

INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACIÓN PARA LA AGRICULTURA – IICA
OFICINA EN CHILE

ESTUDIO SOBRE TURISMO RURAL EN CHILE

Rafael Herrera Muñoz

Valdivia, 25 de marzo de 2009

INDICE

INDICE	II
INTRODUCCIÓN	1
I. DEFINICIONES DE TURISMO RURAL	3
1. Concepto oficial para caracterizar el Turismo Rural	3
2. Otros conceptos	5
3. Tipos de Turismo que se incluyen en el concepto de Turismo Rural	6
4. Actividades consideradas dentro del Turismo Rural	9
II. INSTITUCIONES QUE APOYAN EL TURISMO RURAL	11
1. Instituciones públicas a nivel nacional	11
2. Sector público a nivel regional	24
3. Sector público a nivel municipal	26
III. POLÍTICAS, LEYES Y REGLAMENTOS DE APOYO AL TURISMO RURAL	27
1. Política Nacional de Turismo	27
2. Instrumentos legislativos	28
2. Turismo y ambiente	35
3. Turismo, cultura y patrimonio	37
4. Turismo y agricultura sustentable	43
5. Turismo y Consumidores	45
6. Reglamentos	47
IV. MAPA DE ACTORES PÚBLICOS Y PRIVADOS EN EL TURISMO RURAL	52
1. Instituciones públicas	52
2. Sector privado	53
4. Centros de formación	55
V. GREMIOS VINCULADOS AL TURISMO RURAL	61
VI. FORMAS DE FINANCIAMIENTO DEL TURISMO RURAL	67
1. Préstamos para el financiamiento del Turismo Rural	67
2. Donaciones e incentivos	71
VII. COMERCIALIZACIÓN DE TURISMO RURAL	80

1. Clientes del Turismo Rural.....	80
2. Oferentes de Turismo Rural.....	81
3. Comercialización de los productos	82
4. Lista de Agencias de Viaje que comercializan Turismo Rural.....	85
5. Estadísticas sobre oferta y demanda.....	86
VIII. EXPERIENCIAS EXITOSAS DE TURISMO RURAL	95
1. Ruta del Vino de Colchagua	95
2. Red de Turismo Rural Licanhuasi.....	104
3. Red de Turismo Rural Corral – Chaihuín.....	109
IX. VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS DEL TURISMO RURAL	114
1. Percepción sobre la situación del Turismo Rural	114
2. Problemas que enfrenta el sector	115
3. Apoyo institucional para la competitividad	118
BIBLIOGRAFÍA	121
ANEXOS	126

INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años, el Turismo Rural se ha posicionado como una interesante opción para quienes buscan una alternativa a los destinos de sol y playa. Las posibilidades de interiorizarse respecto de culturas tradicionales del medio rural, aprendiendo de quienes aún mantienen un estilo de vida ligado a la agricultura; disfrutar de caminatas por paisajes naturales prístinos, donde reencontrar nuestra conexión con la naturaleza; la sensación de la adrenalina en la práctica de diversos deportes en paisajes únicos; o el redescubrimiento de las raíces indígenas de nuestro país, conociendo directamente sus costumbres y tradiciones, se han convertido en opciones para un segmento importante de los turistas nacionales y extranjeros, cuyo número aumenta día a día, y que disfrutan de la cada vez más amplia oferta de servicios de Turismo Rural.

La expansión de este mercado implica no sólo que cada vez más personas puedan acceder a vacaciones que satisfagan su interés por volver a lo natural y la vida ligada a las labores de la tierra, sino también es una oportunidad para muchas familias rurales que no han logrado mejorar sus condiciones de vida, estancadas en las labores productivas tradicionales que obligan a la migración hacia las ciudades. El Turismo Rural es una posibilidad cierta de diversificar las actividades que generan ingresos para los habitantes del medio rural, en especial para mujeres y jóvenes, por lo es vital que estos emprendimientos tengan efectivamente impacto en las familias rurales, incluyendo a la comunidad local en las diversas etapas de desarrollo de los productos turísticos.

Quienes practican el Turismo Rural, buscan paisajes naturales lo menos intervenido posible y prácticas agrícolas amistosas con el medio ambiente, por lo que esta actividad se convierte también en una oportunidad para generar conciencia ambiental y preocupación por un desarrollo rural sustentable. En un mundo con complejos problemas ambientales, y donde el abuso de los recursos naturales genera pérdidas de biodiversidad cada vez mayores, las estrategias de desarrollo requieren de opciones como esta, donde la revalorización de lo natural se convierte en el pilar de lineamientos basados en la sustentabilidad,

favoreciendo la preocupación por la calidad de vida de las generaciones presentes y futuras.

Este estudio busca sistematizar información relacionada al Turismo Rural, de manera de visibilizar diversos aspectos dispersos en la literatura. En la primera parte, se revisan conceptos de Turismo Rural desde la perspectiva institucional y académica, señalando los tipos de turismo que implica y las actividades relacionadas a éste.

En la segunda parte, se describen las principales instituciones públicas relacionadas con esta actividad, señalando sus orientaciones y roles en el desarrollo del Turismo Rural. En la tercera, se analizan políticas, leyes y reglamentos que regulan este tipo de turismo.

En el capítulo cuatro, se realiza un mapeo de los principales actores nacionales públicos y privados ligados a esta actividad, y en la quinta los principales gremios vinculados.

En la sexta parte, se describen las principales fuentes de financiamiento para el Turismo Rural, tanto préstamos como donaciones dirigidos a los emprendedores interesados en generar oferta de servicios y productos.

En la séptima parte, analizamos distintos aspectos de la comercialización del Turismo Rural, describiendo la oferta y la demanda por estos servicios, las diversas formas de comercialización, las Agencias de Viajes que ofrecen este servicio, y algunos antecedentes estadísticos relacionados.

El capítulo ocho presenta tres casos de experiencias exitosas en Turismo Rural: la Ruta del Vino de Colchagua, La Red de Turismo Rural Licanhuasi y la Red de Turismo Rural Corral – Chaihuín.

Finalmente, se presenta una valoración de la situación actual y las perspectivas del Turismo Rural, en particular bajo la premisa del apoyo institucional para mejorar la competitividad del sector.

I. DEFINICIONES DE TURISMO RURAL

La literatura disponible muestra una multiplicidad de definiciones para el concepto de Turismo Rural, dependiendo desde qué perspectiva se esté analizando y el énfasis que se quiera dar al concepto. A continuación revisaremos la conceptualización dada por el Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP) y su Programa Nacional de Turismo Rural (PTR). Luego profundizaremos en otras definiciones que pueden aportar a una mayor comprensión del rubro, para terminar con la descripción de las principales modalidades que se pueden encontrar de Turismo Rural y las diversas actividades que se incluyen.

1. Concepto oficial para caracterizar el Turismo Rural

INDAP¹ es un servicio público dependiente del Ministerio de Agricultura (MINAGRI)², orientado a la promoción del desarrollo económico, social y tecnológico de los pequeños productores agrícolas a través de diversos instrumentos, principalmente el financiamiento y la asistencia técnica. Para INDAP, el Turismo Rural es cualquier actividad turística o de esparcimiento que se desarrolle en el medio rural y áreas naturales, compatibles con el desarrollo sostenible, e incluye diversas modalidades, como Agroturismo, Turismo deportivo, Turismo aventura, Turismo cultural y Ecoturismo (Martínez, 1999; Faiguenbaum, 2001).

Una definición más desarrollada la encontramos en el Programa Nacional de Turismo Rural (PTR) de INDAP, donde se describe como un tipo de turismo basado en el medio rural en un sentido amplio, que posee un interesante patrimonio natural, histórico - cultural y arquitectónico, que despierta el interés de las personas que habitualmente viven en el medio urbano y que están dispuestas a “invertir” parte de su tiempo libre y recursos en reencontrarse en muchos casos con sus orígenes o simplemente explorar formas o lugares para vacacionar que se

¹ www.indap.cl

² www.minagri.gob.cl

encuentran más allá de su tenor de vida habitual (Martínez, 2000, en Castro, 2002).

De acuerdo al Encargado del Programa Nacional de Turismo Rural de INDAP, Luis Martínez, el TR se plantea como una actividad que tiene las siguientes características (Martínez, 1998 y 2006):

- Es un complemento y una diversificación de las actividades productivas, incrementando los ingresos familiares, captando ingresos de otro sector para el agro y favoreciendo una desestacionalización del ingreso.
- Favorece a productores con limitaciones para la producción silvoagropecuaria tradicional, por escasez de recursos productivos o dificultades para acceder a los mercados formales, pero que se ubican en lugares turísticamente relevantes.
- Favorece un mejor aprovechamiento de los recursos naturales, al inducir criterios más conservacionistas en los pequeños productores, dentro del marco de la presentación de un espacio de tranquilidad y reposo donde el turista se pueda reencontrar con la naturaleza.
- Permite aprovechar de mejor manera los servicios e infraestructura, que de otra manera serían inviables económicamente, al aumentar el número de usuarios y las alternativas productivas.
- Genera nuevas alternativas de empleo e ingresos para las familias rurales, especialmente para mujeres y jóvenes, requiriendo de un trabajo familiar personalizado.
- Contribuye a la valoración y preservación de la cultura local por parte de la comunidad rural, en vista del interés de los visitantes por conocerla.
- Representa un mercado permanente para la producción artesanal de productos, que de otra manera serían difíciles de comercializar.

- Se basa en la iniciativa local, donde los habitantes rurales son capaces de dar a conocer sus aspectos culturales y costumbristas.
- Es gestionado localmente, donde los pequeños productores agrícolas pueden desarrollar nuevas estrategias de administración de las iniciativas de Turismo Rural, enfatizando en el las personas como el elemento central.

La Estrategia de Desarrollo del Turismo Rural de INDAP busca dar sentido al fomento de esta actividad, de tal manera que sea la base para configurar un rubro exitoso, competitivo y emprendedor.

2. Otros conceptos

2.1 Turismo

La definición más extendida de Turismo, aceptada por la Asociación Internacional de Expertos Científicos del Turismo (AIEST), señala esta actividad como el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar habitual de residencia, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa principal permanente o temporal (Hunziker y Krapf, 1942, en Figueroa, 1985).

2.2 Turismo Rural

Diversos autores señalan características que definen esta actividad. Para Szmulewicz (1997a), por Turismo Rural se denomina a aquellas experiencias, servicios y formas de hacer turismo que tienen en común su desarrollo en el medio rural, un diseño y gestión propia del modo de vida campesino, y su orientación estratégica hacia el desarrollo sustentable. Dentro de este marco, el autor reconoce diversas formas integradas o segmentados, como son el ecoturismo, el agroturismo, el turismo de aventura y el etnoturismo. Patri (1998, en Mansilla,

2005), enfatiza en el hecho de que estas actividades se realizan en base a las ventajas que presenta el entorno natural y humano específico de esas zonas. FIA (1999), por su parte, agrega que el Turismo Rural puede no estar directamente relacionado con las actividades agrícolas, y puede ser organizado por personas que no son agricultores.

Para Riveros y Blanco (2003), el Turismo Rural incluye a todas aquellas actividades que pueden desarrollarse en el ámbito rural, lo que se traduce en una oferta integrada de ocio y servicios, que resulta de interés para los habitantes de las ciudades por sus características exóticas, tradicionales, románticas, diferentes del estilo usual de vida, y que implica el rescate y conservación del patrimonio natural, cultural o arquitectónico del mundo rural. De acuerdo a esta conceptualización, practican Turismo Rural tanto quienes se alojan en una finca agrícola para conocer actividades agropecuarias, como los pescadores, caminantes, científicos, estudiantes, turistas de paso e incluso empresarios que participan de un evento o retiro.

3. Tipos de Turismo que se incluyen en el concepto de Turismo Rural

Existen diversas modalidades de Turismo Rural, entre las que podemos encontrar el Ecoturismo, Agroturismo, Turismo Aventura, Turismo Cultural, Enoturismo, Turismo Indígena, y Turismo Enológico. Pasaremos a describir cada una de ellas.

3.1 Ecoturismo

El Ecoturismo se define como una actividad de bajo impacto en áreas naturales, donde los visitantes, interesados por el paisaje y la fauna autóctona y virgen, buscan un contacto estrecho con la naturaleza (Szmulewicz, 1997a). Quienes lo practican se caracterizan por ser usuarios de origen urbano, principalmente jóvenes con estudios que viajan en familia, respetuosos e informados de las costumbres del lugar que visitan, y que pagan y regresan con gusto si es que el producto les satisface (Lobos, 1999). 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 (SNASPE) para la recreación y el turismo. A eso se suma la incorporación de diversos Parques Naturales Privados, como el Parque Pumalín, el Parque Oncol, o el Fundo Teja Norte, cuyo uso está destinado, en parte, a las actividades ecoturísticas (Szmulewicz, 1997a). Por último, es importante enfatizar 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 (Schaerer y Dirven, 2001). Actividades ligadas al ecoturismo son la observación de flora y fauna, el senderismo y el camping,

3.2 Agroturismo

El Agroturismo se define como el conjunto de actividades organizadas por agricultores, que son un complemento a las actividades tradicionales, donde se invita a los turistas a conocer y participar de estas actividades, cobrando por este servicio (FIA, 1999, en Dirven, 2000). Se caracteriza por realizarse en explotaciones agropecuarias, donde se combina la recreación tradicional, el contacto con la vida del predio, el acercamiento al modo de vida característico de la ruralidad, la compenetración con las costumbres y tradiciones locales, la arquitectura tradicional y las visitas a espacios con naturaleza autóctona (Szmulewicz, 1997a; Lobos, 1999; Schaerer y Dirven, 2001). Es un tipo de turismo diferente, generalmente opuesto a la masificación de flujos (Dirven, 2000).

Este tipo de turismo se inicia a finales de la década de los '80 y principios de los '90, cuando 23 establecimientos de este tipo surgen en las riberas del lago Llanquihue, a manos de medianos productores (Szmulewicz, 1997a). Desde 1996, INDAP y SERNATUR dan un fuerte impulso de esta actividad a nivel de agricultura campesina. Actividades típicas del agroturismo son la elaboración de productos, ordeñas, cosechas, rodeo, trilla, pesca, entre otros (Mansilla, 2005).

3.3 Turismo de Aventura

El Turismo de Aventura tiene una amplia gama de variantes y especialidades, y se refiere a experiencias deportivas con altos niveles de sensación de riesgo, que se realiza en espacios naturales y humanizados (Szmulewicz, 1997a). El entorno natural en este tipo de turismo, es la base para descubrir nuevas sensaciones en espacios poco explotados de la naturaleza (Martínez, 1998, en Mansilla, 2005). Incluye caminatas, escaladas, rafting, cabalgatas, parapente, mountain bike, entre otros.

3.4 Turismo Cultural

Se denomina Turismo Cultural a aquel que utiliza los recursos naturales, históricos, costumbristas, entre otros, cuidando su preservación y orientando la actividad a un mejor conocimiento de éstos. Este tipo de turismo incluye el estudio de culturas indígenas, circuitos históricos o visita a sitios de interés arquitectónico (Martínez, 1998, en Mansilla, 2005). Actividades relacionadas al Turismo Cultural son los eventos folclóricos, la venta de comidas típicas y artesanías, la convivencia cultural, entre otras. Esta definición engloba otros tipos de turismo, como el Etnoturismo y el Turismo Indígena, que pasaremos a describir.

3.5 Etnoturismo

El Etnoturismo se define como una actividad turística que está centrada en una cultura étnica vigente o del pasado, en la que un grupo social diferenciado de la sociedad nacional se expresa a través de manifestaciones cotidianas y festivas, materiales y espirituales, con arraigo y localización preferentemente en el medio rural (Castro y Llancaleo, 2003). Sin embargo, esta conceptualización no necesariamente implica la participación de un grupo indígena, ya que perfectamente entrarían en esta categoría las actividades realizadas por colonos alemanes en la Región de Los Lagos, quienes han habitado por varias generaciones un territorio específico, manteniendo sus tradiciones culinarias,

folclóricas, arquitectónicas, entre otras. Para el caso del turismo relacionado directamente a los pueblos originarios, se propone la utilización del concepto de Turismo indígena, diferenciado de la puesta en valor de culturas no necesariamente indígenas.

