la ruta del café.

Metodología

Se hizo una revisión de literatura sobre trabajos relacionados al tema que nos ocupa en Puerto Rico y en otros países. También revisamos literatura relacionada con el manejo de los nichos turísticos en otros países. Se identificaron las áreas de interés para los visitantes de la zona cafetalera y en especial en los municipios bajo estudio y los municipios aledaños. Los municipios son: Maricao, Yauco, Adjuntas, Lares, Las Marías sin obviar la posibilidad que tiene Castañer de aportar a esta iniciativa de la Ruta del Café. Luego se procedió a desarrollar los objetivos propuestos en el estudio. Estos formularios se tradujeron del español al inglés para facilitar la administración del mismo, dependiendo del idioma del entrevistado (Ver Apéndice 3).

Mapa Zona Cafetalera de Puerto Rico | Puerto Rico Coffee Zone Map | 2014



● Pueblos | Municipalities ● Zona Cafetalera | Coffee Zone

Objetivo 1

Se diseñó un formulario para los turistas que visitan las facilidades de hoteles en la Isla. Este formulario fue diseñado para obtener la información que se necesitaba para el estudio tanto de los extranjeros como de los locales. El mismo será evaluado por el grupo de trabajo y validado. Se tabulará la información y se presentarán los resultados de manera descriptiva, tablas y gráficas según se entienda necesario para cumplir el objetivo del estudio. Se entiende que los resultados que se obtendrán en esta encuesta proveerán valiosa información para arrojar luz sobre el diseño de estrategias para fortalecer el desarrollo del turismo agrícola. Se presentará un análisis de los resultados obtenidos.

Objetivo 2

Se diseñó un formulario para ser cumplimentado por los dueños de hoteles en Puerto Rico. El propósito de este formulario fue conocer su disposición a ser parte y facilitador del turismo agrícola en Puerto Rico promoviéndolo y apoyándolo desde sus espacios. Se presentará un análisis de los resultados obtenidos.

Objetivo 3

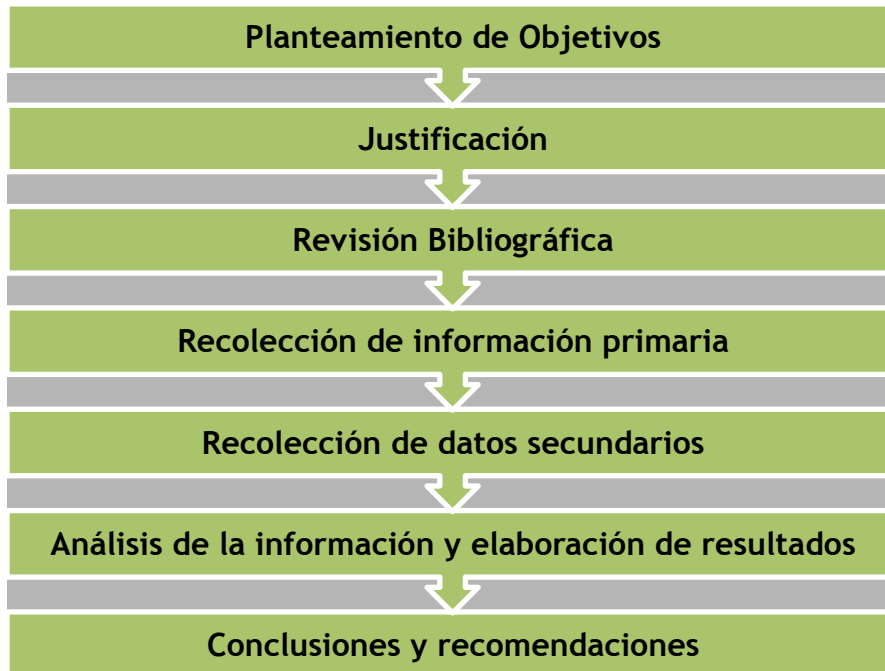
Se diseñó un formulario dirigido a los guías turísticos y agentes de viajes o sus representantes con el propósito de conocer su disposición a ampliar su oferta de servicios dirigida al turismo agrícola, en especial poniendo énfasis en la industria cafetalera del país. También quisimos conocer su disponibilidad a recibir capacitación para realizar esta función eficientemente.

Objetivo 4

Se diseñó un formulario para ser cumplimentado por los ejecutivos turísticos gubernamentales y no gubernamentales con el propósito de conocer su percepción del turismo agrícola en Puerto Rico y como ellos entienden, este podría impactar la oferta turística local. También proveerá información valiosa sobre como ellos apoyarían la propuesta de la Ruta del Café.

A la luz de los hallazgos obtenidos en las encuestas, revisión de literatura, entrevistas independientes y el apoyo de estudios compartidos por Cafiesencia y el estudio de estudiantes del curso de Ingeniería “*Visión Interdisciplinaria de Gerencia de Proyecto*” de UPRM, someteremos un análisis sobre la situación actual y las perspectivas del establecimiento de la Ruta del Café.

El procedimiento general de desarrollo de la investigación ha sido el siguiente:



Revisión de Literatura

El turismo especializado ha ido cobrando importancia a nivel global. En Puerto Rico también se ha ido incursionando en algunas vertientes del mismo, dos de ellos son, el turismo médico y deportivo. Este turismo ha generado al país actividad económica en áreas en que anteriormente no la había. El aumento en el turismo genera ingresos que permiten revitalizar el área que impacta, siendo de beneficio para los residentes del país que utilizan los servicios. Esta situación puede extrapolarse al sector agrícola. En los países donde el turismo agrícola, agro-turismo o turismo rural como se le llama dependiendo el país se ha posicionado como un nicho de la zona, le ha permitido a los residentes mejorar su calidad de vida y la conservación de los recursos de la zona. Un estudio realizado por estudiantes universitarios sobre el turismo agrícola asociado con la zona de Castañer en Lares/Adjuntas reportó que típicamente las iniciativas turísticas en el sector agrícola se dan cuando el sector está en decadencia, como una estrategia para fortalecer el sector y reforzar las actividades culturales de la zona. Para que esta iniciativa sea exitosa es muy importante la participación de la comunidad, aprendizaje, innovación y colaboración entre los sectores. Revelan que por experiencias previas en países donde el gobierno no cuenta con recursos vastos es importante priorizar en: análisis de mercado, preservación histórica y la certificación de la calidad de los productos locales. También en el estudio se le da gran importancia a la evaluación de las tendencias turísticas globales y su impacto en las comunidades donde se llevan a cabo (De Souza et al., 2013).

En el 2015 un grupo de estudiantes del Recinto Universitario de

Mayagüez realizaron un estudio titulado Café Colao, también parte de este proyecto. El mismo está relacionado a la viabilidad del establecimiento de una zona agro turística en unos municipios seleccionados, municipios o zonas de Las Marías, Maricao, Yauco, y Castañer (Lares y Adjuntas). En este estudio se concluyó que el turismo del café tiene mucho potencial tanto a nivel local como internacional. Del estudio también se desprende que el agroturismo en muchos países del mundo ha ayudado a los agricultores a posibilitar expansiones o crecimiento de sus haciendas o fincas.

Este mismo estudio llevó a cabo, junto a Cafiesencia en el 2015, grupos focales en la zona central objetivo donde participaron funcionarios, agricultores, caficultores líderes comunitarios y otros. Éstos se mostraron interesados en la posibilidad de una ruta de café para la zona, con diferentes sub-rutas. En particular el grupo de Castañer prefirió una ruta diseñada por el norte, donde identificaron sobre 20 atracciones de esta ruta. Mostraron interés en que la comunidad se organice y tome control así como el interés en que participen fincas grandes y fincas familiares. Mas adelante en este documento se pueden apreciar los detalles del estudio.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú promueve el turismo rural en el país. Este turismo contribuye al progreso de las comunidades rurales cuya diversidad cultural y estilo de vida componen un producto diferenciador. Este tipo de turismo contribuye a la diversificación y fortalecimiento de la actividad económica de la zona. Otro asunto importante que aporta el turismo agrícola o rural, como bien ellos le llaman es a la disminución de la emigración, fomenta el protagonismo de las mujeres y los jóvenes, revaloriza y conserva el patrimonio cultural y natural entre otras cosas

positivas a las que contribuye (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú, 2008).

Marvin Blanco (2003), especialista en Agroindustria y Agroturismo en el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, con sede en Costa Rica advierte que las manifestaciones del Turismo Rural en este país se dividen en tres: la desarrollada por grandes fincas, tales como empresarios privados y cooperativas; la generada por familias y pequeños productores y el turismo regional comunitario que conducen comunidades indígenas y campesinas y grupos asociados especialmente a las mujeres. Blanco además indica que el despegue de esta modalidad turística, tanto a nivel de empresas más grandes como pequeños productores, estuvo influenciado por la crisis agrícola que obligó a los propietarios a diversificarse hacia el turismo. Cada variante tiene una segmentación marcada de sus públicos. Las ofertas en las grandes fincas suelen dirigirse más a turismo extranjero, o a un turismo interno de clase media alta. En cuanto al segundo, los pequeños propietarios se conectan principalmente con grupos costarricenses de interés educativo, las alianzas se establecen sobre todo para generar visitas de grupos de escuelas. Mientras, el público meta de la tercera opción son extranjeros participantes de grupos de voluntarios y académicos, especialmente de universidades norteamericanas. Blanco argumenta que todavía la oferta de turismo rural no es un concepto "bien posicionado". No hay estadísticas del sector sobre número de establecimientos, visitas o ingresos, lo cual dificulta realizar una evaluación de su desempeño e impacto sobre las familias emprendedoras y las economías de las comunidades receptoras. Respecto a Argentina que cuenta con un vasto territorio permite el desarrollo de diferentes variantes agropecuarias. Desde el cultivo de viñedos y la producción de vinos hasta el renombre del país por la

calidad de su ganado, pueden ser atracciones para turistas. En la región de las pampas ha existido desde hace años un turismo de estancias, en Cuyo se explota la cultura del vino y en Patagonia se encuentran los grandes lagos, bosques, y con estos viene la actividad de pesca. Cada sector explota los recursos con los que cuenta para beneficio del agro de la zona (Roig 2014).

Veraldi (2000) menciona dos características del turismo en el espacio rural que añaden elementos a la presentación de esta actividad como elemento de una estrategia de desarrollo. La primera tiene que ver con el potencial turístico de la zona rural, asociado a que este turismo no exige que la zona tenga atracciones naturales extraordinarias, sino que posea aspectos culturales bien desarrollados; arquitectura distintiva de la zona, gastronomía característica, que la población conserve sus hábitos y costumbres convirtiendo la zona en un lugar de interés. La segunda tiene que ver con la creación de eslabonamientos con otras actividades tales como la elaboración de alimentos caseros propios de la zona, paseos en carreta, a caballo por la zona, senderismo, avistamiento de aves, fotografía y otros.

Ampliando en la misma dirección, Lage y Milone (2000) señalan que la generación de empleo puede que no sea el objetivo de todo el desarrollo turístico, pero seguramente, es uno de los principales resultados. Esto se potencia si se tienen en cuenta que puede generar mano de obra joven. El empleo resultante del desarrollo turístico, puede estar directamente relacionado con la dirección y/o funcionamiento del turismo, o puede ser derivado de las actividades indirectas relacionadas con él.

Según De Mendonça y Batalha (2002) el turismo rural es una modalidad muy poco estudiada y que se ha convertido en asunto importante para

investigadores o estudiantes. Sin embargo ha habido poca diseminación sobre los resultados de estas investigaciones. Se ha obtenido información que demuestra mundialmente que el turismo agrícola es una alternativa al ya tradicional turismo de masas y puede ser una alternativa para sectores de la ruralía empobrecidos. El asunto de mayor importancia actualmente sobre este sector, es la falta de información de parte de quienes hacen el mercado de turismo y de los mismos agricultores que no conocen su potencial. Este sector tiene necesidad de ser organizado ya que puede reducir el problema de desempleo y la desvalorización de las zonas rurales.

Budowski (2001) planteó que el agroturismo es una disciplina que aun no está regulada que nace del interés del turista por descubrir ciertas prácticas agrícolas y participar de su manejo, incluyendo la cosecha. Hay confusión en la descripción con términos como agroturismo, turismo rural, etc. Aunque el interés principal del visitante está motivado por las labores propias de un establecimiento de campo, no excluye el componente de acciones complementarias.

Algunos estudiosos del tema definen el agroturismo como una modalidad del turismo rural, que se caracteriza por la visita a emprendimientos rurales para conocer de actividades agropecuarias, involucrándose directamente en las mismas. Esto puede dar origen a un conjunto de actividades asociadas, tales como hacienda-hotel, pesque-pague (pesca y paga), posada, restaurante típico, ventas directas del productor, artesanías, industrialización y otras actividades de recreación ligadas a la vida cotidiana de los pobladores del campo (Figuroa, 2000 & Velarde, 2000 en Riveros y Blanco, 2003).

El turismo rural es una modalidad que ha estado recientemente en el foco de los investigadores y estudiantes. Sin embargo se ha diseminado muy poco los resultados de estos estudios que presentan las características de esta industria evidenciando las tendencias mundiales. El turismo rural es una alternativa al turismo en masas. Este nuevo tipo de turismo se ha visto como una alternativa a las regiones de pobreza. Esta industria es un complemento a la actividad del sector. El mayor problema de este sector es la falta de conocimiento del sector. Una vez organizado el sector, el turismo rural puede aliviar los problemas del sector en áreas subdesarrolladas y desvalorizadas de las comunidades de la zona rural (De Mendoca et al., 2002).

Plantea Pérez (2010) que el turismo rural surge como una alternativa turística que esencialmente se caracteriza por desarrollarse en espacios rurales y basarse en principios de tipo ambiental, social, cultural y económico. Estos principios exaltan el turismo como una actividad de carácter territorial, que tiene relación directa con las personas, su organización social y cultural, sus vínculos interinstitucionales y con el medio ambiente. Una de las principales características de los nuevos territorios rurales es su creciente heterogeneidad, impulsada por la diversificación en la demanda de la sociedad sobre el campo y se expresa en lo que se ha denominado como “multifuncionalidad”, término que amplía la visión productiva tradicional del sector agropecuario y conlleva a la revalorización del territorio desde nuevas perspectivas productivas. El turismo es una práctica social colectiva que se perfila como uno de los principales proveedores de actividades económicas alternativas en espacios rurales, que incluso involucre los sectores marginados del mercado laboral como jóvenes, mujeres y adultos mayores. Por consiguiente, el turismo rural constituye una nueva alternativa de diversificación de ingresos para las comunidades

campesinas y un eje estratégico para el Desarrollo Territorial Rural; sin embargo, también es preciso tener en cuenta las restricciones que tiene la actividad, por las cuales no todo territorio tiene vocación turística.

Es interesante destacar que a través de la revisión de literatura que se ha realizado y por convicción de las autoras establecemos que el turismo agrícola, rural, agroecológico o agroturismo es una oportunidad de desarrollo económico a través de la creación de empleos y generación de empleos en zonas rurales que actualmente están deprimidas económica y moralmente. Por diversas razones estas zonas se han ido despoblando, la agricultura se ha ido debilitando y sus residentes han sufrido el impacto resultante de lo que conllevan las situaciones antes mencionadas. La generación de un plan e implementación de una iniciativa de turismo agrícola proveerá nuevos espacios de empleo, sobre todo a jóvenes y mujeres que son de los más impactados con la situación. Es importante que los jóvenes se mantengan en la zona rural formando parte del necesario relevo generacional.

Turismo Ecoturismo y Agroturismo: Tendencias y Situación de los Mercados Internacionales Análisis y Sugerencias para el Desarrollo

A. Turismo

Importancia económica del turismo en el mundo

La industria de viajes y turismo a nivel mundial se expandió durante el periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial convirtiéndose en un renglón de importancia económica. Según el Concilio Mundial de Viajes y Turismo (World Travel and Tourism Council, (WTTC)) durante el 2013 las actividades mundiales

de turismo y viajes a nivel mundial generaron 100 millones de empleos y se proyecta un aumento a 126 millones para el 2024 (WTTC, 2014).

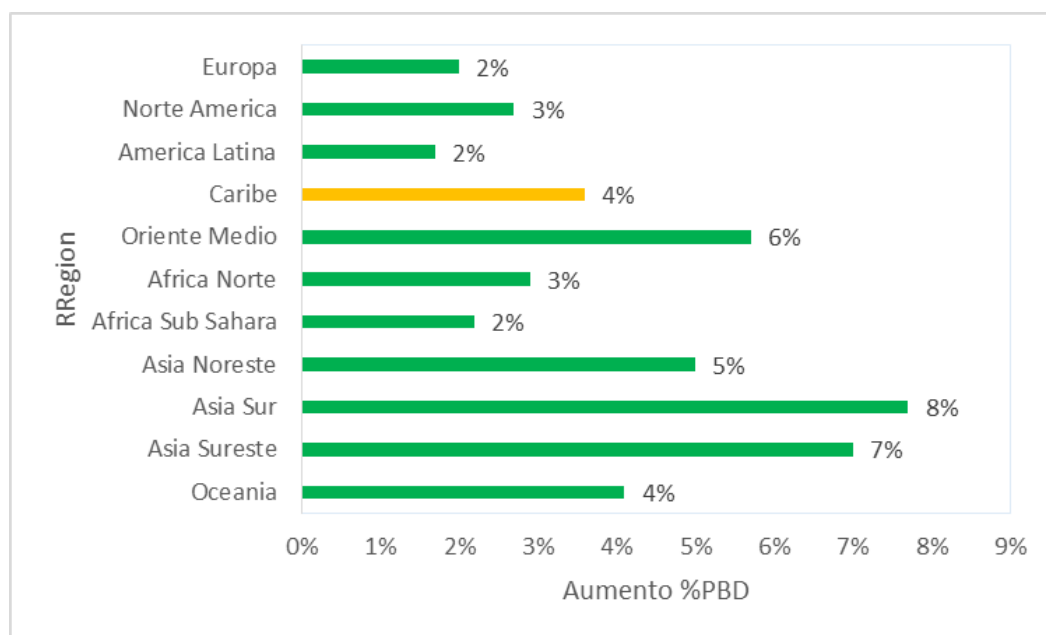
Tendencias de desarrollo económico de la industria de turismo mundial

De acuerdo al informe de la WTTC durante el 2015 se espera un aumento a nivel mundial de 3.25% en el Producto Bruto Doméstico (PBD) correspondiente al sector de Turismo y Viajes (WTTC, 2016). El crecimiento proyectado del PBD de Turismo y Viajes supera a los pronósticos de crecimiento de 2.5% de la economía global por cuarto año consecutivo. Se estima que en el 2015 el Turismo y Viajes aporten a la economía mundial \$7.8 trillones y sostengan 284 millones de empleos a nivel global.

El aumento porcentual de PBD estimado para Turismo y Viajes por regiones mundiales se muestra en la Figura 1. Las cinco regiones de mayor crecimiento en PBD son Asia Sur (8%), Asia Sureste (7%), Oriente Medio (6%), Asia Noroeste (5%) y empatando en quinta posición el Caribe y Oceanía (WTTC, 2015). Las cinco regiones mencionadas tienen un crecimiento en PBD de Turismo y Viajes mayor a la media mundial. Las proyecciones para el desarrollo a corto y largo plazo del sector de Turismo y Viajes predicen un crecimiento estable de 3.7% hasta el 2025, contribuyendo \$11.3 trillones a PBD mundial (WTTC, 2015). Se estima que el sector de Turismo y Viajes sostendrá 355 millones de trabajos a nivel global en el 2025. El PBD y los empleos generados podrían representar el 10.5% de la economía global.

En Puerto Rico se reportaron 3.25 millones de visitantes turistas en el 2014 (Junta de Planificación, 2015). Los visitantes turistas generaron un gasto de \$ 3,256 millones en 2014, este es 2.5 % mayor al reportado en 2013 el cual fue \$ 3,178 millones.

Figura 1. Turismo y Viajes: Crecimiento Regional del Producto Bruto Doméstico



Fuente: Oxford Economics

Competencia internacional por el mercado del visitante turista

Los pronósticos de las organizaciones internacionales posicionan al sector de Turismo y Viajes como una alternativa importante a corto y largo plazo para el desarrollo económico mundial, pudiendo generar en el 2025 el 10.5% del PBD y 284 millones de empleos. Gran parte de los países mundiales están desarrollando estrategias de desarrollo económico a corto y largo plazo para competir por el visitante turista y viajeros (Platzer, 2015).

El Foro Mundial Económico (World Economic Forum, (WEF)) bianualmente desarrolla el índice de competitividad turística (World Economic Forum's Travel and Tourism Competitiveness Index) en el cual se ordenan los países en un rango de mayor a menor competitividad (WEF, 2015). El índice de

competitividad mide factores y políticas que contribuyen en la competitividad general del sector de turismo y viajes de una nación. El índice considera factores como la infraestructura de trasportación área, infraestructura de turismo y los recursos culturales y naturales.

