



Resultados y Lecciones en

Red de Turismo Rural

Proyecto de Innovación en
IX Región de la Araucanía



Fundación para la Innovación Agraria
MINISTERIO DE AGRICULTURA



Resultados y Lecciones en Red de Turismo Rural para la Agricultura Familiar Campesina



**Proyectos de Innovación en
IX Región de la Araucanía**

Valorización a julio de 2010



SERIE **EXPERIENCIAS DE INNOVACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO AGRARIO**

Agradecimientos

En la realización de este trabajo, agradecemos sinceramente la colaboración de los productores, técnicos y profesionales vinculados al proyecto, agradecimientos especiales a don Martín Paineo, beneficiario y principal gestor del proyecto; don Alexis Treurellan, beneficiario del proyecto; y a don Claudio Sandoval, Técnico en Turismo que trabajó en el proyecto precursor. También a Claudio Soler, profesional FIA a cargo del proyecto precursor.

Resultados y Lecciones en

Red de Turismo Rural para la Agricultura Familiar Campesina

Proyecto de Innovación en la IX Región de la Araucanía

Serie Experiencias de Innovación para el Emprendimiento Agrario

FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

Registro de Propiedad Intelectual N° 197.632

ISBN N° 978-956-328-071-5

ELABORACIÓN TÉCNICA DEL DOCUMENTO

Marcela Salinas B. y Fernando Cartes M. – Cartes y Le Bert Cía. Ltda. (Capablanca Ltda.)

REVISIÓN DEL DOCUMENTO Y APORTES TÉCNICOS

María Francisca Fresno R. y Margarita Casadio P. - Fundación para la Innovación Agraria (FIA)

EDICIÓN DE TEXTOS

Andrea Villena Moya

DISEÑO GRÁFICO

Guillermo Feuerhake

IMPRESIÓN

Ograma Ltda.

Se autoriza la reproducción parcial de la información aquí contenida, siempre y cuando se cite esta publicación como fuente.

Contenidos

Sección 1. Resultados y lecciones aprendidas	5
1. Antecedentes	5
2. La estrategia de gestión “aprendida”	6
2.1 El Turismo Rural	6
2.2 Tipos de turismo rural	8
2.3 Legislación relacionada con la actividad turística	9
2.4 Descripción del modelo de gestión aprendido	11
2.5 Modalidad operativa	12
2.6 Estrategia de ejecución	12
3. Alcances del Modelo	17
4. Claves de la viabilidad del proyecto.....	18
5. Asuntos por resolver	18
<hr/>	
Sección 2. El proyecto precursor	19
1. El entorno económico y social	19
2. El proyecto precursor	21
3. Los productores hoy.....	24
<hr/>	
Sección 3. El valor del Modelo	27
<hr/>	
ANEXOS	
1. Reglamentación de apoyo al turismo rural.....	30
2. Literatura consultada	31
3. Documentación disponible y contactos.....	32

FAMILIA
Huilipan González



INALTU
LEUFÜ



ALOJAMIENTO
Umatuwe
Lodging



PASEO EN BOTE
Miawal Wampo Muv
Boat Stroll



PASEO A CABALLO
Miawual Kawellu
Horse Riding



COMIDAS TIPICAS
Mapuche Iyael
Typical Food



ACTIVIDADES AGRICOLAS
Lelfün Kuzaw
Farming

SECCIÓN 1

Resultados y lecciones aprendidas

El presente libro tiene el propósito de compartir con los actores del sector los resultados, experiencias y lecciones aprendidas del proyecto Red de Agroturismo en Comunidades Mapuches de la Ribera del Río Chol-Chol, Nueva Imperial, IX Región, Región de la Araucanía, financiado por FIA.

Este modelo de “estrategia de gestión aprendida”,¹ que es aplicable al sistema de agricultura familiar campesina en general, se basa en el desarrollo de productos de turismo rural, con identidad local, como una forma de generar ingresos adicionales a la actividad agropecuaria que estas familias desarrollan.

Se espera que esta información, que se ha sistematizado en la forma de un “modelo aprendido”, aporte a los interesados elementos claves, que ayuden en la generación e implementación de iniciativas similares.

► 1. Antecedentes

Los resultados que se presentan en este documento se derivaron de la ejecución del proyecto precursor “Red de Agroturismo en Comunidades Mapuches de la Ribera del Río Chol-Chol Nueva Imperial, IX Región”, cuyo objetivo fue impulsar y promover la incorporación del turismo rural, como una nueva actividad económica complementaria a la silvoagropecuaria, desarrollada por las familias campesinas mapuches de la ribera del río Chol-Chol. Fue ejecutado por la Municipalidad de Nueva Imperial, entre febrero de 2000 y diciembre de 2002.

La iniciativa consistió en el diseño e implementación de microcentros de agroturismo de autogestión en los territorios indígenas, que sirvieran de base para la oferta turística a diseñar en el área. Los lugares tendrían las características de microcentros integrados en red en la prestación de servicios y bienes turísticos.

El objetivo de este documento es extraer de las experiencias y lecciones aprendidas en el proyecto ejecutado y los elementos que serían claves en el éxito de iniciativas similares, mediante ejemplos que dieron buenos resultados.

¹ “**Estrategia de gestión aprendida**”: estrategia que incorpora la información validada de los proyectos analizados, las lecciones aprendidas durante su desarrollo, los aspectos que quedan por resolver y un análisis de los factores que permiten que sea replicable por otras organizaciones.

² “**Proyecto precursor**”: proyecto de innovación a escala piloto financiado e impulsado por FIA, cuyos resultados fueron evaluados, a través de la metodología de valorización de resultados desarrollada por la Fundación. Su análisis permite configurar el plan de negocios aprendido que se da conocer en el presente documento. Los antecedentes del proyecto precursor se detallan en la Sección 2 de este documento.

► 2. La estrategia de gestión “aprendida”

Las estadísticas publicadas por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), muestran que en la Región de la Araucanía la actividad forestal ha ido en aumento. Hoy es habitual ver plantaciones de pino y eucaliptos en suelos que, por años, fueron ocupados con cultivos tradicionales como trigo y avena. No obstante este escenario, hay algunas zonas que, aparte de conservar muy bien sus atractivos paisajísticos, aún son eminentemente agrícolas. Para estas zonas el turismo rural y, en el caso particular de los pueblos originarios, el etnoturismo puede ser una alternativa de negocios innovadora, contribuyendo a la diversificación productiva y a la generación de ingresos complementarios a la actividad agropecuaria principal, en forma sostenible y sustentable.

En este contexto, el modelo de desarrollo de micro centros de agroturismo, integrados en la prestación de servicios, representa una alternativa de desarrollo importante para varias localidades a nivel nacional. Este modelo considera la provisión de un paquete de servicios, que contempla alojamiento y servicios complementarios, como alimentación y servicios de recreación y esparcimiento.

2.1 El Turismo Rural

El deterioro del medio natural y la pérdida de identidad cultural ha llevado en los últimos años a una progresiva valoración del medio ambiente, que no sólo ha dado lugar a una corriente específica de turismo, sino también a la necesidad de que instalaciones, productos y destinos turísticos tengan en su concepción y desarrollo determinados componentes medioambientales, que cada vez se identifican más con la calidad turística. Aunque con menor intensidad, algo similar ha ocurrido con los aspectos culturales, sobre todo con aquellos relacionados con las costumbres, valorándose de forma creciente lo auténtico y lo tradicional.

El desarrollo de estas tendencias ha hecho que el ‘segmento rural y de naturaleza’, en sus diferentes versiones, se desarrolle como nunca lo había hecho antes. En este sentido, el turismo rural se entiende como el conjunto de actividades turísticas que se realizan en los medios rurales y que se basan en las ventajas que presenta el entorno natural y humano específico de esas zonas (FIA. Agroturismo y Turismo Rural). Así, el rasgo distintivo de los productos del turismo rural es la intención de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y que, en la medida de lo posible, participen en las actividades, tradiciones y estilos de la vida de la población local.

Por otra parte, el turismo rural ha demostrado ser una valiosa herramienta para el desarrollo de las economías rurales en crisis. Por su propia definición, es una actividad ambientalmente sostenible, económicamente viable y equitativa con la población local, si se logra integrar en el entorno natural, socioeconómico y cultural de la zona.

Las características más importantes que destacan el turismo rural como un producto turístico diferenciado de otros productos vacacionales convencionales, son:

- **En lo económico:** El turismo rural se integra en la economía local, ya que se trata de explotaciones a pequeña escala, controladas por empresarios locales. Por consiguiente es una actividad económica adicional, que podría servir para dinamizar las zonas rurales.
- **En lo ambiental:** El entorno natural es un aspecto clave para la actividad de turismo rural. Con el fin de garantizar la conservación y protección del medio ambiente es importante llevar

a cabo una planificación equilibrada y seguir mejorando la gestión de las empresas familiares campesinas.