3.6 Turismo Indígena

Turismo indígena se define como aquella actividad turística abordada y manejada por comunidades o familias indígenas, que se desenvuelven en un espacio rural o natural históricamente ocupado por pueblos indígenas, donde se conjugan sus costumbres y tradiciones, ancestrales y contemporáneas, fomentando un proceso de intercambio cultural con el visitante o turista (Castro y Llancaleo, 2003).

3.7 Turismo Enológico

El Turismo Enológico, también llamado Enoturismo, se refiere a un tipo de turismo en donde la principal motivación está dada por el conocer el proceso de fabricación del vino, desde la plantación hasta la elaboración de los caldos, visitando las instalaciones de guarda y conociendo las tradiciones asociadas a esta actividad (Szmulewicz, 2007). En Chile, esta modalidad ha logrado un desarrollo importante durante los últimos años, principalmente en base a la asociatividad de productores grandes, medianos y pequeños en la creación de rutas del vino.

4. Actividades consideradas dentro del Turismo Rural

De acuerdo a lo observado, se puede incluir dentro de Turismo Rural las siguientes actividades:

Visita a áreas silvestres y sitios de belleza natural; observación de flora y fauna; visitas guiadas e interpretación de ecosistemas; experiencias educativas en el

medio natural; caminatas y paseos a caballo y bicicleta; festivales y eventos culturales y folclóricos; gastronomía regional; observación y práctica de actividades productivas tradicionales, como la ordeña, cosecha, rodeo, trilla y preparación de productos; compenetración con costumbres y tradiciones locales; estudio de culturas, tradiciones, sabiduría, ritos y medicina indígenas; camping; campamentos para jóvenes; complejos turísticos para deportes naturales; deportes como andinismo, rafting, parapente, pesca y caza, snorkeling y buceo; visitas a termas rurales; visita a museos, iglesias, monumentos y otras formas de arquitectura tradicional; observación de procesos de producción de productos, como el vino o los derivados de la leche; prácticas de campo, investigaciones en terreno, actividades académicas en terreno; visitas a familiares y amistades; segundas residencias; hoteles campestres y complejos turísticos en haciendas; centros de convención rurales; lugares para capacitación de ejecutivos, entre otras múltiples variaciones (Szmulewicz, 1997a; Martínez, 1998, en Mansilla, 2005; Lobos, 1999; Campanhola y Graziano, 1999, en Dirven, 2000; Schaerer y Dirven, 2001; González, 2002; Mansilla, 2005; Szmulewicz, 2007).

II. INSTITUCIONES QUE APOYAN EL TURISMO RURAL

Dentro de las instituciones que tienen relación con el Turismo Rural, se pueden reconocer, por una parte, aquellas instituciones públicas a nivel nacional que destinan recursos y regulan los ámbitos en que se desarrolla la actividad, proporcionando políticas e instrumentos de fomento para implementar el Programa Nacional de Turismo Rural de INDAP; y por otra, aquellas de carácter territorial, tanto a nivel regional como municipal.

1. Instituciones públicas a nivel nacional³

Instituto de Desarrollo Agropecuario – INDAP

La principal institución pública que apoya el Turismo Rural es INDAP, a través del Programa Nacional de Turismo Rural (PTR). Este Programa, que comienza a operar desde el año 1996, se genera por la constatación de localidades rurales con importantes atractivos turísticos y el auge en la demanda por servicios turísticos de naturaleza e intereses especiales, lo que se visualiza como una oportunidad para aumentar los ingresos de las familias campesinas, sin dejar de lado la producción agropecuaria (Faiguenbaum, 2001).

La tarea del PTR se centra en el apoyo a microempresarios y sus familias para el desarrollo de capacidades empresariales, el fortalecimiento de la asociatividad, la identificación y gestión de los negocios de Turismo Rural y el financiamiento de los emprendimientos, entre otros. Para ello, cuenta con cuatro líneas de apoyo:

- Apoyo técnico, para la preparación de los términos de referencia y la selección de consultores de los Servicios de Asesorías Técnicas (SAT); la identificación de los productos de Turismo Rural a desarrollar como negocio; la definición de la estrategia comercial; y la evaluación técnico-económica de la idea de negocio.

³ Información sistematizada de Martínez (2006), complementada con otras fuentes citadas.

- Apoyo financiero, a través de créditos otorgados por la División de Asistencia Financiera para el equipamiento y/o implementación del negocio, gastos de iniciación de actividades, permisos y otros, y para la contratación de estudios y asesorías especializadas.
- Apoyo de gestión, para la puesta en marcha del negocio, la contratación de un gerente por un tiempo definido, y el apoyo en áreas específicas, como marketing, comercialización, desarrollo de negocios, gestión financiera, desarrollo organizacional, comunicación, etc.
- Apoyo de capacitación, a través de cursos estructurados anualmente por el PTR, la asistencia a Seminarios y cursos, y a través del Programa de Profesionalización de la Agricultura, accediendo a formación en el uso de tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs).

Otras competencias del PTR de INDAP, se refieren a:

- Promover e integrar a los organismos nacionales, regionales y locales, en el apoyo de los proyectos desarrollados por los microempresarios y sus familias.
- Realizar reuniones informativas y/o seminarios con microempresarios y sus familias, asistentes técnicos de las empresas consultoras, técnicos y profesionales de las municipalidades, etc., para informar, divulgar y solicitar los apoyos necesarios cuando sea el caso.
- Acompañar la operacionalización, comercialización y difusión de las experiencias de Turismo Rural desarrolladas por los pequeños agricultores y sus familias, tanto en el ámbito nacional como internacional.
- Articular la oferta de Turismo Rural a operadores minoristas y mayoristas de este rubro.
- Colaborar con los Municipios rurales en la identificación de microempresarios con potencial para el desarrollo del Turismo Rural en la localidad.

- Asesorar y apoyar técnicamente a la Asociación Chilena de Turismo Rural (ACHITUR) y a todas las redes regionales que se encuentren constituidas.

Programa de Desarrollo Local – PRODESAL⁴

Es un Programa de fomento productivo inserto en INDAP, que tiene como objetivo el generar condiciones y desarrollar capacidades para que las y los pequeños productores agrícolas y campesinos y sus familias, del segmento con menor grado de desarrollo productivo en la agricultura familiar campesina (AFC), puedan optimizar sus sistemas de producción, desarrollando y consolidando de manera sustentable sus emprendimientos productivos vinculados al mercado, aumentando sus ingresos y la calidad de vida de las familias.

En cuanto al Turismo Rural, a través de concursos para asignar los recursos disponibles, PRODESAL cofinancia proyectos de inversión productiva que potencien negocios y emprendimientos económicos relacionados con el Turismo Rural y las artesanías, considerando la sustentabilidad de los procesos productivos.

Servicio Nacional de Turismo – SERNATUR⁵

El Servicio Nacional del Turismo (SERNATUR), es el organismo público encargado de promover y difundir el desarrollo de la actividad turística en Chile. Su misión es fomentar el desarrollo sustentable de la actividad turística, a través de la coordinación público-privada, del resguardo de la calidad de los servicios turísticos, de la promoción nacional e internacional, del desarrollo e implementación de programas especiales, de la investigación, y de la producción y distribución de información, para contribuir al crecimiento económico y social del país. Para ello, creó la Política Nacional de Turismo, donde se establecen los principales lineamientos a seguir para el desarrollo de la actividad. SERNATUR

⁴ www.indap.gob.cl/prodesal

⁵ www.sernatur.cl/institucional

tiene como rol el proporcionar los marcos estratégicos de desarrollo de la actividad turística a nivel nacional y regional, de manera que las actividades de Turismo Rural sean un aporte a las políticas nacionales relacionadas. Además, podrá colaborar con INDAP en el desarrollo de la actividad turística en aquellas regiones que presenten condiciones geográficas y humanas favorables para ello.

SERNATUR ha creado diversos Programas a partir de los lineamientos de la Política Nacional de Turismo, entre los que se encuentran:

Programa Vacaciones Tercera Edad, que busca promover e incrementar el turismo interno en temporada baja y media, vinculando a distintos actores del rubro para quebrar la estacionalidad del turismo, y promover el acceso a adultos mayores y personas con capacidad disminuida a los beneficios que otorga el turismo.

Programa Gira de Estudios, cuyo objetivo es potenciar la ocupación de los servicios turísticos en temporada media y baja, preferentemente de micro, pequeños y medianos empresarios; y facilitar el acceso de jóvenes a los beneficios del turismo, favoreciendo una formación integral.

Programa de Calidad para los Servicios Turísticos, donde, a través de una alianza público-privada, se busca dotar al sector de normas técnicas de calidad que responda a las expectativas de los actores involucrados, y que brinde mayor transparencia al mercado de los servicios turísticos.

Programa de Conciencia Turística, el que busca crear conciencia turística en la ciudadanía, sobre la importancia y necesidad que este tema tiene, e identificar el rol que nos compete a cada uno como chileno en esta materia.

Programa de Turismo Accesible, el que propone, en un contexto de un 12,9% de la población con algún nivel de discapacidad, lograr que todos tengan posibilidades de acceder a la actividad turística, estableciendo pautas de integración durante el desarrollo de la actividad turística.

Programa de Promoción Internacional de Chile, en donde Turismo Chile (ex Corporación de Promoción Turística de Chile) es la organización que agrupa a las principales empresas de turismo de Chile y al sector público representado por SERNATUR, con el objetivo de promover la industria turística de Chile a nivel internacional.

Programa Nacional de Turismo Municipal, que busca lograr que los municipios incorporen como tema relevante la actividad turística dentro de su gestión anual, creando conciencia de la importancia del fortalecimiento y desarrollo de esta actividad. Además, busca lograr la sistematización de una acción nacional coordinada en esta materia, planificando el turismo no sólo de la perspectiva tradicional que es recibir turistas (turismo receptivo), sino también considerando la forma de entregarle a los vecinos oportunidades de hacer turismo (turismo emisor).

Fondo de Solidaridad e Inversión Social – FOSIS⁶

El FOSIS es un servicio del Gobierno de Chile, cuya Misión es contribuir en el esfuerzo del país para la superación de la pobreza, aportando respuestas originales en temas, áreas y enfoques de trabajo complementarios a los que abordan otros servicios del Estado. En él participan personas, familias y organizaciones que requieren de oportunidades para superar situaciones de pobreza o vulnerabilidad, cuando han perdido sus trabajos, cuentan con bajos ingresos, sufren alguna enfermedad o no tienen estudios.

En cuanto al Turismo Rural, el FOSIS provee de financiamiento a iniciativas que, dadas sus características específicas, no entran en el ámbito de acción de INDAP, o son complemento a los recursos o servicios de apoyo entregados por éste a pequeños agricultores y sus familias. Cuenta con varias líneas de trabajo, como la formación y capacitación de jóvenes, el apoyo productivo rural, y la asistencia a

⁶ www.fosis.cl

microempresas. Además, apoya la comercialización de los servicios que prestan los pequeños agricultores a través del Portal Zona Empresas⁷.

Para el FOSIS, el fomento al Turismo Rural debe considerar lo siguiente (Díaz, 1997):

- El excedente económico producido debe ser capturado por las comunidades locales pobres, aumentando los ingresos y el empleo de las familias focalizadas.
- Los proyectos deben gestarse y ser desarrollados favoreciendo la participación local, generando habilidades para el crecimiento de la ciudadanía local.
- Favorecer la recuperación y revalorización del medio ambiente en que se inserta la comunidad.
- Revalorizar la identidad cultural a nivel de la población local, recuperando tradiciones, historias y sitios de interés turístico.

Corporación Nacional de Desarrollo Indígena – CONADI⁸

La CONADI tiene como Misión el promover, coordinar y ejecutar las acciones del Estado en favor del desarrollo integral de las personas y comunidades indígenas, especialmente en lo económico, social y cultural y de impulsar su participación en la vida nacional, a través de la coordinación intersectorial, el financiamiento de iniciativas de inversión y la prestación de servicios a usuarios. En cuanto al Turismo Rural, su labor es promover, coordinar y ejecutar acciones en el ámbito del Turismo Rural que favorezcan fundamentalmente el desarrollo de inversiones y prestaciones de servicios a las comunidades indígenas de nuestro país, intencionando la coordinación intersectorial con INDAP a través de Programas como Orígenes.

⁷ www.ze.cl

⁸ www.conadi.cl

Corporación Nacional Forestal – CONAF⁹

CONAF tiene como Misión el contribuir al desarrollo del país a través de la conservación del patrimonio silvestre y el uso sostenible de los ecosistemas forestales. Su rol dentro del ámbito del Turismo Rural, es el de proveer apoyo especializado en materias relacionadas con el patrimonio silvestre del país, así como también el que los pequeños agricultores y sus familias que estén organizados en microempresas campesinas, tengan la posibilidad de participar en las concesiones ecoturísticas en los parques y reservas nacionales, además de desarrollar ofertas interesantes de turismo rural en su entorno.

Su rol como administrador de las Áreas Silvestres Protegidas del Estado, con cerca de 15 millones de hectáreas en total, es fundamental para la conservación y puesta en valor de estos espacios naturales, los que sustentan una parte importante del Turismo Rural, y en particular del Ecoturismo. El uso de estas áreas, fundamentado en la protección, conservación y recuperación de áreas naturales y recursos culturales existentes en ellas, considera la posibilidad de realizar actividades de uso público, como la recreación y el Turismo sostenible, pero siempre bajo el precepto de armonía con el entorno natural y cultural (CONAF, 2001). Resulta relevante considerar el énfasis en el aspecto educativo y la consideración de las comunidades rurales del entorno, especialmente las indígenas.

El manejo del Ecoturismo en las Áreas que administra CONAF, se basa en cuatro principios básicos: el mejoramiento de la valoración de las Áreas Silvestres Protegidas por parte de la comunidad, el mejoramiento de la calidad de los servicios ecoturísticos prestados, la participación de la comunidad, y la generación de ingresos para la gestión de dichas Áreas. Estos ingresos se generan a través de Convenios de cooperación, Concesiones, cobros por ingreso, Fondos gubernamentales, el aporte de ONG's internacionales, y la asociatividad con empresarios (CONAF, 2001).

⁹ www.conaf.cl

Servicio Agrícola y Ganadero – SAG

El SAG, dependiente del Ministerio de Agricultura (MINAGRI), tiene como Misión proteger y mejorar la condición de los recursos productivos silvoagropecuarios en sus dimensiones sanitaria, ambiental, genética y geográfica y el desarrollo de la calidad agroalimentaria para apoyar la competitividad, sustentabilidad y equidad del sector.

Dada la importancia de la actividad silvoagropecuaria para el Turismo Rural, resulta relevante destacar sus objetivos estratégicos, tanto de proteger y mejorar la condición fito y zoonosanitaria de los recursos silvoagropecuarios del país, mediante la prevención de ingreso, la vigilancia, el control y erradicación de plagas y enfermedades de importancia económica de acuerdo a las prioridades de la política silvoagropecuaria del país; como el proteger, conservar y mejorar el estado de los recursos naturales renovables, base de la producción silvoagropecuaria, el medio ambiente y la biodiversidad asociada que la componen, contribuyendo a su sustentabilidad a través de programas de gestión y conservación de los recursos naturales renovables.

Fundación para la Innovación Agraria – FIA¹⁰

Esta Fundación tiene como Misión el promover y desarrollar en el sector silvoagropecuario de Chile una cultura de innovación que permita fortalecer las capacidades y el emprendimiento de las instituciones, personas y empresas, para contribuir al incremento sistemático de la competitividad sectorial, promoviendo al mismo tiempo el resguardo del patrimonio natural del país. Para ello, la labor de FIA se centra en el fomento de los procesos de innovación y en actuar sobre el entorno y las condiciones que favorecen dichos procesos, para fortalecer así el desarrollo económico y social del país y contribuir a mejorar las condiciones de vida de las familias rurales.

¹⁰ www.fia.cl

Respecto del Turismo Rural, su rol principal es el financiar proyectos de innovación agraria y capturas tecnológicas, de manera de fortalecer la innovación como factor relevante en el desarrollo de la actividad. Además, cofinancia giras tecnológicas en conjunto con INDAP, buscando incorporar nuevos conocimientos en el desarrollo de negocios de turismo rural, a través de la interacción con experiencias similares, tanto a nivel nacional como internacional.

