

## Ficha de Valorización de Resultados

59

### GESTIÓN

## Red de Turismo Rural para la Agricultura Familiar Campesina

Proyecto de Innovación en  
IX Región de la Araucanía

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.

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.



Esta ficha resume los resultados y lecciones aprendidas de este proyecto, expuestos en detalle en el libro correspondiente de la serie



## Red de Turismo Rural para la Agricultura Familiar Campesina

### Proyecto de Innovación en la IX Región de la Araucanía

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| <b>Origen</b>                       | <p>Este documento fue elaborado a partir de las experiencias y resultados obtenidos de la realización del proyecto financiado por FIA, “Red de Agroturismo en Comunidades Mapuches de la Ribera del Río Chol-Chol, Nueva Imperial, IX Región”. Este proyecto fue llevado a cabo por la I. Municipalidad de Nueva Imperial, en asociación con la Asociación de Municipalidades, AMRA IX Región y 10 productores mapuches de la comuna, durante los años 2000 y 2002.</p>  |
| <b>Propósito</b>                    | <p>La estrategia de gestión que surge del proyecto precursor tiene como objetivo 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. La iniciativa consistió en el diseño e implementación de microcentros de agroturismo autogestionados en los territorios de familias indígenas, que pudieran integrarse a la oferta turística del área en que se encuentran, proveyendo servicios y bienes turísticos.</p>  |
| <b>Forma operativa</b>              | <p>El modelo de gestión aprendido considera la participación de familias campesinas, ubicadas en zonas con atractivos paisajísticos o culturales, que puedan desarrollar una oferta de turismo rural y que además posean la motivación y las capacidades personales para desarrollar una actividad de este tipo, como resolución de problemas, manejo de conflictos, empatía e inteligencia emocional. La estrategia considera que las familias se agrupen en organizaciones, que se convierten en la instancia donde ellas mismas acuerdan las estrategias y acciones necesarias para llevar a cabo su proceso productivo y comercial. En este proceso es importante que la organización cuente con asesoría técnica, que le aporte elementos estratégicos 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.</p>   |
| <b>Estrategia de implementación</b> | <p>La estrategia de implementación involucra la realización de las siguientes etapas, donde el logro de cada una de ellas es condición necesaria para el éxito del modelo de gestión aprendido:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico de los atributos turísticos y selección de los participantes: Su objetivo es identificar el potencial de la zona y de los predios para desarrollar un producto de turismo rural atractivo y seleccionar a los participantes que cumplan con las condiciones de motivación y capacidades personales necesarias para desarrollar una actividad de este tipo.</li> <li>• Diseño de la oferta turística: El propósito de esta etapa es la creación de una nueva oferta de servicios turísticos, basados en la diversidad y riqueza de la cultura campesina, donde las familias son las anfitrionas y gestoras de los servicios ofrecidos.</li> <li>• Organización de los beneficiarios: Se trata de agrupar y organizar a los grupos de beneficiarios en una <b>red</b>, para que puedan desarrollar nuevos productos y venderlos directamente, o por medio de agencias de viajes, en el mercado nacional e internacional. Así pueden fortalecer la identidad colectiva del grupo y aprenden a trabajar en conjunto para el lograr el objetivo común.</li> <li>• Cumplimiento de la normativa legal. La implementación de servicios de alojamiento turístico, como fue el caso del proyecto precursor, requiere que se cumpla con varios trámites: desde la obtención de la resolución sanitaria de funcionamiento, hasta la obtención de la patente comercial e iniciación de actividades. La resolución sanitaria implica tener aprobado un proyecto de agua potable y alcantarillado y del proyecto turístico específico que se desea realizar. Además, de acuerdo a las características de cada proyecto, se debe verificar si corresponde que ingrese al sistema de evaluación de impacto ambiental, y si se requiere ingresar una declaración de impacto (DIA) o un estudio de impacto ambiental (EIA).</li> <li>• Adaptación de equipamiento e instalaciones: Es importante mejorar las condiciones del equipamiento e instalaciones de las familias para dejarlas con un estándar de calidad adecuado para entregar un producto de turismo rural. Desde la perspectiva del cliente de turismo rural, el alojamiento cobra un valor secundario frente a la oferta recreativa y de actividades, por lo tanto, éste debe ser armónico y consistente con la oferta recreativa y cultural que se propone.</li> <li>• Capacitación y asistencia técnica: Los recursos humanos son la base para el éxito del turismo rural, por eso, 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.</li> </ul> |