La Tabla 1 muestra el World Economic Forum's Travel and Tourism Competitiveness Index Raking del 2015 en la cual evalúa la competitividad del turismo en 141 países (WEF, 2015). El país con el mayor índice de competitividad turística es España, seguido por Francia, Alemania y los Estados Unidos. Brasil (28) es el primer país de América Latina seguido por Panamá (34), Costa Rica (42), Barbados (46), Chile (51) y Puerto Rico (55).

La posición que ocupa Puerto Rico en el índice de competitividad turística (55/141) lo posiciona entre el tope del 40.0%. Puerto Rico fue el segundo país caribeño con mayor índice de competitividad turística luego de Barbados, ambas islas poseen los mayores costos de mano de obra y trasporte del Caribe, pero también tienen de las mejores infraestructuras.

Panamá y Costa Rica fueron el segundo y tercer país de América mencionado en el índice. Amerita mencionar que el turismo de Costa Rica se distingue por su oferta de turismo ecológico y agrícola.

Tabla 1. El Índice de Competitividad en Turismo y Viajes, Posicionamiento 2015 (World Economic Forum's Travel and Tourism Competitiveness Index Raking del 2015)

Posicion (Ranking)	Pais-Economia	Valor (Index)	Posicion (Ranking)	Pais-Economia	Valor (Index)	Posicion (Ranking)	Pais-Economia	Valor (Index)
1	Spain	5.31	51	Chile	4.04	101	Suriname	3.28
2	France	5.24	52	India	4.02	102	Nepal	3.27
3	Germany	5.22	53	Latvia	4.01	103	Kuwait	3.26
4	United States	5.12	54	Seychelles	4	104	Guyana	3.26
5	United Kingdom	5.12	55	Puerto Rico	3.91	105	Cambodia	3.24
6	Switzerland	4.99	56	Mauritius	3.9	106	Albania	3.22
7	Australia	4.98	57	Argentina	3.9	107	Zambia	3.22
8	Italy	4.98	58	Peru	3.88	108	Swaziland	3.2
9	Japan	4.94	59	Lithuania	3.88	109	Gambia, The	3.2
10	Canada	4.92	60	Bahrain	3.85	110	Venezuela	3.18
11	Singapore	4.86	61	Slovak Republic	3.84	111	Moldova	3.16
12	Austria	4.82	62	Morocco	3.81	112	Senegal	3.14
13	Hong Kong SAR	4.68	63	Sri Lanka	3.8	113	Paraguay	3.11
14	Netherlands	4.67	64	Saudi Arabia	3.8	114	Uganda	3.11
15	Portugal	4.64	65	Oman	3.79	115	Zimbabwe	3.09
16	New Zealand	4.64	66	Romania	3.78	116	Kyrgyz Republic	3.08
17	China	4.54	67	Montenegro	3.75	117	Côte d'Ivoire	3.05
18	Iceland	4.54	68	Colombia	3.73	118	Ethiopia	3.03
19	Ireland	4.53	69	Trinidad and Tobago	3.71	119	Tajikistan	3.03
20	Norway	4.52	70	Namibia	3.69	120	Ghana	3.01
21	Belgium	4.51	71	Georgia	3.68	121	Madagascar	2.99
22	Finland	4.47	72	Israel	3.66	122	Cameroon	2.95
23	Sweden	4.45	73	Uruguay	3.65	123	Algeria	2.93
24	United Arab Emirates	4.43	74	Philippines	3.63	124	Gabon	2.92
25	Malaysia	4.41	75	Vietnam	3.6	125	Pakistan	2.92
26	Luxembourg	4.38	76	Jamaica	3.59	126	Malawi	2.9
27	Denmark	4.38	77	Jordan	3.59	127	Bangladesh	2.9
28	Brazil	4.37	78	Kenya	3.58	128	Mali	2.87
29	Korea, Rep.	4.37	79	Tunisia	3.54	129	Lesotho	2.82
30	Mexico	4.36	80	Guatemala	3.51	130	Mozambique	2.81
31	Greece	4.36	81	Dominican Republic	3.5	131	Nigeria	2.79
32	Taiwan, China	4.35	82	Macedonia, FYR	3.5	132	Sierra Leone	2.77
33	Croatia	4.3	83	Egypt	3.49	133	Haiti	2.75
34	Panama	4.28	84	Azerbaijan	3.48	134	Myanmar	2.72
35	Thailand	4.26	85	Kazakhstan	3.48	135	Burundi	2.7
36	Cyprus	4.25	86	Cape Verde	3.46	136	Burkina Faso	2.67
37	Czech Republic	4.22	87	Bhutan	3.44	137	Mauritania	2.64
38	Estonia	4.22	88	Botswana	3.42	138	Yemen	2.62
39	Slovenia	4.17	89	Armenia	3.42	139	Angola	2.6
40	Malta	4.16	90	Honduras	3.41	140	Guinea	2.58
41	Hungary	4.14	91	El Salvador	3.41	141	Chad	2.43
42	Costa Rica	4.1	92	Nicaragua	3.37			
43	Qatar	4.09	93	Tanzania	3.35			
44	Turkey	4.08	94	Lebanon	3.35			
45	Russian Federation	4.08	95	Serbia	3.34			
46	Barbados	4.08	96	Lao PDR	3.33			
47	Poland	4.08	97	Iran, Islamic Rep.	3.32			
48	South Africa	4.08	98	Rwanda	3.32			
49	Bulgaria	4.05	99	Mongolia	3.31			
50	Indonesia	4.04	100	Bolivia	3.29			

Estudios Internacionales con recomendaciones para aumentar la competitividad y el desarrollo del turismo

Países y bloques económicos han realizados estudios e implantado iniciativas con el propósito de establecer estrategias y políticas que puedan aumentar la competitividad del sector de turismo y viajes. Estudios realizados por la Unión Europea (UE), Estados Unidos de América (EUA), y el Banco Mundial de Desarrollo se analizaron con el propósito de identificar tendencias y factores necesarios para el desarrollo del sector de turismo y viajes.

Unión Europea

La Directoria General de Empresas e Industrias de la Unión Europea (UE) realizó un estudio de consulta sobre el futuro del turismo europeo con el propósito de identificar los principales presentes y futuros retos y oportunidades del turismo en la UE (European Comission, 2014). El estudio proveería información, para de ser necesario, modificar el plan de acción establecido para el desarrollo del turismo en el 2010. La consulta se realizó a los empresarios, asociaciones de empresarios, autoridades públicas, académicos y organizaciones no gubernamentales (ONGs) relacionadas con el turismo.

Los resultados principales de la consulta fueron los siguientes:

Los tres retos de mayor importancia identificados para el desarrollo del turismo europeo fueron:

- 1) la estacionalidad de la actividad turística,
- 2) los impuestos relacionados y
- 3) la dificultad de mantener empleados diestros por causa de la estacionalidad.

La competencia de los mercados fue una gran preocupación y puntualizaron la necesidad de ofrecer productos nuevos para poder competir

con destinos no europeos. Las oportunidades de desarrollo identificadas para revigorizar el turismo fueron:

- 1) el uso del comercio electrónico (e-commerce),
- 2) reposicionarse en los segmentos de mercado de los ciudadanos de edad avanzada ("senior citizens"), familias, mercado doméstico y en turistas de países desarrollados no europeos (Japón) y economías emergentes (China, Brazil, India y Rusia),
- 3) Desarrollar nuevos productos y servicios de alta calidad,
- 4) Mejorar el contenido y la eficiencia de las páginas en línea (webpage) y
- 5) Desarrollar nuevos acercamientos al mercado a través del uso de las redes sociales
- 6) La UE debe asistir para dar mayor visibilidad a los productos que envuelvan herencia cultural e industrial, ecoturismo, y gastronomía
- 7) Dar importancia al desarrollo de un turismo sustentable y responsable
- 8) Capacitar y adiestrar trabajadores para que desarrollen destrezas en diferentes áreas como medida de retención de empleados en tiempos de baja ocupación, esto incluye aclimatarse a los cambios demográficos ofreciendo servicios a ciudadanos de mayor edad y con necesidades especiales
- 9) La UE debe fomentar el empresarismo facilitando capital y compartiendo riesgos
- 10) Mejorar la infraestructura relacionada con transporte y de servicio al turista

Estados Unidos de América

En los Estados Unidos de América se realizó un estudio para el Congreso en donde se evaluaba la tendencia de la industria de turismo y viajes en donde

se tocaban issues particulares relacionados con las aportaciones de fondos gubernamentales para el manejo de la industria (Platzer, 2015). El estudio reseñó que la industria de turismo y viajes aporta 2.6% del PBD de EUA y emplea directamente 5.4 millones de estadounidenses (Zimmanek, 2014). También el estudio plantea las proyecciones de crecimiento económico mundial de 10.5% a largo plazo (2025) propulsado por la industria de turismo y viajes.

El potencial de desarrollo económico de la industria de turismo y viajes provoca la evaluación en cambios de política pública relacionada con la industria en EUA. En 1996 el Congreso dejó de otorgar fondos al United States Travel and Tourism Administration que por 35 años promovió a los EUA como destino turístico. En el año 2009 se estableció una entidad público privada para promover el turismo a EUA, La Corporación de Promoción de Viaje opera bajo el nombre Brand USA. Este programa se nutre de una cuota de \$10.00 proveniente del pago de visas de los visitantes y de un pareo de fondos de la industria de turismo. Brand US también puede recibir aportaciones del gobierno federal hasta un máximo de \$100 millones anuales.

La administración del Presidente Obama en 2012 estableció un “task forcé” para la competitividad en viajes con la tarea de desarrollar e implantar estrategias para aumentar el número de visitantes internacionales a 100 millones para el 2021. El “task force” recomendó, entre otras, las siguientes medidas

- 1) el proceso expedito de visas de turista de ciertas economías emergentes como China y Brazil
- 2) la expansión del programa Visa Waiver (WWP), que permite a ciudadanos provenientes de más de tres docenas de países a viajar a los EUA sin obtener visas

América Latina y el Caribe

El Banco Internacional de Desarrollo (BID) realizó un estudio sobre el turismo en América Latina y el Caribe (Altes, 2005) con el objetivo de profundizar su conocimiento sobre la industria ya que los países aumentaron significativamente la solicitud de fondos para el financiamiento de esta actividad económica.

Las lecciones aprendidas por BID relacionada con los proyectos turísticos que han financiado en América Latina y el Caribe son las siguientes:

- 1) El desarrollo sostenible del turismo requiere combinar un marco estratégico a medio y largo plazo con proyectos bien focalizados
- 2) Las inversiones en infraestructura deben ir acompañadas de actividades de fortalecimiento institucional destinadas a mejorar las capacidades locales para capturar los beneficios resultantes de mayores flujos de turistas, así como de medidas para minimizar los impactos ambientales y sociales del crecimiento generado por las mismas
- 3) Los proyectos de ecoturismo han de integrarse en estrategias de turismo más amplias. Los ejecutores de los proyectos de ecoturismo suelen ser las agencias de medio ambiente, ya que dichos proyectos se han centrado en equipar áreas protegidas como atracciones turísticas y las mismas están bajo su competencia. La experiencia indica que las agencias de medio ambiente requieren ser fortalecidas para poder gestionar eficazmente la visita turística a las áreas protegidas y mejorar su capacidad de generar ingresos a partir del turismo.

- 4) Es necesario promover prácticas ambientales sostenibles entre todos los actores que participan en el desarrollo del turismo sensibilizándolos y apoyando actuaciones al respecto por parte de la administración turística, otras agencias gubernamentales que inciden en el sector y la industria turística, en todos los destinos y tipos de turismo.
- 5) Rehabilitación de centros históricos: algo más que fachada. Los programas de rehabilitación de centros históricos, que suelen ser importantes atracciones turísticas, funcionan mejor cuando incluyen no sólo la rehabilitación física del patrimonio, sino también la revitalización del tejido o red social y económica favoreciendo la utilización de los edificios y la generación de recursos para su mantenimiento.

B. Ecoturismo

Definición , caracterización e importancia económica del ecoturismo en el mundo

La Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas (United Nation World Tourism Organización (UNWTO), 2002) define el ecoturismo como:

- 1) Todas las formas de turismo con base en la naturaleza en la cual la motivación principal es la observación y apreciación de la naturaleza al igual que a las culturas tradicionales que prevalecen en la área natural
- 2) Contiene educación e interpretación de los características o cualidades

- 3) En general, pero no exclusivamente, es organizado por operadores turísticos especializados y propietarios de pequeños negocios turísticos locales que ofrecen servicios turísticos a grupos pequeños. También incluye a operadores turísticos del extranjero de diferentes tamaños que organizan, operan y/o mercadean giras ecoturísticas, generalmente para grupos pequeños
- 4) Minimiza el impacto negativo sobre el ambiente natural y sociocultural
- 5) Apoya la protección de las áreas naturales mediante:
 - La generación de beneficio económico para las comunidades anfitrionas, organizaciones y autoridades que son responsables de la conservación de las áreas naturales
 - Crea empleos y oportunidades de generar ingreso para las comunidades locales y
 - Aumenta la concienciación de la conservación de la naturaleza y la cultura en locales y turistas

La definición de ecoturismo podría resumirse como la conservación de la naturaleza basada en la educación e interpretación de las características de modo tal que se concientia a locales y turistas mientras se minimiza el impacto negativo sobre el ambiente natural y sociocultural y se generan beneficios económicos para las comunidades huéspedes.

Los principales términos turísticos asociados actividades y atracciones relacionadas con el ecoturismo se describen en la Tabla 2 . Se muestra en Tabla 3 los tipos de turismo relacionados a ecoturismo agrupados por principios y prácticas.

Tabla 2 *Tipos de turismo relacionado con ecoturismo por actividad y atracción*

Tipo de Turismo	Actividad y/o Atracción
Turismo de Naturaleza	Turismo en donde la principal atracción es el ambiente natural
Turismo de Aventura	Turismo en donde las principales actividades son recreacionales, envuelve destrezas físicas y resistencia, usualmente ocurren al aire libre y en lugares naturales
Turismo Al Aire Libre (<i>Outdoor</i>)	Turismo en donde la actividad ocurre al aire libre
Turismo de Vida Silvestre (<i>Wildlife</i>)	Turismo donde la principal atracción es la vida silvestre y la principal actividad es observar los animales en su hábitat natural
Agroturismo	Turismo donde la principal atracción es el paisaje de la finca
Turismo Cultural	Turismo en donde la principal atracción es la cultura local del destino

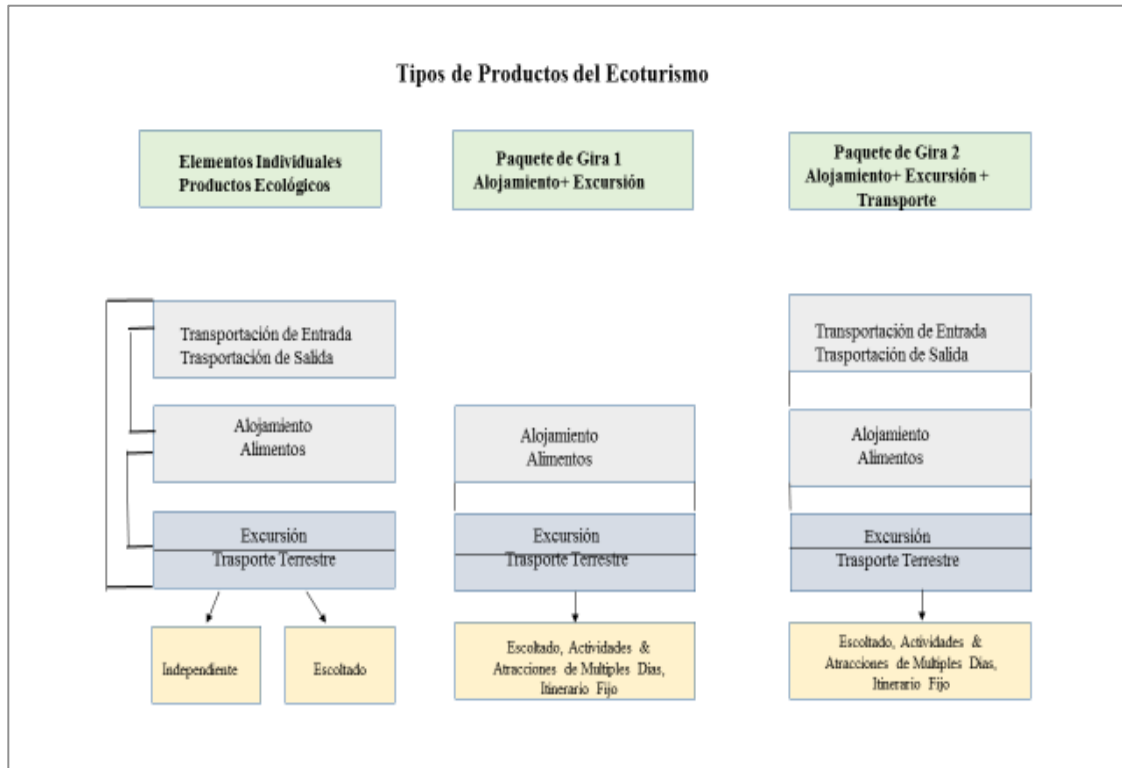
Fuente: *United Nations World Tourism Organization*

Tabla 3. *Tipos de turismo relacionados a ecoturismo agrupados por principios y prácticas*

Tipo de Turismo	Tipos de Principios y Prácticas
Turismo Alternativo	Turismo es organizado para pequeños segmentos (opuesto al turismo de masas)
Turismo Responsable	Turismo basado en el principio de no impactar negativamente el ambiente natural y sociocultural pero también contribuye positivamente con todos los componentes de la industria turística
Turismo Sustentable	Turismo basado en el principio del desarrollo sostenible y minimiza el impacto negativo al ambiente natural y sociocultural también contribuye positivamente con los componentes de la industria turística
Turismo Comunitario	Turismo que se basa en el principio de proveer beneficios sostenidos para las comunidades locales e incluye elementos sociales, económicos y ambientales

Fuente: *United Nations World Tourism Organization*

Figura 2. *Servicios que ofrece el ecoturismo*



Es difícil medir el impacto económico del ecoturismo debido a la estrecha frontera entre la definición de un tipo de turismo y otro. (Wilson, 2014). Estimar la demanda del ecoturismo es un reto para los investigadores por al menos cuatro razones principales: 1) la definición de ecoturismo varía por país y hasta dentro de regiones de países, 2) existe una demarcación borrosa entre el segmento de mercado de turismo basado en la naturaleza y los conceptos de turismo responsable y sustentable, 3) es un reto separar los ecoturistas de los turistas y 4) hay una limitación de información en la base de datos de los países

que dificulta identificar las actividades, visitantes y gasto relacionados al ecoturismo.

Estudios previos realizados en dos décadas proveen varios estimados sobre la tajada del sector de turismo adjudicable al ecoturismo. La aportación del ecoturismo a la industria del turismo y viaje se ha estimado en un rango de 5% a 40% (Wilson, 2014)

Tendencias de desarrollo económico de la industria del ecoturismo mundial

El consenso general de académicos y componentes de la industria de turismo es que el ecoturismo es un segmento de mercado creciente dentro de expansión de la industria de turismo. Las cifras de crecimiento varían, Wilson (2014) presentan cifras recopiladas por Honey and Krantz (2007):

- 1) Worldwatch Institute 2001: El crecimiento anual de la industria de ecoturismo en los 1990s fue entre 20% y 34% Ecoturismo
- 2) UNWTO 2004: Los segmentos de ecoturismo y el turismo de naturaleza crecieron tres veces más que la industria de turismo
- 3) The Tourism Network 2005: El crecimiento anual de la industria de ecoturismo fue estimado en 5%

Perfil del Ecoturista

Durante el pasado siglo la identificación y perfil del ecoturista era clara y sencilla ya que básicamente se limitaba a observadores de aves, científicos de ciencias naturales y segmentos de alto ingreso que tomaban vacaciones en países no tradicionales por segmentos prolongados. A inicios del siglo la

popularidad del ecoturismo y la amplitud de actividades en este concepto dificultan la identificación del ecoturista.