Corporación de Fomento de la Producción – CORFO¹¹

CORFO es una agencia del Estado de Chile, que apoya a empresas capaces de competir en los mercados. Su acción abarca desde el ámbito individual de cada empresa y grupos empresariales que trabajan asociativamente, hasta cadenas de producción, incluyendo clusters o concentraciones geográficas de empresas e instituciones en torno a una actividad productiva. En el ámbito del Turismo Rural, el principal instrumento son los Proyectos Asociativos de Fomento (PROFO), los que financian proyectos asociativos de Turismo Rural, y los Fondos de Asistencia Técnica (FAT).

Dentro de CORFO, se encuentra el Programa de Innovación InnovaChile, el que en su área de Turismo de Intereses Especiales, busca contribuir al desarrollo de ofertas distintivas, sustentables y de alta calidad, abordando los desafíos de innovación asociados a capturar para el país el potencial de generación de ingresos presente en su patrimonio natural y cultural. Esto, en vista de que este sector se presenta con una ventaja comparativa a nivel internacional, con un alto potencial de crecimiento y un bajo nivel de esfuerzo necesario para alcanzar la competitividad.

Otro Programa de CORFO son los Programas Territoriales Integrados (PTI), orientados a mejorar la realidad productiva de un territorio, área o zona geográfica determinada, así como al desarrollo de un sector productivo determinado y sus relaciones. A través de las líneas de apoyo de CORFO, se financian las actividades que permitan levantar información, formular el diseño y articular los

¹¹ www.corfo.cl

programas que permitan contribuir al crecimiento y mejoramiento de la competitividad de las empresas de un territorio o sector productivo. Diversas regiones del país tiene PTI relacionados con el turismo, como el PTI “Turismo de Intereses Especiales Arica y Parinacota”, PTI “Desarrollo del Turismo en la Provincia de San Antonio”, PTI “Turismo de intereses especiales de la Araucanía”, PTI “Patagonia Aysén”, y el PTI “Turismo de intereses especiales en Magallanes”.

Servicio de Cooperación Técnica – SERCOTEC¹²

Este Servicio es una Corporación de Derecho Privado, filial de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), que tiene como Misión el promover y apoyar iniciativas de mejoramiento de la competitividad de las micro y pequeñas empresas y fortalecer el desarrollo de la capacidad de gestión de sus empresarios. Su tarea consiste en apoyar aquellos proyectos productivos y de servicios de las pequeñas y micro empresas, y fortalecer la labor de los municipios en ámbitos relacionados al turismo rural a través de sus oficinas de fomento productivo. En conjunto con INDAP, busca apoyar a los microempresarios para lograr el acceso a tecnologías de la información, a través de las cuales puedan promover y comercializar sus productos.

Chile Emprende¹³

Este organismo busca coordinar diversas instituciones de fomento, con el objetivo de contribuir al desarrollo del segmento de las pequeñas y micro empresas, a través del acceso a mercados, oportunidades de negocio, eslabonamiento de cadenas de valor, y la creación de ambientes que potencian la competitividad de acuerdo a la realidad de cada territorio predefinido. Tiene como socios estratégicos a INDAP, CORFO, FOSIS, SENCE, SERCOTEC, MINECOM y SUBDERE.

¹² www.sercotec.cl

¹³ www.chilemprende.cl

Fundación de Promoción y Desarrollo de la Mujer – PRODEMU¹⁴

La Misión de PRODEMU es contribuir a la disminución de las brechas de inequidad que afectan a las mujeres en situación de pobreza, fomentando la autonomía y el ejercicio activo de la ciudadanía mediante una propuesta socioeducativa con perspectiva de género y en alianza estratégica con actores públicos privados. Tiene como tarea, en alianza con INDAP, el apoyo a la capacitación y formación de las usuarias rurales que pertenecen a los Programas de PRODEMU, en ámbitos de elaboración de artesanías tradicionales, preparación y elaboración de alimentos, manejo de huertos familiares, entre otros.

Instituto Nacional de la Juventud – INJUV¹⁵

El INJUV tiene como Misión el contribuir al mejoramiento de los niveles de inclusión social y oportunidades de los jóvenes chilenos, a través de la generación de conocimiento, diseño y coordinación de políticas públicas y la ejecución de programas específicos. En cuanto al Turismo Rural, su labor consisten, en conjunto con INDAP, el apoyar la identificación, evaluación y capacitación de los jóvenes rurales de origen campesino, para su desarrollo como guías en el medio rural u otros oficios pertinentes para la actividad turística. El énfasis está en su capacitación en temas de folclore, historias y costumbres locales, flora, fauna, entre otros.

Ministerio de Educación – MINEDUC¹⁶

La Misión del Ministerio de Educación es encargarse de fomentar el desarrollo de la educación en todos sus niveles y promover el progreso integral de todas las personas a través de un sistema educativo que asegure igualdad de oportunidades y aprendizaje de calidad para todos los niños/as, jóvenes y adultos durante su vida, con independencia de la edad y el sexo; otorgándoles una

¹⁴ www.prodemu.cl

¹⁵ www.injuv.cl

¹⁶ www.mineduc.cl

educación humanista, democrática, de excelencia y abierta al mundo en todos los niveles de enseñanza, cautelando el buen uso de los recursos públicos y contribuyendo activamente a la garantía del derecho a la educación y a la libertad de enseñanza. Asimismo, estimular la investigación en las distintas áreas del conocimiento, contribuyendo específicamente al desarrollo de la ciencia y la tecnología.

En cuanto a sus labores relacionadas al Turismo Rural, el MINEDUC debe, en conjunto con las Corporaciones Municipales de Educación, generar un Plan de Estudios relacionado con las necesidades del Turismo Rural para las escuelas rurales y las escuelas agrícolas, particularmente en relación a los conocimientos respecto de la localidad en que habitan, en temáticas de folclore, flora y fauna, historias locales, costumbres, etc. Además, a través del Programa Inglés¹⁷, existe la posibilidad de capacitar en el manejo de este idioma a microempresarios para que mejoren su comunicación con los visitantes extranjeros.

Ministerio de Vivienda y Urbanismo – MINVU¹⁸

Este Ministerio tiene por Misión mejorar la calidad de vida de chilenos y chilenas, posibilitando el acceso a viviendas dignas, barrios equipados y ciudades integradas. Su tarea es, en conjunto con el SERVIU y los Municipios Rurales, estudiar el mejor uso del espacio rural y la forma de adaptar el subsidio habitacional campesino a las necesidades que presenta el Turismo Rural.

Servicio Nacional de Pesca – SERNAPECA¹⁹

Este servicio tiene como Misión el aplicar la normativa sectorial pesquera, acuícola, sanitaria y ambiental, así como los acuerdos internacionales que regulan la actividad, a fin de contribuir al desarrollo sustentable y a la competitividad de los sectores de pesca y acuicultura. También le compete otorgar la garantía oficial de

¹⁷ www.ingles.mineduc.cl

¹⁸ www.minvu.cl

¹⁹ www.sernapesca.cl

inocuidad a los productos de exportación pesqueros y de acuicultura, y proveer las estadísticas pesqueras oficiales del sector. En cuanto a la actividad turística, le compete regular la pesca deportiva, actividad que se realiza con propósitos deportivos, de recreación, pasatiempo o competición sin fines de lucro. Esta actividad, que se puede practicar en ríos, lagos, tranques, embalses, y en el mar ya sea desde la orilla o embarcado, se puede dividir en cuatro tipos: la pesca de lanzamiento o spinning, la pesca con mosca o fly fishing, la pesca con devolución o catch and release y, la pesca de curricán o trolling. La pesca deportiva es administrada por la Subsecretaría de Pesca y el Servicio Nacional de Pesca, quienes reglamentan y fiscalizan el uso de artes y aparejos, delimitando las temporadas de pesca, el cupo de capturas y su tamaño según especies y el uso de los diferentes zonas de pesca.

Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos – DIBAM

Es un organismo público que se relaciona con el Gobierno a través del Ministerio de Educación, que tiene como Misión la promoción del conocimiento, creación, recreación y apropiación permanente del patrimonio cultural y la memoria colectiva del país, contribuyendo a los procesos de construcción de identidades y al desarrollo de la comunidad nacional y de su inserción en la comunidad internacional. Esto implica rescatar, conservar, investigar y difundir el patrimonio nacional, considerado en su más amplio sentido.

Sus funciones radican en la elaboración y coordinación de políticas relacionadas con el patrimonio cultural, y el apoyo y asesoría a las instituciones, organizaciones o personas que trabajen en la promoción y conservación del patrimonio cultural.

Servicio Nacional del Consumidor – SERNAC²⁰

El SERNAC es un servicio del Gobierno de Chile que busca construir una cultura de respeto a los derechos de los consumidores, impulsando la participación y la

²⁰ www.sernac.cl

existencia de consumidores que conocen sus derechos y los ejercen directamente cuando les son vulnerados. Así, al SERNAC le compete observar el cumplimiento de los servicios ofrecidos a los turistas, actuando frente a las vulneraciones de los derechos de los consumidores por parte de los prestadores de servicios.

Sendero de Chile²¹

Sendero de Chile es una iniciativa pública multisectorial, coordinada por la Comisión Nacional de Medio Ambiente (CONAMA), que busca crear un corredor longitudinal para conectar al país a través de 8.500 kms. de senderos que pueden ser transitados a caballo, en bicicleta o a pie. Cuenta con tres objetivos principales: el desarrollo de un importante producto ecoturístico; el acceso de la ciudadanía al conocimiento cultural y natural a través del sendero; y la protección del entorno paisajístico.

Este Proyecto Bicentenario busca vincular a chilenos y extranjeros con la diversidad cultural, natural, paisajística y étnica de Chile, apoyando emprendimientos de Turismo Rural que se encuentren en el área de influencia del Sendero, para transformarlos en oferentes de servicios turísticos. La diversidad de paisajes en Chile, permite trazar una ruta que atraviesa asentamientos humanos, desiertos, bosques, 17 Parques y 21 Reservas Nacionales, 2 Monumentos Naturales, Santuarios de la Naturaleza, áreas de interés turístico, zonas de belleza escénica, sitios arqueológicos, etc.

2. Sector público a nivel regional

Gobiernos Regionales²²

Los Gobiernos Regionales (GORE) son los organismos encargados de la administración superior de cada región, preocupándose por el desarrollo armónico

²¹ www.senderodechile.cl

²² www.gobiernoregional.cl

y equitativo del territorio, e impulsando su desarrollo económico, social y cultural, considerando la preservación y mejoramiento del medio ambiente y la participación de la comunidad. Para ello, debe garantizar la equidad, eficiencia y eficacia en la asignación y uso de los recursos públicos, los que se invierten en programas y proyectos que tienen como meta otorgar una mejor calidad de vida a los hombres y mujeres que viven en la región.

Para cumplir las metas de desarrollo en cada región, el GORE elabora políticas, planes y programas, y utiliza diversos instrumentos de inversión, como el Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR), la Inversión Sectorial de Asignación Regional (ISAR), la Inversión Regional de Asignación Local (IRAL) y recursos traspasados desde la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (SUBDERE), entre otros. A través de los FNDR, se podrá financiar estudios de diagnóstico del potencial de localidades rurales, y obras de infraestructura, tales como caminos, agua potable, electricidad, entre otras.

Agencias Regionales de Desarrollo Productivo – ARDP

A partir de políticas de descentralización, se han creado a nivel regional las Agencias Regionales de Desarrollo Productivo²³, las que buscan abordar el desarrollo económico desde las regiones y con la participación de los actores públicos y privados a nivel local. Autoridades, empresarios, universidades, centros de investigación y la sociedad civil, participan en la definición de una visión estratégica de largo plazo que guíe las acciones públicas y privadas en el área del emprendimiento, el fomento y la innovación, y progresivamente, determinen la asignación de recursos y adecuación de los instrumentos en estas materias. La Misión de estas Agencias es promover un desarrollo productivo regional sustentable, que contribuya al mejoramiento de la competitividad regional.

Resulta relevante observar que todas las regiones del país han señalado al turismo como una de sus áreas de focalización, lo que se presenta como una oportunidad para un mayor desarrollo de esta actividad a nivel nacional, en

²³ www.ardp.cl

particular en aquellas regiones con espacios rurales de alta valoración para el Turismo Rural.

3. Sector público a nivel municipal

Municipios Rurales

Los Municipios Rurales tienen como tareas principales el apoyo a la puesta en marcha de proyectos, la difusión de las actividades de Turismo Rural desarrolladas por microempresarios, y el mejoramiento de la red vial secundaria. Además, deben realizar las siguientes labores:

- Aportar con un diagnóstico turístico del municipio, levantando información relevante para la actividad.
- Incentivar la participación comunitaria en proyectos de Turismo Rural
- Ayudar a la conservación de los recursos folclóricos, culturales, paisajísticos, naturales, entre otros.
- Adaptar, cuando sea necesario, el Programa PRODESAL a las necesidades de las familias de pequeños agricultores de la comuna interesadas en el Turismo Rural.
- Informar a las instituciones relacionadas al Turismo Rural sobre el desarrollo de proyectos en la comuna.
- Comunicar periódicamente a INDAP respecto de los eventos costumbristas realizados en la comuna, de manera de actualizar la información de la Guía Nacional de Turismo Rural.
- Apoyar la promoción de la oferta de Turismo Rural, fortaleciendo la imagen de la comuna como destino turístico.

III. POLÍTICAS, LEYES Y REGLAMENTOS DE APOYO AL TURISMO RURAL

1. Política Nacional de Turismo

La Política Nacional de Turismo inserta en el SERNATUR, tiene como objetivo posicionar a Chile como un destino turístico, estableciendo como eje de desarrollo el turismo de naturaleza y de intereses especiales, particularmente para los mercados de larga distancia. Al mismo tiempo, busca ampliar y diversificar la oferta de productos y las oportunidades de acceso al turismo interno (Rivas, 2005).

Los principios que guían esta Política son:

- a. **Sustentabilidad:** Desarrollar un turismo sustentable, como una oportunidad para el uso responsable de los recursos turísticos tangibles e intangibles, difundiendo su uso responsable para beneficio de las generaciones presentes y futuras, con el compromiso de las comunidades locales y las empresas que operan en zonas turísticas.
- b. **Credibilidad:** La calidad de la experiencia turística debe ser satisfactoria para turistas nacionales y extranjeros, tanto para lograr la repetición de los viajes, como para reforzar la promoción testimonial. Para ello, la información referida a calidad, oferta de servicios y precios debe ser transparente.
- c. **Innovación:** Buscar constantemente nuevos productos, tecnología, instrumentos y procesos que fortalezcan la actividad turística y contribuyan a generar valor.
- d. **Equidad:** Promover el acceso de la población del país a las actividades turísticas, aprovechando la diversidad de destinos para reforzar la equidad territorial y los beneficios para las comunidades del entorno de los destinos turísticos.

e. **Colaboración:** Estrechar las relaciones en el sector, favoreciendo encadenamientos, integración de ofertas, desarrollo de destinos y una mejor comercialización, maximizando los beneficios a través del trabajo conjunto a largo plazo entre el Estado, la industria y las comunidades locales.

f. **Identidad:** Fortalecer en conjunto los atributos de Chile como país confiable, seguro, creíble, responsable y acogedor, con paisajes naturales inalterados en parte importante de su territorio y diversas manifestaciones culturales. Estos atributos se deben fortalecer en conjunto, de manera de potenciar la exportación turística a mercados extranjeros.

g. **Facilitación:** Todos los organismos del Estado que dispongan de instrumentos o normativas que regulen el sector turismo, deben participar en esta Política, con acciones que faciliten el desarrollo integral de la actividad turística.

2. Instrumentos legislativos

Dadas las ventajas competitivas de Chile para el Turismo Rural, y las perspectivas auspiciosas que presenta esta actividad para el desarrollo del medio rural, en Chile se ha desarrollado la política tendiente a fomentar esta alternativa productiva. Así, el Programa Nacional de Turismo Rural de INDAP es la principal iniciativa desde la institucionalidad pública para apoyar la alternativa de agronegocios en la agricultura familiar campesina, aumentando paulatinamente los emprendimientos en el rubro desde el año 1996, particularmente el número de establecimientos rurales (Martínez, 1999). CORFO, a través de sus diversos Servicios y Programas, financia la generación de empresas y redes asociativas para empresas de mayor tamaño, que favorezcan el desarrollo del turismo a nivel nacional.