- **En lo social:** El turismo rural mantiene una vinculación estrecha con la vida de la comunidad, creando oportunidades para grupos tradicionalmente desfavorecidos en el medio rural, como los jóvenes, las mujeres y los ancianos.
- **En lo cultural:** En vista de la importancia que dan los visitantes a la cultura y tradiciones locales, el turismo rural tiene un papel fundamental en la preservación y recuperación, a largo plazo, de las mismas (gastronomía, artesanía, folklore, costumbres, actividades tradicionales, etc.).
- **En lo patrimonial:** La valoración del patrimonio rural construido supone un aliciente para la recuperación y conservación de la arquitectura tradicional, las prácticas agrícolas, el paisaje y las costumbres.

Esta tendencia se ve favorecida por un mercado turístico en crecimiento. En Chile, el año 2008 la llegada de turistas creció 6,9%, comparado con el año anterior. El año 2009, la situación económica mundial, producto de la crisis financiera internacional, sumada a la presencia del virus de la influenza humana afectó la llegada de visitantes, registrándose una disminución de aproximadamente el 1,2%, respecto del año 2008. A pesar de ello, el ingreso de divisas al país superó los 1.972 millones de dólares.³

Dentro de las principales motivaciones para visitar Chile se señalan los atractivos naturales y paisajes (66,6%) y atractivos culturales (28,2%). Por otro lado, los principales destinos para turistas nacionales son la novena-décima región y playas, cada una con un 20%.⁴

No obstante las cifras alentadoras, en cuanto a la llegada de turistas, Chile registra un constante retroceso en el ranking de competitividad turística elaborado por el WEF (World Economic Forum), situándose el año 2009 en el lugar 57; mientras que el año 2008, se ubicaba en el lugar 51 y el año 2007, en el lugar 45.

De acuerdo al ranking del año 2009 las grandes fortalezas de Chile no están directamente ligadas al sector turismo, sino más bien a aspectos estructurales del país como las reglas de política y regulaciones (lugar 19) y la seguridad del país (lugar 38). Sin embargo, en aquellos factores que tienen que ver con la industria turística, propiamente tal, el país está mal posicionado como por ejemplo, en el desarrollo sustentable de la actividad turística – (lugar 64), en la prioridad de la autoridad hacia el sector turismo (lugar 77), en infraestructura turística (lugar 69) y en la percepción nacional del turismo, lugar 111.⁵ Finalmente, es importante señalar que el turismo es un factor estratégico de desarrollo para el país, convirtiéndose en un elemento de descentralización y crecimiento territorial, generando nuevas oportunidades laborales.

³ Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Cuenta pública 2010

⁴ Encuesta Temporada de Verano 2007, ACHET

⁵ Ver nota 3.

2.2 Tipos de turismo rural

Existen diversas modalidades de Turismo Rural, entre las que se encuentran el ecoturismo, el turismo de aventura, el etnoturismo y el agroturismo.

Ecoturismo

Modalidad de turismo ambientalmente responsable, de bajo impacto, que promueve la conservación del medio ambiente y propicia la inclusión activa y socioeconómicamente benéfica de las poblaciones locales. Quienes lo practican se caracterizan por ser usuarios de origen urbano, principalmente respetuosos e informados de las costumbres del lugar que visitan. Es importante destacar la necesidad de que el turista encuentre la naturaleza en un estado lo menos intervenido posible, por lo que la mayor parte de la infraestructura ligada a la actividad, debe estar situada en la periferia del área a visitar.

El desarrollo de esta actividad en Chile ha estado impulsado por el fomento de CONAF al uso intensivo de algunas áreas del Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado (SNAS-PE) para la recreación y el turismo. Actividades ligadas al ecoturismo son la observación de flora y fauna, el senderismo y el camping.

Turismo aventura

Esta modalidad de turismo se refiere a aquella en que se realizan actividades específicas que utilizan el entorno o medio natural como soporte físico y recurso, para producir en los turistas determinadas emociones y sensaciones de descubrimiento y de exploración, y que implican cierto empeño, actividad física y riesgo controlado.⁷

Etnoturismo

Esta modalidad de turismo comprende todos los instrumentos y medios por los cuales se desarrolla la actividad turística tendiente a dar a conocer la forma de vida, cultura y costumbres de los pueblos originarios.⁸

Agroturismo

Se define como un tipo de turismo que se lleva a cabo en explotaciones agropecuarias combinando recreación tradicional y contacto con la vida del predio, conociendo el modo de vida rural y las tradiciones agrícolas. Las principales actividades productivas que sustentan el agroturismo son aquellas propias de las explotaciones rurales como: cosecha, ordeña, rodeo, trilla, elaboración de conservas, asistencia en la alimentación y cuidado de los animales entre otros. Toda esta oferta se basa en un espacio natural modificado por el ser humano, pero que conserva gran parte del carácter “natural” de sus recursos: el medio rural agropecuario.⁹

En Chile, a mediados de los años noventa, el INDAP y SERNATUR dieron un fuerte impulso a esta actividad a nivel de agricultura campesina.

⁶ Ley N° 20.423 de 2010, Del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo.

⁷ Idem Nota 6.

⁸ Idem Nota 6.

⁹ FIA – Universidad Austral de Chile. Agroturismo en Chile: Caracterización y Perspectivas. 2007.

2.3 Legislación relacionada con la actividad turística

A continuación se mencionan los principales cuerpos legales que tienen relación con la actividad turística en el país, dentro de las cuales destacan la Ley N° 20.423 que establece el Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo y aquellos que norman el resguardo sanitario de las instalaciones y servicios turísticos.

Ley N° 20.423 Del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo

En febrero del año 2010 se promulgó la Ley N° 20.423, que establece la nueva institucionalidad del turismo en Chile, en la cual se destacan, entre otros aspectos los siguientes:

- El reconocimiento del turismo como actividad estratégica para el desarrollo del país.
- La participación público-privada, local y regional, en la adopción de las políticas nacionales de turismo.
- La regulación de la calidad y seguridad de los servicios turísticos, a través de un proceso normado de certificación (Sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos).
- El resguardo de las áreas con condiciones especiales para la atracción turística.
- El reconocimiento de un desarrollo turístico sustentable.

De acuerdo a esta Ley, el Sistema de Clasificación, Calidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos “comprende un registro de los servicios turísticos agrupados por tipo, de acuerdo a las definiciones establecidas en el reglamento; y la constatación del cumplimiento de los criterios de calidad y estándares de seguridad establecidos en aquél y en las normas técnicas correspondientes, según sea el caso”. Al respecto, en diciembre de 2009 se firmó un convenio entre el Instituto Nacional de Normalización y Sernatur, el cual permitirá revisar las normas técnicas y crear nuevas normas de calidad, durante los años 2010 y 2011.¹⁰

Por otra parte, para efectos de clasificar un servicio o establecimiento turístico, en el Servicio Nacional de Turismo existirá un Registro Nacional de Clasificación, en el cual se podrán inscribir, voluntariamente, los prestadores de servicios turísticos, sin costo alguno, y podrán someterse a las certificaciones de calidad, de conformidad con las disposiciones contenidas en la Ley N° 20.423 y sus normas complementarias. El proceso de certificación de calidad, al igual que la inscripción en el registro, es de carácter voluntario y su costo es de cargo de quienes se sometan a este proceso.¹¹

La certificación de calidad consiste en la constancia que otorga algún organismo certificador reconocido que acredita el nivel del servicio turístico que entrega un prestador determinado, de acuerdo a los requisitos que se establezcan en las normas técnicas correspondientes. Según lo señalado en la Ley, esta certificación le dará derecho a los prestadores de servicios turísticos a obtener el Sello de Calidad del Servicio Nacional de Turismo, que será de carácter promocional y gratuito. Este sello le dará derecho a los prestadores de servicios turísticos que lo posean, a ser incorporados en las estrategias promocionales públicas que se desarrollen y también lo podrán utilizar en el material publicitario o de promoción propia que dispongan.

¹⁰ En el Anexo I, se entrega un listado de las normas vigentes del INN, que tienen relación con los servicios de alojamiento turístico que pudieran desarrollar representantes de la agricultura familiar campesina.

¹¹ Para el caso de los pequeños y medianos empresarios, existe el programa Servicios Turísticos de Calidad (CORFO) orientado a dueños de un alojamiento turístico, cuyas ventas no superen las 100.000 UF anuales. Este programa subsidia la contratación de una consultoría para la implementación y parte del costo de la auditoría de la verificación de sistemas de gestión de calidad de servicios turísticos en empresas de este sector, en base normas chilenas oficiales de turismo.