Se presenta en la Tabla 4. la descripción de ecoturista resultante del censo realizado por el Tourism Queensland (TQ) de Australia y publicado por Destination Australia Market Alliance's (DAMA). La Tabla 5. presenta un perfil del ecoturista basado en un estudio de mercado de ecoturismo realizado por la UNWTO (2002) en los países de Canadá, Estados Unidos, Reino Unido, Alemania Francia, España e Italia. Los datos fueron organizados por Wilson (2015)

Tabla 4. Descripción del Ecoturista

Definición del Ecoturista
Para propósitos de este estudio, un Ecoturista se define como alguien quien hizo por lo menos una de las siguientes actividades por un día
-Vió vida salvaje en sus alrededores naturales
-Se quedó en la selva o ambiente silvestre
-Visitó un bosque lluvioso o selva
-Visitó un parque nacional
Y acordaron que buscarían al menos una de las siguientes actividades
-Lugares ambientales/ecológicos para visitar
-Observar vida salvaje en su ambiente natural
-Caminar en campos y ambientes naturales vírgenes no perturbados
Y algunas veces planean sus días festivos alrededor de las siguientes actividades
-Avistamiento de aves u otros animales
-Acampando
-Actividades ecológicas/naturales/ambientales en selvas/junglas
-Caminando/senderismo (<i>hiking</i>) / caminatas en áreas con arbustos (<i>bush walking</i>) caminatas por bosques lluviosos (<i>rainforest</i>)
-Observando vida salvaje en su ambiente natural

Fuente: *Tourism Queensland (TQ) Australia, Destination Australia Market Alliance's Survey Importancia económica del ecoturismo*

Tabla 5. Perfil del ecoturista, demanda, productos, costos y descripción de mercados para Canadá, Estados Unidos, y el Reino Unido (UNWTO, 2002)

		Canadá	Estados Unidos	Reino Unido
Perfil Ecoturista	Edad	Cualquier edad /viajero independiente	42% de 34-55 y 34% de 18-34 años	Mayor de 35 años
	Género	Igual distribución hombre/mujer		Mujeres mayor proporción
	Ingreso	Hogar de alto ingreso	Ingreso medio del hogar \$79,600	Ingreso relativamente alto
	Nivel de Educación	Alto nivel educativo/grado universitario		Educación relativamente alta
Demanda Ecoturismo	Volumen		4% de viajeros internacionales participan en excursiones ecológicas	
Ecoturismo Productos, Costos y Descripción de Mercados	Destinos Preferidos	1ro. Viajes domésticos, internacionales a EUA, Europa, Caribe, Sur y Centro América	1ro. México, 2do. Australia 3ro. Jamaica y 4to. Costa Rica	
	Motivación	Experimentar la vida salvaje interpretar/ aprender experiencias descubrir la cultura y gastronomía local	Observar la vida salvaje, aves, especies raras de animales, visitar lugares arqueológicos y población indígena	Estar en la vida salvaje observar animales y visitar la población y conocer su cultura
	Actividad	Senderismo (hiking), acampar, caminar		
	Largo del Viaje (al extranjero)	Con paquete de giras: 2 semanas Independiente de 8 días has más de dos semanas		Europa 3 a 14 días Fuera de Europa 8 a 21 días
	Tiempo en el Año	Prefieren los veranos		
	Costo del Paquete Turístico	\$2000 a \$5000		
	Cantidad media gasto/día		\$66 por día.	
	Canales de Mercadeo			Recomendaciones personales (word of mouth), revistas especializadas y literatura escrita

Fuente: UNWTO (2002) selección de datos Wilson (2014)

Estudios Internacionales con recomendaciones para aumentar la competitividad y el desarrollo del ecoturismo

Esta sección discutirá una historias de éxito de turismo ecológico recopiladas por el Banco de Desarrollo de América Latina bajo la iniciativa BioComercio Andino (Banco de Desarrollo de América Latina, 2014). Se reseñan las historias del proyecto de Aviturismo en Colombia ya que entendemos tiene el potencial de aplicación en Puerto Rico dado iniciativas educativas existentes para la observación de aves en bosques y cafetales.

También se discute con el propósito de identificar recomendaciones para el desarrollo de proyectos de ecoturismo exitosos. Además se reseñan en esta sección estudios relacionados con el turismo en comunidades rurales ya que son una alternativa de desarrollo potencial para Puerto Rico.

Aviturismo Modelo de negocios que promueve el uso y la conservación de la biodiversidad de Colombia

Dentro de los objetivos generales del Proyecto de Biocomercio Andino-Colombia se priorizó el apoyo al ecoturismo como una actividad que impulsa los procesos de conservación y desarrollo en las comunidades locales donde se practica. En el año 2004 a petición de la comunidad local, a través de la Asociación del Río Cali, Bird Life International y el Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander Von Humboldt, declararon a San Antonio-Km18 como Área Importante para la Conservación de Aves a nivel mundial.

De esta declaración de los biosistemas, donde habitan estas aves, nace el programa de observación de aves por medio de la iniciativa Malpalina. Esta es una propuesta comunitaria que tiene por finalidad el fomentar el turismo de la naturaleza bajo principios éticos, educativos de sustentabilidad generando incentivos económicos para la conservación de las aves y el hábitat de la comunidad local sin afectar las costumbres propias de la población.

Las lecciones aprendidas de este proyecto fueron:

- 1) La prestación de servicios naturales, como lo es el aviturismo, con enfoque en la sostenibilidad es viable como fuente de ingreso para los empresarios y la comunidad rural
- 2) El costo-beneficio de la promoción de esta actividad es relativamente bajo frente al impacto económico y social generado a largo plazo

- 3) Establecimiento de un modelo económico sostenible que genera conciencia social y con altas probabilidades de ser implementado en cualquier región del país, haciendo los ajustes necesarios para adaptarse a los contextos locales
- 4) El fortalecimiento de las relaciones de las iniciativas apoyadas ha significado aprendizaje y mejoras en la prestación de servicios que ofrecen en sus sitios de origen
- 5) Para el caso de la empresa Malpalina y Nature Trips se logró demostrar que las rutas locales para la observación de aves puede ser una alternativa para mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales y los sensibiliza en la conservación de aves siendo también un proceso de aprendizaje

Turismo Rural Comunitario

En 2005 el Servicio de Investigación Económica del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA-Economic Research Service) realizó un estudio en el cual comparó más de 300 condados definidos como “condados recreacionales” con condados que tenían poca actividad relacionada con el turismo (Reeder, 2015). Los investigadores encontraron que los “condados recreacionales triplicaron su crecimiento poblacional y duplicaron el crecimiento de empleos comparado con otros condados rurales.

Además estos condados recreacionales recibieron beneficios adicionales de aumento en el precio de la tierra, menos pobreza, ingresos altos y mayor diversificación económica. Aunque el precio de venta y renta de las casas aumentó el incremento de salario compensó el alza de costos. El estudio también encontró que aunque otros tipos de crecimiento pueden tener

beneficios similares, la recreación rural y el desarrollo turístico podrían proveer mayor diversificación.

Lecciones de la experiencia de la Agencia Holandesa de Cooperación SNV (2001) en el desarrollo de turismo con comunidades rurales e indígenas

Aunque estas lecciones fueron obtenidas a partir de la experiencia de la SNV (Agencia Holandesa de Cooperación Internacional) en África, estas enseñanzas son ilustrativas y aplicables a los países de otras regiones: Las lecciones aprendidas fueron las siguientes

- 1) La iniciativa del proyecto debe surgir de los beneficiarios.
- 2) Los proyectos han de estar basados en un estudio de mercado y viabilidad económica. Si la oferta existente en la zona no consigue atraer suficiente demanda, no hay que financiar más iniciativas.
- 3) Las probabilidades de éxito son mayores si el proyecto ofrece servicios que complementan una oferta turística existente, o si está situado en una ruta turística, y la oferta se basa en habilidades y atracciones relacionadas con las formas de vida tradicionales.
- 4) Hay que integrar los proyectos en los circuitos turísticos: al trabajar con operadores se puede asegurar un flujo regular de turistas.
- 5) Si bien es importante involucrar a los más pobres y marginados, el éxito de estos proyectos requiere la participación de gente con cierta capacidad emprendedora y de gestión, y conocimientos de idiomas: trabajar con los actores más experimentados y profesionales contribuye a mejorar la viabilidad de los proyectos a corto plazo, aunque los beneficios para los pobres serán más modestos.

- 6) Involucrar a los más desfavorecidos supone mayor complejidad, más inversión y más esfuerzo en la gestión de los proyectos. Cuanto mayor es la diferencia entre la sociedad local y los turistas, más trabajo se requiere.
- 7) Algunas comunidades se sienten capaces de gestionar sus propias iniciativas turísticas, pero suelen tener problemas para comercializar su oferta de forma provechosa. La gestión del proyecto de forma comunitaria no ha de ser un dogma. Las alianzas con el sector privado han demostrado ser eficaces para generar ingresos.
- 8) No se recomienda ofrecer ayudas directas en efectivo. Es un sistema injusto para aquellos que no las reciben y atraen a gente que no está realmente interesada en los proyectos.

C. Agroturismo

Definición, caracterización e importancia económica del agroturismo

El agroturismo consiste en viajar al campo para aprender sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios, forestales y pesqueros, además de la artesanía y la cultura local (Riveros y Blanco, 2003). El agroturismo surge como una estrategia de desarrollo económico para la diversificación de las actividades de la finca, aumentar las ganancias y evitar el éxodo de la población de la zona rural.

La experiencia del agroturismo toma como eje para el desarrollo de su oferta la cultura agropecuaria, ofreciendo al turista la oportunidad de disfrutar de sitios de singular belleza, tener contacto directo con la naturaleza, hacer caminatas o paseos a caballo, degustar de la gastronomía de la región,

vincularse a las actividades agrícolas y ganaderas, conocer el folklor y acercarse a las costumbres y tradiciones de cada pueblo o lugar (Blanco, 2007).

El Instituto Iberoamericano para la Cooperación Agrícola (IICA) visualiza oportunidad de vincular la agricultura con el turismo como una alternativa de desarrollo de agro negocios en las áreas rurales. Con ese propósito brinda cooperación para el establecimiento del agroturismo y turismo rural a los países miembros. El IICA ha establecido políticas y programas técnicos de fortalecimiento de agroturismo en países como de Centro y Sur América.

Agroturismo en la Empresa de Café

El desarrollo del agroturismo como actividad económica en la empresa de café a nivel mundial es impulsado por la crisis del precio sufrida en los 1990s. La Organización Mundial de Café identifica y fomenta el agroturismo como uno de los modelos de desarrollo económico y sustentable en los países productores. Las zonas productoras de café mayormente ubican en áreas montañosas que poseen belleza escénica, fauna (aves) y flora, ríos, y actividades agrícolas y culturales relacionadas con el cultivo y las comunidades rurales. Costa Rica y Colombia fueron pioneros en el desarrollo del agroturismo en café.

En 2011 la Zona del Café de Colombia fue declarada Patrimonio Mundial de Paisaje Cultural Cafetero por las Naciones Unidas uniendo varios tipos de turismo en uno: cultural, histórico, rural, natural, agrícola y gastronómico. Esta designación ha impulsado el desarrollo de carreras profesionales por la alta demanda de especialidad requerida además de ayudado a generar una gran actividad económica paralela.

La producción del café de forma sostenible y amigable con el ambiente propicia el desarrollo de la fauna y flora endémica, promueve la biodiversidad y

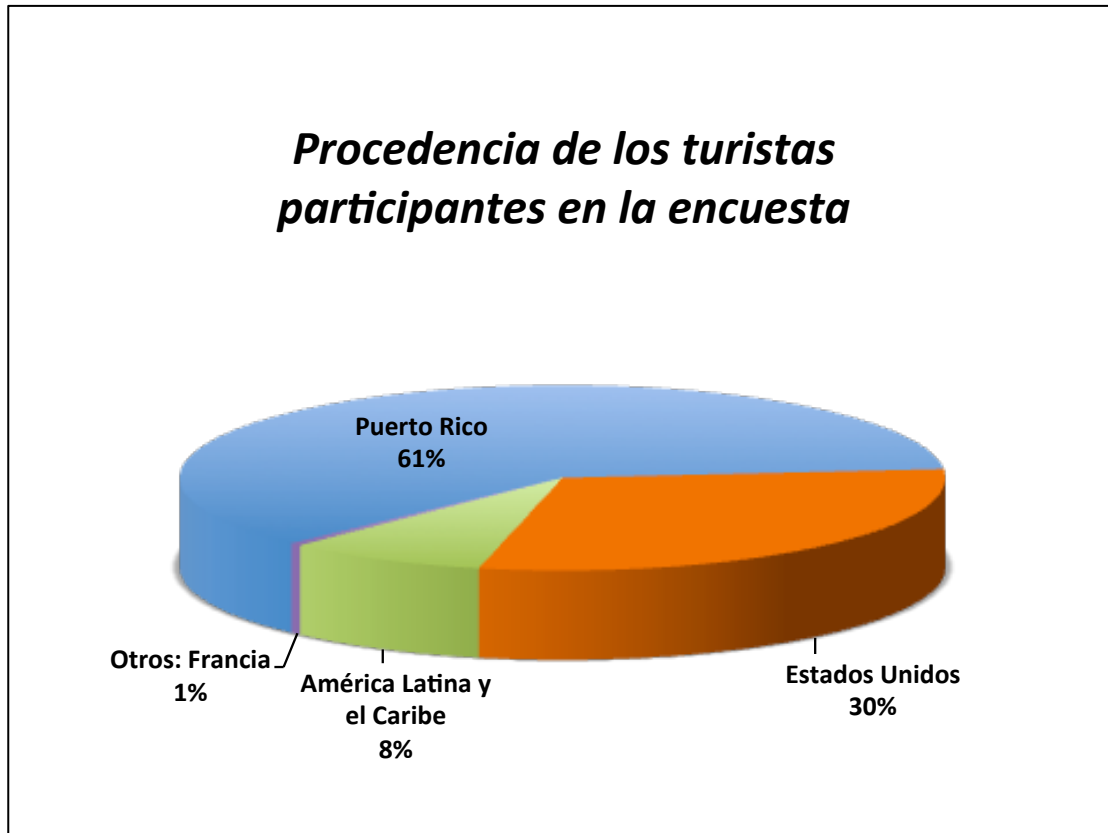
preserva la calidad de los cuerpos de agua que nacen en las montañas de la región productora. El cultivo de café de calidad de forma amigable con el ambiente podría aumentar los ingresos del agricultor tanto por la obtención de precios mayores de consumidores con conciencia ambiental y por el potencial de aumentar las ganancias con el desarrollo de un turismo agroecológico.

Encuesta a los consumidores

Se entrevistaron 200 turistas locales y extranjeros. Las entrevistas se hicieron en su gran mayoría en hoteles seleccionados a través de la Isla y en áreas adyacentes a los hoteles previamente programados. Las entrevistas que no se hicieron en hoteles se hicieron en lugares estratégicos donde se reunían turistas y a su vez sustituían alguna zona de las previamente seleccionadas donde no se pudieron realizar las entrevistas que habían sido seleccionadas. En cada uno de los lugares seleccionados para entrevistar se escogieron 10 personas al azar.

De las 200 entrevistas a turistas 122 fueron locales y 78 extranjeros, 61 y 39% respectivamente. La mayor parte de los turistas locales venían de San Juan, Caguas, Bayamón, Mayagüez y Carolina. De los turistas extranjeros, la mayor parte provenían de New York y Florida y de otros estados de Estados Unidos. También se entrevistaron turistas de República Dominicana, Uruguay,

Venezuela, Panamá, Paraguay, Francia, Alaska y Cuba, como se observa en la próxima figura.



Respecto al tamaño familiar, los tamaños familiares más mencionados fueron los de dos a cuatro miembros. De los 198 entrevistados que contestaron la pregunta, el tamaño familiar de cuatro fue el más mencionado, 24.2%. El tamaño familiar de dos miembros representó el, 23.7% y el tamaño familiar de tres, 21%. El tamaño familiar de cinco miembros fue de 12.6% y la de un miembro fue de 10.6%. La familias que tuvieron de entre seis a 10 miembros representaron el 7.6%.

Se le preguntó a los entrevistados que no residían en Puerto Rico cuantos días estarían de visita. De los encuestados el 91% contestó la pregunta. La

mayor parte de éstos indicaron estar visitando la Isla por primera vez, 39%. El 45% visitaba la Isla entre una (17) y dos (15) veces anualmente, 9% mencionó visitar la Isla de tres a cinco veces al año, 4% la visitaba entre dos y tres veces al año y 1% venía 10 veces al año .

Quisimos saber cuantas personas estaban acompañando al entrevistado. Solo 9 estaban solos (7%). El 19.7% estaba acompañado con otra persona, el 32% con dos persona más, el 14.7% estaba acompañado por 3 personas. El 12% informó que estaban con cuatro y cinco personas cada uno. Un 6.6% indicó estar con seis o más personas.

Le preguntamos a los entrevistados cual era el lugar que estaban más interesados en visitar. El 21.6% mencionó las playas, el 19.4% mencionó como su interés principal el área metropolitana, el Viejo San Juan e ir de compras. El 12.7% mencionó municipios en particular, 11.2% indicó que querían ir a ver toda la Isla. El 8.9% indicó que el Yunque era el lugar que más le interesaba visitar, el 8.2% mencionó que querían visitar los campos. Un 7.5% mencionó quisieran visitar Culebra y otras islas y otro 7.5% indicó tener interés por visitar el oeste, Cabo Rojo y La Parguera. El grupo restante mencionó tener interés en disfrutar las facilidades del hotel, estar con la familia o visitar diversas zonas de la Isla.

Como segundo lugar de interés a visitar fueron mencionados el Yunque, San Juan, playas, bosques, campos, diversos municipios, las tiendas, la Fortaleza, el Morro, restaurantes, "pubs" y otros. Como tercera opción mencionaron querer visitar las playas, bosques, lugares de comer, ir de compras y otros.

Le preguntamos a los entrevistados si habían visitado otros lugares adicionales al lugar de la entrevista. El 85% indicó que si lo habían hecho,

mientras que el 15% indicó que no. También quisimos saber si conocían con anterioridad el hotel en el que se estaban hospedando. El 64.7% indicó que lo conocían y el 35.3% indicó que no. Sobre porque habían tomado la decisión de seleccionar el hotel en que estaban, la mayoría indicó que fue a través de una oferta y por los precios, 23%, el 14.5% seleccionó el hotel por recomendación de amigos y/o familiares. Por otro lado el 12.6% seleccionó el hotel por: las amenidades, el servicio y las actividades que tenían disponibles. El 11.5% estaba en el hotel porque estaban participando en una convención o reunión, el 10.3% seleccionó el hotel por la ubicación, el 9% indicó que ya lo conocía, mientras que 20.8 mencionó otras razones.

El 61.7% indicó que entre las amenidades del hotel en que se alojaban había piscina, o piscina con otros servicios como restaurantes, casino, cocteles, gimnasio, canchas de tenis y servicio de taxis, El 11.1% mencionó la playa sola o combinada con restaurantes, piscina y deportes, 8.6% mencionó los casinos con otras amenidades. Si tomamos en consideración que los casinos fueron mencionados en combinación con otras amenidades podemos concluir que los casinos realmente fueron mencionados en el 25.6%. El 7.4% mencionó que contaban con todas las amenidades en el hotel en que estaban. También mencionaron amenidades, facilidades o servicios como baile, música, acceso a lugares de interés, buen precio, kayak, canoas, lavadora-secadora y cocina.

Después de haber mencionado las facilidades con las que cuenta el hotel en que se hospedan, se les preguntó si les interesarían participar en otras actividades o recibir mayor información sobre las mismas. El 68.3% indicó que si estaban interesados en conocer más. A los que se mostraron interesados en otras actividades, le preguntamos cuales serían. El 24.1% mencionaron actividades afines a salir de la zona metropolitana como: correr caballo, ver otras

cosas, ver la zona rural, tener aventuras, ecoturismo, ríos y otras. También mencionaron bailar, deportes acuáticos, actividades económicas, fiestas, jugar golf, actividades para niños, sitios turísticos, museos, parques, playas y otros.