En el caso del SERNATUR, se plantea que el desarrollo del Turismo Rural debiera ser uno de los principales focos de acción para la promoción de la actividad turística, especialmente la extranjera, dadas las características naturales y culturales de nuestro país (Arias, 1997; Mancilla, 2005). Este organismo presentó

el año 1996 la Estrategia de Fomento del Turismo Rural en Chile, materialización de la política de fomento a esta actividad.

De esta manera, observamos que diversas instituciones como SERNATUR, INDAP, CORFO, SERCOTEC, FOSIS, CONAF, CONADI, entre otras, consideran dentro de sus lineamientos estratégicos el Turismo Rural como una actividad que favorece el desarrollo de los territorios rurales, reflejo de la importancia que la política pública le otorga a este sector productivo.

A continuación revisaremos algunas leyes y reglamentos relacionados con el Turismo Rural.

Decreto Ley N° 1.224 que crea el Servicio Nacional del Turismo (SERNATUR)²⁴

Este Decreto Ley, del año 1975, crea el Servicio Nacional del Turismo, que tiene como objetivo el investigar, planificar, fomentar, controlar, promover y coordinar la actividad turística, ejerciendo todas las funciones que se establecen en este Decreto Ley. Tiene como referentes el D.F.L. 355 del 5 de abril de 1960 y la Ley N° 17.169 del 13 de agosto de 1969, que crean la Dirección de Turismo y los Consejos Regionales de Turismo.

El D.L N° 1.224 fue creado dado el importante crecimiento de la actividad turística en Chile, y su importancia para el desarrollo económico, social y cultural del país. En principio consideraba una Dirección Nacional, ubicada en Santiago, y Direcciones Regionales en cada región del país.

El D.L. N° 1.224 señala como funciones de SERNATUR:

1. Proponer al Supremo Gobierno la política de turismo para el país y preparar los planes y programas de desarrollo turístico, en conformidad con dicha política y en concordancia con los planes y políticas nacionales de desarrollo.

²⁴ www.sernatur.cl/institucional/htm_intit/historia.html

2. Preparar, a través de las Direcciones Regionales de Turismo, los planes, programas y proyectos de desarrollo turístico para cada región y armonizarlos con los planes y políticas nacionales.
3. Velar por el cumplimiento de la política nacional de turismo.
4. Orientar, coordinar e incentivar las actividades de los sectores público y privado hacia los planes, programas y proyectos de carácter turístico.
5. Proponer al sector público y promover en el sector privado, la construcción, ampliación o mejoramiento de obras de infraestructura y equipamiento que incidan directa o indirectamente en la actividad turística.
6. Difundir, tanto en el territorio nacional como en el extranjero, las atracciones y valores turísticos del país, pudiendo publicar revistas, folletos, guías, avisos y, en general, emplear para ello cualquier medio de publicidad.
7. Informar las becas de estudios turísticos e intervenir en la capacitación de los recursos humanos requeridos por la actividad turística.
8. Velar por la veracidad de la información que de los valores turísticos divulguen nacional e internacionalmente el sector privado y aquellas entidades del sector público que presten servicios turísticos, en la forma que determine el reglamento.
9. Convenir la instalación de oficinas de información turística, tanto en el territorio nacional como en el extranjero, pudiendo, para este último caso, designar representantes con el objeto que los mismos ejerzan actividades vinculadas con la promoción turística del país.
10. Declarar "Fiesta Nacional" a aquellos eventos, que por su trascendencia, constituyen instrumentos de promoción turística nacional e internacional.

11. Estimular el desarrollo del "turismo de convenciones" y demás eventos que fueren de interés turístico.
12. Propiciar el otorgamiento de créditos de fomento a la actividad turística, e informar a las instituciones y organismos públicos sobre las solicitudes de créditos especiales destinados al desarrollo del turismo.
13. Informar las solicitudes de patentes de turismo y requerir la cancelación de las mismas, en los casos que determine el Reglamento.
14. Calificar, registrar y clasificar las empresas, entidades y establecimientos que presten servicios turísticos.
15. Autorizar la destinación transitoria de residencias particulares para el alojamiento de turistas.
16. Integrar las entidades internacionales de turismo y participar en las reuniones que las mismas realicen, cuando por su importancia así se requiera.
17. Declarar zonas y centros de interés turístico nacional.
18. Informar las solicitudes de concesión de playas de mar y riberas de lagos y ríos para el uso exclusivo de particulares, de conformidad con el Reglamento respectivo.
19. Cooperar y asesorar a los organismos pertinentes en la preservación, conservación, puesta en valor y explotación del patrimonio artístico, cultural e histórico y de recursos naturales de interés turístico.
20. Propender a la simplificación de las normas y procedimientos requeridos para el ingreso, permanencia y salida de los turistas del territorio nacional, proponiendo y coordinando con los servicios competentes las respectivas medidas de facilitación.

21. Celebrar convenios con personas naturales o jurídicas o con organismos públicos y privados nacionales, internacionales o extranjeros, con el objeto de promover y facilitar el intercambio y desarrollo turístico.
22. Integrar y participar en la formación y constitución de corporaciones de derecho privado, sin fines de lucro, cuya finalidad fundamental sea la promoción turística de Chile en el extranjero. Del mismo modo, el Servicio estará facultado para participar en la disolución y liquidación de las entidades de las que forme parte, con arreglo a los estatutos de estas últimas.

Decreto Ley N° 3.477 de 1980

El Artículo 19 e) del D.L. N° 3.477 de 1980, derogó el Título V del D.L. N° 1.224, Sanciones, con todos sus artículos, suprimiendo la facultad de fiscalización y control de los establecimientos públicos por parte de SERNATUR.

Ley N° 19.255 de 1993, Corporación de Promoción Turística de Chile (CPT)

Esta Ley busca aumentar la incidencia del sector turismo en el desarrollo y crecimiento del país, con el propósito de posicionar a Chile como destino turístico de nivel internacional, promocionando la oferta turística a través de una alianza del sector público, representado por SERNATUR, y privados ligados al sector (DIPRES, 2005).

Para que SERNATUR pudiera participar de la CPT, Corporación de derecho privado sin fines de lucro, se debió modificar la ley orgánica que la rige a través de la Ley N° 19.225, donde se establece que SERNATUR puede participar de las Corporaciones de derecho privado, la que además señala las fuentes de financiamiento del CPT y determina que el aporte del CPT no puede exceder el 50% del valor de los programas o proyectos.

Proyecto de Ley de Turismo²⁵

En enero de 2009, la Cámara de Diputados aprobó el Proyecto de Ley de Turismo, la que ahora debe cumplir el trámite legislativo en el Senado. Esta Ley crea una nueva institucionalidad, compuesta por un Consejo de Ministros y una Subsecretaría de Turismo, adicionalmente al SERNATUR.

Este proyecto establece que el Turismo es una actividad estratégica para el desarrollo del país, siendo prioritario dentro de las políticas de Estado, y tiene como objetivo el mejorar la organización del Ejecutivo en materia de Turismo, de manera de perfeccionar su intervención en áreas estratégicas para el desarrollo del sector. Sus implicancias directas apuntan al desarrollo económico de las regiones del país, a través de encadenamientos productivos que beneficien a las empresas de menor tamaño y generando empleos de calidad, en un sector que crece a nivel mundial, y en el que Chile tiene ventajas competitivas.

Los principales contenidos de esta Ley son:

La Institucionalidad Nacional de Turismo determinará los objetivos, acciones y prioridades que regirán al sector; y deberá considerar el rol de las regiones en el cumplimiento de los objetivos de desarrollo de la actividad.

Se crea el Comité de Ministros del Turismo, integrado por el Ministro de Economía, quien lo presidirá y será Ministro de Turismo; y los Ministros de Obras Públicas, Vivienda, Agricultura, Bienes Nacionales, el Ministro Presidente de la Comisión Nacional del Medio Ambiente y el Ministro Presidente del Consejo de Cultura y las Artes. Además, el Proyecto crea una Subsecretaría de Turismo en el Ministerio de Economía, la que deberá elaborar y proponer al Comité los planes, programas y proyectos para el fomento, promoción y desarrollo del turismo, además de vigilar la elaboración y cumplimiento del Plan Anual de Acción del SERNATUR.

²⁵ www.economia.cl/1540/article-187202.html

Por otra parte, se crea un Consejo Consultivo de Promoción Turística, encargado de asesorar y colaborar en la formulación de la Política Nacional de Promoción del Turismo.

Esta Ley regula aquellas zonas de interés turístico que se incluirán en los instrumentos de planificación, ya que éstas requerirán medidas de conservación y una planificación integrada para promover las inversiones del sector privado.

En el caso de la modificación de Planes Reguladores Comunales y Límites Urbanos en zonas de Interés Turístico, se requerirá de un informe del Servicio Nacional de Turismo, antes de su tramitación en el Concejo municipal. Además, la modificación de los Planes Reguladores Intercomunales o Metropolitanos que involucre zonas declaradas de Interés Turístico, requerirá consulta al Servicio Nacional de Turismo por parte de la Secretaría Regional de Vivienda y Urbanismo.

Las Zonas de Interés Turístico serán prioritarias para la ejecución de programas y proyectos públicos de fomento de esta actividad, así como la asignación de recursos destinados a obras de infraestructura y equipamiento necesarios.

El proyecto señala que sólo se podrán desarrollar actividades turísticas en Áreas Silvestres Protegidas del Estado, cuando éstas sean compatibles con el objetivo de conservación, debiendo asegurar la diversidad biológica, la preservación de la naturaleza y la conservación del patrimonio ambiental.

Finalmente, se establece que en este organismo participarán el Subsecretario de Turismo, que lo presidirá, el Director Nacional del Servicio Nacional de Turismo y de los directivos superiores de los organismos y servicios públicos relacionados con la materia, además de representantes de las asociaciones gremiales que representen los intereses de las empresas que desarrollan sus actividades en este rubro.

2. Turismo y ambiente

Ley N° 19.300 Sobre Bases Generales del Medio Ambiente²⁶

La Ley N° 19.300 se publica el año 1994, para solucionar el problema de una legislación dispersa y sin un sentido orgánico claro, entregando una serie de instrumentos legales que permitieron llevar un importante vacío en el ordenamiento jurídico del país. Esta Ley busca estructurar un sistema normativo ambiental, dictando normas generales que permiten ordenar la normativa ambiental existente y la futura (CONAMA, 1994).

Por otra parte, la Ley crea la Comisión Nacional del Medio Ambiente (CONAMA), un servicio público descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene como función el proponer e implementar las políticas ambientales, coordinar el aparato público para la gestión de las mismas, y promover la participación del sector privado y la ciudadanía en estas materias.

Además, la Ley crea el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA), un instrumento de gestión al que deben someterse los proyectos de inversión y las actividades productivas, con el objetivo de determinar los efectos reales que éstos tendrán sobre el medio ambiente. El fin es evitar un mayor daño ecológico y establecer los responsables cuando se produzcan perjuicios al ambiente.

La reglamentación de la Ley de Bases del Medio Ambiente está determinada por el D.S. N° 30 de 1997, Reglamento del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental, cuyo texto fue refundido en el Artículo N° 2 del D.S N° 95 de 2001. Este Reglamento establece las disposiciones por las que se regirá el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental y la Participación de la Comunidad (CONAMA, 1997).

Considerando la intencionalidad del Turismo Rural de favorecer la protección del medio ambiente, resulta relevante considerar que en su Artículo N° 70, se señala

²⁶ www.conama.cl

la responsabilidad que le compete a la CONAMA, de las que señalamos las más relevantes:

- a. Actuar como órgano de consulta, análisis, comunicación y coordinación en materias relacionadas con el medio ambiente;
- f. Colaborar con las autoridades competentes en la preparación, aprobación y desarrollo de programas de educación y difusión ambiental, la preservación de la naturaleza y la conservación del patrimonio ambiental, y a promover la participación ciudadana en estas materias;
- h. Financiar proyectos y actividades orientadas a la protección del medio ambiente, la preservación de la naturaleza y la conservación del patrimonio ambiental.

Desde esta perspectiva, iniciativas como el Sendero de Chile, en el marco del Sistema Nacional de Gestión Ambiental (SNGA), son un aporte al desarrollo de productos turísticos de alta valoración, favoreciendo una actividad turística responsable con el entorno natural (Delgado, 2006).

Ley N° 18.362 Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado (SNASPE)²⁷

La Ley N° 18.362 de 1984, crea el Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado (SNASPE), los que corresponden a aquellos ambientes naturales, terrestres o acuáticos que el Estado protege y maneja para lograr su conservación. Existen tres categorías de manejo: Parques Nacionales, Reservas Nacionales y Monumentos Naturales.

Hoy, Chile cuenta con 96 unidades: 33 Parques Nacionales, 48 Reservas

²⁷ www.conaf.cl

Nacionales y 15 Monumentos Naturales, con un total aproximado de 14 millones de hectáreas, equivalentes al 19% del territorio nacional²⁸.

Los Parques Nacionales se distinguen porque todos los recursos naturales que existen en ellos, flora, fauna, recursos hídricos, etc. no pueden ser utilizados con fines económicos, más bien deben ser protegidos. En cambio los recursos existentes en las Reservas Nacionales pueden ser utilizados en forma sustentable.

Ley N° 20.256 de 2008, de Pesca Recreativa²⁹

El 12 de abril de 2008 se publica la Ley N° 20.256 de Pesca Recreativa, que tiene como objetivos el fomento a la actividad de pesca recreativa, la conservación de las especies hidrobiológicas y la protección de su ecosistema, el fomento a las actividades económicas y turísticas asociadas a la pesca recreativa y el fortalecimiento de la participación regional en este rubro.

Se entiende por Pesca Recreativa la actividad pesquera realizada por personas naturales que tiene por objeto la captura de especies hidrobiológicas con aparejos de pesca de uso personal, sin fines de lucro para el pescador y con propósito de deporte, turismo o entretenimiento. También queda sometida a las disposiciones de esta ley la pesca submarina, sólo en cuanto dicha actividad sea realizada sin fines de lucro y con los propósitos señalados anteriormente.

3. Turismo, cultura y patrimonio

La cultura y el patrimonio cultural e histórico son partes importantes del Turismo Rural. Su puesta en valor implica reconocer su importancia, pero también definir, desde la institucionalidad pública, una política preocupada de estos aspectos. Por ello, resulta relevante tener presente dos cuerpos legales interesados en el ámbito cultural: la Ley que crea el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, la Ley

²⁸ Se adjunta en Anexos la lista de los Parques Nacionales, Reservas Nacionales y Monumentos Naturales.

²⁹ www.sernapesca.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=725&Itemid=792

Indígena, y la Ley que crea la Dirección General de Bibliotecas, Archivos y Museos. A continuación presentamos sus aspectos más relevantes.

Ley N° 19.891 de 2003, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes³⁰

Esta Ley crea el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, servicio público autónomo, descentralizado y territorialmente desconcentrado, que tiene como objetivos apoyar el desarrollo de las artes y la difusión de la cultura, contribuir a conservar, incrementar y poner al alcance de las personas el patrimonio cultural de la Nación, y promover la participación de éstas en la vida cultural del país. El principio básico que le rige es la búsqueda de un desarrollo cultural armónico y equitativo entre las regiones, provincias y comunas del país, principalmente en lo que se refiere a la distribución de los recursos públicos asignados a la cultura.

El Artículo 3 de esta Ley señala las funciones del Consejo, que para el caso del Turismo Rural resulta relevante señalar las siguientes:

1. Estudiar, adoptar, poner en ejecución, evaluar y renovar políticas culturales, así como planes y programas del mismo carácter, con el fin de dar cumplimiento a su objeto de apoyar el desarrollo de la cultura y las artes, y de conservar, incrementar y difundir el patrimonio cultural de la Nación y de promover la participación de las personas en la vida cultural del país;
2. Ejecutar y promover la ejecución de estudios e investigaciones acerca de la actividad cultural y artística del país, así como sobre el patrimonio cultural de éste;
4. Facilitar el acceso a las manifestaciones culturales y a las expresiones artísticas, al patrimonio cultural del país y al uso de las tecnologías que conciernen a la producción, reproducción y difusión de objetos culturales;

³⁰ www.consejodelacultura.cl

7. Impulsar la construcción, ampliación y habilitación de infraestructura y equipamiento para el desarrollo de las actividades culturales, artísticas y patrimoniales del país, y promover la capacidad de gestión asociada a esa infraestructura;
9. Establecer vínculos de coordinación y colaboración con todas las reparticiones públicas que, sin formar parte del Consejo ni relacionarse directamente con éste, cumplan también funciones en el ámbito de la cultura;
13. Administrar el Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes de que trata el Título II de la presente ley.