D.S. N° 301 de 1984, Ministerio de Salud

Este documento corresponde al “Reglamento sobre condiciones sanitarias mínimas de los campings o campamentos de turismo” y establece, tal como su nombre lo indica, las condiciones sanitarias mínimas que deben cumplir los recintos públicos o privados, ubicados preferentemente en zonas no urbanas, que tienen como destino albergar a personas que hacen la vida al aire libre con fines de recreación, en casas rodantes, carpas y otras instalaciones similares.

Entre otras cosas, señala que le corresponde al Servicio de Salud del territorio donde está ubicado el camping, otorgar la autorización sanitaria para el funcionamiento de estos recintos, requisito previo para la otorgación de la patente, por parte de la Municipalidad. Además establece el tipo de terrenos donde se pueden instalar campings, las medidas de prevención, en caso de cercanía de líneas férreas o caminos principales, los sistemas de recolección de aguas servidas y basura, el agua potable y servicios higiénicos, y las medidas mínimas para los primeros auxilios.

D.S. N° 977 de 1997, Ministerio de Salud

Este “Reglamento sanitario de los alimentos” establece las condiciones sanitarias a las que deberá ceñirse la producción, importación, elaboración, envase, almacenamiento, distribución y venta de alimentos para uso humano, con el objeto de proteger la salud y nutrición de la población y garantizar el suministro de productos sanos e inocuos.

Señala los principios generales de higiene de los alimentos, de los aditivos alimentarios, de los contaminantes, de la congelación de alimentos, de las leches y productos lácteos, de los helados y mezclas de helados, de las grasas y aceites comestibles, de los alimentos cárneos, de los pescados y mariscos, de los huevos, de los alimentos farináceos y las levaduras de panificación, de los azúcares y de la miel, de los productos de confitería y similares, de las conservas, de los encurtidos, de las comidas y platos preparados, del agua potable, las aguas minerales y del hielo, de las bebidas analcohólicas y las sanciones respectivas.

Ley de Bases del Medio Ambiente (Ley N° 19.300)

De acuerdo a lo establecido en esta Ley, los proyectos de desarrollo turístico en zonas que no estén comprendidas en: planes regionales de desarrollo urbano, planes intercomunales, planes reguladores comunales, planes seccionales, proyectos industriales o inmobiliarios que los modifiquen o que se ejecuten en zonas declaradas latentes o saturadas, susceptibles de causar impacto ambiental, en cualesquiera de sus fases, deben someterse al sistema de evaluación de impacto ambiental.

Al respecto, en el artículo 3 del Reglamento de la Ley 19.300, se especifica que los proyectos de desarrollo turístico que deben ingresar al sistema de evaluación de impacto ambiental son aquellos que contemplen obras de edificación y urbanización destinados, en forma permanente, al uso habitacional y/o de equipamiento para fines turísticos, tales como centros para alojamiento turístico; campamentos de turismo o campings; sitios que se habiliten en forma permanente para atracar y/o guardar naves especiales empleadas para recreación; centros y/o canchas de esquí, playas, centros de aguas termales u otros, que contemplen al menos, una de las siguientes especificaciones:

- superficie construida igual o mayor a cinco mil metros cuadrados (5.000 m²);
- superficie predial igual o mayor a quince mil metros cuadrados (15.000 m²);
- capacidad de atención, afluencia o permanencia simultánea igual o mayor a trescientas (300) personas;
- cien (100) o más sitios para el estacionamiento de vehículos;
- capacidad igual o superior a cien (100) camas;
- cincuenta (50) sitios para acampar, o
- capacidad para un número igual o superior a cincuenta (50) naves.

2.4 Descripción del modelo de gestión aprendido

La puesta en valor de los resultados, experiencias y lecciones aprendidas, a partir del proyecto precursor, permite conformar una estrategia de gestión “aprendida”, orientada a las familias campesinas y que les permita incrementar sus ingresos, mediante la provisión de servicios de turismo rural como una actividad económica complementaria a la silvoagropecuaria. Este modelo de gestión considera el desarrollo de microcentros de turismo rural, integrados en red para la prestación de servicios y bienes turísticos.

El modelo valoriza el entorno natural, cultural y productivo de las familias campesinas, el cual es capitalizado en el diseño de productos y servicios turísticos que permiten a los visitantes tener un contacto directo con personas de otra cultura; brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y de participar en las actividades, tradiciones y estilos de la vida de la población local.

En el caso específico del proyecto precursor, esta estrategia de gestión se materializó en la experiencia desarrollada por familias campesinas mapuches, de la ribera del río Chol-Chol, que desarrollaron microcentros de turismo rural, integrados en la prestación de servicios turísticos basados en el etnoturismo. Contemplan alojamiento, en cabañas que rescatan el estilo constructivo mapuche, pero con la integración de la comodidad moderna; más servicios complementarios como alimentación, servicios de recreación y esparcimiento, tales como paseos en caballo, en carreta, caminatas, paseos en bote y participación en faenas agrícolas, entre otros.

2.5 Modalidad operativa

La implementación de la estrategia de gestión aprendida considera la participación de familias campesinas, ubicadas en zonas con atractivos paisajísticos o culturales, que permiten desarrollar una oferta de turismo rural y que posean la motivación y las capacidades personales para desarrollar una actividad de este tipo, tales como, resolución de problemas, manejo de conflictos, empatía e inteligencia emocional.

La estrategia considera que las familias se agrupen en organizaciones, las que constituyen una instancia donde ellas mismas acuerdan las estrategias y acciones necesarias para llevar a cabo su proceso productivo y comercial. En su proceso de desarrollo es importante que la organización cuente con asesoría técnica, que aporte elementos estratégicos al proceso y preste apoyo a los participantes en su desarrollo organizacional, gestión productiva y comercial, principalmente en aquellos aspectos que escapan al conocimiento de la organización.

2.6 Estrategia de ejecución

La estrategia de implementación involucra la realización de las siguientes etapas:

- a. Diagnóstico de los atributos turísticos y selección de los participantes;
- b. Diseño de la oferta turística;
- c. Organización de los beneficiarios;
- d. Cumplimiento de la normativa legal;
- e. Adaptación de equipamiento e instalaciones;
- f. Capacitación y asistencia técnica;
- g. Diseño de estrategia de marketing y comercialización.

El logro de cada una de estas etapas es condición necesaria para el éxito en la implementación del modelo de gestión aprendido.

a. Diagnóstico de los atributos turísticos y selección de participantes

El objetivo de esta etapa es identificar el potencial de la zona y de los predios para desarrollar un producto atractivo de turismo rural y seleccionar los participantes que cumplan con las condiciones de motivación y capacidades personales necesarias para desarrollar una actividad de este tipo.

Para cumplir con este objetivo se debe realizar primero un diagnóstico de los atributos paisajísticos y culturales, así como de la disponibilidad de infraestructura, equipamiento y servicios, tanto en el área de estudio como en los predios que potencialmente podrían participar.

En el caso del proyecto precursor, éste consideraba originalmente la construcción de diez cabañas distribuidas en tres localidades, pero debido a las características de los predios y la falta de motivación de algunos beneficiarios preseleccionados, se decidió concentrar el esfuerzo en sólo ocho familias distribuidas en dos localidades.

El equipo técnico encargado del proyecto, en las entrevistas realizadas, indican que ya en la etapa de diagnóstico era posible detectar que algunas de las familias beneficiarias no tenían las habilidades, ni la motivación suficiente para desarrollar una actividad de este tipo, lo cual se ratificó en la práctica ya que estas familias no se han dedicado al desarrollo de esta actividad. Por el contrario, aquellos que mostraban mayor motivación y habilidades emprendedoras, son los que hoy muestran un mayor éxito en esta actividad.

Una vez realizado el diagnóstico “físico” y la preselección de un conjunto de predios que cumplan con condiciones favorables, es fundamental identificar si estas familias están motivadas a desarrollar una actividad de este tipo y poseen las habilidades personales que se requieren para trabajar en turismo rural, ya que el carácter y la personalidad de cada persona determina la forma en que se llevarán adelante estas actividades. Algunas de las habilidades requeridas es la capacidad emprendedora, capacidad de asumir riesgos en el trabajo y de afrontar y superar situaciones problemáticas, entre otras. Se debe tener presente que en esta actividad el servicio que se entrega no mucho más que el solo “alojamiento”, ya que la principal motivación de los visitantes es integrarse a las actividades y modo de vida de las familias. Además, muchas veces, los clientes serán de culturas muy distintas a la local, lo cual demanda de quienes se dediquen a esta actividad, de una disposición y habilidades especiales, las cuales difícilmente pueden ser adquiridas mediante capacitación.

b. Diseño de la oferta turística

El propósito de esta actividad es la creación de una nueva oferta de servicios turísticos basada en la diversidad y riqueza de la cultura campesina, donde las familias son las anfitrionas y gestoras de los servicios ofrecidos.