Consumidores interesados en fincas y la zona cafetalera

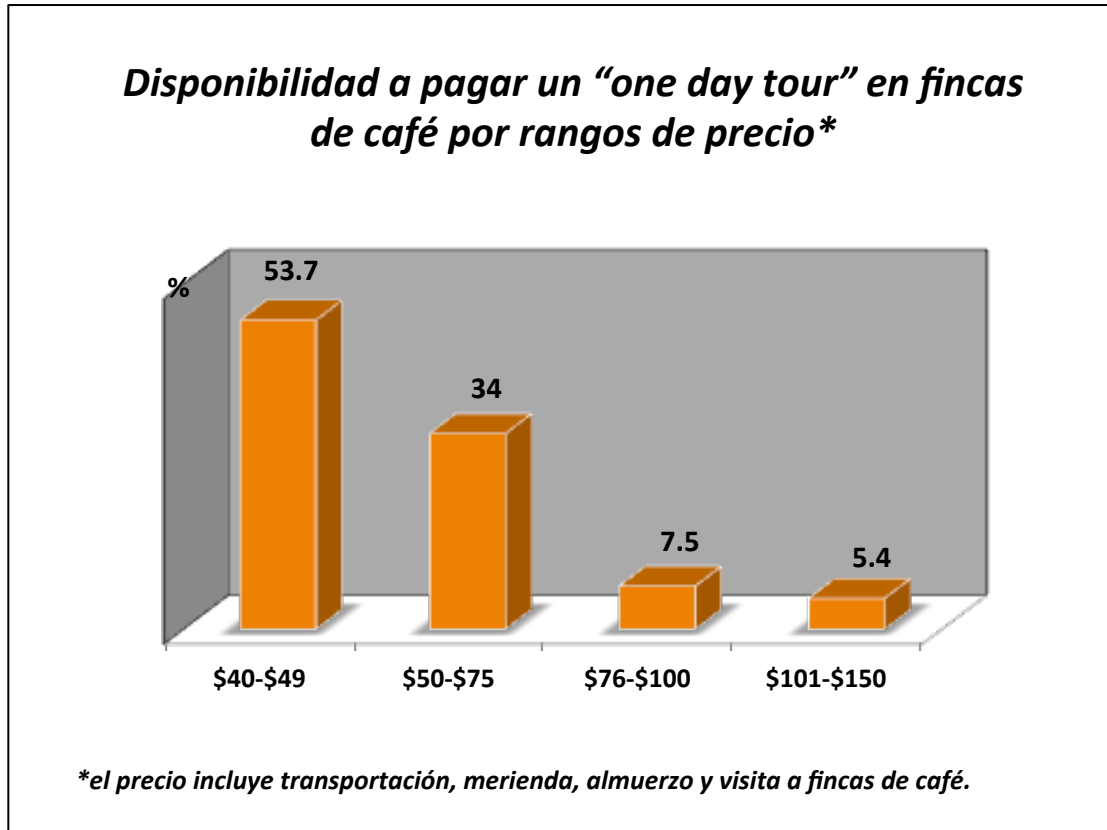
Después de sondear los intereses generales de los entrevistados, les preguntamos si les interesaba visitar la zona rural, montañas y fincas en Puerto Rico. El 79.5% indicó que estaban interesados. De este 79.5%, el 61.6% eran locales o residentes del país y el 38.4% eran extranjeros. Después pasamos a la pregunta de mayor interés para nuestro objetivo, que fue, saber si les interesaría visitar las fincas de café en la zona de la montaña. De los que habían mostrado interés en visitar la zona rural, montañas y fincas en Puerto Rico, el 90.3% indicó que quisieran visitarlas. De forma general se le preguntó que le gustaría ver en

las fincas además de visitar las siembras de café. El 21.7% mencionó estar interesados en hacer cabalgatas y algunos en esta pregunta mencionaron también estar en contacto con animales. El 19.6% mencionó estar interesados en todo lo relacionado con el cultivo de café desde visitar museos hasta participar del proceso de elaboración hasta la degustación. También mostraron interés en la degustación de comida de la zona, la música, visitar ríos y lagos otros.

Previendo que las preguntas que ofrecerían a una pregunta general, diseñamos una pregunta sobre sus posibles intereses proveyéndoles varias opciones puntuales sobre la zona. Hubo dos preguntas relacionadas con el cultivo de café directamente. La primera fue si le interesaba visitar áreas de siembra de café guiadas a través de las veredas. El 79.8% indicó que estaban interesados. La otra pregunta relacionada directamente al cultivo fue si les interesaba conocer los procesos de elaboración del café, el 81.4% estar interesados. Relacionado con las fincas directamente se les preguntó si estaban interesados en el avistamiento de aves, el 59.6% indicó estar interesados. La mayor parte de los entrevistados, 89.4% mencionó tener interés en degustar las comidas típicas de la zona, el 86.1% indicó tener interés en visitar los ríos de la zona y el 39.7% indicó estar interesados en hacer visitas culturales en esta zona, como monumentos, iglesias, etc.

Para evaluar con mayor profundidad la posibilidad de las visitas a las fincas de café les preguntamos cuanto estarían dispuestos a pagar por una visita de un día (one day tour) con todo incluido; transportación, merienda, almuerzo, visita a las fincas o haciendas de café. Se esperaba que esta excursión dure de seis a ocho horas; el 89.1% contestó estar interesados. El 53.7% indicó estar dispuesto a pagar de \$40.00 a \$49.00; el 34% pagaría de

\$50.00 a \$75.00; el 7.5% pagaría de \$76.00 a \$100.00 y solo el 5.4% pagaría sobre \$100.00.

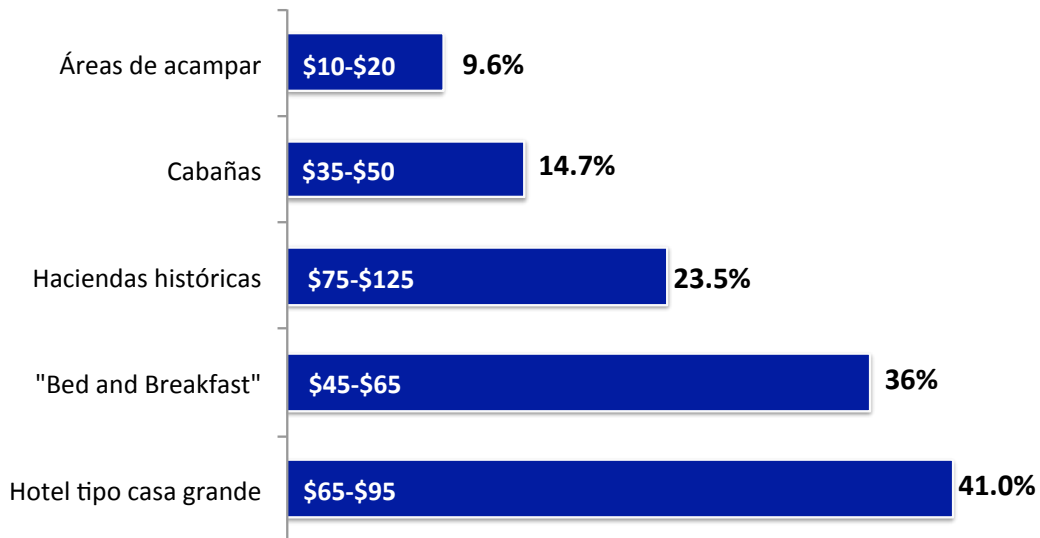


A los interesados en pernoctar en la zona cafetalera le preguntamos con que facilidades le gustaría contar. El 41.9% indicó que le gustaría contar con todos los servicios que regularmente provee un hotel. El 34.6% quisiera tener facilidades de hospedaje y desayuno o (“bed and breakfast”), el 25.0% indicó estar interesado en quedarse en una hacienda histórica, un 32.5% mencionó estar interesados en transportación guiada por la zona y la misma proporción indicó estar interesados en contar con facilidades para degustar platos típicos. El 17.6% indicó estar interesados en pernoctar en cabañas, el 14.1% mencionó estar interesados en áreas de acampar y el 5.1% indicó estar interesados en el alquiler de equipo para acampar. El 7.3% mostró interés en hospedarse en casa

privadas con la opción de que además del desayuno (“bed and breakfast”) se les provea, por acuerdo previo, almuerzo y cena. Es importante hacer notar que el primer “bed and breakfast”, del programa de la Compañía de Turismo (CTPR), fue inaugurado en San Sebastián. Este cuenta con cuatro habitaciones y generó tres nuevos empleos directos y cinco empleos indirectos (Metro, 2015).

El lugar de preferencia para pernoctar en la zona cafetalera se desglosa como sigue: el 41.1% indicó preferir un hotel tipo casa grande en el que pagarían de \$65.00 a \$95.00. Los hospedajes de cama y desayuno (bed and breakfast) son preferido por el 36%, estaban dispuestos a pagar de \$45.00 a \$65.00, el 14.7% pagaría de \$35.00 a \$50.00 por pernoctar en cabañas. Por otro lado, el 23.5% prefería pernoctar en haciendas históricas y pagar de entre \$75.00 a \$125.00. El 9.6% pagaría de entre \$10.00 y \$20.00 por quedarse en áreas de acampar, el 3.7% se quedaría en la residencia de los agricultores de proveerse esta alternativa.

**Disponibilidad a pagar por noche:
Preferencias por tipo de habitación y
rango de precios**



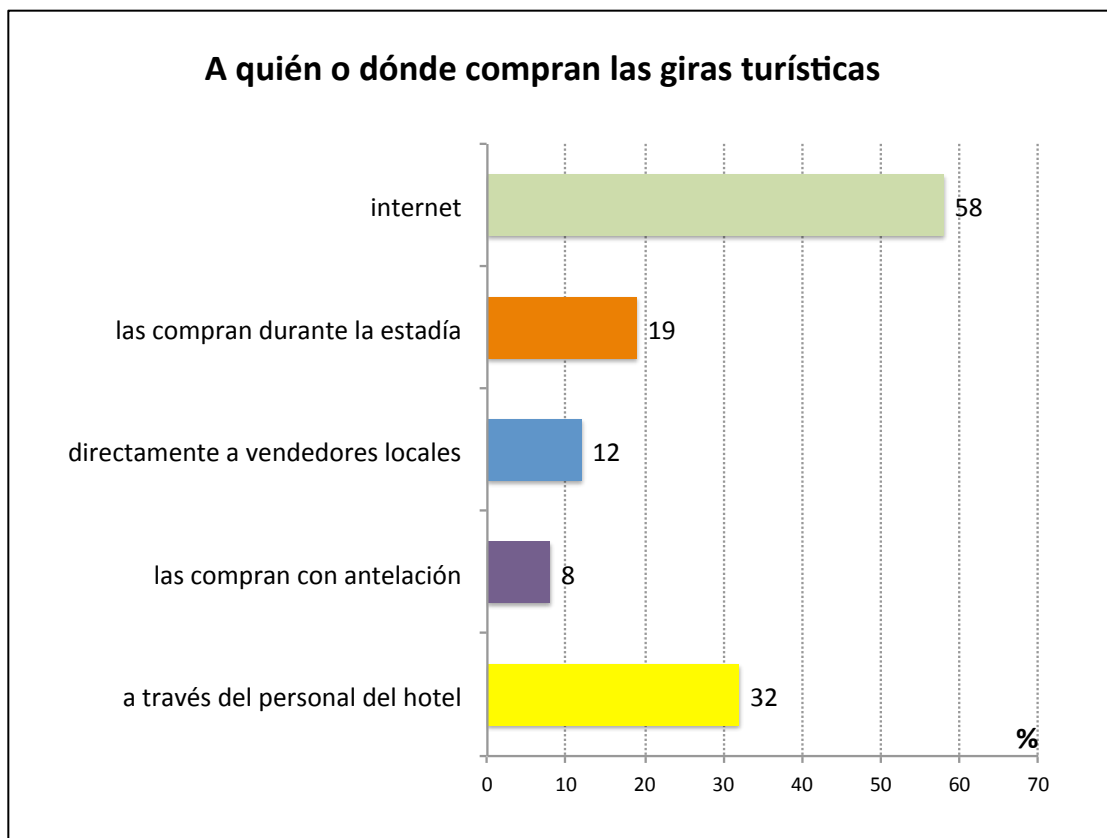
Se volvió a sondear sobre posibles áreas de interés a visitar en las fincas de la zona cafetalera, las dos alternativas de mayor importancia que mencionaron fueron: lugares afines a las fincas como: visitar ríos de la zona, áreas cercanas a la finca, caminar por el área en veredas, visitar cascadas, cuevas, escalar montañas y visitar monumentos, lugares históricos, monumentos y museos.

Respecto a la razón para estar en Puerto Rico, el 85% indicó estar en viaje de placer, el 8% estaba en viaje de negocios, 6% viajo en asuntos de negocios y placer. El 42.7% viajaba con su familia, el 32% lo hacía con su pareja, el 19.8% viajaba solo y el 8.3% lo hacía con amigos.

Para tener una idea de cuanto es el tiempo promedio que nuestros entrevistados y sus acompañantes podrían estar en Puerto Rico les preguntamos sobre el largo de su estadía. El 56% indicó que estarían de dos a tres noches, el

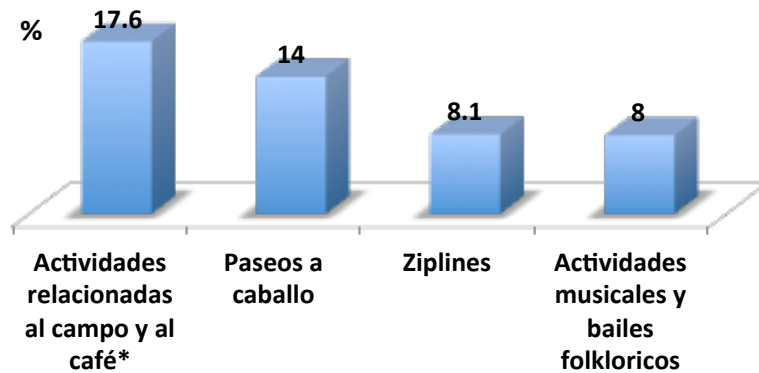
23.7% estaría de cuatro a cinco noches, el 14% indicó estar en un viaje de más de seis días.

Para conocer cuales eran sus fuentes de información sobre actividades turísticas les preguntamos sobre donde obtenían información sobre posibles actividades fuera del hotel. El 66.7% nos indicó que conseguían la información a través del internet, el 26.6% la conseguía en el mismo hotel, 26% lo hacía a través de los escritos que proveía el mismo hotel y 15.3% lo hacía a través de otros medios. También quisimos saber a quién le compra las giras turísticas a las que asistirá. El 58% lo hacía a través de internet, el 32.4% lo hacía a través del personal del mismo hotel, el 18.5% comparaba sus excursiones durante su estadía en el hotel. El 11.9% las compraba directamente a vendedores locales y el 7.9% hacía las compras con antelación a través de diversos medios.



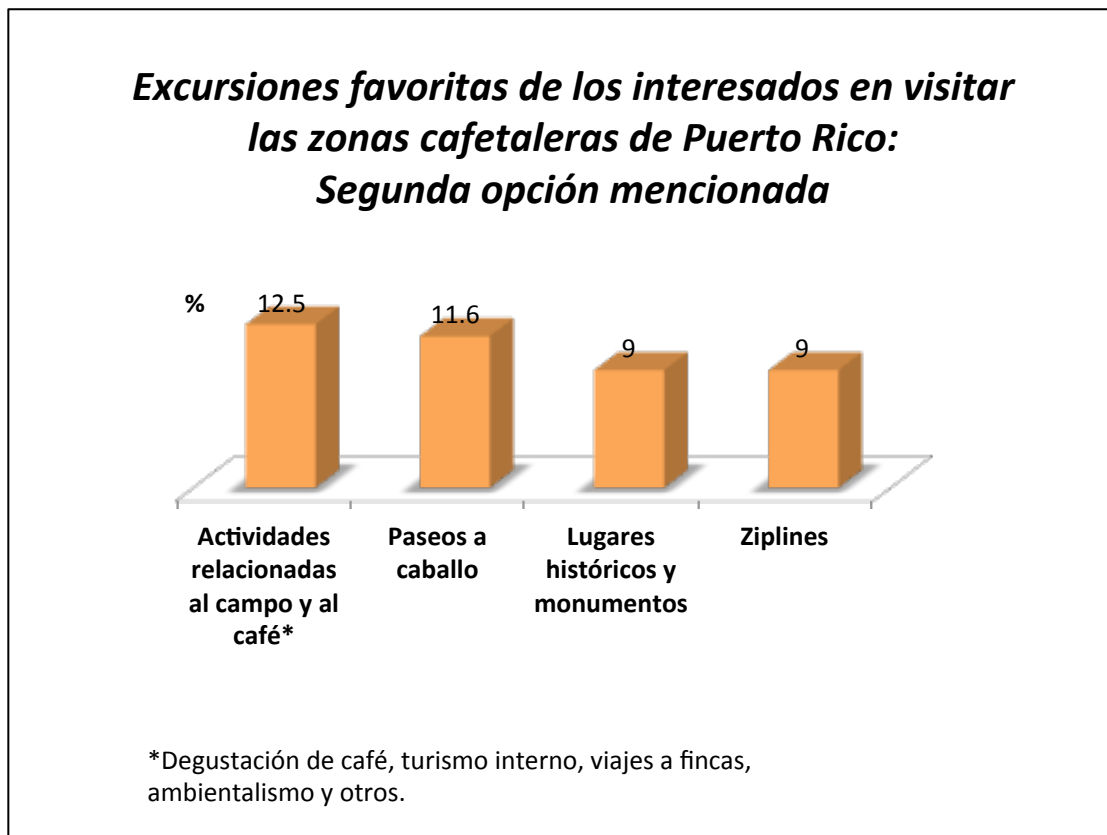
De las giras o excursiones favoritas les solicitamos que nos mencionaran tres. Ellos las mencionaron en diversas combinaciones. Como primera opción, las más mencionadas fueron: 17.6% mencionó las actividades relacionadas al campo y al café (degustación de café, turismo interno, viajes a fincas, ambientalismo y otros), 14% mencionó los paseos a caballo como una gira de interés que bien podría relacionarse o tomarse en cuenta este interés de los visitantes al momento de diseñar los ofrecimientos de una "Ruta del Café". El interés en los "zip lines" fueron mencionados por el 8.1%, 8% mostró interés por actividades musicales y bailes folklóricos. También se mencionaron como eventos o actividades de interés: eventos culinarios, excursiones guiadas, visitas a lugares históricos y otros.

Excursiones favoritas de los interesados en visitar las zonas cafetaleras de Puerto Rico: Primera opción mencionada

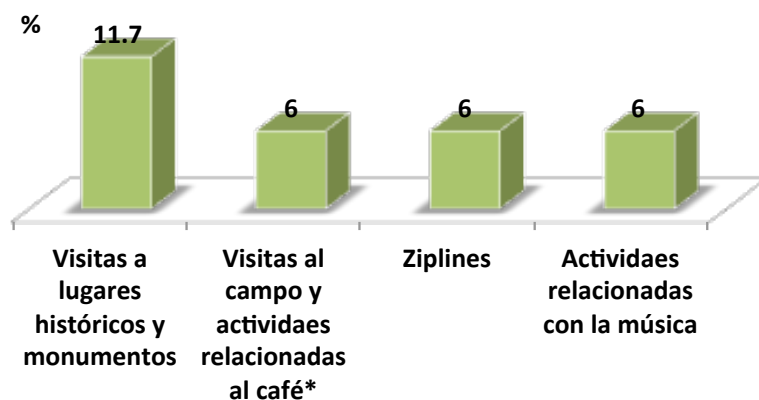


*Degustación de café, turismo interno, viajes a fincas, ambientalismo y otros.

Como segunda opción mencionaron: 12.5% mencionó las actividades relacionadas al campo y al café (degustación de café, acampar, ir al campo, ir a fincas, visitas a ríos y otros), Como segunda opción y relacionadas en cierta medida se mencionó los paseos a caballo en 11.6%, los lugares históricos y los “zip lines” fueron mencionados en el 9% cada uno, visitas a playas y actividades acuáticas fueron mencionadas en el 5.4%. Como tercera opción fueron mencionados las siguientes giras o excursiones de interés por parte de los entrevistados; el 11.7% mencionó las visitas a lugares históricos y monumentos, las vistas al campo y lugares relacionados con el café, los “ziplines” y las actividades relacionadas con la música fueron mencionadas en el 6% cada una.



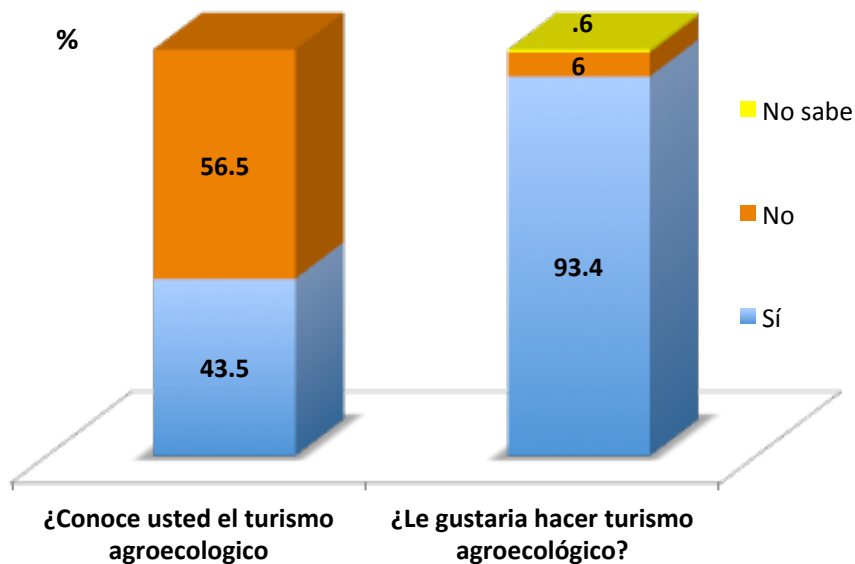
**Excursiones favoritas de los interesados en visitar
las zonas cafetaleras de Puerto Rico:
Tercera opción mencionada**



*Degustación de café, turismo interno, viajes a fincas, ambientalismo y otros.