Ley N° 19.253 de 1993, Ley Indígena

Esta Ley, en su Art. 1, señala el reconocimiento del Estado chileno de los indígenas, descendientes de las agrupaciones humanas que existen en el territorio nacional desde tiempos precolombinos, que conservan manifestaciones étnicas y culturales propias, siendo para ellos la tierra el fundamento principal de su existencia y cultura. Las principales etnias son la Mapuche, Aimara, Rapa Nui o Pascuenses, la de las comunidades Atacameños, Quechuas, Collas y Diaguitas en el norte del país, las comunidades Kawashkar o Alacalufe y Yámana o Yagán en los canales australes.

Entre otras materias, señala las definiciones de la calidad de indígena, las culturas indígenas, y las comunidades indígenas; del reconocimiento, protección y desarrollo de sus tierras; del Fondo de Desarrollo Indígena; del reconocimiento, respeto y protección por la cultura y la educación indígena; de las formas de participación indígena; de la Corporación de Desarrollo Indígena (CONADI); de normas especiales en procedimientos judiciales; y de algunas disposiciones particulares para etnias específicas.

El Art. 7 señala que el Estado chileno tiene el deber de promover las culturas indígenas, las que forman parte del patrimonio de la Nación chilena.

Además, esta Ley crea el Fondo de Desarrollo Indígena (Art. 23), el que, entre otras cosas, puede financiar planes para la recuperación de la calidad de las tierras indígenas degradadas, o diversificar su uso y producción.

En el Art. 28, se señala que el reconocimiento, respeto y protección de las culturas e idiomas indígenas contemplará, entre otras cosas, la promoción de las expresiones artísticas y culturales y la protección del patrimonio arquitectónico, arqueológico, cultural e histórico indígena. Para ello, la Corporación de Desarrollo Indígena (CONADI, creada de acuerdo al Art. 38), en coordinación con el Ministerio de Educación (MINEDUC), promoverá planes y programas de fomento de las culturas indígenas.

En el Art. 35, se señala que en la administración de las áreas silvestres protegidas del Estado ubicadas en las áreas de desarrollo indígena, se considerará la participación de las comunidades ahí existentes.

A esta Ley se suman 19 Decretos Supremos³¹, los que aprueban reglamentos y declaran diversas Áreas de Desarrollo Indígena; y la Ley 20.117 de 2006, que reconoce la existencia y atributos de la etnia Diaguita y la calidad de indígena Diaguita.

D.F.L. 5.200 de 1929, Ministerio de Educación Pública

Este Decreto crea la Dirección General de Bibliotecas, Archivos y Museos, organismo que reemplaza a la Dirección General de Bibliotecas. Señala las diversas funciones de la institución, en particular las obligaciones respecto de diversas bibliotecas, archivos y museos a cargo del Director General de Bibliotecas. Señala a la Biblioteca Nacional como centro oficial bibliográfico de Chile, con la tarea de reunir los impresos nacionales de todo género, y propender a la divulgación de la cultura humana. El Archivo Nacional cumple la función de reunir y conservar los archivos de los departamentos de Estado y los documentos

³¹ D.S. N° 392, 150, 395 y 396 de 1994; N° 70, 71 y 93 de 1997; N° 12 y 158 de 1998; N° 335 y 263 de 1999; N° 60 y 67 de 2001; N° 111 y 168 de 2004; N° 224 de 2005; N° 258 y 279 de 2006.

relativos a la historia nacional. Los museos tienen la misión de coleccionar y conservar los objetos relativos a la historia, la ciencia y las artes, con el fin de exhibirlos y favorecer la investigación.

Ley N° 17.288 de 1970, Ministerio de Educación Pública

En esta Ley crea el Consejo de Monumentos Nacionales, el que tiene como atribuciones de pronunciarse sobre la conveniencia de declarar Monumentos Nacionales los lugares, ruinas, construcciones u objetos que estime conveniente; formar el Registro de Monumentos Nacionales y Museos; elaborar proyectos y normas de restauración, reparación, conservación y señalización de éstos; gestionar la adquisición de Monumentos Nacionales que sean de carácter privado; reglamentar el acceso a los Monumentos Nacionales; conceder permisos para excavaciones de tipo histórico, arqueológico, antropológico o paleontológico en el territorio nacional, y proponer al Gobierno los reglamentos que deban dictarse para cumplir esta Ley.

Además, se legisla respecto de los Monumentos Nacionales, señalando la tuición y protección que el Estado tiene sobre los lugares, ruinas, construcciones y objetos de carácter histórico o artístico; los cementerios y otros restos de los aborígenes, las piezas y objetos antroarqueológicos, paleontológicos o de formación natural que existan en el territorio nacional, y cuya conservación interesa a la historia, el arte o la ciencia.

Ley N° 18.985 de 1990, Ministerio de Hacienda

Esta Ley establece las normas sobre la reforma tributaria, la Ley de donaciones con fines culturales, señalando los beneficiarios y los donantes, así como las diversas instancias y mecanismos para cumplir los objetivos de esta Ley.

Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural

Esta Convención, realizada el año 1972 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), señala la necesidad de proteger el patrimonio cultural mundial, incluyendo monumentos, conjuntos y lugares, y el patrimonio natural mundial, tales como monumentos y lugares naturales y las formaciones geológicas y fisiográficas, que tengan un valor universal excepcional desde la perspectiva estética o científica. Para ello, señala las responsabilidades de cada Estado Parte tendientes a garantizar la protección y conservación eficaz y la revalorización del patrimonio cultural y natural de su territorio.

Además, crea el Comité Intergubernamental de Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural y sus diversas competencias, así como el Fondo de Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural.

Convenio para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial

Este Convenio, aprobado el año 2003 por la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), tiene como finalidad de salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial; el respeto del patrimonio cultural inmaterial de las comunidades, grupos e individuos de que se trate; la sensibilización en el plano local, nacional e internacional a la importancia de este patrimonio y de su reconocimiento recíproco; y la cooperación y asistencia internacionales.

El Convenio entiende por “patrimonio cultural inmaterial” los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural.

Además, crea la Asamblea General de los Estados Partes y el Comité Intergubernamental para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, con sus respectivas funciones y obligaciones. Además, señala las funciones de los Estados Parte, principalmente frente a la necesidad de garantizar el resguardo de este Patrimonio, lo que implica identificar y definir sus elementos en el territorio nacional.

4. Turismo y agricultura sustentable

Si bien la temática del desarrollo agropecuario está regulada por la Ley N° 18.910 Orgánica de INDAP, en ésta no se señalan obligaciones respecto a la agricultura sustentable. El organismo a cargo de la protección de los recursos naturales renovables debiera ser, como veremos a continuación, la Corporación Nacional Forestal.

Ley N° 18.348 de 1984

Esta Ley crea la Corporación Nacional Forestal y de Protección de Recursos Naturales Renovables, que tiene como objetivos la conservación, protección, incremento, manejo y aprovechamiento de los recursos naturales renovables del país.

Sin embargo, esta Ley no está vigente (Fernández, 1999), por lo que la Corporación Nacional Forestal (CONAF) existente, corporación de carácter privado creada en 1970, sólo tiene como funciones la aplicación del D.L. 701 de Fomento Forestal, la administración y cuidado de las Áreas Protegidas del Estado de acuerdo al Art. 10 de la Ley de Bosques, y los Art. 34, 35 y 36 de la Ley 19.300, así como el control de los incendios y plagas forestales.

La Ley N° 18.348 establece que esta nueva CONAF tiene facultades no sólo en el ámbito forestal, sino que también en el manejo y control de los recursos naturales renovables, a excepción de los recursos marinos y dulceacuícolas que controla la

actual Ley de Pesca. Las funciones específicas de esta nueva CONAF serían: ejecutar estudios de investigación sobre los recursos naturales renovables, ejecutar programas de manejo de recursos naturales renovables, prestar asistencia técnica y servicios onerosos, fomentar el establecimiento de bosques y procurar su adecuado manejo, ejecutar labores silvícolas, confeccionar el catastro de los recursos naturales, entre otros. Además, tiene a su cargo el control, manejo y administración del Servicio Nacional de Áreas Protegidas del Estado, (SNASPE) y el control de incendios forestales y plagas de la misma naturaleza.

La puesta en vigencia de esta Ley depende de la dictación de un Decreto Supremo del ejecutivo que disuelva la CONAF privada actual.

Ley 19.147 de 1992

Esta Ley crea la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA)³², institución encargada de la formulación y análisis de políticas sectoriales y de proporcionar información regional, nacional e internacional para que los distintos agentes involucrados en la actividad silvoagropecuaria adopten sus decisiones.

Dentro de sus funciones, está el apoyo a la gestión del Ministerio de Agricultura (MINAGRI) a través de:

- Colaborar en la elaboración de la política sectorial y en la coordinación de programas de asistencia técnica y cooperación financiera internacional;
- Participar en la definición de criterios para sustentar las negociaciones del país en materia de comercio exterior;
- Evaluar los proyectos de presupuesto de los servicios del sector y efectuar seguimiento de su gestión programática y presupuestaria;

³² www.odepa.gob.cl

- Realizar estudios de la realidad silvoagropecuaria y colaborar en la armonización de propuestas, regionales y de los servicios del agro, con la política sectorial;
- Asesorar al Ministro y al Subsecretario en las materias que le sean requeridas,
- Prestar servicios gratuitos de interés general para la actividad agropecuaria, a través de publicaciones e informes.

Además de realizar estudios relativos a agricultura y mercados, entorno internacional, bandas de precios, entre otros temas agrícolas, ODEPA realiza estudios sobre agricultura orgánica, específicamente sobre la evolución de los cultivos orgánicos, el tipo de cultivos considerados como orgánicos, su distribución regional y su destino.

5. Turismo y Consumidores

SERNAC lanzó un Decálogo de los Derechos de los Turistas, en el marco de la aprobación por parte de la Cámara de Diputados de la Ley de Turismo. Estos derechos son los siguientes³³:

1. **INFORMACION:** Información verdadera y antes de contratar un servicio o comprar un producto. Para tomar una decisión informada y evaluar si le conviene.
2. **PRECIO:** Las empresas deben informarle el precio total del servicio que usted desea contratar, en donde se incluya IVA, impuestos, pasajes, estadía, transporte y alimentación.
3. **PROMESAS:** Las empresas deben respetar y cumplir todo lo que anuncia en su publicidad y lo que dicen en: folletos, afiches, promociones, avisos en

³³ www.sernac.cl/noticias/detalle.php?id=2107

prensa escrita o sitios Web en los que se informe sobre valores y promociones de paquetes turísticos o viajes.

4. **CONTRATOS:** Las empresas o agencia de viajes deben cumplir todo lo que acuerdan cuando usted contrata y firma. Esto es alojamiento, comidas, transporte aéreo o terrestre, características de dicho transporte y los seguros que estén comprometidos.
5. **SEGURIDAD:** Las empresas debe entregar un servicio o producto que no atente en contra de su integridad física o salud. Especialmente en servicios de deportes riesgosos o de aventura, la empresa debe tomar todas las medidas de seguridad necesarias para el consumidor (equipamiento, seguros, atención médica, entre otros) e informarle posibles riesgos y restricciones para realizar alguna actividad.
6. **INDEMNIZACIONES:** Si la empresa le ocasiona algún daño al consumidor por un servicio mal otorgado o un producto malo, es decir por no hacer bien su trabajo, el consumidor tiene derecho a que lo indemnicen por el daño ocasionado.
7. **LA AGENCIA RESPONDE:** Si contrata un paquete turístico con una agencia, es ésta quien debe responder por todos los imprevistos que se originen en el viaje y en la estadía en el lugar donde pasará sus vacaciones.
8. **EQUIPAJE:** Las empresas de transportes deben responder por todo bulto, maleta y paquete que se lleve en los portaequipajes. Exija un comprobante por las maletas y bolsos que lleve en esos compartimientos. Recuerde que el equipaje de mano, es su responsabilidad. Declare en los formularios habilitados los artículos de valor. Guarde y conserve su pasaje, porque facilita su derecho a reclamo en caso de extravío o deterioro de su equipaje.
9. **COMERCIO ESTABLECIDO:** Si va a viajar en bus, no exponga su seguridad usando “buses piratas”, ya que no respetan sus derechos. Así, evitará

pasar del entusiasmo por unas merecidas vacaciones a lamentar riesgos que exponen su vida y la de su familia. Asimismo, compre sólo en el comercio establecido, exigiendo la boleta.

10. RECLAMAR: Reclamar no es pelear. Si cree que sus derechos no fueron respetados reclame a la empresa y exponga su situación. Si no logra respuesta, acuda a las oficinas del SERNAC más cercanas en la región o llame para orientación al 600 594 600.

6. Reglamentos

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 formulado los siguientes reglamentos³⁴:

NCh2912.Of2005 – Alojamiento turístico – Hoteles – Requisitos para su calificación

NCh2939.Of2005 – Termas – 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 – Requisito para su calificación

NCh2949.Of2005 – Complejos turísticos o Resort – Requisitos para su calificación

NCh2950.Of2005 – Guías de turismo especializados – Requisitos

NCh2951.Of2005 – Turismo aventura – Alta montaña – Requisitos

NCh2958.Of2005 – Turismo aventura – Buceo recreativo autónomo – Requisitos

NCh2960.Of2006 – Alojamiento turístico – Hostales y residenciales – Requisitos para su calificación

³⁴ Estas normas están disponibles en www.calidadturistica.cl

- NCh2961.Of2006 – Guías de turismo – Requisitos
- NCh2962.Of2006 – Turismo aventura – Montaña – Requisitos
- NCh2963.Of2006 – Alojamiento turístico – Hosterías – Requisitos para su calificación
- NCh2964.Of2005 – Alojamiento turístico – Moteles o cabañas – Requisitos para su calificación
- NCh2971.Of2006 – Alojamiento turístico – Albergues, refugios u hostels – Requisitos para su calificación
- NCh2975.Of2006 – Turismo aventura – Senderismo o hiking – Requisitos
- NCh2980.Of2005 – Alojamiento turístico – Apart-hoteles – Requisitos para su calificación
- NCh2985.Of2006 – Turismo aventura – Excursionismo o trekking – Requisitos
- NCh2991.Of2006 – Turismo aventura – Descenso en balsa o rafting – Requisitos
- NCh2996.Of2006 – Turismo aventura – Canotaje – Requisitos
- NCh2998.Of2006 – Turismo aventura – Barranquismo, exploración de cañones o canyoning – Requisitos
- NCh3001.Of2006 – Turismo aventura – Cabalgatas – Requisitos
- NCh3002.Of2007 – Alojamiento turístico – Haciendas o estancias – Requisitos para su calificación
- NCh3006.Of2006 – Baños termales o balnearios termales – Requisitos para su calificación
- NCh3008.Of2006 – Turismo aventura – Pesca recreativa – Requisitos
- NCh3009.Of2006 – Alojamiento turístico – Centro de turismo de naturaleza o Lodge – Requisitos para su calificación
- NCh3012.Of2006 – Turismo aventura – Buceo en apnea – Requisitos
- NCh3014.Of2006 – Turismo aventura – Vuelo ultraliviano no motorizado biplaza o parapente biplaza – Requisitos
- NCh3015.Of2006 – Alojamiento turístico – Hospedaje rural – Requisitos para su calificación
- NCh3016.Of2006 – Paseos náuticos – Requisitos
- NCh3017.Of2006 – Turismo aventura – Deslizamiento sobre nieve en áreas no delimitadas – Requisitos
- NCh3018.Of2006 – Turismo aventura – Escalada en roca – Requisitos

NCh3023.Of2006 – Turismo aventura – Deslizamiento sobre olas (surf, bodyboard, kneeboard y similares) – Requisitos

NCh3025.Of2006 – Turismo aventura – Desplazamiento en cables: canopy, tirolesa y arborismo – Requisitos

NCh3027.Of2007 – Alojamiento turístico – Departamentos turísticos, suites ejecutivas y departamentos ejecutivos – Requisitos para su calificación

NCh3034.Of2006 – Turismo aventura – Hidrotrineo o hidrospeed – Requisitos

NCh3050.Of2007 – Turismo aventura – Cicloturismo – Requisitos

NCh3067.Of2007 – Tour operadores y operadores mayoristas – Requisitos

NCh3068.Of2007 – Agencias de viajes – Requisitos

Existen otros reglamentos que regulan algún aspecto de la actividad turística, como son:

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

Este D.S. define, en su Artículo N° 2 lo que se considera servicio de alojamiento turístico, como aquel que 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 su Artículo 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

Este D.S. es el 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 consideradas de una, dos o tres estrellas, tanto en sus aspectos generales, como en los requisitos arquitectónicos, de equipamiento y servicios.