Es importante que, en esta etapa, exista una activa participación de las familias y la comunidad, de manera que los servicios y productos turísticos diseñados respondan a la cultura y tradición campesina y generen un compromiso y sentido de pertenencia en las familias seleccionadas.

Se debe tener presente que, dada la escala de producción de esta actividad, resulta difícil que un predio o familia provea de todos los servicios requeridos, por lo que resulta fundamental generar una red de servicios, en la que no sólo participarán las familias beneficiarias, sino también otras familias o comunidades que posean atributos interesantes de explotar desde la perspectiva del turismo rural, por ejemplo, visitas a artesanos, participación en fiestas o ceremonias, visita a museos temáticos cercanos, entre otros.

El proyecto precursor fue implementado en las zonas de Huiñoco y El Peral, IX Región, que alberga comunidades mapuches que mantienen gran parte de sus tradiciones.

Cada una de las cabañas se ubica en el predio de una familia, la que además del servicio de alojamiento entrega servicios de alimentación, abasteciéndose de insumos de otras familias locales. Paralelamente, la comunidad puede ofrecer productos y servicios complementarios, tales como cabalgatas a caballo, guía en rutas de trekking, paseos en botes, productos gastronómicos regionales, artesanía, participación en mingakos (producción de lana o cosecha de productos agrícolas), entre otros. Por ejemplo, algunos de los circuitos diseñados consideran la visita a una artesana mapuche que muestra el proceso de fabricación de una manta de Cacique; la visita a mujeres tejedoras o al Museo Mapuche Germán Grandón (museo particular).

c. Organización de los beneficiarios

El propósito es agrupar y organizar a los grupos de beneficiarios en una Red, para que puedan desarrollar nuevos productos y venderlos directamente, o por medio de agencias de viajes, en el mercado nacional e internacional. Junto con esto, es importante fortalecer la identidad colectiva del grupo, de manera que aprendan a trabajar en conjunto para el logro de un objetivo común.

La existencia de una organización permite representar y defender los intereses empresariales del grupo y es clave para poder negociar o acceder a apoyos estatales. Los beneficios y las economías de escala que se obtienen por esta representación, son mayores que la pérdida de individualidad o el costo de las cuotas para su mantenimiento.

Las familias que formaban parte del proyecto precursor se agruparon mediante una Asociación Indígena llamada “Inaltuleufu Epu”. Esta asociación les permitió postular a proyectos complementarios con otras instituciones; sin embargo, en la actualidad esta organización no se encuentra activa debido a diferencias de intereses entre los participantes.

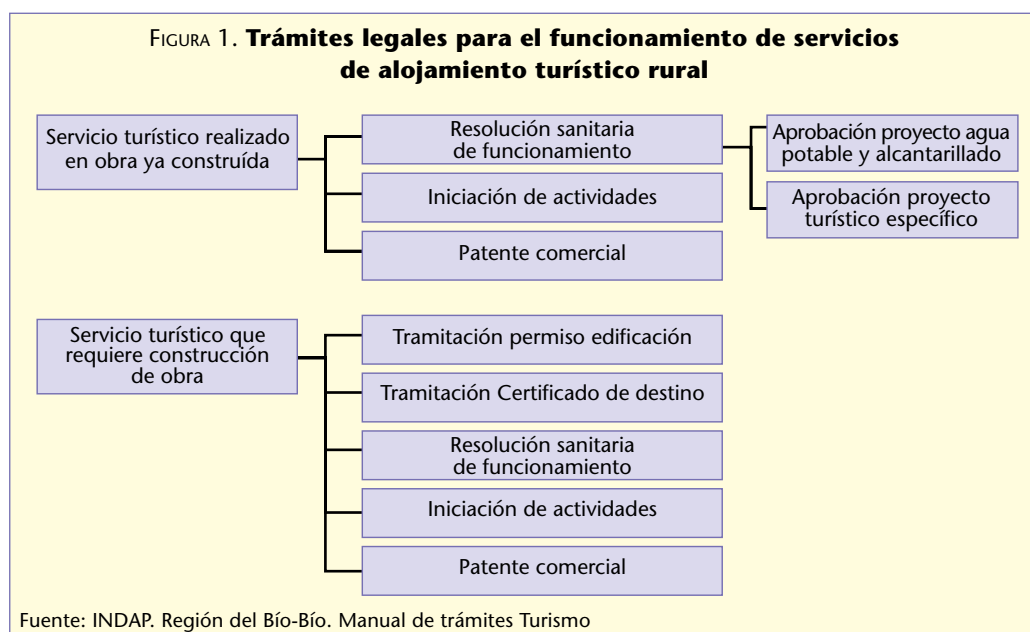
d. Cumplimiento de la normativa legal

La organización debe considerar, dentro de los trámites legales para su funcionamiento la resolución sanitaria de funcionamiento para los distintos lugares que se utilizarán para prestar el servicio de alojamiento turístico, iniciación de actividades y patente comercial, entre otros.

La resolución sanitaria de funcionamiento se tramita en la Secretaría Regional Ministerial de Salud o en las Oficinas Provinciales, para lo cual se requiere tener aprobado el proyecto de agua potable rural y alcantarillado y el proyecto turístico específico (cabañas, camping, restaurante, otros).

Los proyectos de agua potable y alcantarillado deben ser aprobados por la Empresa de Servicios Sanitarios o la Autoridad Sanitaria, según sea el caso: obras conectadas a la red pública o a la construcción de sistemas particulares de agua potable y alcantarillado. Mientras que la aprobación del proyecto turístico se tramita en las Secretarías Regionales Ministeriales de Salud.

En el caso que el proyecto turístico implique la construcción de obras nuevas, se debe además tramitar ante la Municipalidad el permiso de edificación correspondiente y el certificado de destino, que autoriza a ejercer el giro comercial que desea. En la Figura 1 se resumen los trámites legales que deben ser considerados en la implementación de un proyecto turístico de servicios de alojamientos.





Además de los trámites anteriores, es importante confirmar con la autoridad ambiental de la región (COREMA), si el proyecto cumple con los requisitos para ingresar al sistema de evaluación de impacto ambiental y si corresponde realizar una declaración de impacto ambiental (DIA) o un estudio de impacto ambiental (EIA). En el caso del proyecto precursor, esto no fue necesario, por considerarse que el proyecto no afectaba el medio en que se realizaría, estimándose incluso, que contribuía a su conservación.

e. Adaptación de equipamiento e instalaciones

El objetivo de esta etapa es mejorar las condiciones del equipamiento e instalaciones de las familias, de manera de dejarlas en un estándar de calidad adecuado para entregar un producto de turismo rural.

Se debe tener presente que, desde la perspectiva del cliente de turismo rural, el alojamiento cobra un valor secundario frente a la oferta recreativa y de actividades y, por lo tanto, el contenido fundamental del turismo rural no es la propuesta hotelera y por esto, el alojamiento debe ser armónico y consistente con la oferta recreativa y cultural que se propone. En este sentido, las inversiones en adaptación de equipamiento e instalaciones deben ser las mínimas necesarias para entregar una oferta de calidad aceptable y que cumpla con la normativa vigente (autorización sanitaria correspondiente), sin alterar la identidad local y aprovechando al máximo la ocupación de recursos ociosos, tanto de capital, como de mano de obra.

El proyecto precursor contempló las siguientes inversiones en adaptación de equipamiento e instalaciones:

- Construcción de cabañas, que contemplaban elementos de la arquitectura tradicional Mapuche adaptados a los requerimientos de comodidad actuales.
- Instalación de servicio de agua potable -con base en pozos individuales- para las familias de la localidad el Huiñoco (financiamiento Fosis).
- Plantación de especies nativas, especialmente aquellas que tienen relación con la tradición Mapuche, como el canelo. El objetivo fue mejorar las condiciones paisajísticas de algunos predios.

f. Capacitación y asistencia técnica

Los recursos humanos son la base para el éxito del turismo rural. El objetivo de esta etapa es elevar la competitividad de los miembros de la red de turismo, desarrollando en las familias beneficiarias capacidades que permitan cumplir con los estándares de calidad del turismo rural. Para ello resulta fundamental desarrollar cursos de capacitación en temas como administración e higiene y manipulación de alimentos, entre otros. Además, es relevante que las familias participantes conozcan experiencias de turismo rural y las vivan como clientes, de modo que comprendan la labor que desempeñarán y el nivel de calidad que deben tener los productos turísticos que van a ofrecer.