|  |   |
|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Diseño de estrategia de marketing y comercialización:</b> Es importante crear canales para comercializar los paquetes y productos de turismo rural que se desarrollen, para así generar demanda en mercados potenciales. En esta etapa se debe incluir 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.</li> </ul>  |
| <p><b>Claves de la viabilidad del modelo</b></p> | <p>Se han distinguido cinco aspectos fundamentales sobre los cuales se basa la viabilidad del modelo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Potencial Turístico de la Zona:</b> 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.</li> <li>• <b>Metodología de Selección de Beneficiarios:</b> Esta metodología debe considerar la definición de indicadores para evaluar en las personas que integren la red aspectos tales como motivación por el desafío planteado, capacidad emprendedora, capacidad para asumir riesgos en el trabajo y para afrontar y superar situaciones problemáticas, entre otras.</li> <li>• <b>Plan de Promoción y Canales de Distribución:</b> El plan de promoción debe ser afín al perfil de los visitantes esperados, así como 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 éstos.</li> <li>• <b>Compromiso y Motivación de los Actores Involucrados:</b> El compromiso de todos los actores en el trabajo conjunto es fundamental, ya que la impresión que se lleve el visitante y, por lo tanto, su posterior recomendación a terceros, dependerá de todos los que participaron en su experiencia turística. Por lo mismo, es de importante que los beneficiarios participen en forma activa durante las etapas de planificación y diseño, de modo que se genere en ellos un sentido de pertenencia que garantice un compromiso con la actividad turística.</li> </ul>   |
| <p><b>Valor del modelo</b></p>                   | <p>El modelo de gestión aprendido contribuye a diversificar la actividad económica de la agricultura familiar campesina, que se encuentran en localidades de bajo desarrollo y pocas oportunidades productivas, a través del desarrollo de microcentros de turismo rural, como una alternativa de negocio que les permite aprovechar las condiciones naturales y culturales de la zona donde se encuentran.</p> <p>Si bien no todas las familias beneficiarias han seguido desarrollando el turismo rural, el proyecto fue exitoso en varios aspectos. Por un lado, entregó una experiencia respecto a cómo implementar proyectos similares y, por otro, 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, que además colabora en la valorización de su cultura, en la integración de toda la familia y la comunidad en la prestación de servicios.</p> <p>La principal ventaja de estos microcentros y 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 de esta manera los atributos de una zona determinada.</p> <p>La metodología de implementación 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. Sin embargo, existen algunos aspectos importantes que se deben tener en cuenta. Uno de ellos, es considerar, en la selección de los integrantes de la red, no sólo las potenciales turísticas de los predios, sino también la motivación e interés de las personas que participen en estos microcentros, ya que su implementación y posterior operación requiere de constancia y condiciones personales adecuadas para compartir y acoger a los turistas.</p> <p>Otro aspecto importante, que se debe tener en cuenta al momento de implementar una iniciativa de esta naturaleza en el medio rural, es la factibilidad de disponer de servicios básicos, principalmente agua potable y alcantarillado, que permita cumplir con la normativa vigente.</p> <p>Finalmente, es importante resaltar que la implementación de proyectos similares entrega otros beneficios adicionales a la comunidad, como es la capacitación que reciben las familias beneficiarias en ámbitos como la entrega de servicios y administración; la experiencia que estas mismas 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.</p> |

FIGURA 1. Trámites legales para el funcionamiento de servicios de alojamiento turístico