D.S. Nº 301 de 1984, Ministerio de Salud

Este documento es el Reglamento sobre condiciones sanitarias mínimas de los campings o campamentos de turismo, y establece las condiciones sanitarias mínimas que deben cumplir los recintos públicos o privados ubicados preferentemente en zonas no urbanas, que tiene como destino el 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. Nº 977 de 1997, Ministerio de Salud

Este Reglamento establece las condiciones sanitarias a 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.

IV. MAPA DE ACTORES PÚBLICOS Y PRIVADOS EN EL TURISMO RURAL

1. Instituciones públicas

Como hemos señalado, existen múltiples organismos públicos relacionados al Turismo Rural, de los que ya hemos señalado sus principales atribuciones respecto de esta actividad. Algunos de éstos son:

- Ministerio de Agricultura – MINAGRI
- Corporación Nacional Forestal – CONAF
- Servicio Agrícola y Ganadero – SAG
- Oficina de Estudios y Políticas Agrarias – ODEPA
- Fundación para la Innovación Agraria – FIA
- Instituto Forestal – INFOR
- Instituto Nacional de Desarrollo Agropecuario – INDAP
- Programa de Desarrollo Local – PRODESAL
- Servicio Nacional de Turismo – SERNATUR
- Servicio Nacional del Consumidor – SERNAC
- Fondo de Solidaridad e Inversión Social – FOSIS
- Corporación Nacional de Desarrollo Indígena – CONADI
- Corporación de Fomento de la Producción – CORFO
- Servicio de Cooperación Técnica – SERCOTEC
- Chile Emprende
- Fundación de Promoción y Desarrollo de la Mujer – PRODEMU
- Instituto Nacional de la Juventud – INJUV
- Ministerio de Educación – MINEDUC
- Ministerio de Vivienda y Urbanismo – MINVU
- Servicio Nacional de Pesca – SERNAPESCA
- Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos – DIBAM
- Sendero de Chile
- Gobiernos Regionales
- Gobiernos Provinciales
- Municipios

2. Sector privado

Asociaciones Gremiales

Las principales Asociaciones Gremiales relacionadas con el turismo en general, respecto de las cuales señalaremos antecedentes más adelante, son:

- Federación de Empresarios Turísticos de Chile – FEDETUR
- Consejo Superior de Turismo de Chile – CONSETUR
- Asociación Chilena de Empresas de Turismo A.G. – ACHET
- Asociación Chilena de Turismo Rural – ACHITUR
- Asociación Nacional de Guías de Alta Montaña, Montaña, Trekking, Escalada y Esquí de Montaña de Chile, A.G. – AGAM A.G
- Asociación de Agencias de Turismo de Aventura A.G. – C.A.T.A
- Asociación Chilena de Gastronomía – ACHIGA
- Asociación Gremial de los Empresarios Hoteleros de Chile – Hoteleros de Chile A.G.
- Federación Gremial de la Industria Hotelera y Gastronómica de Chile – HOTELGA
- Asociación Gremial de Armadores de Transporte Marítimo, Fluvial, Lacustre y Turístico Sur Austral – ARMASUR A.G.
- Asociación Chilena de Empresas de Tiempo Compartido – ATICO
- Asociación Chilena de Líneas Aéreas – ACHILA
- Asociación de Periodistas de Turismo de Chile A.G. – APTUR

Agencias de Viaje

Como se señala en el capítulo VII, en Chile existen múltiples Agencias de Viaje, de las que en las señaladas en la página Web de SERNATUR, se cuentan 868 a lo largo de Chile, muchas de las cuales ofrecen algún servicio relacionado al Turismo Rural. Su importancia radica en que son uno de los medios a través del que los interesados en practicar Turismo Rural pueden acceder a información respecto a la oferta existente.

Pequeños agricultores y sus organizaciones

Se entiende por ellos a los productores y sus familias cuyos ingresos provienen fundamentalmente de actividades agropecuarias por cuenta propia, con un significado potencial para desarrollar actividades de Turismo Rural y altas posibilidades de integrarse en los mercados de manera competitiva, individualmente o de manera asociativa (Martínez, 2006). Los roles de este sector son:

- Compatibilizar la conservación con el desarrollo de las actividades del Turismo Rural, a través de un buen uso de los recursos naturales y socioculturales que existen en la localidad.
- Crear una oferta de alojamiento y recreación diversificada y en pequeña escala, con arraigo a nivel local y conservando las características propias del territorio.
- Elaborar lo más integralmente posible, productos y servicios de Turismo Rural, tales como alojamiento, alimentación y recreación, que sean variados, auténticos y con precios razonables.
- Identificar e integrar al Turismo Rural a instancias del entorno relacionadas con lo cultural, como museos, muestras artesanales, arquitectura típica, iglesias, etc.
- Generar oportunidades de trabajo remunerado a los miembros de la familia, favoreciendo la capacitación en temáticas relacionadas al Turismo Rural.
- Entregar una atención familiar y personalizada, con énfasis en la calidad del servicio prestado.
- Ofrecer opciones complementarias al servicio prestado, tales como paseos a pie, cabalgatas, competencias, participación en fiestas costumbristas, pesca, entre otros.
- Mantener informados a instituciones oficiales, tales como INDAP y SERNATUR, respecto de la incorporación o cambios en los servicios, de manera de contar con información comercial actualizada.

Redes de Turismo Rural³⁵

- Red de Turismo Rural Licanhuasi - II Región
- Red de Turismo Rural El Alero de Pisco Elqui - IV Región
- Red de Turismo Rural Trichahue - IV Región
- Red de Turismo Rural Pullally - V Región
- Red de Turismo Rural Precordillera de Colbún - VII Región
- Red de Turismo Rural Linares - VII Región
- Red de Turismo Rural San Fabián de Alicó - VIII Región
- Red de Turismo Rural Corral Chaihuín - X Región
- Red de Turismo Rural Las Gaviotas - X Región
- Red de Turismo Rural Carretera Austral - X Región
- Red de Turismo Rural Purranquil - X Región
- Red de Turismo Rural Tres Islas - X Región
- Red de Turismo Rural Chiloé - X Región
- Red de Turismo Rural Río Baker - XI Región
- Red de Turismo Rural Pasarelas Tortel - XI Región

4. Centros de formación³⁶

Universidad Austral de Chile³⁷

Administración de empresas de turismo

El Instituto de Turismo fue creado en la Universidad Austral de Chile en 1989, formando parte de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, y centra sus actividades en la formación de profesionales, en investigación aplicada, capacitación en distintas áreas del sector turismo y en la difusión de conocimientos y tecnologías que requiera el sector turismo.

³⁵ www.turismoruralchile.cl

³⁶ Información citada de las páginas Web de las diversas instituciones educativas.

³⁷ www.uach.cl

La Misión del Instituto es alcanzar liderazgo en la formación del recurso humano para el sector turismo, tanto a nivel de pregrado como en postgrado; desarrollar una línea de capacitación empresarial y directiva en turismo para el sector de la zona sur-austral del país; ofrecer asistencia técnica a las empresas e instituciones regionales; fortalecer lazos internacionales con instituciones y universidades líderes en el turismo mundial; y contribuir a la investigación del fenómeno turístico y consultorías para organizaciones involucradas.

Universidad Nacional Andrés Bello³⁸

Ingeniería en Turismo y Hotelería

El profesional egresado de la carrera de Ingeniería en Turismo y Hotelería posee:

- Capacidad de gestión y emprendimiento en empresas tales como agencias de viajes, operadores turísticos, hoteles, restaurantes y en empresas de servicios del turismo, la hospitalidad, los eventos y el tiempo libre.
- Capacidad de gestión y emprendimiento en empresas productoras, distribuidoras y comercializadoras de servicios turísticos en las áreas del turismo vacacional y de negocios, turismo de intereses especiales y ecoturismo, turismo cultural y urbano, y en los diversos tipos de turismo.
- Capacidad de liderar actividades, proyectos y empresas en el campo del turismo, la hospitalidad y el tiempo libre.
- Capacidad de liderar e implementar en forma flexible la adaptación de organizaciones y empresas al cambio de la sociedad, la economía y el turismo.
- Capacidad de liderar, dirigir y trabajar con grupos y equipos multidisciplinarios.
- Capacidad analítica, de síntesis y comunicacional tanto en español como en inglés.
- Espíritu emprendedor, iniciativa y creatividad.
- Sólidos conocimientos en economía y gestión empresarial; finanzas y marketing; gestión del emprendimiento; tecnología de la información e idiomas. Amplios conocimientos sobre recursos, actividades y mercados turísticos;

³⁸ www.unab.cl

operación y gestión de empresas productoras, distribuidoras y comercializadoras de servicios turísticos; y la aplicación de la tecnología de la información e idiomas al turismo.

Universidad Internacional Sek³⁹

Ingeniería en Turismo

La carrera se orienta a la formación de profesionales en el plano operativo, formando profesionales con una amplia base de conocimientos sobre el turismo y los ámbitos en que éste se desarrolla, sumando un conjunto de competencias en la comprensión, evaluación y solución de opciones culturales y recreacionales para una demanda diversa, y en particular en la planificación y gestión de iniciativas, empresas y organizaciones que presten servicios directos o de logística en opciones de oferta turística.

Podrá desempeñarse en las áreas de Planificación Territorial, Marketing, Administración, Organización y Proyectos turísticos, en instituciones como: Empresas del sector privado de servicios turísticos (Líneas Aéreas, Hoteles, Operadores Turísticos, Etc.); Instituciones Públicas (Municipalidades, Ministerios, Servicios Públicos del área turística, etc.); Proyectos propios; Consultoras especialistas en el tema turístico, tanto nacionales como extranjeras.

Universidad de las Américas⁴⁰

Hotelería y Turismo

Hotelería y Turismo en Universidad de Las Américas forma un profesional íntegro que cuenta con la capacidad de administrar, innovar y dirigir proyectos hoteleros y turísticos, además de empresas de servicio en el ámbito nacional e internacional.

³⁹ www.uisek.cl

⁴⁰ www.uamericas.cl

La carrera de Hotelería y Turismo en Universidad de Las Américas se orienta a todos aquellos interesados en ingresar al mundo de la industria de la hospitalidad, es decir, la industria relacionada con la prestación de servicios, incluyendo los turísticos, recreativos, de alojamiento, de eventos y gastronómicos.

El objetivo de Hotelería y Turismo en Universidad de Las Américas es formar un profesional que posea sólidos conocimientos, capacidades y habilidades que se requieren para la gestión y operación empresarial dentro de la actividad hotelera y turística nacional e internacional, enmarcado en un mundo de constantes cambios. Para enfrentar este desafío se posibilita al alumno a que adquiera tempranamente competencias laborales en áreas administrativas y operativas.

La carrera de Hotelería y Turismo en Universidad de Las Américas, como miembro de la Red Laureate International Universities, ha desarrollado programas conjuntos de especialización en el sector hotelero y turístico con las más prestigiosas escuelas de alta dirección hotelera a nivel mundial.

Universidad Pedro de Valdivia⁴¹

Ingeniería en Hotelería y Turismo

La carrera de Ingeniería en Hotelería y Turismo de la Universidad Pedro de Valdivia conduce al grado académico de Licenciado en Administración en Hotelería y Turismo y al título profesional de Ingeniero en Hotelería y Turismo. Busca la formación integral de futuros administradores y gestores de empresas relacionadas con el hospedaje de personas y con el conocimiento de los entornos sociales, naturales y culturales de Chile y el extranjero.

La malla curricular se caracteriza por el aprendizaje de inglés durante toda la carrera, en conjunto con ramos relacionados con la gestión turística y hotelera, lo cual dará por resultado un profesional bilingüe, con énfasis en una formación empresarial. Al término del cuarto semestre, cumplido en ciclo de formación general el estudiante obtiene un Certificado de Bachiller en Hotelería y Turismo.

⁴¹ www.upv.cl

Uno de los factores distintivos es que nuestra Universidad cuenta con el único Hotel Escuela del país, equipado con infraestructura de primer nivel. Además, cuenta con convenios para pasantías en otros hoteles a lo largo del país, de manera que la formación de los estudiantes se construye en la interacción constante con pasajeros. En síntesis, se ha diseñado una carrera no sólo teórica, sino eminentemente práctica.

Universidad de La Serena⁴²

Administración Turística

Perfil Profesional: El Administrador Turístico y Licenciado en Turismo contará con las capacidades para planificar, dirigir y coordinar el desarrollo turístico sustentable; crear y gestionar empresas y proyectos turísticos y generar nuevos conocimientos para el análisis de la realidad turística nacional, regional y local.

Campo Ocupacional: En Servicio Nacional de Turismo y Municipalidades; otros organismos públicos relacionados con el fomento y desarrollo del turismo; organismos no gubernamentales (ONG) relacionados con el desarrollo del turismo; consultorías; Aptitudes Deseables: Interés por el desarrollo sustentable de la actividad turística. Habilidades para el aprendizaje de idiomas. Espíritu emprendedor, innovador y de liderazgo. Capacidades administrativas y gestión.

Universidad de Magallanes⁴³

Técnico en Turismo

Con el fin de responder a las expectativas de los turistas que han llegado a la zona y a la vez mantener el entorno local inalterado, se busca formar un Técnico en

⁴² www.userena.cl

⁴³ www.umag.cl

consideración a lo local y sensibilidad hacia los aspectos ambientales. Estos profesionales se pueden desempeñar en empresas públicas como privadas, creando su propia microempresa u ofreciendo sus servicios a la empresa turística.

Universidad Arturo Prat⁴⁴

Técnico de Nivel Superior en Turismo

Competencias:

- Comunicación oral y escrita en lengua materna, idiomas inglés y francés.
- Manejo de elementos de formación general (matemáticas y estadística, prevención de riesgo e informática).
- Conocimiento del entorno turístico patrimonial y empresarial.
- Gestión y administración de empresas y proyectos turísticos.
- Manejo de técnicas profesionales de empresas de alojamiento, de alimentación, de viajes y líneas aéreas.

⁴⁴ www.dftunap.cl

V. GREMIOS VINCULADOS AL TURISMO RURAL

Federación de Empresarios Turísticos de Chile – FEDETUR⁴⁵

Constituida el 24 de marzo de 2009, FEDETUR es una agrupación que reúne a hoteles, compañías aéreas, tour operadores, agentes de viaje, casinos, centros de ski y termas, entre otros, así como asociaciones como ACHET y Hoteleros de Chile, que juntos representan a más de 280 compañías.

Esta Federación tiene como objetivo diseñar, junto con el Estado, estrategias a mediano y largo plazo para el desarrollo de la industria del turismo en Chile, identificando oportunidades, diagnosticando brechas, y generando herramientas para superar los desafíos del sector, asegurando acciones coordinadas entre el mundo privado y público.

Otros temas a abordar son la racionalización, desarrollo y perfeccionamiento de los asociados y el turismo en general, protegiendo los intereses de los empresarios del sector; el estudio e influencia sobre las decisiones referidas a los asuntos que afectan la industria, como la sustentabilidad del turismo, la promoción internacional, las leyes laborales, la legislación de turismo, y la calidad y profesionalización de los servicios turísticos.