Por otra parte, es necesario entregar asistencia técnica a la red de turismo, tanto en su implementación, como durante la primera etapa de funcionamiento (seguimiento), de manera de identificar los aspectos deficitarios y los problemas operativos que se presentan. Es en esta etapa donde se debe aprender lecciones y corregir el proyecto para garantizar su continuidad.

Además de los talleres y cursos teóricos realizados, el proyecto precursor contempló visitas a terreno para que los beneficiarios del proyecto conocieran y vivieran la experiencia de turismo rural. Las visitas realizadas fueron siguientes:

- Visita al lago Lleu Lleu, VIII Región, para conocer la experiencia vivida por familias Mapuches en la prestación de servicios turísticos, principalmente camping y cabañas.
- Visita a Weche Ruca, Centro Etnoturístico, ubicado en una zona rural de la comuna de Padre Las Casas.
- Visita a Camping Boyeco, localizado en la comuna de Cunco.
- Gira tecnológica a la isla de Chiloé, para conocer y aprender de la experiencia de la Red de Agroturismo de Chiloé.

g. Diseño estrategia de marketing y comercialización

El propósito es crear canales para la comercialización de los paquetes y productos de turismo rural, para generar demanda en mercados potenciales. Las actividades de esta etapa incluyen la elaboración de un plan de marketing, el desarrollo de una marca para identificarse en el mercado turístico y la elaboración e implementación de un plan de promoción.

Tanto para el diseño del plan de marketing como para la implementación del plan de promoción, resulta importante involucrar a las agencias de viajes e instituciones afines al turismo, ubicadas en zonas cercanas, pues son factores claves para el éxito del proyecto, particularmente en la captación de público. Se debe tener en cuenta que internet y las tecnologías de comunicación ofrecen excelentes oportunidades para el turismo rural en aspectos de promoción y comunicación, ya que permiten superar el tradicional aislamiento de las comunidades rurales.



Señalética informativa de servicios turísticos, Familia Namoncura Lienqueo

De acuerdo a lo que indican las técnicas en marketing y publicidad, frente a un mundo competitivo y cambiante como el actual, las estrategias que pueden garantizar más posibilidades de éxito y que han sido probadas en diferentes sectores son:

- Crear una experiencia única para el consumidor. Se trata de conseguir que el cliente viva una experiencia excepcional, única, diferente, que lo haga estar dispuesto, incluso a pagar más dinero, por un producto o servicio similar al que pueda encontrar en la competencia. En el caso del proyecto precursor, estaría dado por la experiencia de compartir con la cultura y tradiciones de familias mapuches.
- Reinventar el modelo de negocio. En ocasiones, por más que se intente mejorar el producto o servicio añadiéndole características o funcionalidades, eso no es suficiente para alcanzar el objetivo emprendido. En esos casos es recomendable hacer un alto y plantearse cuál es el verdadero modelo de negocio que se pretende alcanzar y tratar de reinventarse, no enfocándose en hacerlo mejor, sino en hacerlo diferente.
- Ofrecer calidad máxima en los productos y un diseño atractivo que cumpla con las expectativas del consumidor.
- Centrarse en nichos de mercado. Es importante identificar el segmento del mercado al que estará dirigido el producto o servicio, de manera que éstos apunten a satisfacer esa demanda específica, ya que los gustos, preferencias y necesidades de las personas son distintas de acuerdo a la edad, sexo, nivel socioeconómico, entre otros factores.
- Ser innovador: Si el cliente percibe que la empresa está en continuo lanzamiento de productos o servicios, que suponen ir un paso adelante, lo prefiere respecto a la competencia.

► 3. Alcances del Modelo

El principal producto del **desarrollo de microcentros de agroturismo** es la generación de una nueva alternativa de turismo en Chile que, por un lado, genera una fuente alternativa de ingreso a los pobladores, mediante la explotación de sus propias experiencias y, por otro lado, entrega a los visitantes una oportunidad de conocer y valorar las culturas locales existentes en el país.

Con el objetivo de mantener el patrimonio cultural, base de los atractivos turísticos de este tipo de centros, la capacidad -medida como el número de personas que pueden ser atendidas simultáneamente- no puede ser muy grande, ya que su impacto en la localidad donde se ubique no puede transformar el principal patrimonio: su cultura.

Por otro lado, si bien para las familias resulta ser un incremento significativo en sus ingresos, estos son altamente estacionales, y su mejor época es durante los meses de verano.

Aún cuando el modelo fue sistematizado, sobre la base de las experiencias y lecciones aprendidas durante su aplicación en la IX Región, la universalidad de su esquema, así como la similitud de las limitantes genéricas de la agricultura familiar campesina nacional, hacen que el mismo tenga validez en otros ámbitos territoriales del país.

► 4. Claves de la viabilidad del proyecto

Potencial Turístico de la Zona

La primera clave de éxito es que la localidad debe poseer suficiente número de atractivos turísticos interesantes y de calidad, de acuerdo a las motivaciones del perfil de los visitantes que se espera atender.

Metodología de Selección de Beneficiarios

Para la ejecución de proyectos similares un determinante de éxito es la metodología de selección de los beneficiarios. Esta metodología debería considerar la definición de indicadores de aspectos tan relevantes como difíciles de medir, como es la motivación, la capacidad emprendedora, la capacidad para asumir riesgos en el trabajo y para afrontar y superar situaciones problemáticas, entre otras.

Plan de Promoción y Canales de Distribución

El plan de promoción debe ser afín al perfil de los visitantes esperados los canales de distribución deben estar definidos previamente. No sólo es importante definir productos y servicios interesantes, sino también prever cómo los turistas podrán tener acceso a esta nueva oferta turística.

Compromiso y Motivación de los Actores Involucrados

Finalmente resulta fundamental el compromiso de todos los actores, ya que la impresión que se lleve el visitante y, por lo tanto, sus posteriores recomendaciones a terceros, dependerá de todos que participaron en su experiencia turística.

Por esto mismo, es de suma importancia que mediante la participación activa de los beneficiarios en las etapas de planificación y diseño, se genere en ellos un sentido de pertenencia, que garantice un compromiso con la actividad turística.

► 5. Asuntos por resolver

El desarrollo de microcentros de turismo rural integrados **en red** requiere la activa participación del sector público, tanto en el nivel local como regional. Este apoyo debe materializarse en asistencia técnica y financiera durante la etapa de diagnóstico, diseño e implementación de los microcentros. Además, particularmente a nivel local, debe fomentarse la actividad turística y una identidad cultural que potencie la actividad en la zona.

SECCIÓN 2

El proyecto precursor

► 1. El entorno económico y social

Marco Social

La Región de la Araucanía se caracteriza por concentrar la mayor cantidad de población indígena en Chile, equivalente al 29,6% de la población indígena total del país, según el censo del año 2002.

En este contexto, las comunas de Nueva Imperial y Cholchol, dos de las 54 comunas de la región, albergan el 4,5% de la población total de la región, de los cuales el 53,4% es población mapuche, lo que equivale a 21.183 personas, agrupado en aproximadamente 5.950 hogares.

De acuerdo a la encuesta CASEN del año 2009, la Región de la Araucanía es la región del país con mayor proporción de hogares bajo la línea de la pobreza, con un 27,1%, seguida por la Región del Bío Bío, que tiene un 21% de los hogares en esta condición. Además junto con la región de Atacama, fue la que mostró el mayor aumento de hogares en condición de pobreza, respecto del año 2006 (7 y 6 puntos porcentuales respectivamente). Esto significa que dichos hogares tienen un ingreso, medido en pesos de noviembre de 2009, inferior a \$43.242 en la zona rural, e inferior a \$64.134, en la zona urbana.



Todos los componentes descritos anteriormente están cruzados por las características propias de las familias Mapuche, que se encuentran en un régimen de sobrevivencia, viviendo en reducciones indígenas, sobre la base de una migración temporal, y conformadas por una población en franco envejecimiento. En las comunas de Nueva Imperial, Chol-Chol y sus alrededores presentan medianos rasgos de transculturación, pero con mayor fuerza que en el resto de las comunas de la región, aún mantienen las características más importantes de su cultura y tradiciones, en aspectos como habitación, alimentación, vestuario, juegos, creencias, religiosidad y cosmovisión.

Marco Económico

Según el perfil de dinámica económica regional Abril-Junio 2008 publicado por el INE, en la Región de la Araucanía, pese a que la fuerza laboral cayó en un 1%, el número de personas ocupadas disminuyó en un 4,9% respecto al mismo periodo 2007, obteniéndose un aumento de la tasa de cesantía en la región de un 7,9%.