Se le preguntó a los entrevistados si sabían lo que era el turismo agroecológico. El 43.5% indicó que si lo sabía mientras que el 56.5% mencionó no conocer lo que significaba. A quienes no lo sabían se les presentó de manera verbal la definición y luego de estos entender la misma se procedió con la pregunta que correspondía. La pregunta era si le gustaría hacer turismo agroecológico. El 93.4% contestó que estarían interesados, solo el 6% no estaba interesado.

Conocimiento y disposición para hacer turismo agroecológico en Puerto Rico



Perfil del Consumidor Entrevistado

El 52% de quienes contestaron esta encuesta eran hombres y el 48% mujeres. Respecto a su grupo de edad: el 14.3% estaba en el grupo de edad de 18 a 25 años, 20.1% en el de 26 a 35 años, 24% en el grupo de 36 a 45, 13% en el de 56 a 65 y 7.8% en el grupo de 65 años.

Sobre el nivel de ingresos de los entrevistados; 22.2% reportaron ingresos de menos de \$15,00.00, 16.3% reportaron ingresos de entre \$15,000.00 a \$25,000.00, estos nos informaron que 15.1% reportaron ingresos anuales de entre \$25,001.00 a \$35,000.00. El 17% mencionó tener un ingreso de entre \$35,001 a \$55,000.00, el 11.2% reportó ingresos de entre a \$55,001.00 a \$75,000.00. Los ingresos de sobre \$75,000.00 reportaron frecuencias de

menos de dos dígitos. El 5.9% reportaron ingresos de entre \$75,000.00 a \$100,00 al igual que el de \$100,001.00 a \$150,000.00. El 6.4% reportó ingresos de \$150,001 a \$250,000.00. No se reportó información sobre ingresos superiores a los \$250,000.00 anuales.

Tabla 6. *Género, grupo de edad y nivel de ingresos de los participantes en la encuesta a los turistas*

	<i>por ciento (%)</i>
<i>Género</i>	
Femenino	48
Masculino	52
<i>Grupo de edad</i>	
18-25 años	14
26-35 años	20
36-45 años	24
46-55 años	21
56-65 años	13
65 en adelante	8
<i>Nivel de Ingreso</i>	
Menos de \$15,000	22
\$15,001-\$25,000	16
\$25,001 -\$35,000	15
\$35,001 -\$55,000	17
\$55,001 -\$75,000	11
\$75,001 -\$100,000	6
\$100,001 -\$150,000	6
\$150,001 -\$250,000	6
Más de 250,000	0

Ejecutivos Turísticos

Funcionarios Gubernamentales y no Gubernamentales. Pudimos obtener información valiosa de Ejecutivos Turísticos relacionados con la toma de decisiones en la industria turística del país. Algunos de estos funcionarios representan a un número considerable de hoteles. Corroboramos nuestra información que reveló que la mayor parte de los visitantes de la Isla provenían

del Noreste de los Estados Unidos (New York, Florida, New Jersey, California y Texas) y hacia ellos van dirigidos mayormente los esfuerzos gubernamentales de promoción. También se recibieron visitantes de Canadá, Islas Vírgenes, México, España, Colombia y República Dominicana. Esto sin abandonar otras zonas incluyendo nuevos espacios como Europa.

“Hay más que Bacardí y el Yunque para ver en Puerto Rico”

Todos los tipos de hoteles (familiares, una, dos, tres, cuatro y cinco estrellas) tienen importancia para el sector que maneja el turismo en la Isla. Cada una de estas hospederías atienden un sector de los turistas locales o los que vienen a la Isla. Estas agencias gubernamentales tienen un perfil de los turistas que llegan a la Isla. Los mismos se dividen en proporciones similares en tres partes ($\frac{1}{3}$), negocios, placer (vacaciones y visitar amigos y familiares) y otros (grupos). La estadía promedio de estos visitantes es de 2 a 4 noches cuando se hospedan en hoteles y de 7 noches cuando pernoctan con familiares y conocidos.

Indagamos sobre la posibilidad de que los visitantes que vienen a Puerto Rico vengan a hacer turismo agroecológico como se hace en otros países de América Latina como Costa Rica. La expresión fue que este producto turístico

“Fuera del área metropolitana tenemos área para crecer”

habría que desarrollarlo según un representante de los ejecutivos turísticos no gubernamentales ya que la zona fuera del área metropolitana no se ha trabajado explorado ni trabajado todo su potencial.

Por otro lado, otro de los ejecutivos turísticos gubernamental se expreso positivo, entiende que hay interés de los locales y los residentes.

Todos los funcionarios a cargo del manejo del sector de turismo en la Isla, tanto gubernamentales como no gubernamentales, indican estar

dispuestos a escuchar propuestas al respecto. Respecto a la interrogante que surge ante un producto turístico nuevo hubo opiniones diversas, uno de los ejecutivos no gubernamentales indicó que no están seguros de que el turismo agrícola pueda competir en igualdad de condiciones con los demás turismos

“El agroturismo se sumaría a la oferta turística para fomentar un turismo diverso y competitivo”

especializados que se desarrollan o están desarrollando en la Isla. Mientras que por otro lado, el ejecutivo gubernamental indicó que el agroturismo es una modalidad dentro del turismo sostenible que se suma, en lugar de competir, a la oferta turística para fomentar un destino competitivo y diverso. En el 2014 la CTPR otorgó la primera certificación del Programa de Agroturismo a la Hacienda Cafetalera Tres Angeles, en Adjuntas. (El Nuevo Día, 2014) .

Aún cuando no conocen a cabalidad lo que implica turismo agrícola, los funcionarios con los que dialogamos están conscientes de que hay margen para crecer dentro de lo que son otros tipos de turismo. Quisimos saber cuales eran las fortalezas, debilidades o áreas a mejorar en este tipo de turismo que se está explorando, que es el turismo agrícola. El mayor reto que entienden tendría este sector es la falta de conocimiento de la industria hotelera de este sector y de los posibles participantes sobre que es el turismo agrícola, que tienen para ofrecer y como lo harán. El ejecutivo turístico gubernamental mencionó que la fortaleza de este sector estriba en que cada vez hay más agricultores de vanguardia y ecológicos en Puerto Rico. Sin embargo existe la necesidad de que se les provean las herramientas para desarrollar este producto turístico. Algunos ejecutivos se han expresado también en términos de que existen otros lugares para visitar en Puerto Rico además de la empresa Bacardí y el Yunque. También opinan que las ofertas que se le ofrecen a los viajeros de cruceros en

Puerto Rico hay que diversificarlas. La Sra. Daphne Barbeito, Presidenta de la Asociación America de Agencias de Viajes (Capítulo de Puerto Rico e Islas Virgenes Americanas) planteó en entrevista radial² que ya se está hablando sobre eso, y lograr que en algunos cruceros haya más de una noche en Puerto Rico y estos viajeros puedan desplazarse más allá de destinos de una hora de distancia.

En el documental de WIPR, “La imagen que nos mueve”, la Directora Ejecutiva de la Compañía de Turismo de Puerto Rico, Ingrid Rivera Rocafort, indicó que en el 2015 se otorgaron unos incentivos a los cruceros, lo que tuvo como resultado un aumento de 16.5% en la llegada de cruceros y por ende de pasajeros; se espera que para el 2016 estas llegadas de cruceros aumenten en 31.5% (Enfoque 24/7, 2015).

El turismo interno hay que seguirlo trabajando

Como parte de este estudio hicimos todos los esfuerzos a nuestro alcance para tener representación de Ejecutivos representantes de otros tipos de hospederías como los paradores, pero no obtuvimos respuesta de los mismos. Nos parecía relevante que este sector estuviera representado en este estudio.

Dueños de Hoteles/Hospederías

Se realizaron entrevistas semi estructuradas a dueños o gerentes de hoteles para conocer su percepción sobre la posibilidad del establecimiento de excursiones a la zona cafetalera del país enfocando en la Ruta del Café. Para

² El 25 de noviembre de 2015, WKAQ, en la Entrevista con Rubén Sánchez.

seleccionar que hoteles se entrevistarían, se tomó en consideración hoteles de toda la isla. Los hoteles de los que obtuvimos información están ubicados en los municipios de San Juan, Carolina Rincón, Yabucoa, Lajas y Ponce. La mayor parte de los huéspedes de los hoteles provenían de Puerto Rico y Estados Unidos, aunque también recibían visitantes de Europa, México, Colombia y otros. Los mismos representaban a hoteles familiares, de dos, tres y cuatro estrellas.

Sus huéspedes obtienen información de giras turísticas mayormente a través de: literatura en kioscos del hotel, "front desk", revistas turísticas e internet. Las compran a través del personal del hotel, a través del internet y a vendedores locales. En estos hoteles los huéspedes se alojaban por viajes de placer, trabajo y por una combinación ambos, trabajo y placer. El largo promedio de la estadía es de alrededor de 2 a 5 noches.

Cuadro 3-- *Hoteleros: excursiones más solicitadas*



Le preguntamos a los hoteleros si conocían sobre el turismo agroecológico. La mayor parte de ellos indicó conocerlo, aunque hubo quién no estaba seguro y quién no lo conocía. Tomando en cuenta su experiencia les preguntamos si creían que sus huéspedes estarían interesados en hacer turismo agroecológico en el país. Todos entienden que sus huéspedes podrían estar interesados. Quisimos saber si estarían dispuestos a coordinar viajes para sus huéspedes a la zona cafetalera. La mayor parte indicó en la afirmativa y otros indicaron que ya lo hacían a través de las agencias turísticas que prestaban servicios a los hoteles.

Sobre la posibilidad de coordinar transportación a las localidades propuestas, algunos nos indican que si y otros nos mencionan que esto se hace a través de los operadores de excursiones. Sin embargo uno de los hoteleros indicó que no hay presupuesto para hacerlo. De darse la posibilidad de la

“Ruta del Café”, hubo diversas respuestas. Algunos indican que ya lo hacen, otros indican que lo harían siempre y cuando el agricultor cuente con los permisos y seguros requeridos por ley y otros indicaron que eso lo hacen los operadores turísticos.

La mayor parte de los entrevistados indicaron estar dispuestos a enviar promociones internacionales a sus clientes sobre las rutas agroecológicas. Ellos mayormente mencionaron los “brochures” y también los videos. La mayor parte de los hoteleros entrevistados indicaron tener información sobre los intereses de los huéspedes que reciben. Por lo que su disponibilidad para organizar estas excursiones a las zonas cafetaleras están basadas en el conocimiento previo de los intereses de sus clientes. Todos están interesados en ampliar la oferta de amenidades a los huéspedes que reciben en sus hoteles.

También tuvimos la oportunidad de conversar con la dueña de una posada que alberga en su local estudiantes, “mochileros” y familias que vienen a pasar algunas noches antes de moverse a otros lugares conociendo el país (ver apéndice). Sus huéspedes adquieren giras turísticas a través del “front desk” y las compran a través del personal del hotel. Esta dueña de hotel tiene conocimiento sobre el turismo agroecológico y además mostró gran interés en ofrecer a sus huéspedes participar de la Ruta del Café”. Indica además que si obtiene algún beneficio económico estaría dispuesta a coordinar transporte para llegar a estas fincas, también bajo la misma premisa estaría dispuesta a llegar a acuerdos de colaboración con los dueños de fincas para llevar a los huéspedes a la “Ruta del Café”. Está dispuesta a incluir en sus promociones internacionales información sobre las rutas agroecológicas.

Operadores de Excursiones y Guías Turísticos

Se entrevistó a representantes de los operadores de excursiones, guías o agentes turísticos en Puerto Rico. Estos guías trabajan a través de toda la Isla. La mayor parte de los turistas que ellos atienden provienen de Estados Unidos. Los guías turísticos entrevistados entienden que están preparados para atender todo tipo de turistas: los de turismo familiar, dos estrellas, tres estrellas, cuatro estrellas y cinco estrellas. Ellos entienden que el largo de la estadía de los turistas que atienden es mayormente de dos a tres noches.

Sobre las excursiones turísticas que compran, nos indicaron que la obtienen a través del "front desk" de los hoteles, la agencia de viajes que les provee la información y a través del "concierge" y literatura en los kioscos del hotel. Sobre el conocimiento que ellos tienen en relación con la compra de excursiones, sin indicar el orden de importancia, nos mencionaron que lo hacen a través del personal del hotel, directamente a vendedores locales, las compran con antelación o las compran por internet.

Sobre las excursiones o giras más solicitadas en Puerto Rico, nos indican que éstas son: el Viejo San Juan, el Yunque, las bahías luminiscentes y viajes en catamarán.

Cuadro 4-- *Operadores turísticos: excursiones más solicitadas*



Sobre el tema particular que nos compete en este estudio, quisimos saber sobre su conocimiento del turismo agroecológico. Los representantes de los guías turísticos tienen conocimiento sobre el turismo agroecológico. De acuerdo a su experiencia, ellos entienden que los turistas estarían interesados en el turismo agroecológico. También nos indican que ellos como guías turísticos estarían dispuestos a ofrecer a los turistas viajar específicamente a fincas cafetaleras, además mencionaron estar dispuestos a coordinar transportación para visitar las fincas seleccionadas. Más aún, algunos de ellos ya han realizado visitas a algunas fincas cafetaleras a petición de sus clientes.

También quisimos saber si los guías turísticos estarían disponibles para participar de acuerdos de colaboración con los dueños de fincas que recibirían turistas. Ellos respondieron en la afirmativa. Ellos además se expresaron en la afirmativa ante el planteamiento de que se incluya en las promociones turísticas

de Puerto Rico las visitas a las fincas cafetaleras en videos, trípticos, revistas y presentaciones de las agencias de viaje.

Se expresaron en el sentido de que están capacitados para cubrir la demanda por productos turísticos de todo el país. También están totalmente receptivos a aumentar la oferta de alternativas que se le ofrecerán a los turistas entre las que se incluye las visitas a las fincas de café en la excursión que denominamos la "Ruta del Café". Los entrevistados se mostraron interesados en el concepto de agroecología. Sobre todo cuando tienen la petición de los turistas para que los lleven a visitar lugares y actividades culturales distintivas del país. Se nos indicó que estas nuevas iniciativas pueden ser del interés de turistas de todos los niveles de ingreso.

Aún al señalar que estaban familiarizados con el concepto de agroecología, indicaron que sus representados están disponibles para recibir capacitación sobre turismo en la ruta cafetalera y aspectos puntuales que se entiendan necesaria para el éxito del trabajo. Es importante destacar que se enfatizó que lo que se le ofrece al cliente debe ser cumplido a cabalidad. Es importante destacar que la mayor parte de los turistas tiene como idioma principal el inglés, este aspecto debe ser tomado en consideración al organizar las visitas a las fincas. Finalmente el grupo se mostró en disposición de ser parte de la iniciativa de la "Ruta del Café" para fortalecer la oferta turística del país.

PARTE 2

ANALISIS DEL PRODUCTO/OFERTA

OESTE CENTRAL

INTRODUCCION

Esta PARTE 2 presenta los hallazgos mas sobresalientes obtenidos por el Grupo Café Colao, compuesto por estudiantes de UPRM que bajo la dirección de la Dra. Viviana Cesani y el apoyo de Cafiesencia, llevaron a cabo actividades de investigación y análisis para ayudar a determinar la viabilidad, desde el punto de vista de la oferta/producto, de la Ruta del Café en municipios o zonas cafetaleros del Oeste Central: Las Marías, Maricao, Yauco y Castañer (Lares/Adjuntas).

En las próximas páginas encontrarán, según el estudio conducido por Café Colao, los recursos que se necesitan, los riesgos, el costo de gira turística y los resultados de los Grupos Focales (ver apéndice 2) de Yauco, Maricao y Las Marías. El tercer Grupo Focal fue llevado a cabo por Cafiesencia por especial encargo de líderes comunitarios de Castañer (Lares/Adjuntas).

Hacemos énfasis en que los estudiantes identificaron un riesgo muy importante para no solo el agroturismo sino para la caficultura en si y es el riesgo de plagas u hongos dañinos a la plantación de café.

Recursos

Los recursos y personal requeridos para la ruta del café son:

- Rotulación- La rotulación es un recurso importante dentro del proyecto debido a que va a facilitar el uso de las diversas rutas del café. Por ende, es una forma visual de establecer la distancia y las direcciones que los turistas van a utilizar para llegar al destino deseado, tanto a las haciendas cafetaleras como los lugares turísticos de interés.
- Promoción de mercadeo- Se requiere invertir dinero en la promoción de "La Ruta del Café" en diferentes medios de comunicación tanto tradicionales como electrónicos como los son: anuncios en la radio, el periódico, anuncios en la televisión, redes sociales y en los mismos festivales poner boletín de información sobre la ruta. Al utilizar los medios de comunicación el grupo Café Colao' entiende que es una forma de captación más efectiva al mercado local, como extranjero en otras partes del mundo. La promoción puede ser un elemento de éxito del proyecto, al llegar a ese mercado potencial que va a patrocinar e inyectar ingresos económicos a los pueblos que componen la "La Ruta del Café"
- Folletos informativos : En los folletos informativo se va a crear un prototipo en donde va a contar con información sobre la ruta y va a contar con un mapa que va a indicar dónde quedan ubicada cada hacienda cafetalera o lugar de interés que el turista deseen visitar. Estos folletos informativos pueden estar colocados en los aeropuertos más importantes del país (San Juan, Aguadilla, Ponce), también van a estar accesibles en los hoteles de diferentes para que el turista mayormente

extranjero tenga conocimiento de lo que puede ofrecer "La ruta del Café". Además estos folletos informativos pueden representar una forma alterna de promocionar más económicamente la ruta en diversos pueblos de la isla.

- Guía turístico- El guía turístico debe poseer la certificación de guía turístico que otorga la compañía de Turismo, reglamento número 8360. Este guía turístico debe tener conocimiento amplio del valor socio-histórico de las diferentes haciendas cafetaleras y las principales atracciones turísticas. Así el turista pueda experimentar una experiencia única y tenga el deseo de patrocinar la ruta.

- Transportación- Debido al problema de transportación colectiva que Puerto Rico posee, las únicas dos opciones viables que cuentan los clientes son: la transportación individual o las excursiones turísticas. La transportación individual es para el cliente o turista independiente que usa el mapa con las rutas trazadas y decide que ruta resulta más conveniente. La segunda opción sería alquilar los servicios de una excursión turística en donde el medio de transportación ya sea un bus turístico o guagua es provista por la compañía que provea los servicios. Los costos de gasolina y el costo del salario del chofer están implementados en el precio de la oferta de la expedición.

Costo de expedición turística basado en visitas a 4 atracciones al día

La expedición turística va a tener una duración estimada de 6 horas, partiendo de la premisa que la van turística tiene un capacidad de 17 personas. Cabe señalar que se estará visitando cuatro haciendas o fincas cafetaleras, donde cada lugar va a cobrar \$10 por cada persona que lo visite (este precio está incluido en el precio de la expedición turística). Por lo tanto, en la haciendas o fincas se celebrarán diferentes actividades relacionadas al café y otras actividades agrícolas. Estos costos son aproximados.

Costos Variables del Tour

Merienda	\$2/persona
Entrada a Finca (4x)*	\$40/ persona
Almuerzo	\$7/ persona
Recordatorio (regalito)	\$3 /persona
Costo total Variables	\$52/ personas

*** la cantidad de atracciones en un día puede variar, lo que podría bajar el costo variable hasta por \$20.00.**

Los costos variables van a resultar de \$52 dólares por personas.

Costos Fijos del Tour

Guagua	\$ 175
Guía turístico	\$120
Costo Total	\$ 295

Existe un costo fijo de 295 dólares, independientemente se logre llenar la van turística o vayan pocas personas. Debido a que nuestra capacidad máxima de la Van son 17 personas, se divide 295 entre 17 personas y nos da un costo de \$17.35

$$\begin{array}{l} \text{Costo fijo} \\ \text{Número de personas} \end{array} \quad \frac{295}{17} = \$17.35/\text{ personas}$$

Si se suman los costó fijos y variables por persona sería de la siguiente forma

$$\begin{array}{r} \text{Costo Fijo} \quad \quad \$17.35 \\ \text{Costo Variable} + \underline{\$52.00} \\ \hline \quad \quad \quad \$ 69.35 \end{array}$$

Cada expedición turística se debería vender a un costo mayor de \$69.35 por persona, si se desea tener una ganancia. Si se estipula un precio de expedición turística es de \$90 por persona adulta se puede estimar cuantas personas mínimo se necesita para cubrir costos fijos.