Consejo Superior de Turismo de Chile – CONSETUR⁴⁶

Este Consejo es un organismo técnico-gremial constituido el año 1993 en la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), que tiene como principal objetivo el liderar y promover la unidad total de los gremios empresariales del turismo del país, constituyéndose en su máximo representante, y es interlocutor válido ante la comunidad y el Gobierno, transformándose en la contraparte privada de SERNATUR.

⁴⁵ www.cybertour.cl/modules.php?name=News&file=article&sid=925

⁴⁶ www.cnc.cl/consetur/consetur.asp

CONSETUR tiene como objetivo el representar y liderar al sector privado de la industria turística de Chile, para facilitar, impulsar y fomentar su desarrollo permanentemente. Sus acciones se concentran en tres objetivos: influir en las políticas públicas, fomentar el desarrollo del turismo y el fortalecimiento gremial y asociativo.

Para ello, sus tareas a largo plazo radican en el trabajo con parlamentarios y el Gobierno, el fomento de la sustentabilidad ambiental, y la creación de áreas de trabajo con comités específicos para los temas relacionados con el turismo: capacitación, formación, temas internacionales, normativos y editoriales, entre otros.

CONSETUR está integrado por las siguientes asociaciones gremiales: ACHET, ACHILGA, ACHILA, ARMASUR, CATA y Hoteleros de Chile.

Asociación Chilena de Empresas de Turismo A.G. – ACHET⁴⁷

ACHET es una asociación gremial que representa al sector privado del turismo y los viajes a nivel nacional, actuando como un interlocutor válido frente a las autoridades del Estado, empresarios, gremios y organismos relacionados al rubro. Su labor se relaciona con todos los aspectos que implican los viajes, señalando la importancia de las Agencias de Viaje, ya que éstas tienen la capacidad de discriminar sobre la oferta y entregar una información lo más transparente posible, de manera de facilitar la elección de quienes están interesados en viajar.

La Misión de ACHET es representar a las empresas ligadas al sector del Turismo y los Viajes, actuando como interlocutor válido e informado frente a autoridades, Estado, Parlamento, Justicia, empresarios, gremios y organismos relacionados al consumidor. Su presencia y acción es indispensable para la defensa y supervivencia de las Agencias de Viaje, pues las une y fortalece, innovando junto a ellas.

⁴⁷ www.achet.cl

Una de sus labores es identificar a quienes practican operaciones perjudiciales para los consumidores, buscando una competencia justa que beneficie tanto a consumidores como a las Agencias de Viaje. Esto, gracias a la conformación de una Comisión de Disciplina y Ética profesional, donde se resuelven problemas en los servicios contratados y entregados, en un mercado no regulado.

La Asociación Chilena de Empresas de Turismo, participa en la Corporación de Promoción Turística de Chile, conformada por un 50% de aportes de empresas privadas y 50% del Estado, la que busca promover a Chile en el extranjero. Es miembro de la Federación Universal de Agentes de Viaje (FUAHV) y de la Confederación de Organizaciones Turísticas de América Latina (COTAL). En Chile, participa de la Cámara Nacional de Turismo y del Consejo Superior de Turismo (CONSETUR).

Asociación Chilena de Turismo Rural - ACHITUR⁴⁸

Esta agrupación es una organización gremial sin fines de lucro, conformada principalmente por agricultores, que desarrollan actividades de Turismo Rural en Chile. Su objetivo principal es prestar apoyo al desarrollo del Turismo Rural en nuestro país, agrupando, asesorando y apoyando los negocios desarrollados por pequeños agricultores y las organizaciones asociadas a ACHITUR, y canalizando ofertas a empresas operadoras interesadas en la prestación de servicios de Turismo Rural.

Para ACHITUR, una empresa de Turismo Rural es “aquella entidad manejada y administrada directamente por campesinos, agricultores y sus familias, por la cual éstos preparan una propiedad agropecuaria, para ofertarla a los turistas, en calidad de arriendo de habitaciones en sus viviendas o bien cuentan con infraestructura adicional como cabañas, sitios para agrocamping, destinadas sólo para alquilarlas a los turistas que se interesan por conocer y vivir la experiencia del campo” (ACHITUR, 2005)

⁴⁸ www.achitur.cl/quienes.php

Dentro de sus acciones podemos encontrar:

- Promover iniciativas de Turismo Rural en Chile.
- Crear nexos para fomentar el Turismo Rural.
- Favorecer un uso correcto del medio ambiente rural para el turismo.
- Identificar productos que potencien el desarrollo de las actividades de Turismo Rural.
- Orientar la formación económica, comercial y técnica a través de la capacitación.
- Organizar la asistencia y participación de los asociados a eventos y otros relativos al Turismo Rural.
- Recopilar y proporcionar a los asociados información económica, financiera y técnica.
- Coordinar el funcionamiento de una red de cooperación y comercialización entre los asociados.
- Promover la asociación y las actividades de sus asociados a través de medios masivos.

Asociación Nacional de Guías de Alta Montaña, Montaña, Trekking, Escalada y Esquí de Montaña de Chile, A.G. – AGAM A.G⁴⁹.

AGAM A.G es una asociación gremial con personalidad jurídica de derecho privado, que reúne a guías e instructores de alta montaña, montaña, trekking, escalada y esquí. Es miembro de la Unión Sudamericana de Asociaciones de Guías de Montaña (USAGM) y candidato a conformar la Unión Internacional de Asociaciones de Guías de Montaña / International Federation of Mountain Guides Associations (UIAGM / IFMGA). Sus objetivos principales son:

1. Promover e incentivar la formación de guías, estableciendo y manteniendo un alto estándar de formación, dándoles una formación uniforme y reconocida internacionalmente.

⁴⁹ www.agam.cl

2. Trabajar por el desarrollo y reconocimiento de la profesión.
3. Velar por la conducta y parámetros que un guía en sus actividades profesionales debe mantener.
4. Fortalecer la cooperación y fomentar una relación cordial entre sus miembros y con los organismos públicos y privados relacionados con la profesión a nivel nacional e internacional.
5. Promover un mejor conocimiento, en todos sus aspectos, de la cultura de montaña, así como promover un acercamiento con conocimiento y seguridad de la sociedad en general a la montaña.

Asociación de Agencias de Turismo de Aventura A.G. – C.A.T.A.⁵⁰

CATA nace en 1994, con el propósito de representar las necesidades de las empresas de turismo de aventura y ecoturismo, las que no pueden ser asumidas por cada empresa de manera individual. Esta asociación aspira a constituir un gremio representativo, que cuente con fuerza suficiente para velar por los intereses de las empresas que se dedican al turismo de aventura y ecoturismo, y a desarrollar estas actividades. Para ello, su finalidad es promover la unión, coordinación, racionalización, desarrollo, capacitación y protección del turismo de aventura en Chile.

Es miembro de la Corporación Turística de Chile, de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC), del Consejo Superior de Turismo (CONSETUR) de la CNC, integrado además por ACHET, ACHIGA, ACHILA, ACHMART, ATICO, Hoteleros de Chile, HOTELGA y OPCE. Tiene un Convenio de Cooperación Técnica con la Asociación Nacional de Guías de Alta Montaña, Montaña, Trekking, Escalada y Esquí de Montaña de Chile A.G. (AGAM A.G.) y con la Escuela Nacional de Instructores de Ski de Chile A.G. (ENISCHAG).

⁵⁰ www.catachile.cl

A estos gremios se suman otros en el rubro turístico, pero que no están directamente relacionados con el Turismo Rural. Entre ellos, podemos señalar a la Asociación Chilena de Gastronomía (ACHIGA); Asociación Gremial de los Empresarios Hoteleros de Chile, Hoteleros de Chile A.G.; Federación Gremial de la Industria Hotelera y Gastronómica de Chile (HOTELGA); Asociación Gremial de Armadores de Transporte Marítimo, Fluvial, Lacustre y Turístico Sur Austral (ARMASUR A.G.); Asociación Chilena de Empresas de Tiempo Compartido (ATICO); Asociación Chilena de Líneas Aéreas (ACHILA), Asociación de Periodistas de Turismo de Chile A.G. (APTUR); y diversas Cámaras de Turismo o de Comercio y Turismo Regionales.

VI. FORMAS DE FINANCIAMIENTO DEL TURISMO RURAL

Existen diversos organismos del Estado que apoyan las iniciativas de Turismo Rural, directa o indirectamente, tanto a nivel crediticio como con donaciones para el emprendimiento. A continuación revisaremos algunos de los mecanismos existentes para financiar proyectos relacionados al Turismo Rural a través de créditos o donaciones.

1. Préstamos para el financiamiento del Turismo Rural

Crédito para microempresas turísticas BancoEstado

Es un crédito que financia capital de trabajo, promoción, adquisición de computador, desarrollo de páginas Web, e inversiones como cabañas, ampliaciones, climatización, entre otras, enfocado hacia microempresas de turismo.

Tiene una tasa de interés fija por un monto acorde a la capacidad del pago del microempresario, flexible en pesos y con plazo de hasta 72 meses, con la posibilidad de optar a dos meses consecutivos de no pago.

Está enfocado a microempresas de turismo, como hostales, residencias, pensiones, camping, guías de turismo, turismo aventura, turismo rural, restaurantes y servicios de alimentación, entretenimiento y tour operadores; que tengan un año de antigüedad en el negocio, formal, semiformal o informal, con buenos antecedentes comerciales, y con ingresos anuales menores a 2.400 UF.

Corporación de Fomento de la Producción – CORFO⁵¹

CORFO es el organismo del Estado encargado de impulsar y promover la actividad económica nacional, orientado hacia la innovación y desarrollo

⁵¹ www.corfo.cl

tecnológico, la modernización, el mejoramiento de la gestión empresarial, el financiamiento y desarrollo de instrumentos financieros para empresas, y el desarrollo productivo regional y de sectores emergentes.

Tiene las siguientes líneas de financiamiento:

a. Crédito CORFO Inversión

Es un crédito otorgado por bancos comerciales con recursos CORFO, que busca proveer de financiamiento de plazo para que pequeñas y medianas empresas puedan llevar adelante sus proyectos de inversión. Financia inversiones, incluyendo la modalidad de leasing, sin un monto máximo. Puede financiar capital de trabajo asociado a dichas inversiones, con un máximo de 30% del total, y refinanciar créditos, siempre que éstos hayan sido originalmente destinados a financiar inversiones.

Pueden solicitarlo empresas chilenas con ventas de hasta UF 200.000 anual (Excluido el IVA), y empresas emergentes con la proyección de ventas acotadas a las UF 200.000. La empresa debe solicitarlo directamente en las sucursales de los bancos otorgan este crédito: BBVA, BCI, Banco de Chile, Banco del Desarrollo, Banco Santander, BancoEstado y Corpbanca.

b. Crédito CORFO Multisectorial

Es un crédito de largo plazo o leasing bancario otorgado por bancos comerciales con recursos CORFO, que permite a las empresas chilenas productoras de bienes y servicios, con ventas anuales de hasta U\$30 millones (excluido el IVA), invertir para el desarrollo de sus actividades.

Financia inversiones en maquinaria y equipos, ejecución de construcciones, instalaciones y obras civiles, plantaciones (excepto cultivos anuales), ganado (excepto para engorda), y servicios de ingeniería y montaje, incluyendo capital de

trabajo asociado a las inversiones, con una máximo de 30%. También financia inversiones de hasta 365 días de antigüedad, a través de operaciones de leaseback.

Financia hasta U\$5 millones, en dólares o Unidades de Fomento (UF), a tasa fija o variable, con plazos de pago entre 3 y 10 años, y períodos de gracia de hasta 24 meses.

Para solicitarlo, los interesados deben acercarse a los bancos ABN Amro Bank, BBVA, BICE, BCI, Banco de Chile, Banco del Desarrollo, Banco Internacional, Banco Santander, Banco Security, Corpbanca, Rabobank, Scotiabank.

c. Crédito CORFO Microempresas

Es un crédito que financia inversiones y capital de trabajo de micro y pequeños empresarios, personas naturales o jurídicas que destinen los recursos a actividades de producción de bienes y servicios que generen ventas anuales no superiores a UF 15.000, y nuevas empresas con ventas estimadas no superiores a UF 15.000 durante los primeros 12 meses de funcionamiento, siempre que el financiamiento a nuevos negocios esté en la política de la institución que otorga el crédito.

Financia inversiones y capital de trabajo para micro y pequeñas empresas, exceptuando la compra de terrenos o proyectos inmobiliarios, inversiones en tecnologías contaminantes y pago de impuestos. El monto máximo es de UF 1.500.

El crédito lo entregan instituciones financieras no bancarias con recursos de CORFO, algunas de las cuales son cerradas, por lo que no atienden a cualquier tipo de clientes. Entre ellas encontramos: Capual Ltda., CCAF La Araucana, CCAF Los Andes, Cooperativa Coocretal, Cooperativa de Ahorro y Crédito Dreves Ltda., Cooperativa Unión y Patria Ltda., Coopeumo, Credicoop Ltda., Detacoop, Fondo Esperanza, Indes, Oriencoop, Capel Ltda., Control Ltda.

d. Leasing CORFO Pyme

Es un financiamiento para empresas privadas y personas jurídicas o naturales con ventas anuales de hasta U\$10.000.000 (IVA excluido). Financia el arriendo con opción de compra de bienes de capital, maquinarias o equipos nuevos, incluyendo los servicios anexos para su instalación y montaje, así como para la construcción y obras civiles orientadas a fines productivos.

Financia hasta el 100% del valor de los bienes y servicios elegibles, con un valor de compra menor a UF 25.000 (IVA excluido). Se otorga en dólares o Unidades de Fomento, con tasas de interés fija y plazos de entre 2 y 6 años. Se debe solicitar directamente a las empresas intermediarias, Servicios Financieros Progreso o Factotal Leasing.

e. Capital de Riesgo CORFO para Pymes Innovadoras

Es un financiamiento para la creación o expansión de empresas con proyectos innovadores que tengan un alto potencial de crecimiento. CORFO lo entrega a Fondos de Inversión como un crédito de largo plazo, para invertir en las empresas mediante aportes de capital o créditos. Pueden postular empresas de cualquier sector económico con un patrimonio inferior a UF 100.000, que presenten iniciativas innovadoras, en desarrollo o expansión, que muestren perspectivas de alta rentabilidad, orientadas a uno o más mercados en crecimiento, con una gran demanda potencial o real y con posibilidades de acceder a mercados externos.

f. Financiamiento de Capital de Trabajo vía Factoring

Es una línea de financiamiento que facilita el acceso a capital de trabajo de pequeñas y medianas empresas, las que obtienen liquidez a través de la venta o cesión de facturas a empresas especializadas (factoring). Pueden postular Pymes emisoras de los documentos factorizables, con ventas anuales de hasta UF

100.000 (IVA excluido). El máximo de ventas se amplía a U\$10.000.000 en caso de que la empresa use la modalidad de factoring internacional.

2. Donaciones e incentivos

Programas de INDAP⁵²

Para poder acceder a los beneficios que ofrece INDAP, los usuarios deben acreditar ser pequeños productores agrícolas, que explotan directamente una superficie no superior a 12 hás de riego básico⁵³, bajo cualquier modalidad de tenencia de la tierra, y que su ingreso provenga mayoritariamente del trabajo en ella.

INDAP tiene cinco Programas que consideran dentro de su ámbito de trabajo la promoción del Turismo Rural: el Programa de Turismo Rural (PTR); el Programa de Apoyo a la Mujer Rural; los Concursos para proyectos productivos de mujeres campesinas, el Programa de Desarrollo de Inversiones (PDI), y el Programa de Desarrollo Local (PRODESAL). A continuación describiremos las modalidades de financiamiento de estos Programas.

a. Programa de Turismo Rural – PTR

Este Programa busca incrementar y diversificar los ingresos de las familias de los pequeños productores agrícolas, apoyando la generación de nuevas fuentes de trabajo, en especial para jóvenes y mujeres rurales. Además, busca desarrollar capacidades que permitan identificar y gestionar iniciativas de Turismo Rural, fomentando la integración de la oferta de servicios entre las empresas de los pequeños productores.

⁵² Información sistematizada de Mansilla, 2005.

⁵³ Es la superficie equivalente a la potencialidad de producción de una hectárea física regada de clase I de capacidad de uso del Valle del Río Maipo. Para determinar las Hectáreas de Riego Básico de cada productor, se debe multiplicar el total de hectáreas físicas por el coeficiente de conversión señalado en la Tabla de Equivalencia de Hectáreas Físicas a Hectáreas de Riego Básico, señalada en la Ley 18.910 Orgánica de INDAP.