Según estadísticas del Banco Central para el año 2006, después de los servicios personales, las principales actividades económicas de la región son la Industria Manufacturera (16,0%) y el sector Agropecuario-Silvícola (11,1%). Por otro lado, de acuerdo al perfil de dinámica regional Abril-Junio 2008 publicado por el INE, el 88,3% de las exportaciones de la región se concentra en el sector industrial, el cual tuvo un crecimiento de un 20,7%, explicado principalmente por la industria de la celulosa, papel y cartón. Mientras que en el sector de la Agricultura decreció en un 43,7%, en comparación a igual periodo del año 2007.

Lo anterior permite dimensionar cómo la industria forestal toma cada vez más importancia en la región, en desmedro de la agricultura.

En esta realidad, las familias asentadas en las zonas de desarrollo del proyecto, se dedican principalmente a la agricultura para consumo interno, con cultivos tradicionales como el trigo y avena, además de una muy insipiente ganadería.

El problema central en la zona es la falta de alternativas de ingreso económico de las familias campesinas y especialmente en las comunidades indígenas, así como la desaparición e inutilización de espacios medioambientales de enorme importancia, desde el punto de vista ecológico y un gran potencial turístico.

A raíz de lo anterior, se requiere desarrollar e incentivar la búsqueda de nuevas alternativas, que sean complementarias a las exportaciones agrícolas tradicionales y fomenten las potencialidades inherentes de sus habitantes

El Turismo en la Zona

En el informe Comportamiento de Turismo Receptivo, publicado por SERNATUR el año 2007, se señala que la llegada de turistas al país se incrementó en un 10,3% respecto al año 2006, aportando divisas equivalentes al 20,5% de las exportaciones por concepto de prestación de servicios. En el informe de coyuntura N°1 del año 2008 publicado por la misma institución, correspondiente al periodo enero-mayo, informa que la llegada de turistas creció un 9,7%, respecto a igual periodo del año 2007. Dentro de las principales motivaciones para visitar Chile aparecen los atractivos naturales y paisajes (66,6%) y atractivos culturales (28,2%).

De acuerdo a los resultados de la Encuesta Temporada de Verano 2007, publicados por ACHET, los principales destino para turistas internos son las regiones IX y X y playas, cada una con un 20%. La zona más explotada turísticamente en la región es el sector de Pucón y Lago Villarrica. Sin

embargo, principalmente para el turismo nacional, se están incorporando las zonas al interior de Temuco como destino turístico, gracias al desarrollo de nuevas formas de hacer turismo, como el ecoturismo, turismo de aventura, etnoturismo, agroturismo, etc. Esto se refleja en el creciente interés por visitar áreas rurales donde se pueda tener acceso a conocer los modos propios de vida, las costumbres y el patrimonio cultural y arquitectónico.

El Plan de Acción 2006-2010 de SERNATUR presenta como estrategia posicionar a Chile como un destino turístico, cuyo eje sea el turismo basado en los recursos naturales y de intereses especiales. Para ello se considera, entre los ámbitos de trabajo, el fortalecimiento de la capacidad asociativa y de apoyo para integrar las Mypes a las cadenas productivas y a los canales de distribución del turismo. Esto, porque el gasto que realizan los turistas tiene un impacto redistributivo en la comunidad receptora, alcanzando muchas veces a pequeños productores u oferentes de servicios.

► 2. El proyecto precursor

El proyecto tiene como objetivo la incorporación del turismo rural como una opción para diversificar las fuentes de ingresos de las familias de la región, considerando el potencial de la zona.

El programa consistió en el diseño e implementación de dos microcentros de agroturismo en autogestión en los territorios indígenas de las riberas del Río CholChol de la comuna de Nueva Imperial. En ellos, el principal servicio ofrecido es el alojamiento, mientras que las demás actividades, como alimentación y recreación, constituyen los servicios complementarios. Cada uno de estos microcentros funciona como una red integrada en la prestación de servicios, donde diferentes familias ofrecen bienes y servicios que se complementan entre sí.

El proyecto benefició directamente a un total de ocho familias campesinas, ubicadas en los sectores de Huiñoco y El Peral. Se le entregó una cabaña donde se alojarían los turistas y la colaboración técnica en el diseño del modelo de negocio, bajo el cual se ofrecerían diversos servicios turísticos.

Durante el desarrollo del proyecto fue muy importante incorporar a los residentes locales en la planificación y ejecución de cada una de las actividades, de tal manera de generar su compromiso con el funcionamiento posterior de la iniciativa.

Al iniciarse la ejecución del proyecto se efectuaron reuniones de planificación con los integrantes del equipo técnico del proyecto: funcionarios Municipales de las áreas de Desarrollo Rural y Desarrollo Económico Local y directores regionales de los servicios que tendrían alguna relación con el proyecto: SERNATUR, SENCE, Asociación de Municipalidades Región de la Araucanía, SERCOTEC). En estas reuniones se planificaron las actividades a desarrollar y se obtuvieron opiniones y aportes en relación a la metodología a utilizar.

Luego, mediante la aplicación de una ficha familiar, se realizó el diagnóstico socio-productivo de los habitantes de las tres localidades que el proyecto consideraba inicialmente: Huiñoco, El Peral y finalmente Repocura. Esta información sirvió de base para la selección de los beneficiarios finales y la definición del producto a ofrecer.

Una vez seleccionadas las diez familias beneficiarias, se realizaron reuniones informativas y dos talleres de capacitación en aspectos ambientales, legales, sanitarios, a cargo de profesionales del Municipio y del Servicio de Salud.

En conjunto con las familias beneficiarias y de acuerdo a la información obtenida de la etapa de diagnóstico, se definieron los productos turísticos que serían ofrecidos y el equipamiento necesario.

Un arquitecto ayudó en el diseño de una cabaña que, además de ser cómoda y atractiva, incorporara elementos de la cultura mapuche. Además, se plantaron especies nativas con el objetivo de mejorar las condiciones paisajísticas del lugar.

Luego se desarrolló un programa de capacitación que incluyó talleres, experiencias prácticas y visitas técnicas, en los temas:

- Turismo.
- Conciencia Turística, dictado por SERNATUR.
- Administración de empresas agro-turísticas, dictado por INDECAP, financiado por SENCE.
- Higiene y manipulación de alimentos en la gastronomía turística Mapuche, dictado por CORPROA y financiado por SENCE.

Luego se desarrolló el plan de marketing, basándose en encuestas a agencias de viaje receptoras de la ciudad de Temuco; se determinó el precio de los productos y servicios y las estrategias de distribución y comunicación. El plan de promoción consistió en el levantamiento de un sitio web, publicación de un banner en un diario electrónico y la ubicación de tres gigantografías en las rutas aledañas. Estas estrategias fueron revisadas después de las primeras experiencias, traduciéndose en una baja de precios.

Con el apoyo de la Municipalidad de Nueva Imperial, en la parte administrativa y como ministro de fe, se constituyó una asociación indígena, Asociación Indígena Naltuleufu Epu, que tiene como objetivo brindarle continuidad al proyecto.

Cabe mencionar que debido a que el proyecto no contempló obras de urbanización que afectaran mayormente el medio ambiente, no fue necesario que éste ingresara al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SIA).

Este proyecto comenzó como idea de uno de los agricultores, quienes lo presentaron a la Municipalidad de Nueva Imperial, quien a su vez la presentó a FIA. Sin embargo, no sólo benefició a las familias que recibieron las cabañas, sino que a un gran número de otras familias que pudieron ofrecer servicios como venta de artesanía, gastronomía, guías, rutas, etc., y abastecer a las que entregan los servicios.

Problemas enfrentados

La primera dificultad que enfrentaron los ejecutores del proyecto fue la definición de parámetros objetivos para la selección de las familias beneficiarias, ya que, si bien las potencialidades del predio fue un aspecto relevante, lo más importante era la motivación de las personas, lo que no es posible medir en forma objetiva.

Como consecuencia, se tuvo que reducir el número de beneficiarios y localidades intervenidas. El proyecto contemplaba la implementación de tres microcentros: Huiñoco, El Peral y Repocura, con un total de diez familias beneficiarias. Sin embargo, debido al bajo interés que mostraron algunas familias, se eliminó el sector de Repocura y se redujo el número de beneficiarios a ocho.