Y = ganancias, donde X representa las número de personas
 $Y = P(x)$ donde P, es el precio del tour por persona

$$\begin{array}{l} Y = 295 + 42x - P(x) \\ 0 = 295 + 52x - 90x \\ 0 = 295 + (-38x) \\ \underline{-295} = \underline{-38x} \\ \quad -38 \quad -38 \\ X = 8 \text{ personas} \end{array}$$

Por lo tanto, se requiere un mínimo de vender expediciones turísticas **a ocho personas** para lograr el punto de equilibrio donde se logren cubrir los costos fijos de la expedición.

Ganancias por expedición turística por personas

$$\begin{array}{r} \text{Costo de venta de expedición} = \quad \$90.00 \\ \text{Costo fijos/ Costo Variables} = \quad \underline{(\$69.35)*} \\ \hline \text{Ganancia} \quad \quad \quad \$20.65 \text{ por persona} \end{array}$$

*Este costo podría bajar hasta por \$20.00 si se considera la visita a dos fincas. Entonces sería \$49.35 y el tour se pudiera vender en \$70.00. Para hacer el tour mas accesible aun, se podría eliminar la merienda y el "regalito" y ofrecer un almuerzo más módico o aumentar la cantidad de turistas atendidos a mas de ocho.

En adición, se puede contemplar la posibilidad de que el Municipio visitado ofrezca la transportación, desde un lugar accesible. Esto también bajaría el costo.

Riesgos del Proyecto

Los posibles riesgos externos que pueda enfrentar el proyecto "Ruta del Café" son los siguientes:

1. Carreteras en pobres condiciones:

Debido a la geografía de los pueblos del centro de la isla es más rocosa y montañosa los deslizamientos de terrenos pueden ser más frecuente que otras partes de Puerto Rico. Por lo tanto, de ocurrir pequeños terremotos o fuertes aguaceros las carreteras son más propensas a derrumbes de terreno. Si se desea eliminar este riesgo se puede buscar otra ruta alterna a la establecida, o se podría mitigar el riesgo en poner mallas de cable en espiral con anillos de freno en metal esto puede evitar que la sedimentación llega a las carreteras y obstruya el paso hacia la ruta.

En algunos de los pueblos que componen la ruta no cuentan con un buen sistema de postes o alumbrado para el uso de sus carreteras, en adicción al entrar la noche la neblina puede afectar la visibilidad conductor que transita por la carretera y esto puede representar un problema de seguridad para el turista o visitante de la zona. Si se desea eliminar el riesgo se requiere poner alumbrados en lugares estratégico donde la iluminación sea pobre y estos alumbrados deben funcionar con paneles solares y no depender de energía eléctrica que puede fallar del pueblo irse el sistema eléctrico.

2. Fenómenos Atmosféricos (Huracanes, Tormentas Tropicales, o fuertes aguaceros):

Puerto Rico es una isla tropical lo cual no está exenta de eventos climáticos que puede conllevar a huracanes, tormentas tropicales, y fuertes lluvias. Cabe señalar, que para mitigar el riesgo se requiere que cada finca cafetalera como los municipios de la ruta tengan un plan de contingencia para desastres naturales. También sería una buena idea como parte del plan de mantener los canales de los ríos libres de escombros y sedimentos que puedan ocasionar inundaciones que puedan a llevar la pérdida de cosechas o inundaciones de las zonas aledañas.

3. Falta de participación de la atracción turística:

La falta de patrocinio o el desconocimiento del ciudadano de la existencia de "La ruta del café" es un riesgo que está presente en la implementación del proyecto. Se puede eliminar este riesgo al promover campañas efectivas de promoción al mercado meta, se pueden utilizar los diferentes medios de comunicación más frecuentado por los potenciales clientes. En adición de se puede hacer campañas publicitarias en agencia de gobiernos, como colocar en lugares estratégicos los folletos informativos.

4. Propagación de Plagas al café:

En la propagación de plagas tales como: la broca y la roya que pueden afectar la cosecha del café. Un ejemplo la broca es un insecto que ataca los frutos del café produciendo grandes pérdidas económicas debido en el bajo rendimiento por la caída del fruto nuevo y perforaciones que conlleva una disminución de la producción y el deterioro de la

calidad. Otra plaga sería la roya que es un hongo que provoca la caída prematura en la hoja del café, esto evita que ocurra fotosíntesis y pueda nacer flores para el fruto del café. Algunas forma de poder mitigar este riesgo es sembrar semillas de café más resistentes al insecto, inspeccionar equipos o maquinas que provengan de otras fincas que puedan estar infectadas por las plagas, comprar algún tipo de fumigador que controle la plaga.

5. Falta de Seguros:

Los seguros de responsabilidad publica son sumamente necesarios para este tipo de actividad. Los mismo deben cubrir las actividades agro turísticas a llevarse a cabo en la finca y si proveen alojamiento, también se deben incluir. Se necesita proveer mas orientación a los dueños puesto que existe la disposición para cumplir con ello.

Riesgo de Carreteras en Pobres Condiciones

Causa	Prevención
Deslizamientos de Terrenos	Establecer rutas alternas
Falta de alumbrado apropiado	Completar las rutas durante el día para no depender del alumbrado nocturno
Rotulación inadecuada o inexistente	Hablar con el municipio para desarrollar un mejor sistema de rotulación

Efecto	Respuesta	Trigger	Dueño
No se podría completar la ruta en su totalidad	Establecer unas rutas alternas	Anuncio de fenómeno atmosférico	Comité para el tour

Riesgo de Fenómenos Atmosféricos

Cause	Prevención
Sequía en el área	Tener reservas de agua para el riego
Terremoto	Rutas y tours alternos
Huracanes/ Tormentas e inundaciones	Cancelar el tour de antemano

Efecto	Respuesta	Trigger	Dueño
No se podrá llevar acabo el tour	Rembolso de dinero	Anuncio de fenómeno atmosférico	Comité para el tour
Lugares sin visitar	Tener atracciones alternas	Mal clima	Dueños de la finca

Riesgo: Que las personas no asistan a la atracción

Causa	Prevencciones
Publicidad pobre	Fuerte campaña de publicidad por medios efectivos
Lejos para turistas	Mucha promoción y crear buena fama
Difícil de llegar	Buena rotulación de carreteras y haciendas

Efectos	Respuesta	Trigger	Dueño
Pérdida de dinero	Subir los precios y buscar auspiciadores	Poca asistencia de las personas	comité para el tour
Clausura de la atracción	Fuerte campaña publicitaria	Falta de asistencia	dueños de fincas

Riesgo de Propagación de Plagas y Bacterias

Causa	Prevención
Traer semillas o frutos de fincas afectadas	No introducir frutos o semillas sin inspección previa
Pobre mantenimiento del cultivo	Mantenimiento a arbusto en condiciones óptimas libre de yerbajos
Equipos o Enseres de fincas afectas	Monitorear el contenido y procedencia de mismos
Sembrar café en extrema sombra y lugares húmedos	Seleccionar lugares de siembra que tengan balance entre sombra y reciba luz solar.

Efecto	Respuesta	Trigger	Dueño
Perdida del rendimiento de café	En el próximo cultivo, utilizar fumigadores o trampas para insectos como la broca.	Menos cantidad de frutos del café	Agricultor
Pérdida del peso del grano	Aumentar precio del empaque de café	Al pesar menos, el pago por fruto va a ser menor	Agricultor
Pérdida de la calidad del café	Sembrar semillas de café más resistentes a plagas	Perdida de reputación entre los consumidores	Agricultor

Riesgo de Falta de Seguros

Causa	Prevenciones
Mala Orientación	Seminarios o orientaciones para los seguros en las haciendas
Costos	Altos precios en los permisos y seguros para los hacendados
Disposición	Buena disposición de los dueños para realizar las gestiones

Efectos	Respuesta	Trigger	Dueño
Demandas o multas a la atracción	Tener buena orientación y los permisos adecuados a su atracción	No tener los seguros necesarios para la atracción	Fincas de Café

Clausura de la atracción	Completar todo el proceso de los seguros y permisos	No tener los seguros necesarios para la atracción	Fincas de Café
---------------------------------	--	--	-----------------------

Resumen de Índices de Riesgos

Riesgo	Impacto Potencial	Probabilidad	Dificultad de detección
Carreteras en pobres condiciones	Alto	Mediano	Alto
Fenómenos Atmosféricos	Alto	Bajo	Bajo
Falta de participación de la atracción turística	Alto	Mediano	Alto
Propagación de Plagas y bacterias	Mediano	Alto	Bajo
Falta de Seguros en las Haciendas	Alto	Baja	Bajo

Riesgo	Impacto Potencial	Probabilidad	Dificultad de Detección	Total
Carreteras en pobres condiciones	4	3	5	60
Fenómenos Atmosféricos	5	2	1	10
Falta de participación de la atracción turística	5	3	5	75
Propagación de Plagas y bacterias	3	4	2	24
Falta de Seguros en las Fincas	5	1	2	10

Grupos Focales

El propósito de los grupos focales era el identificar la voluntad e interés de las comunidades y sus miembros en el desarrollo agro turístico del café, y fichar lugares de interés, atracciones turísticas para incluir en la ruta a ser diseñada. El perfil de los individuos de los grupos focales fue: a. Adultos mayores de 18 años. b. Representantes de todos los sectores tales como: líderes comunitarios, dueños de microempresas, agricultores, dueños de fincas/tierras, líderes de organizaciones, residentes de los municipios, caficultores y representantes del municipio. c. Interesados en tener o que tengan un negocio del turismo del café. La selección de los participantes se efectuó a través de la identificación de personas que representan los diversos sectores de la zona . La duración de los grupos se estimó entre una hora y media y dos horas.

Se realizaron tres grupos focales:

- 1) En Yauco – cubrió la extensión de la zona del café del municipio de Yauco. Participaron 10 personas entre ellos líderes comunitarios, caficultores, propietarios de fincas y haciendas, personal del Municipio de Yauco.
- 2) En Las Marías – agrupó la extensión de la zona cafetalera de los municipios de Las Marías y Maricao. Participaron 9 personas entre ellos líderes comunitarios, agricultores, propietarios de fincas y haciendas, personal del Municipio de Las Marías, miembros de una ONG - Plenitud.
- 3) En Castañer – agrupó las extensiones de café de Adjuntas y Lares. Asistieron 12 personas entre ellos líderes comunitarios, caficultores, propietarios de negocios, fincas y haciendas y representantes de

entidades gubernamentales y educativas y una ONG – Pathstone.

Los grupos focales ayudaron a crear la lista de atracciones por cada zona o pueblo e identificar las necesidades y ofertas particulares. A continuación los hallazgos más sobresalientes:

- Todos expresaron deseos de participar en el turismo agrícola.
- Sobre el 50% de los participantes ya reciben visitantes e indicaron que ese ingreso les ayuda a complementar los ingresos de la agricultura. Muchos de una manera educativa o tipo “prueba”.
- Se identificaron muchas localidades que están en el proceso o desean preparar sus propiedades para recibir visitantes.
- Entre las necesidades mas apremiantes se encuentran la necesidad de acceso a capital, o “seed money”, en particular los pequeños agricultores pues no desean “endeudarse” mas.
- Muchos encuentran el proceso de permisología muy oneroso.
- Expresaron el deseo de poder obtener un “seguro global” donde puedan asegurarse en grupo para bajar costos.
- En todos los grupos focales se demostró la inclinación a organizarse y formar algún tipo de entidad jurídica entre ellos mismos y tomar control de su desarrollo y no depender del gobierno.
- Indicaron que hace falta asistencia técnica, mejorar los accesos (carreteras, iluminación, rotulación), promoción.
- La mayoría no proveyó información de tarifas de sus servicios a visitantes.
- Expresaron deseo de crear rutas que incluyan tanto las fincas pequeñas como las haciendas y fincas grandes.

- Participantes del grupo focal de Castañer comunicaron su sentir con la Ruta 123 que origina en Ponce a través de la Carr. 123 – ruta, que según ellos, le falta atracciones del café. Solicitaron se diseñara la ruta del café desde el norte. Cafiesencia se comprometió a hacerla. La ruta se diseñó siguiendo las especificaciones de los participantes.

A continuación una lista de atracciones por municipio/zona recopilada donde gran parte de ella surge de los grupos focales:

Castañer (Lares y Adjuntas)

- Cavernas Camuy
- Hacienda Lealtad - abrirá pronto
- Hacienda Porvenir
- Café Lareño Coffee Shop
- Vivero La Lealtad
- Casa Bartolo de Pedro Bengochea
- Hacienda la Balear
- Hacienda Loma Alta
- Hacienda Pons
- Café Oro Coffee Shop -en construcción
- Café la Lealtad Coffee Shop -en construcción
- Hacienda Vilella
- Helados de Lares (tetas)
- Charco del Mango
- Festival de los Trovadores
- Festival del Guineo
- Hospital de Castañer

- Lago Guayo
- Hacienda Luis
- Cabañas Casta
- Villas de Sotomayor
- Hacienda Tres Angeles
- Estación Experimental Limaní
- Casa Pueblo
- Lago Garzas
- Bosque Guilarte

Yauco

- Hacienda Masini
- Finca El Remanso
- Finca Mi Sueño
- Finca Café Busigó
- Hacienda La Ursula
- Colmado Martínez
- Hacienda Arbela
- Finca La Montaña
- Lago Luchetti
- Hacienda Santa Clara
- Comunidad de Río Prieto
- Hacienda Salvación
- Hacienda Leonor
- Coffee Shops del centro del pueblo

- Casas Históricas del Centro del Pueblo
- Bosque Susúa (se entra por Sabana Grande)
- Festival del Café

Las Marías

- Plenitud
- Café la Casona
- Hacienda Luisa
- Hacienda Frontera
- Maravilla Inn
- Parador Municipal en Río Cañas
- Hacienda Domingo Santana
- Finca Enseñat
- Hacienda Constancia
- Cascada Río Arena
- Vivero Las Marías
- Finca de Berros
- Festival de la China
- Finca Familia Crespo Ramos – Industria Pecuaria

Maricao

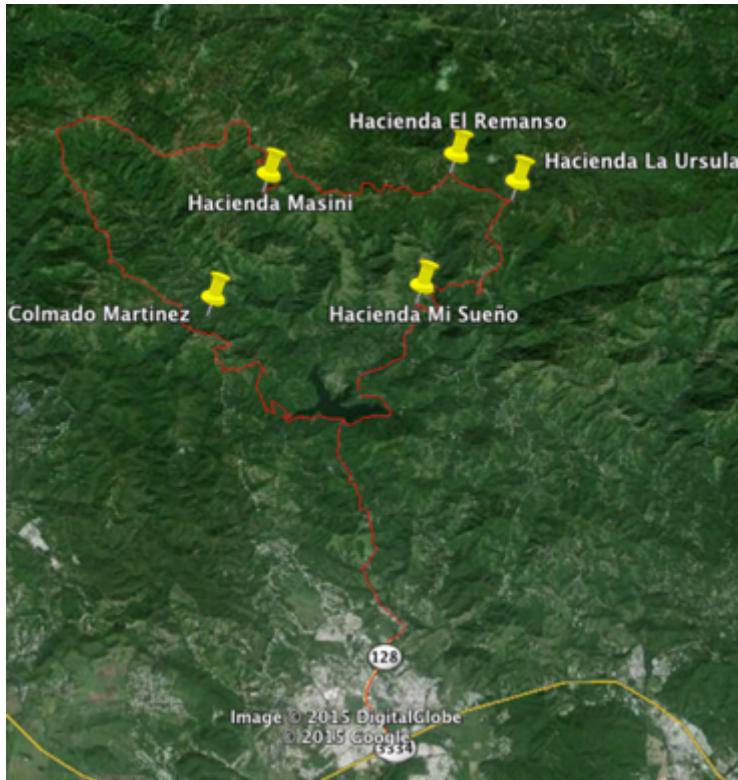
- Hacienda La Felicidad
- Saluan Farm
- Montoso Gardens
- Salto Curet y Charco el Toro

- Torre de Piedra
- Bosque de Maricao
- Vivero de Peces
- Hacienda Doña Patria
- Hacienda Fortuna
- Finca de Gabriela Medina
- Hacienda La Vega
- Monte del Estado
- Coffee Shop en la Plaza del Pueblo
- Fiesta del Acabe del Café
- Beneficiado Las Indieras
- Café Don Ruiz

Desarrollo de las Rutas

En el comienzo del proyecto se propuso desarrollar una ruta en el cual contenía los 5 pueblos ya mencionados pero al visitar tres de ellos se dio a entender que tantos lugares turísticos no se podrían visitar en un solo día. Café Colao' propuso una ruta para el pueblo de Yauco y otra ruta que contenga Las Marías y Maricao estas se demostrarán a continuación. Estas rutas se concentraron en las referencias dadas por los participantes de los grupos focales.

Ruta Yauco



Puntos de Interés	Descripción
Hacienda Masini	Antigua hacienda cafetalera.
Hacienda “Mi Sueño”	Trasplante, germinación y tostado en olla del café
Almuerzo: Colmado Martínez	Restaurante con la mejor carne frita de Yauco
Finca “El Remanso”	Taller de confección de alcoholado artesanal
Finca “Café Úrsula”	Proceso de Beneficiado

La ruta está diseñada para ser recorrida en un periodo de 6-7 horas. Incluye 4 paradas en haciendas y fincas de interés, más una parada de almuerzo en el “Colmado Martínez”.

Ruta Las Marías, Maricao

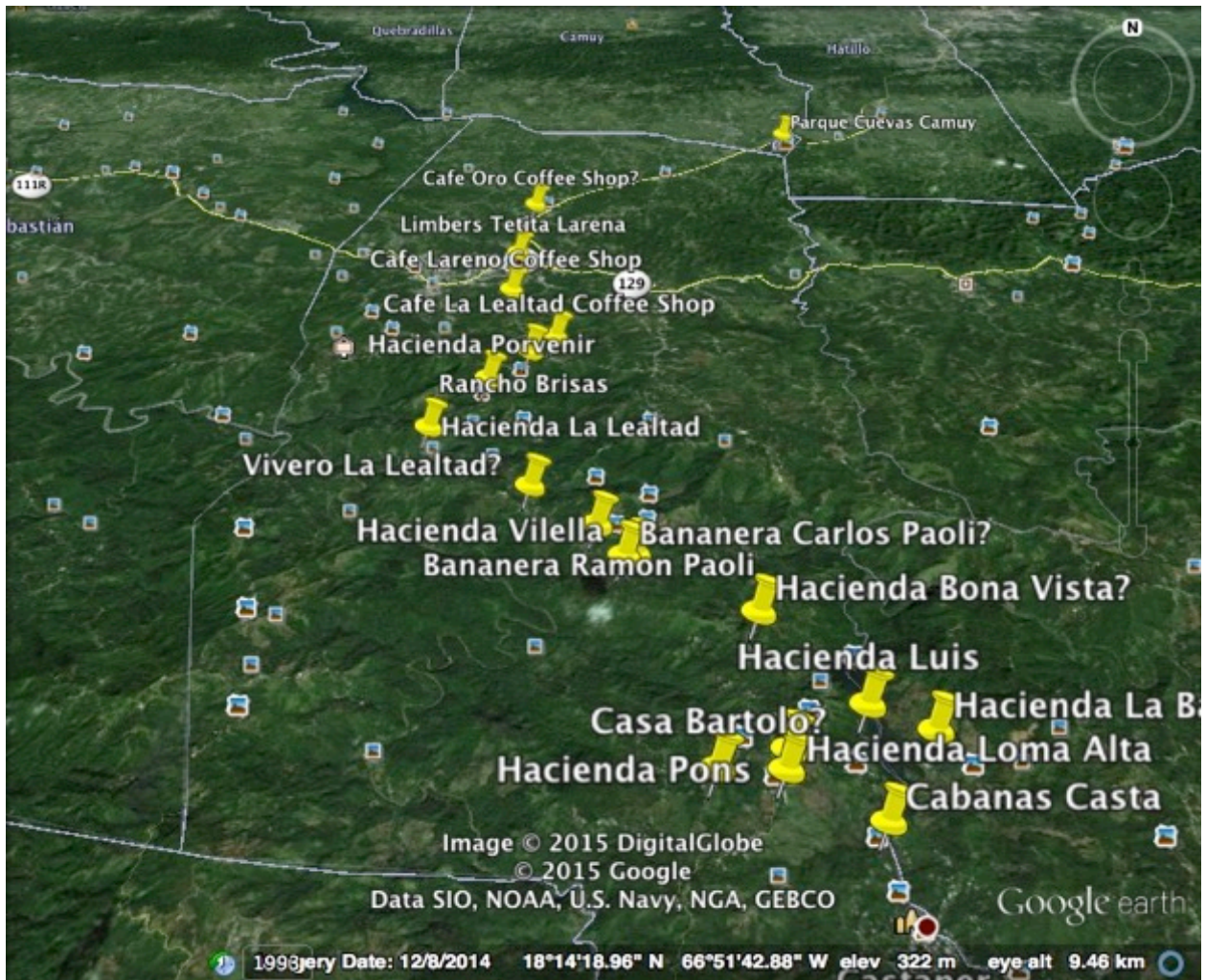


Puntos de Interés	Descripción
Plenitud	Finca educativa: Proceso del sembrado y cosecha del café en uva.
Hacienda Frontera	Hacienda rehabilitada del siglo 19 con museo.
Almuerzo: La Casona	Almuerzo delicioso, más explicación del proceso del beneficiado
Saluan Farms	Hierbas medicinales y explicación de drogas naturales.
Cosecha D' Vida	Explicación de la producción del café.

La ruta está diseñada para ser recorrida en un periodo de 6-7 horas. Incluye 4 paradas en haciendas y fincas de interés, más una parada de almuerzo en el “La Casona”.

Ruta del Norte

El desarrollo de esta ruta fue un pedido especial hecho por líderes comunitarios de Castaner a Cafiesencia, como se explica en la sección de resultados de los grupos focales. A petición de los líderes se incorporaron todas las atracciones actuales y futuras de manera de poder graficar el gran potencial que tiene la ruta.



Puntos de Interés	Descripción
Cavernas de Camuy	Según solicitaron los líderes, las Cavernas de Camuy debe ser usado como “gancho” para la ruta.

Café Oro Coffee Shop	En construcción
Café Lareno Coffee Shop	Ya abierto al público.
Café La Lealtad Coffee Shop	En construcción
Hacienda Porvenir	Hacienda Histórica, se renta para alojamiento
Rancho Brisas	Restaurante y música, abierto
Hacienda La Lealtad	Gran Hacienda Histórica, con alojamiento y restaurante, abrirá pronto. Aquí se filmó la Cenicienta Boricua.
Vivero La Lealtad	Vivero de café en operación
Hacienda Villela	Hacienda para llevar a cabo eventos, actividades
Bananera Carlos Paoli	Finca en Producción con potencial
Bananera Ramón Paoli	Finca Familiar en Producción
Hacienda Luis	Alojamiento en Lago Guayo
Casa Bartolo	Centro Interpretativo del Café de Pedro Bengochea, ya recibe visitas
Hacienda La Balear	Hacienda Histórica en el Lago Guayo, se esta preparando para recibir visitas, alojamiento
Hacienda Loma Alta	Finca de Café
Hacienda Pons	Hacienda Histórica, abierta a visitas
Cabañas Casta	Alojamiento en Lago Guayo

Conclusiones y Recomendaciones

Después de haber realizado un análisis de los componentes de este estudio y haber realizado una revisión de literatura de trabajos realizados sobre el tema en el país y fuera del mismo concluimos que el diseño y establecimiento de una “Ruta del Café” en Puerto Rico es viable. Con esta aseveración se incluyen unas conclusiones que se desprenden del análisis que se ha hecho de los componentes del sector; consumidores (huéspedes, turistas), hoteleros, operadores de excursiones, funcionarios gubernamentales y no gubernamentales a cargo de establecer y poner en funciones las medidas que amplíen y fortalezcan el turismo local. También se han tomado en consideración estudios conducidos por otros grupos de trabajo, así como entrevistas a funcionarios y a otros. De estos estudios se analiza la importancia de la cercanía de Estados Unidos, el tamaño reducido del país que da oportunidad a que el turista disfrute e de las riquezas naturales del país en un periodo corto de tiempo.

Entre los principales hallazgos identificados en este estudio se evidencia que el concepto de agroturismo es desconocido sobre todo entre los proveedores de servicios. Hay desconocimientos de los beneficios económicos y sociales que traería la actividad, esto lo evidencia la apatía demostrada por los dueños de hoteles para participar en nuestra investigación. A pesar de existir importantes atracciones naturales, culturales y agrícolas y la existencia de infraestructura utilizable, se promueve muy pasivamente el agroturismo, éste es prácticamente desconocido.

El hecho de que la mayoría de los consumidores (locales y visitantes) se hayan mostrado interesados en participar del turismo agroecológico en Puerto Rico es un respaldo positivo a las gestiones que se han iniciado para evaluar si es posible la ampliar la oferta turística con este producto, que ya esta probado fuera del país. Aunque algunos agricultores ya han comenzado en algunos sectores de la Isla a recibir visitantes de manera informal, es importante organizar este sector para que se convierta en un tipo de turismo que sea parte de los ofrecimientos a los interesados. Si esta iniciativa se materializa es de vital importancia que los residentes formen parte de la estructura que se cree. Según el estudio realizado en el 2015 por Café Colao, en colaboración con Cafiesencia, se desprende que los agricultores o residentes de la zona cafetalera no tienen conocimiento amplio de los que es el agroturismo y de su manejo, ante el desconocimiento de lo que es el agroturismo para los residentes de la zona cafetalera, es importante que se tome en consideración a los mismos en cualquier iniciativa que se pretenda establecer. Sobre todo si se toma en cuenta el planteamiento que surgió en los grupos focales, realizados durante abril y junio de 2015 en el Oeste Central, en el cual los agricultores desean que la comunidad se organice y tome control de su desarrollo en lugar de entidades gubernamentales. De hecho, ellos desean desarrollar una ruta que incluya tanto fincas grandes como familiares pues la zona tiene atracciones históricas y culturales para ofrecer.

Esta disposición de los agricultores sugiere la existencia de un gran potencial como oferta turística y el desarrollo del turismo interno. Como respuesta al creciente deterioro de la calidad de vida, causado por los estresores de la vida cotidiana, la contaminación y la congestión vehicular de las

zonas metropolitanas, el agroturismo es una opción de esparcimiento para los residentes metropolitanos. Además de sus beneficios económicos para la zona.

La mayor parte de los visitantes que reciben los hoteles en Puerto Rico son locales, estadounidenses, europeos, caribeños y de Norte y Sur América. La mayor parte de ellos están ávidos de explorar nuevas opciones de turismo, entre ellas visitar las zonas cafetaleras de país y las haciendas cafetaleras con todas las amenidades que se desprenden de estas visitas.

Después de haber realizado un análisis de los componentes de este estudio y haber realizado una revisión de literatura de trabajos realizados sobre el tema en el país y fuera del mismo concluimos que el diseño y establecimiento de una "Ruta del Café" en Puerto Rico es viable. Con esta aseveración se incluyen unas conclusiones que se desprenden del análisis que se ha hecho de los componentes del sector; consumidores (huéspedes, turistas), hoteleros, operadores de excursiones, funcionarios gubernamentales y no gubernamentales a cargo de establecer y poner en funciones las medidas que amplíen y fortalezcan el turismo local.

A continuación se incluyen recomendaciones relacionadas a las áreas de mayor pertinencia dirigidas a lograr el éxito de la iniciativa de la Ruta del Café.

1) Educación

Puerto Rico no se ha distinguido por contar con el turismo agrícola como una de sus fortalezas. Es de esperar que los componentes de este sector no cuenten con la capacitación que se requiere para lograr un turismo agrícola fuerte y exitoso. Esto plantea la necesidad de capacitación en todos los aspectos del manejo del negocio turístico agrícola. Se puede hacer, muchos países ya ha incursionado con éxito en

este sector turístico. La educación debe ir desde el obrero de la finca hasta el ejecutivo gubernamental. La razón es que en manos de cada uno de ellos está el futuro del sector. Es importante que las personas que reciban visitantes en las fincas tengan conocimiento de la historia y situación del sector agrícola y esa zona del país. Así también, es importante que haya algún recurso disponible que sea bilingüe para ser intermediario y facilitador entre el agricultor y sus visitantes.

Existen en Puerto Rico Reglamentos y Guías para el establecimiento de turismo agrícola y agroecológico. Estas guías están disponibles en la Compañía de Turismo de Puerto Rico (CTPR, 2015).

Se debe estudiar la estructura con la que cuentan países que han sido exitosos en las zonas agrícolas y cafetaleras en otros países latinoamericanos para adaptar lo que es beneficioso para nuestro propósito.

2) Recursos Naturales y Físicos

Puerto Rico cuenta con recursos naturales de gran belleza que pueden ser de gran interés para los visitantes. Cuenta con fincas, bosques, reservas, ríos, lagos, cavernas y vistas hermosas. En las visitas a estas zonas los turistas pueden hacer senderismo, fotografía, avistamiento de aves, montañismo, exploración. También pueden acampar o pernoctar en hoteles (de diferentes niveles) de la zona. Estos valiosos recursos deben ser mantenidos limpios, rotulados y en buenas condiciones. Los recursos, los lugares, senderos y reglas deben estar claramente visibles en la ruta para evitar situaciones no esperadas.

3) Servicios

Los visitantes pueden beneficiarse de las cosas que asocian con nuestro país: la música, gastronomía, artesanías. Los residentes de la zona tienen que capitalizar sobre este positivo que tenemos. Puerto Rico es conocido mundialmente por sus cantantes y su música. Contamos con músicos y cantantes que en diversas actividades pueden estar presentes para el deleite los visitantes, así como la venta de discos e instrumentos musicales. También deben estar para la venta, alimentos propios de la zona que son altamente apreciados por los visitantes, así como productos frescos. Contamos en Puerto Rico con artesanos en todas las áreas por lo que la venta de artesanías debe ser uno de los ofrecimientos que no deben faltar en estas visitas. Todo lo antes mencionado representan ingresos para la zona y beneficios para el sector como parte del turismo agrícola.

La transportación fuera de la zona metropolitana para dar servicio a los visitantes en cualquier momento es de gran importancia.

Los visitantes deben tener la opción de excursiones de un día y excursiones donde el visitante pernocte en la zona, pudiendo seleccionar diferentes alternativas para este propósito tomando en consideración su presupuesto y sus ingresos, o ambos.

4) Mecanismos de Difusión

La "Foundation for Puerto Rico" y el "José 'Tony' Santana "School of Hospitality and Culinary Arts" de la Universidad del Este realizaron un estudio cualitativo de los elementos, factores y actores que impactan la experiencia de los visitantes al país. Los resultados de este estudio

reflejan que existe la necesidad de un mapa de la oferta turística del país donde los visitantes tengan a la mano todo lo que pueden hacer durante su visita y como acceder a esas ofertas. El turismo agrícola tienen que estar presente en cualquier iniciativa que se organice (Del Valle, 2015).

Las redes sociales han tomado gran importancia en la difusión de información mundial, estas deben ser tomadas en consideración para ser utilizadas como un instrumento importante. Los funcionarios que representan esta oferta turística deben estar disponibles para mercadear continuamente este producto en internet, radio, televisión, periódicos, revistas, etc.

Los canales de internet gratuitos, así como los que conllevan costos (YOU TUBE) deben ser aprovechados para la promoción.

La mejor promoción de cualquier producto, especialmente es la que provee un servicio de excelencia desde que se inicia la visita del participante. A los locales desde que inicia la gestión para participar de la gira, a los extranjeros, desde que ponen el pie en el país.

5) Seguros de responsabilidad pública

Es importante destacar que en Puerto Rico tenemos la cultura de asegurar todos los negocios que iniciamos. En este caso, las excursiones que se realizan son actividades de alto riesgo para el visitante desde el momento en que se inicia la actividad planificada, por lo que es de vital importancia tener y mantener seguros de responsabilidad pública al día.

Referencias

Referencias para la PARTE 1

Altes, C. (2006). El turismo en América Latina y el Caribe y la experiencia del BID. Banco Interamericano de Desarrollo, Sustainable Development Department Technical papers series. ENV-149.

Blanco, M. (2007). Agroturismo en Costa Rica, Retos y Oportunidades. Revista EcAg Informa, No. 40

Banco de Desarrollo de América Latina (2014) Biocomercio Andino, Quince Historias de Éxito en Colombia, Ecuador y Perú. ISBN No 468803-04 European Commission.

Budowski, G. (2001). Modalidades agro turísticas y sus limitaciones.

Recuperado de

<http://cro.ots.ac.cr/rdmcnfs/datasets/biblioteca/pdfs/nbina-6228.pdf>

Censo Agrícola. (2012) Puerto Rico Island and Municipio Data National Agricultural Statistics Service, United States Department of Agriculture.

Recuperado de

http://www.agcensus.usda.gov/Publications/2012/Full_Report/Outlying_Areas/prv1.pdf

Compañía de Turismo de Puerto Rico CTPR. (2015). Turismo Sostenible. Guía Operacional para Instalaciones Eco-Turísticas y Turismo Sostenible. Guía De Agroturismo Sostenible. Recuperado de <http://puertoricotourism.pr.gov/dnn/Haciendo-Negocios/Planificaci%C3%B3n-y-Desarrollo/Turismo-Sostenible>

Departamento de Agricultura de Puerto Rico (2015). Ingreso Bruto Agrícola 2014-2015. Oficina de Estadísticas Agrícolas. San Juan, Puerto Rico

De Mendonça, MC., Batalha, M.O. y Dos Santos, A.C. (2002). Turismo No Espaço Rural: Debate E Tendência. Organizações Rurais e Agroindustriais/Rural and Agro-Industrial Organizations, 4(2). Recuperado de http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/101920/2/revista_v4_n2_%2520jul-dez_2002_6.pdf

De Santiago, J. (2010). Clarissa Jiménez, presidenta y CEO de la Asociación de Hoteles y Turismo de Puerto Rico. Americas & Caribbean News Digital. Recuperado de <http://www.caribbeannewsdigital.com/noticia/clarissa-jim%C3%A9nez-presidenta-y-ceo-de-la-asociaci%C3%B3n-de-hoteles-y-turismo-de-puerto-rico>

De Souza, V., Bryson A., DeManche, P. and Hess, S. (2013). Community Tourism as an Economic Development Strategy: Analysis and Recommendations for Puerto Rico's Route 123 Region. Massachusetts Institute of

Technology. Recuperado de <http://colab.mit.edu/resources/community-tourism-economic-development-strategy-analysis-and-recommendations-puerto-ricos>

Del Valle, S. (2015, octubre 9). Radiografía del ecosistema turístico. El Nuevo Día, p. 44

Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, Lima-Perú. (2008). Manual del Emprendedor en Turismo Comunitario. Recuperado de <http://www.bvcooperacion.pe/biblioteca/bitstream/123456789/6434/1/BVCI0006643.pdf>

EL NUEVO DIA (2014, agosto 27). Otorgan Primera Certificación del Programa de Agroturismo. Recuperado de <http://www.elnuevodia.com/negocios/consumo/nota/otorganprimeracertificaciondelprogramadeagroturismo-1842025/>

ENFOQUE24/7 (2015, agosto 31). La imagen que nos mueve: una mirada al turismo y como nos proyectamos al mundo (Archivo de video). Recuperado de <http://www.wipr.pr/la-imagen-que-nos-mueve/>

Honey, M., & Krantz, D. (2007, December). Global Trends in Coastal Tourism. Recuperado de www.responsibletravel.org:

http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Global_Trends_in_Coastal_Tourism_by_CESD

Junta de Planificación de Puerto Rico, (2015). Apéndices Estadísticos 2014, Tabla #19. Programa de Planificación Económica y Social

Lage, B. H. G. y Milone, P. C. (2000). Fundamentos econômicos do turismo. Turismo. En Lage, B.H.G. y Milone, P.C. (Orgs.), Turismo: teoria e prática. Atlas, São Paulo, pp.25–37

Metro. (2015, enero 13). Inauguran el primer Bed & Breakfast en el área de la montaña. Periódico Metro. Recuperado de <http://www.metro.pr/economia/inauguran-el-primer-bed-breakfast-en-el-area-de-la-montana/pGXpam!aVKtu6iJHpbgQ/>

Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo rural territorial. *Agonomía Colombiana* 28(3), pp. 507-513. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/agc/v28n3/v28n3a18.pdf>

Platzer, M. (2015). U.S. Travel and Tourism: Industry Trends and Policy Issues for Congress. Congressional Research Service, 7-5700. Recuperado de www.crs.gov

Riveros, H. y Blanco M. (2003). El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local. Serie de Documentos de PRODAR, 18. Recuperado de <http://orton.catie.ac.cr/repdoc/A7831e/A7831e.pdf>

Roig, J. (2014). Turismo rural: cómo América Latina puede sacar más provecho. Revista Américaeconomía 2001-2015. Recuperado de <http://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/turismo-rural-como-america-latina-puede-sacar-mas-provecho>

Verardi, F. (2001). Turismo rural y el empleo no agrícola. El caso de la ruta colonial de Dos Irmaos, Río Grande do Sul. Recuperado de www.rimisp.cl/dfid/colonial-es.pdf

Referencias para la PARTE 2

Departamento del Trabajo y Recursos Humanos. (2011). Estadísticas de empleo por ocupación de Puerto Rico. Estado Libre Asociado de Puerto Rico.

United State Department of Agriculture. (2012). Coffee Harvested for Sale, Puerto Rico. National Agricultural Statistic Service.

Cafi Cultura Puertorriqueña, Inc. (2014). For Puerto Rico Sustainable Rural Tourism Route Feasibility Study. Cafiesencia.

Cafi Cultura Puertorriqueña, Inc. (2011) Los Caminos del Café <http://www.cafipr.org/projects/past/>

La nueva opinión del Sur. (2014, February 21). Provoca la evolución económica en las fincas la aportación del café.

Ecosistemas Turismo: Colombia Ruta del Café-Agroturismo. (2011). Retrieved from http://ecosistemastravel.com/?page_id=16

González, S. (2012, December 15).
Nicaragua Invierte ocho millones para Ruta del Café. El Nuevo Diario [Nicaragua].

APÉNDICE 1

A continuación presentamos información adicional sobre varios de las atracciones turísticas que deben ser considerados en la planificación de la Ruta del Café. Estos son: la música y el baile, el turismo de mochila, las áreas de acampar, y los ríos y lagos de la zona.

Música y baile

Los turistas encuestados identificaron la música tradicional y no tradicional entre las actividades que les interesaría para la socialización e intercambio cultural durante su estadía en nuestro país. Entre estas preferencias se mencionaba el escucharla, bailarla y poder comprarla como actividades de interés a lo largo del trayecto de la "Ruta del Café". Para el visitante, el recurso musical, es parte de su búsqueda por conocer la historia, las costumbres y la vida cotidiana del habitante del lugar que visita, sobre todo, porque Puerto Rico es conocido por sus cantantes, compositores y sobre todo su música. Puerto Rico es plataforma de un turismo clasificado como "turismo sofisticado" (ENFOQUE24/7, 2015) . El interés de este turista por conocer más allá del entorno hotelero, lo que lo lleva a visitar lugares típicos donde la música se posiciona como reflejo de las características que nos identifican o <landmark>.

Nuestra música es un factor que enlaza al que nos visita con nuestra cultura a través de los tipos de baile, comidas y lugares específicos de la Isla que tiene gran aceptación por parte del turista extranjero. La música que nos distingue a nivel mundial e internacional puede enriquecer las atracciones de la

“Ruta del Café”. Ambas son importantes en estrategias de venta en forma de recordatorio para que el turista la pueda llevar de regreso a su casa o para ambientar musicalmente el lugar donde se desarrollen los eventos turísticos.

Turismo de mochila (Backpacking)

El turismo de mochila se plantea como alternativa para los viajeros que buscan lugares de bajo costo. Tras el crecimiento de este nicho de mercado en América Latina y Europa se ha gestionado el establecimiento de un hostel en Río Piedras como opción de hospedaje de bajo costo y portal para conocer otras áreas de la Isla. Por ejemplo, en el casco urbano de Río Piedras se puede encontrar transportación para llegar a cualquier lugar de interés en Puerto Rico. A principio de este año se celebró en Puerto Rico el “Guajataca Down Hill”, un evento deportivo que en esta edición atrajo a Quebradillas más de 30 mil fanáticos donde gran parte de los que acudieron eran turistas de mochila. En entrevista publicada por el periódico Metro Puerto Rico, el organizador del evento afirmó que aunque los turistas de mochila “tienen la apariencia de pelambrea, la realidad es que vienen con chavos”³.

La “Ruta del Café” es un atractivo turístico que bien podría insertarse en el turismo de mochila pues los mochileros gustan del intercambio cultural, prefieren la aventura, el senderismo, rechazan los viajes organizados y a los intermediarios, y muestran interés por la sostenibilidad y el contacto con el medio ambiente. Las excursiones para visitar y disfrutar de los ríos, lagos y cascadas de Puerto Rico bien pueden ser parte de la oferta turística contemplada en la ruta. Las actividades que se generan a partir de estas

³ Recuperado de <http://www.metro.pr/turismo-mas-alla-del-resort/gobierno-apunta-al-turismo-de-mochila/pGXoeB!EsAS6Lql6g7mM/>

actividades tienen impacto económico en la zona donde se desarrolla. Por ello los mochileros deben ser considerados como mercado potencial para el turismo agroecológico. Tanto por su impacto económico como por su impacto cultural el turismo de mochila merece ser considerado en el establecimiento de la “Ruta del Café”.