La segunda dificultad enfrentada fue el tiempo de construcción de las cabañas, el que superó significativamente lo planificado, demorando las etapas posteriores y elevando los costos de

construcción previstos inicialmente. El problema radicó en la subestimación de los materiales necesarios, problemas logísticos de abastecimiento de los materiales y disminución de los trabajadores sujetos al programa de generación de empleo del municipio. Para enfrentar estas contrariedades, el equipo a cargo gestionó recursos adicionales, principalmente con FOSIS, que permitieron mejorar los procesos logísticos y la contratación de personal remunerado, según metas cumplidas.

Otra dificultad estuvo relacionada con la habilitación de servicios básicos en las cabañas. Por un lado, ninguna de las zonas intervenidas contaba con servicios básicos y FIA no puede financiar proyectos de esta naturaleza, razón por la que se gestionó financiamiento adicional. Por otro lado, para la habilitación de agua potable y alcantarillado se requiere de gran cantidad de documentación y tiempo de tramitación, lo que no estaba contemplado en la planificación inicial del proyecto.

Paralelamente, el año 2004 se modificó la división política y administrativa de Chile, y se creó la comuna de Cholchol, segregando de la comuna de Nueva Imperial el sector de Huiñoco. Este cambio administrativo dejó al proyecto sin respaldo municipal en dicho sector, porque no formaba parte de los proyectos prioritarios de la nueva comuna.

Finalmente, si bien el proyecto quedó suficientemente bien definido, las dificultades descritas ocasionaron que algunos productos turísticos no se pudieran ofrecer por falta de insumos. Por ejemplo, debido a la ubicación de las cabañas no fue posible abastecerlas a todas de servicios básicos. Tampoco ha sido posible ofrecer en las agencias de viaje de Temuco, visitas por el día a centros agrícolas mapuches, debido a que no se cuenta con medio de transporte.

Costos y beneficios para los productores

El principal ítem de costo que implicó la implementación de los dos microcentros, considerados en el proyecto precursor, fue la inversión en la construcción y equipamiento de las cabañas, que alcanzó aproximadamente a \$4 millones,¹² por cada cabaña, considerando una superficie de aproximadamente 30 m², y su equipamiento básico para 4 personas. A esto se debe agregar la adquisición de implementos complementarios para la prestación de otros servicios como canoas (9), botes (6) y salvavidas (30), que para los dos microcentros se estimó un costo total de \$4,7 millones.

Tarifario Cabañas Red de Agroturismo - Sector Huiñoco	
Alojamiento por cabaña (4 personas)	
Temporada Baja	\$ 12.000
Temporada Alta	\$ 30.000
Desayuno u once por persona	\$ 2.500
Almuerzo o cena por persona	\$ 3.500
Actividades por persona (paseos en bote, en carreta, cabalgata)	\$ 2.000/hr
Fuente: Entrevista Sr. Martín Painao – Sector Huiñoco (julio 2010).	

Otro ítem de costo importante que consideró el proyecto precursor fue el diseño de una campaña de marketing y promoción, para la cual se consideró un costo de \$1,4 y \$2,1 millones los primeros dos años, y \$700 mil anuales, entre el tercer y sexto año.

Se definieron tarifas para cada servicio, alojamiento por cabaña, alojamiento por persona, servicio de desayuno u once, almuerzo o cena por persona, actividades (paseos en bote, cabalgatas). En el recuadro se muestra el tarifario vigente en la última temporada 2009/2010, de acuerdo a lo informado por el Sr. Martín Painao.

¹² Todos los valores señalados en este capítulo son con moneda a junio 2010.

Resultados e impactos del proyecto

El proyecto fue exitoso en varios aspectos.

Primero, entregó una experiencia respecto a cómo implementar proyectos similares. En la selección de beneficiarios, por ejemplo, demostró que es importante definir metodologías e indicadores de selección, en los que la motivación sea un factor determinante. También se constató cómo la activa participación de los beneficiarios, en todas las etapas de ejecución del proyecto, resulta ser un factor de éxito.

Segundo, el proyecto aportó, en forma efectiva, a las familias beneficiarias los cimientos para el desarrollo de la actividad turística con la entrega de una cabaña, productos y servicios bien definidos y diseñados; con un plan de marketing para promocionar el proyecto; capacitación afín y una estructura de asociación indígena que les facilitará ser beneficiarios de proyectos complementarios.

Desde un punto de vista económico, a partir de los resultados obtenidos durante su ejecución, el proyecto precursor concluyó que la implementación de estas cabañas contribuyó a aumentar los ingresos de las familias. Se estimó en esa época, un ingreso promedio de \$15.000¹³ diario por turista, si utilizaba servicio de alimentación y participaba en alguna actividad, como paseo en bote o a caballo; en comparación con el ingreso familiar estimado, de aproximadamente \$40.000 mensuales, proveniente de su actividad agrícola.

Finalmente, uno de los resultados más importantes del proyecto, es que los beneficiarios recibieron una experiencia de desarrollo grupal exitosa, donde el trabajo en conjunto les ha permitido generar una nueva fuente de ingresos, sustentable y respetuosa de sus tradiciones indígenas y del medio ambiente. Además, colaborando en la valorización de su cultura y la integración de toda la familia y la comunidad en la prestación de servicios.

► 3. Los productores hoy

Al finalizar el proyecto, se disponía de ocho cabañas equipadas: cinco en Huiñoco y tres en el sector El Peral. De estas, en la actualidad sólo seis siguen cumpliendo el objetivo para el cual fueron creadas, todas las del sector El Peral y sólo tres del sector de Huiñoco. Actualmente reciben turistas de distintos países, como Canadá, Japón, México y Brasil, entre otros.

Se desarrollaron productos turísticos para la zona bien definidos en términos de actividades y precios; tales como el servicio de alojamiento, por el que se cobra una tarifa diaria promedio de \$30.000 pesos por una cabaña en temporada alta y de \$ 12.000 en temporada baja;¹⁴ además del cobro por las cabalgatas, paseos en carreta, comida típica y la posibilidad de compartir las tradiciones de las familias anfitrionas. Esto ha sido posible debido a que las familias beneficiarias se encuentran capacitadas para brindar servicios turísticos; hay una Asociación Indígena que las agrupa y ganaron experiencia en una iniciativa de desarrollo económico, distinta a la agricultura y ganadería tradicional.

Aquellas familias que mostraron mayor motivación y habilidades personales durante la etapa de diagnóstico son las que han podido desarrollar una actividad más permanente de provisión de servicios de turismo rural: 3 familias. Otro grupo de 3 familias ha manifestado su interés en seguir

¹³ Con moneda al 2003.

¹⁴ Valores al 2010.



con la iniciativa, pero ha planteado, por una parte, la falta de apoyo del municipio y, por otra, que por razones de trabajo no han podido dedicarse a esta actividad, porque cuentan con empleos remunerados fuera de la localidad. Finalmente un tercer grupo de 2 familias se ha retirado definitivamente de la actividad y destinan la cabaña a casa habitación o bodega.

Cada uno de los beneficiarios del proyecto ha ido adaptando su negocio a los nuevos requerimientos que han detectado. Es así como en el sector de Huiñoco, el Sr. Martín Painao, uno de los beneficiarios y principal impulsor del proyecto precursor ha decidido ampliar sus servicios e instalaciones. Posteriormente al proyecto construyó una Ruca donde recibe a turistas llevados por agencias de viaje, a quienes les da el servicio de gastronomía mapuche. Dada la alta demanda que ha tenido -que incluso lo ha llevado a rechazar visitantes durante el verano-, ha decidido invertir en una segunda cabaña y en la construcción de un salón de eventos, para 200 personas aproximadamente.

Las cabañas son promocionadas, a través de sitios web de la Región, tales como: www.laaraucania.cl, del Gobierno Regional de la Araucanía y www.araucaniasinfronteras.cl, entre otros. Por su parte, la Municipalidad de Cholchol, ha continuado apoyando esta actividad, a través de su participación en el proyecto Flandes: Desarrollando el Turismo con Identidad Cultural en las comunas de Cholchol y Lumaco, Región de la Araucanía – Chile 2009 – 2010.

SECCIÓN 3

El valor del Modelo

En el marco del desarrollo económico de Chile, donde paulatinamente las actividades económicas se concentran según el área geográfica y donde el turismo es una actividad económica en pleno crecimiento e innovación, se plantea el desarrollo de microcentros de turismo rural como una fuente alternativa de ingresos para las familias campesinas que viven en localidades de bajo desarrollo económico y pocas oportunidades laborales.

Si bien, no todas las familias beneficiarias han seguido desarrollando el turismo rural, el proyecto fue exitoso en varios aspectos. Entregó una experiencia respecto a cómo implementar proyectos similares y les dio a las familias beneficiarias los cimientos para el desarrollo de la actividad turística. A quienes siguen participando les ha permitido generar una nueva fuente de ingresos, sustentable y respetuosa de sus tradiciones y del medio ambiente y que, además, colabora en la valorización de su cultura y la integración de toda la familia y la comunidad en la prestación de servicios.

La principal ventaja de estos microcentros y de la acción coordinada de un grupo de familias es poder constituir una oferta turística de mayor tamaño que la que podrían hacer en forma individual. Esto les permite conformar redes de apoyo y enfrentar, en forma agrupada, temas tan importantes en esta industria como es la promoción de los productos turísticos, potenciando así los atributos de una zona determinada.



La metodología de implementación usada en el proyecto precursor consiste en la intervención de una localidad: seleccionando a los beneficiarios, capacitándolos y entregándoles la infraestructura básica para el desarrollo de la actividad. Esta metodología permite entregar a los posteriores conductores del centro, herramientas técnicas y organizacionales que colaboran a la sustentabilidad del proyecto. De acuerdo a la experiencia analizada, además de las potenciales turísticas de los predios, uno de los principales factores de éxito es considerar en la selección de los integrantes de la red su motivación e interés por participar en un proyecto de esta naturaleza. Esto es esencial, ya que su implementación y posterior operación requiere de constancia y de condiciones personales adecuadas de los anfitriones para compartir y acoger a los turistas.

Otro aspecto importante, que se debe tener en cuenta al momento de implementar una iniciativa de esta naturaleza, es disponer de las condiciones que permitan cumplir con la normativa vigente. En el caso de zonas rurales, particularmente hay que prever la disponibilidad de servicios básicos de agua potable y alcantarillado. Este aspecto, al no haber sido incluido debidamente al inicio del proyecto precursor, retrasó su ejecución y su entrada en operación.

No obstante lo anterior, es importante resaltar que la implementación de proyectos similares entrega otros beneficios adicionales a la comunidad: la capacitación que reciben las familias beneficiarias, en ámbitos como la entrega de servicios y administración; la experiencia que estas familias adquieren en la ejecución de proyectos de desarrollo local y de trabajo en grupo y la valorización del patrimonio cultural de la localidad, tanto por parte de las mismas familias residentes, como por los visitantes.

Anexos

Anexo 1. Reglamentación de apoyo al turismo rural

Anexo 2. Literatura consultada

Anexo 3. Documentación disponible y contactos

ANEXO 1. Reglamentación de apoyo al turismo rural

En Chile, el Instituto Nacional de Normalización (INN) tiene a su cargo el estudio y preparación de las normas técnicas a nivel nacional. Es miembro y representa a Chile en la International Organization for Standardization (ISO) y en la Comisión Panamericana de Normas Técnicas (COPANT).

En las temáticas relacionadas al Turismo, el INN ha desarrollado varios reglamentos, dentro de los cuales, en el ámbito de los servicios de alojamiento turístico que pueden desarrollar representantes de la agricultura familiar campesina, destacan los siguientes:¹⁵

Norma	Nombre
NCh2760.Of2007	Clasificación, calificación y terminología de los establecimientos de alojamiento turístico
NCh2971.Of2006	Alojamiento turístico - Albergues, refugios u hostels - Requisitos para su calificación
NCh2941.Of2005	Alojamiento turístico - Alojamiento familiar o Bed & Breakfast - Requisitos para su calificación
NCh2948.Of2006	Alojamiento turístico - Camping o recinto de campamento - Requisitos para su calificación
NCh2949.Of2005	Complejos turísticos o Resort - Requisitos para su calificación
NCh3015.Of2006	Alojamiento turístico - Hospedaje rural - Requisitos para su calificación
NCh2964	Moteles o cabañas

Existen otros cuerpos legales que regulan algunos aspecto de la actividad turística, como:

D.S. N° 227 de 1987 Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción – MINECON.

Este D.S., en su Artículo N° 2, define al **servicio de alojamiento turístico** como aquel que se preste, comercialmente, por un periodo no inferior a una pernoctación, en establecimientos que mantengan, como procedimiento permanente, un sistema de registro e identificación de los clientes, cada vez que estos usen sus instalaciones; permitan el libre acceso y circulación de los huéspedes a los lugares de uso común y están habilitados para recibir huéspedes de forma individual o colectiva, con fines de recreo, deportivos, de salud, de estudios, de gestiones de negocios, familiares, religiosos, vacacionales y otras manifestaciones turísticas.

En sus Artículos N° 3 y 4, clasifica y define estos establecimientos en: Albergue, Apart-hotel, Hospedaje familiar, Hostal, Hostería, Hotel, Lodge, Motel, Recinto de camping y Resort.

D.S. 701 de 1992 Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción – MINECON.

Corresponde al Reglamento Clasificación, Calificación y Registro de Establecimientos de Alojamiento Turístico Denominados Residenciales y Campings, donde se definen los requisitos que deben cumplir estos establecimientos para ser considerados de una, dos o tres estrellas, tanto en sus aspectos generales, como en los requisitos arquitectónicos, de equipamiento y servicios.

¹⁵ Estas normas están disponibles en www.calidadturistica.cl

ANEXO 2. **Literatura consultada**

ACHET. Encuesta Temporada de Verano 2007. Disponible en: <http://www.achet.cl/UserFiles/File/documentos/EncuestaPercepciF3nTemporadadeVerano2007.pdf>

FIA – Universidad Austral de Chile. Agroturismo en Chile: Caracterización y Perspectivas. 2007. Disponible en: <http://www.gestionturistica.cl/publicaciones/libros/libros/PDF/FIA.pdf> (visto en julio 2010).

HERRERA M., Rafael. “Estudio sobre turismo rural en Chile”. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) – Oficina en Chile. 2009

INE. Índice de actividad Económica Región de la Araucanía, Abril – Junio 2008. Disponible en: http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/territorio/regiones/r9/inacerabril_junio08/abriljunio08araucania.pdf (visto en julio 2010)

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Cuenta pública 2010. Disponible en <http://www.gobiernodechile.cl/cuenta-publica-2010/ministerio-de-economia-fomento-y-turismo/cuenta-sectorial/> (visto en julio 2010).

SERNATUR. Plan de Acción 2006-2010. 33 p. Disponible en http://www.sernatur.cl/institucional/archivos/documentos-estudios/planes-y-politicas/plan_accion_2006_2010.pdf (visto en julio 2010)

SERNATUR. Estudio del turismo receptivo y emisivo año 2007. Disponible en: <http://www.sernatur.cl/institucional/PDF/estadisticas/turismo-emisivo/Turismo-Emisivo-Anual-2007.pdf> (visto en julio 2010)

SERNATUR. Departamento de Promoción y Fomento y Departamento de Planificación. “Turismo Receptivo en Chile: Evolución y Características Actuales”. Agosto 2008. Disponible en: <http://www.sernatur.cl/institucional/archivos/documentos-estudios/estudios-mercado/pres-cifras-defin-09.pdf> (visto en julio 2010)

SERNATUR. Departamento de Promoción. “Destinos más visitados por turismo interno en el período Diciembre 2007/Marzo 2008”. Junio 2008. Disponible en: <http://www.sernatur.cl/institucional/archivos/documentos-estudios/turismo-interno/dsetinos-ti.pdf> (visto en julio 2010)

SERNATUR. Departamento de Planificación. “Principales mercados emisores, perfil del turista extranjero, Año 2007”. Octubre 2008. Disponible en: <http://www.sernatur.cl/institucional/archivos/documentos-estudios/turismo-receptivo/mercados-emisores2007.pdf> (visto en julio 2010)

Además, se utilizó la información obtenida de las entrevistas realizadas a las siguientes personas:

- Claudio Sandoval, Técnico en Turismo que trabajó en el proyecto precursor
- Martín Paineo, Rosa Catrín, Dorila Paineo, Alexis Treurellan Paineo, Juan Huichaqueo y Magdalena Calfin, Beneficiarios proyecto precursor, sector Huiñoco, Región de la Araucanía.

ANEXO 3. Documentación disponible y contactos

La publicación “Resultados y Lecciones en Red de Turismo Rural para la Agricultura Familiar Campesina”, así como información adicional sobre los proyectos precursores y los contactos con los productores y profesionales participantes en éstos, se encuentran disponibles en el sitio de FIA en Internet www.fia.gob.cl

La documentación de los proyectos precursores a texto completo (propuesta, informes técnicos y actividades de difusión, entre otras), puede consultarse en los centros de documentación de FIA, en las siguientes direcciones:

Santiago

Loreley 1582, La Reina, Santiago.

Fono (2) 431 30 96

Talca

6 Norte 770, Talca.

Fono-fax (71) 218 408

Temuco

Miraflores 899, oficina 501, Temuco.

Fono-fax (45) 743 348