Áreas de acampar

En Puerto Rico se puede acampar durante cualquier época del año tanto en la playa como en el bosque. Para los turistas que participan en la “Ruta del Café” esta actividad sería un atractivo adicional si también le interesa acampar en el centro de nuestra Isla. Los dueños de las fincas que son parte de la ruta del café pueden beneficiarse de la oportunidad de preparar áreas de acampar para ofrecer a sus visitantes de esta alternativa de turismo que no requiere una gran inversión. Con la planificación adecuada y de acuerdo a la condición física del visitante, la experiencia de acampar no tiene límites de edad y además es idónea para quienes disfrutan la aventura y el contacto con la naturaleza. El área boscosa de las fincas es el escenario más apropiado para ofrecer actividades tales como: avistamiento de aves, vistas panorámicas, paseos por veredas o senderismo, paseos a caballo, tomar fotografías y bañarse en el río.

Las áreas de acampar usualmente cuentan con merenderos, BBQ y facilidades sanitarias. El costo de entrada para los acampadores se calcula según las personas participantes (adultos y niños) y por el total de días de la estadía. Las actividades ofrecidas deben ser diseñadas con el fin de que el turista disfrute en armonía con el medioambiente. En Puerto Rico las principales áreas para acampar están administradas por agencias como el Departamento de Recursos Naturales y Ambientales, y la Compañía de Parques Nacionales.

Ríos y lagos de la zona cafetalera

Los ríos, lagos y embalses son una serie de ecosistemas acuáticos que poseen un encanto particular. La hidrografía de Puerto Rico posee nueve lagos artificiales y más de 50 ríos. Con precauciones adecuadas, tanto en la orilla como en el interior de los mismos se le puede ofrecer al visitante actividades recreativas como la pesca y el kayak, entre otros. Estos recursos naturales pueden ser utilizados como atracción turística para la “Ruta del Café” tanto en los municipios objetivo del estudio como en los demás municipios cafetaleros. Los ríos identificados son los siguientes:

1. Río Guajataca, el Río Guajataca forma el Lago Guajataca el cual queda entre los municipios de San Sebastián, Quebradillas e Isabela.
2. Río Camuy , el Río Camuy cruza por los municipios de Utuado, Lares, Hatillo y Camuy
3. Río Grande De Arecibo, este río cruza por los municipios de Adjuntas, Utuado y Arecibo. Tiene un área de captación de 789 millas cuadradas. El sistema del Río Grande de Arecibo forma el lago Adjuntas y el Lago Dos Bocas.
4. Río Grande de Manatí, recorre los municipios de Barranquitas, Naranjito, Corozal, Morovis, Orocovis, Ciales, Barceloneta y Manatí.
5. Río Inabón, cruza por el municipio de Ponce y corre de norte a sur.
6. Río Bucaná, tiene su origen este río de la unión del Río Cerrillos, Quebrada Ausubo y Río Bayagán. El Río Bucaná está canalizado desde su entrada al pueblo de Ponce hasta el Barrio Bucaná donde se une al Canal del Río Portugués para desembocar ambos al Mar Caribe.

7. Río Portugués, cruza solamente por la municipalidad de Ponce. El Río Portugués está canalizado desde su entrada al pueblo de Ponce hasta el Barrio Bucaná donde se une en un solo canal al Río Bucaná hasta la desembocadura de ambos en el Mar Caribe.
8. Río Matilde, tiene su origen de la unión del Río Pastillo y Río Cañas dentro de los límites de la ciudad de Ponce. Es un río corto que corre de norte a sur hasta desembocar al sur de Puerto Rico dentro del límite del poblado de la Playa de Ponce.
9. Río Lajas, nace en Maricao y recorre varios municipios
10. Río Maricao, nace en el Bosque de Maricao
11. Río Tallaboa, cruza solamente por el municipio de Peñuelas.
12. Río Macana, este río corre de norte a sur siguiendo los límites de los municipios de Peñuelas y Guayanilla.
13. Río Yauco, cruza por los municipios de Yauco y Guayanilla.
14. Río Loco, Cruza por tierras de la municipalidad de Yauco solamente.
15. Río Guanajibo, cruza por los municipios de Sabana Grande, San Germán, Hormigueros, Cabo Rojo y Mayagüez.
16. Río Yagüez, en el curso del Río Yagüez está la Represa de Mayagüez, la cual está localizada entre el límite del Barrio Bateyes y Limón del municipio de Mayagüez.
17. Río Grande de Añasco, cruza este río por los municipios de Adjuntas, Lares, Las Marías, San Sebastián, Añasco, Mayagüez.
18. Río Culebrinas, cruza este río los municipios de Lares, San Sebastián, Moca, Aguada y Aguadilla.

Los lagos y embalses identificados en la "Ruta del Café" son de importancia potencial para esta iniciativa. Entre las actividades recreativas que se realizan en

los lagos y embalses se destaca el paseo en botes y kayak, así como la pesca recreativa principalmente por especies introducidas a la Isla como lo son la lobina, el tucunaré, las chopas, los barbudos o peces gatos y las tilapias.

Dentro de esta ruta se han identificado los siguientes: Caonillas (Utuado), Dos Bocas (Utuado), Garzas (Adjuntas), Guajataca (Quebradillas, San Sebastián e Isabela), Guayo (Lares), Loco (Yauco), Lucchetti (Yauco) y Matrullas (Orocovis).

APÉNDICE 2

Grupos Focales – Ruta del Café

Preguntas a realizar:

1. ¿Cuáles son las atracciones más importantes de su pueblo, como ejemplo, los lugares históricos, los recursos naturales, las fincas agrícolas, los restaurantes, eventos o festivales de pueblo, posadas o paradores?
2. ¿Qué áreas de oportunidad o áreas con potencial de desarrollo tiene su pueblo?
3. ¿Qué tipo de negocio les interesa desarrollar para el turismo o que tipo de negocio ya tienen establecido? (Si tienen el negocio establecido, ¿Cuáles son su planes de desarrollo?)
4. ¿Cómo le brindan promoción o publicidad? ¿Qué medio utilizan para promocionarlo?
5. ¿Qué herramientas consideran necesarias para el desarrollo del atractivo turístico para su comunidad? (Como ejemplo: Ayuda financiera, ayuda técnica, evaluación de sus propiedades, mejoras de las carreteras, transportación, entre otros)
6. ¿Cuentan con el respaldo o apoyo de instituciones públicas o privadas?

APÉNDICE 3

Cuestionarios

Entrevista a los Turistas 2015

Usted ha sido seleccionado para participar en un estudio de investigación que realiza la compañía Cafi Cultura Puertorriqueña, Inc. El propósito de este estudio es analizar la viabilidad de hacer turismo agroecológico en Puerto Rico. Para fines de esta investigación su participación es voluntaria y la información que pueda proveernos es confidencial y será utilizada de manera agregada, muchas gracias.

Núm. de entrevista: _____ Fecha: _____

Entrevistador: _____ Municipio _____

Nombre del Hotel _____

1- ¿ Donde usted reside? _____

2- ¿Cuál es el tamaño familiar? _____

3- Menores de edad (menos de 18) _____ Mayores (18 o más) _____

4- Si no reside en Puerto Rico, ¿cada cuánto tiempo viene? _____

5- ¿Cuántos días estará en Puerto Rico? _____

6- ¿Cuántas personas lo acompañan? _____

7- ¿Qué lugares le interesa visitar? _____

8- ¿Ha visitado otras zonas de la Isla en adición a ésta? _____

9- ¿Conocía este hotel antes de venir a hospedarse aquí? __Si __No

10- ¿Qué lo hizo tomar la decisión de venir hospedarse en este hotel? _____

11- ¿Con qué amenidades cuenta el hotel? _____

12- ¿Le interesaría practicar otro tipo de actividad además de las que tienen el hotel en que se hospeda? __Si __No

13. (Si contestó "sí" en la preg. anterior) ¿Qué otras actividades le interesarían? _____

14- ¿Le gustaría visitar las fincas, zona rural y montañas de Puerto Rico? __Si __No
(Si contestó "no" termine la entrevista)

15- ¿Le interesaría visitar fincas de café en las montañas de Puerto Rico? __Si
__No

16- ¿Qué actividades les gustaría hacer en estas fincas además de ver las siembras de café? _____

17- En estas visitas le interesaría:

- a) __visitar áreas de siembra guiadas a través de veredas
- b) __visitar áreas de avistamiento de aves
- c) __visitar los ríos de la zona
- d) __degustar comidas típicas de la zona
- e) __ver los procesos de elaboración de café
- f) __visitas culturales (monumentos históricos, iglesias, etc.)
- g) ¿Le gustaría pernoctar en las zonas de la visita? Si _____ No _____

18- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un "one day tour" (all included: transportación, merienda, almuerzo, visita a fincas café, haciendas – min 6-8 hrs)

- a) __\$40-49
- b) __\$50-75
- c)__\$76-100
- d)__\$101-150

19- Si contesta que le gustaría pernoctar en las zonas donde ubican las zonas cafetaleras, indique con que facilidades le gustaría contar:

- a) __hotel con todos los servicios (tipo casa grande)
- b) __hospedaje y desayuno (bed and breakfast)
- c) __hacienda histórica
- d) __hospedaje en casas particulares con la posibilidad de que se sirvan almuerzo y cena de ser requerido por usted (en adición al desayuno requerido)
- e) __cabañas
- f) __áreas de acampar
- g) __alquiler de equipo de acampar
- h) __transportación guiada por la zona
- i) __facilidades para comer platos típicos

20- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche?

- a)___hotel (Tipo Casa Grande): \$65-95
- b)___bed and breakfast: \$45 - \$65
- c)___cabañas (cabins): \$35 - 50
- d)___haciendas históricas: \$75 - \$125
- e)___camping: \$10 - \$20
- f)___casa agricultores

21- ¿Cuáles otras áreas de interés usted tendría para visitar?

22) Su viaje es de: negocios placer ambas

Viaja como: individuo parejas familias amigos

23) El largo promedio de su estadía en Puerto Rico:

1 noche 2- 3 noches 4-5 noches más de 6

24) Usted adquiere información sobre giras turísticas del (puede escoger más de uno):

hotel internet literatura en kioskos del hotel

otros: _____

25) Si compra giras turísticas a quién? (puede marcar varias):

a través del personal del hotel directamente a vendedores locales

internet

las compran con antelación las compran durante la estadía

26) ¿Cuáles son las 3 giras o excursiones turísticas favoritas?

a) _____

b) _____

c) _____

27) ¿Conoce usted el turismo agroecológico? Si No

(Si contesta que si continúe de inmediato a la pregunta 28. Si contesta que no, proceda a leer la definición que está al final de esta página y luego pase a la pregunta 28.)

28) ¿Le gustaría hacer turismo agroecológico? Si No

29) Género del entrevistado F M

30) Grupo de edad-

18-25 años 46-55

26-35 56-65

___ 36-45

___ 65 en adelante

31) Nivel de Ingreso

___ Menos de \$15,000

___ \$75,001 -\$100,000

___ \$15,001 -\$25,000

___ \$100,001 -\$150,000

___ \$25,001 -\$35,000

___ \$150,001 -\$250,000

___ \$35,001 -\$55,000

___ Más de \$250,000

___ \$55,001 -\$75,000

Turismo Agroecológico

Es una alternativa de negocios para pequeños agricultores que ofrece la oportunidad de experimentar el contacto con la vida rural probando la comida local y familiarizándose con las tareas de la agricultura. Además es una alternativa para conocer la vida cotidiana de la zona rural, en la tranquilidad de la vida del campo rodeado de la naturaleza y sus paisajes.

Entrevista a los Hoteleros/Dueños Hospederías 2015

Usted ha sido seleccionado para participar en un estudio de investigación que realiza la compañía Cafi Cultura Puertorriqueña, Inc. El propósito de este estudio es analizar la viabilidad de hacer turismo agroecológico en Puerto Rico. Para fines de esta investigación su participación es voluntaria y la información que pueda proveernos es confidencial y será utilizada de manera agregada, muchas gracias.

Fecha: _____

1) Nombre del Hotel _____

2) Municipio y barrio _____

3) Nombre de entrevistado _____

4) Posición en el Hotel _____

5) # de habitaciones _____

6) ¿De que países provienen la mayor parte de sus huéspedes? _____

7) ¿Que tipo de hotel usted representa?

___Familiares ___2 estrellas ___3 estrellas, ___4 estrellas, ___ 5 estrellas

8) La mayoría de los viajeros que se alojan en su hotel por:

___negocios ___placer ___ambos

y son: __individuos __parejas __familias

9) El largo promedio de estadías de sus huéspedes es:

__1 noche __2- 3 noches __4-5 noches __más de 6

10) Sus huéspedes adquieren información sobre giras turísticas de:

__ front desk __concierge __literatura en kioskos del hotel

11) Sus huéspedes compran giras turísticas a (puede marcar varias):

__a través del personal del hotel __directamente a vendedores locales
__las compran con antelación __las compran durante la estadía
__Internet

12) ¿Cuales son las 3 giras o excursiones turísticas más solicitadas?

a)_____ b)_____ c)_____

13) ¿Conoce usted el turismo agroecológico? __Si __No __No sé

14) De acuerdo a su experiencia, ¿cree que sus huéspedes estarían interesados en hacer turismo agroecológico en el país? _____

15) ¿Estaría dispuesto a ofrecer a sus huéspedes viajar a las zonas cafetaleras del país? _____

16) ¿Estaría dispuesto a coordinar transporte para llegar a estas fincas que se visitarían? _____

17) ¿Estaría dispuesto a hacer acuerdos de colaboración con los dueños de las fincas para llevar a los huéspedes a hacer turismo interno? _____

18) ¿Estarían receptivos a incluir promociones de las rutas agroecológicas o ruta del café en las promociones internacionales que llevan a cabo a la clientela potencial que usted ustedes identifican para su grupo?

a-) __ videos c-) __ revistas
b-) __ brochures d-) __ presentaciones a agencias de viaje

19) ¿Cuál es el rango de precio o precios de las habitaciones en temporada baja? _____

20) ¿Cuál es el rango de precio o precios de las habitaciones en temporada alta?

21) Tipo de Habitaciones: sencilla, doble, suites, ejecutivas
 Otras: _____

22) ¿Conocen ustedes los intereses de los huéspedes que reciben en el hotel que representa? _____

23) ¿Qué facilidades tiene los hoteles?

Salones de conferencias

Salones de baile

Restaurantes

Cafetería

Piscinas

Playa

Gimnasio

Spa

Otros deportes (volley ball, baloncesto, tennis de mesa o ping pong)

Lobby

Jardines

Surfing

Alquiler de tablas de surfear

Masajes

Otros: _____

24) Facilidades de transportación:

Mini van Van Limosina Taxi

25) ¿Que otras actividades ofrece a los huéspedes?

Excursiones Películas Otras

26) ¿Le interesa que el sector que representa aumente la oferta de amenidades que ofrecen a los huéspedes? _____

Turismo Agroecológico

Es una alternativa de negocios para pequeños agricultores que ofrece la oportunidad de experimentar el contacto con la vida rural probando la comida local y familiarizándose con las tareas de la agricultura. Además es una alternativa para conocer la vida cotidiana de la zona rural, en la tranquilidad de la vida del campo rodeado de la naturaleza y sus paisajes.

Entrevista al Operador de Excursiones 2015

Usted ha sido seleccionado para participar en un estudio de investigación que realiza la compañía Café Cultura Puertorriqueña, Inc. El propósito de este estudio es estudiar la viabilidad de hacer turismo agroecológico en Puerto Rico. Para fines de esta investigación su participación es voluntaria y la información que pueda proveernos es confidencial y será utilizada de manera agregada, muchas gracias.

Fecha: _____

- 1) Nombre de la Organización que representa _____
- 2) Municipio y barrio _____
- 3) Nombre del entrevistado _____
- 4) Posición que ocupa en la organización _____
- 5) ¿De que países provienen la mayor parte de los turistas en que usted mercadea a Puerto Rico? _____
- 6) ¿Que tipo de turismo usted representa?
___Familiares ___2 estrellas ___3 estrellas, ___4 estrellas, ___5 estrellas
- 7) La mayoría de los viajeros que llegan a Puerto Rico a través de su agencia vienen por:
___negocios ___placer ___ambos
y son: ___individuos ___parejas ___familias
- 8) El largo promedio de estadías de los turistas en Puerto Rico:
___1 noche ___2-3 noches ___4-5 noches ___más de 6
- 9) Sus huéspedes adquieren información sobre giras turísticas de:
___ front desk ___concierge ___literatura en kioskos del hotel
___ Su agencia las provee.
- 10) Los turistas compran giras turísticas a (puede marcar varias):
___a través del personal del hotel ___directamente a vendedores locales
___las compran con antelación ___las compran durante la estadía
___Internet
- 12) ¿Cuáles son las 3 giras o excursiones turísticas más solicitadas?
a) _____ b) _____ c) _____

13) ¿Conoce usted el turismo agroecológico? ___Si ___No ___No sé

Página 2

Entrevista al Operador de Excursiones 2015

14) De acuerdo a su experiencia, ¿cree que los turistas estarían interesados en hacer turismo agroecológico en el país? _____

15) ¿Estaría dispuesto a ofrecer a los turistas viajar a las zonas cafetaleras del país?

16) ¿Estaría dispuesto a coordinar transporte para llegar a estas fincas que se visitarían? _____

17) ¿Estaría dispuesto a hacer acuerdos de colaboración con los dueños de las fincas para llevar a los turistas a hacer turismo interno? _____

18) ¿Estarían receptivos a incluir promociones de las rutas agroecológicas o *Ruta del café* en las promociones internacionales para su clientela potencial?

a-) __ videos

c-) __ revistas

b-) __ brochures

d-) __ presentaciones a agencias de viaje

19) ¿Cuál es el rango de precio o precios de las habitaciones en temporada baja?

20) ¿Cuál es el rango de precio o precios de las habitaciones en temporada alta?

21) Tipo de Habitaciones: __ sencilla, __ doble, __ suites, __ ejecutivas

__ Otras: _____

22) ¿Conocen ustedes los intereses de los turistas a los que ustedes mercadea la Isla? ____ Si ____ No Si los conoce, ¿cuáles son? _____

23) ¿Que actividades ofrece a los turistas?

24) ¿Le interesa aumentar la oferta de amenidades que ofrece a los turistas?

Entrevista a los Ejecutivos Turísticos 2015

Usted ha sido seleccionado para participar en un estudio de investigación que realiza la compañía Café Cultura Puertorriqueña, Inc. El propósito de este estudio es estudiar la viabilidad de hacer turismo agroecológico en Puerto Rico. Para fines de esta investigación su participación es voluntaria y la información que pueda proveernos es confidencial y será utilizada de manera agregada, muchas gracias.

Fecha: _____

- 1) Nombre de la agencia que representa _____
- 2) Nombre del entrevistado _____
- 3) Posición que ocupa en la organización _____
- 4) Número de hoteles que representa _____
- 5) ¿De que países provienen la mayor parte de los turistas a quién va dedicado el mayor esfuerzo de la agencia? _____
- 6) ¿Que tipos de hotel tienen mayor importancia para ustedes?
___Familiares ___2 estrellas ___3 estrellas, ___4 estrellas, ___5 estrellas
- 7) ¿Tienen datos de que tipo de turismo se recibe en Puerto Rico? ___Si ___No
- 8) ¿Si se conoce esta información, puede identificarlos en orden de importancia económica?
___negocios ___familiar ___placer ___otros
- 9) La estadía promedio de los visitantes en Puerto Rico es:
___1 noche ___2- 3 noches ___4-5 noches ___más de 6 noches
- 10) De acuerdo a su experiencia, ¿cree que los visitantes del país estarían interesados en hacer turismo agroecológico como se hace en otros países como Costa Rica y otros de América Latina? _____
- 11) ¿Están dispuestos a escuchar propuestas para incluir en los programas de promoción de turismo el turismo agrícola? ___Si ___No
- 12) ¿De acuerdo a su experiencia; considera que el turismo agrícola puede competir en igualdad de condiciones con los demás turismo especializados de la Isla?

13) ¿Cuales considera las fortalezas, debilidades, áreas a mejorar en el sector de turismo agrícola desde el punto de vista de la posición que usted ocupa??



www.cafipr.org

www.facebook.com/cafiesenciapr/

cafiesenciapr@gmail.com

lissetefas@gmail.com

111239