Además de los requisitos para ser usuario de INDAP, para participar del PTR se requiere que el proyecto sea asociativo, integrando en la medida de lo posible a la comunidad del entorno, y que el proyecto esté inserto en un espacio con atractivos turísticos como paisaje, ferias costumbristas, actividades recreativas, tradiciones propias, entre otros. Cuenta con tres líneas de apoyo:

- **Apoyo técnico**, para la definición de los estudios y apoyos requeridos, preparar los términos de referencia y selección de consultores, identificar y evaluar los productos turísticos, y definir la estrategia comercial.
- **Apoyo financiero**, para la contratación de los estudios y asesorías, gastos de organización, créditos para infraestructura y equipamiento, y gastos de operación.
- **Apoyo a la gestión**, tanto en la construcción y puesta en marcha, como la contratación de un gerente, y otras áreas específicas.

b. Programa de Apoyo a la Mujer Rural

Este Programa busca fomentar y promover el desarrollo de las mujeres rurales, buscando su integración transversal y apoyando la consolidación de sus emprendimientos asociativos y sus empresas campesinas.

Este Programa está orientado a mujeres pertenecientes a familias campesinas productoras de localidades pobres, privilegiando la incorporación de mujeres vinculadas a organizaciones campesinas.

Para el primer año, sus aportes son:

- Capacitación: Hasta \$528.000 por grupo.
- Subsidio Primer Año: Hasta \$1.300.000 por grupo.
- Fondo de Apoyo a la Participación: \$280.000 por módulo.

Para el segundo año en adelante:

- Fondo para Proyectos Productivos: \$1.530.000 (70% donación y 30% aporte propio).
- Fondo de Comercialización: \$2.040.000 por proyecto.
- Asistencia Técnica: \$1.000.000 por módulo.

Desde el cuarto año en adelante:

- Capacitación complementaria: \$200.000 por grupo.

c. Concurso de Proyectos Productivos de Mujeres Campesinas

El objetivo de este Concurso es facilitar el acceso a oportunidades de desarrollo económico de las mujeres usuarias de INDAP, de manera de concretar inversiones para hacer sustentables sus sistemas productivos, a nivel económico, social y ambiental.

Para postular, se debe presentar los proyectos integrados en grupos formales o informales, compuesto por al menos 5 personas. Si son grupos mixtos, la mayoría de sus integrantes deben ser mujeres.

La modalidad de los aportes que entrega son los siguientes:

- La bonificación a las inversiones (obras físicas, maquinarias, equipos, plantas, animales y gastos para la puesta en marcha del proyecto) es hasta un 70% del total, con un máximo de \$3.000.000 por proyecto y un máximo de \$300.000 por cada productora del grupo.
- El aporte propio debe ser al menos un 30% de las inversiones correspondientes, que puede ser solventado por terceros, recursos propios o créditos.

- Las postulantes pueden acceder a créditos de INDAP para complementar el financiamiento de las inversiones, acorde al Reglamento de Créditos de INDAP.
- Los postulantes que no estén participando de otros Servicios de Asesoría Técnica (SAT) de INDAP u otro organismo público o privado, pueden considerar dentro del proyecto recursos para la formulación y puesta en marcha de éste, por un monto de hasta \$200.000.

d. Programa de Desarrollo de Inversiones – PDI⁵⁴

Este Programa, dirigido a usuarios de INDAP, cofinancia la ejecución de proyectos de inversión productiva que estén orientados a la modernización de los procesos productivos de las empresas de pequeños productores, para hacerla más competitiva en el mercado y sustentables en el tiempo. Su objetivo es permitir el acceso de los usuarios a innovaciones tecnológicas en los procesos productivos, incorporar nuevos rubros, mejorar el equipamiento e infraestructura productiva y hacer más eficiente el uso de agua de riego en el predio.

En el caso del Turismo Rural, este Programa puede cofinanciar la inversión en adquisición de equipos de radiocomunicación, grupos electrógenos, lavaderos, duchas, aplicación de buenas prácticas turísticas y otras inversiones relacionadas al rubro.

En el año 2007, con este mecanismo se financiaron 9.301 proyectos a lo largo del país, donde el 68% de ellos se focalizaron en usuarios que participan de los servicios de Asistencia Técnica de INDAP. El máximo de los montos de los incentivos van desde \$1.000.000 para empresas individuales en rubros no priorizados, hasta \$22.000.000 para Empresas Asociativas Campesinas (EAC) en rubros priorizados.

⁵⁴ www.indap.cl

Los recursos son asignados vía concurso, donde los interesados postulan presentando un proyecto en la Agencia de INDAP correspondiente, y en los plazos estipulados en cada llamado. Además, quienes postulen disponen de consultores que les apoyen a elaborar el proyecto, servicio que también es bonificado por INDAP. Los usuarios deben financiar una parte de la inversión con recursos propios o créditos de INDAP u otra institución, y no deben tener cuentas morosas con INDAP.

Para postular, los usuarios de INDAP deben estar constituidos en empresas individuales, grupos informales de empresas individuales, empresas asociativas campesinas formalmente constituida, o en grupos de empresas asociativas campesinas.

La entrega de estos incentivos están normados por los documentos “Normas técnicas y procedimientos operativos del Programa de Desarrollo de Inversiones 2009” y el “Reglamento General para la Entrega de Incentivos Económicos de Fomento Productivo” de INDAP.

e. Programa de Desarrollo Local – PRODESAL⁵⁵

PRODESAL es un Programa de fomento productivo orientado a pequeños productores agrícolas y campesinos que presenten un menor grado de desarrollo productivo. Es ejecutado por los Municipios, quienes aportan recursos que se suman a los que INDAP les asigna. Busca generar condiciones y desarrollar capacidades para que los pequeños productores agrícolas y sus familias puedan optimizar sus sistemas de producción, desarrollando sustentablemente sus emprendimientos productivos, incrementando sus ingresos y la calidad de vida de sus familias.

Este Programa cofinancia proyectos de inversión productiva a través de concursos, donde una de sus áreas es el Turismo Rural y las artesanías. Los beneficiarios pueden acceder hasta \$900.000 de forma individual, y hasta

⁵⁵ www.indap.gob.cl/prodesal

\$2.400.000 de manera asociativa, con un tope de \$800.000 por beneficiario. Estos incentivos no pueden superar el 95% del costo total neto de las inversiones aprobadas por INDAP, por lo que el saldo debe ser financiado por los beneficiarios o a través de un crédito de INDAP.

Fundación para la Innovación Agraria – FIA

Esta Fundación, que tiene como objetivo el fomento y la promoción de la transformación de la agricultura y la economía rural del país, entrega financiamiento para el desarrollo de líneas de acción o comercialización en actividades innovadoras para la agricultura.

Los objetivos de su financiamiento son el impulso a la ejecución de proyectos de innovación que favorezcan la transformación productiva del sector; la contribución a procesos de innovación agraria orientados a la competitividad en las distintas actividades agrícolas, y el intercambio de visiones con los actores que participan en el desarrollo de proyectos productivos, comerciales e institucionales. Está dirigido a agentes chilenos públicos o privados, agrupaciones productoras, empresas campesinas, institutos de investigación y universidades.

El financiamiento es hasta un 70% del costo total del proyecto, exigiendo un aporte real mínimo de un 30%. Se puede financiar:

- Maquinarias, equipos de valor, costos de importación, gastos de instalación y mantención durante el proyecto;
- Honorarios para el personal profesional, técnico o de apoyo, y consultores contratados para la ejecución del proyecto;
- Pasajes, gastos en locomoción o viáticos para las actividades consideradas en el proyecto;

- Insumos silvoagropecuarios, para laboratorio, reparaciones y mantención necesario para el desarrollo del proyecto;
- Arriendo o servicios de terceros contratados para el proyecto;
- Actividades de transferencia y difusión de los resultados parciales o finales del proyecto.

Fondo de Solidaridad e Inversión Social – FOSIS

Este Servicio público tiene como finalidad el financiar planes, programas, proyectos ya actividades de desarrollo que contribuyan a la superación de la pobreza. Para ello, deben orientarse a resolver problemas de ingresos, mejorar la calidad de vida y ayudar al fortalecimiento de las capacidades y destrezas de las personas más necesitadas de los territorios focalizados.

Dentro de esta línea, personas mayores de 18 años que se encuentren en situación de pobreza y habiten en los territorios focalizados, pueden postular al Programa de apoyo a las actividades económicas para la generación de ingresos, que tiene como objetivo potenciar, desarrollar e instalar capacidades en las personas en el ámbito productivo y comercial, en función de las necesidades del entorno.

Para su implementación, el Programa dispone de los siguientes componentes:

- a. Componente de Financiamiento de Inversión Productiva, con una línea de financiamiento de perfiles de proyecto.
- b. Componente Productos de Servicios Especializados, financiando capacitación, asesoría y asistencia técnica, comercialización y formación y capacitación laboral.
- c. Componente Proyectos de Acceso al Crédito, con líneas de subsidio al crédito, fondo de garantías y fondo rotatorio.

d. Componente Proyectos de Apoyo para el Desarrollo del Entorno, con líneas de acciones de visibilización de inversiones, espacios de trabajo colectivo, sistemas de información, cooperación empresarial y generación de negocios.

Para proyectos productivos nuevos o existentes, financia infraestructura, maquinaria, herramientas, árboles frutales, semillas forrajeras, etc.; insumos y materiales de trabajo que se consumen durante la ejecución del proyecto; y asesorías o consultorías destinadas a resolver problemas específicos de una unidad productiva.

Corporación de Fomento de la Producción – CORFO

CORFO tiene las siguientes líneas de apoyo basados en incentivos:

a. Fondo de Asistencia Técnica

Este Fondo apoya la contratación de consultorías especializadas en prácticas de Producción limpia y la incorporación de herramientas de Tecnologías de información.

Está dirigido a empresas con ventas anuales netas de hasta UF 100.000, subsidiando proyectos en los ámbitos de la gestión empresarial que contribuyan a mejorar la calidad y la productividad de las empresas. Considera apoyos sólo para Producción limpia y Tecnologías de información.

Subsidia proyectos de producción limpia de tipo individual, con hasta un 70% del total, con un mínimo de UF 30 y un máximo de UF 125; o proyectos de tipo colectivos, con hasta un 70% del total, con un mínimo de UF 60 y un máximo de UF 100 por cada empresa del grupo.

En proyectos de Tecnologías de información de tipo individual, financia UF 17 para el Diagnóstico, debiendo aportar UF 3 el empresario. Para la Asistencia Técnica,

CORFO cubre hasta el 50% del costo total de la consultoría, con un mínimo de UF 30 y un máximo de UF 150. En algunos casos, el monto puede alcanzar el 60%.

En proyectos de Tecnologías de información de tipo colectivo, para la Caracterización y Evaluación de Pertinencia CORFO aporta UF 5 por empresas, con un tope de UF 30 por grupo, debiendo cada empresa aportar con UF 2. Para la Asistencia Técnica, CORFO aporta hasta el 50% del costo total, con un mínimo de UF 60 y un máximo de UF 100 por empresa. En casos especiales, el monto entregado puede alcanzar el 60%.

b. Programa de Emprendimientos Locales – PEL

Es un Programa de apoyo a emprendedores de una localidad a través del subsidio de inversiones, permitiendo el acceso a nuevas oportunidades de negocios y al desarrollo de sus competencias y capacidades. Está dirigido a emprendedores locales que, sin haber efectuado el inicio de actividades, deseen desarrollar una actividad empresarial, con la condición de que sus ventas anuales previstas sean inferiores a UF 5.000. Subsidia hasta un 50% de la inversión total en bienes de capital de las empresas que integran el Programad e Emprendimientos Locales, con un tope de \$1.000.000 por empresa.

VII. COMERCIALIZACIÓN DE TURISMO RURAL

A continuación revisaremos antecedentes respecto de la oferta y la demanda de servicios turísticos, los mecanismos de comercialización, y algunas estadísticas relativas a la actividad.

1. Clientes del Turismo Rural

Una caracterización muy extendida en la literatura, describe a los turistas rurales como personas desencantadas con la vida urbana, pero que no pueden renunciar de manera permanente a la vida en la ciudad. Están interesados por la naturaleza y la cultura, buscando señales de identidad y rasgos autóctonos, “inmerso en un sentimiento nostálgico” (Lowatell, en Riveros y Blanco, 2003: 14), agregando que existen algunos “interesados por el entorno físico y las actividades deportivo-recreacionales (...) y otros atraídos por la cultura local propiamente dicha. Mientras que para los primeros la experiencia connota aventura y sensación de libertad, para los últimos entremezclan los estereotipos de estilo de vida y uso de la cultura material de los visitados. En ambos casos se materializa el anhelo de consumir –compartir y apropiar simbólicamente- la cotidianeidad y el paisaje supuestamente distintos a los propios” (p.14).

En general, podemos observar a turistas más participativos, que busca el disfrute de atractivos naturales y culturales menos estandarizados, respetando el medio ambiente y las tradiciones de las comunidades que visita. Busca participar activamente de las actividades, labores productivas, fiestas tradiciones y de la cultura local, disfrutando de su gastronomía, contemplando y aprendiendo del patrimonio cultural, histórico y artístico, y practicando actividades relacionadas con la naturaleza. Para ello, este tipo de turistas, generalmente con un buen nivel educativo y poder adquisitivo, busca paisajes poco contaminados, donde encuentre servicios especializados y de calidad, por los que está dispuesto a pagar (González, 2002).

De acuerdo a Szmulewicz (1997), la demanda por este tipo de servicios por parte de los connacionales proviene principalmente de los estratos medios y altos, quienes presentan un promedio de 15 días de vacaciones. La información respecto a este tipo de turismo proviene en un 54,3% de familiares y amigos, y un 92,3% de quienes ha practicado agroturismo están dispuestos a repetir la experiencia. Cuando conocen lo que es el agroturismo, dos tercios de los entrevistados están dispuestos a practicarlo, y de acuerdo a las estimaciones, cerca de 128.000 personas serían el potencial de clientes para el agroturismo. Se observa una baja información acerca del agroturismo en las personas encuestadas, pero, a más de 12 años del estudio, es necesario realizar nuevos estudios al respecto.

Otro estudio (Zamora, 2000), señala que en los segmentos ABC1, C2 y C3, existe desencanto por destinos de playa y una gran aceptación por el campo, y que de los 1.700.000 turistas extranjeros que ingresan a Chile, un 20% realiza algún tipo de turismo rural. Esta preferencia estaría dada principalmente por la posibilidad de conocer las costumbres de la gente, el mayor contacto con la naturaleza, las posibilidades de acceder a comida sana, y un mayor nivel de seguridad para los niños. De acuerdo a este estudio, todos los segmentos entrevistados visitan el campo: ABC1: 36%, C3: 31% y C2: 11%. Dentro de los segmentos ABC1, C2 y C3, existe una predisposición positiva hacia el turismo rural en un 75%, con una población de 230.856 personas, quienes serían potenciales practicantes de alguna modalidad de Turismo Rural. Por último, hay que señalar que éste es una actividad complementaria para un 76%, y no complementaria para un 24%.

2. Oferentes de Turismo Rural

Existen diversos oferentes de Turismo Rural, entre los que podríamos señalar los siguientes:

En cuanto al Agroturismo, si consideramos como tal el conjunto de actividades organizadas por agricultores, los oferentes son pequeños agricultores que cuentan con la capacidad instalada para prestar este tipo de servicios.

Las áreas del Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado, ofrecen servicios de Ecoturismo y algunas actividades de Turismo Aventura dentro de sus límites, y en ocasiones en conjunto con las comunidades aledañas que diversifican la prestación de servicios.

Determinadas comunidades indígenas prestan servicios de Enoturismo, como es el caso de zonas del altiplano en el norte de Chile, San Pedro de Atacama, y algunos territorios de las Regiones del Bio-Bio, de la Araucanía, Los Ríos y Los Lagos.

Múltiples familias que han optado por vivir en el medio rural han tomado el Turismo Rural como una oportunidad para diversificar sus ingresos, y en otros casos como fuente principal e incluso única, prestando servicios turísticos en diversas modalidades.

Algunas empresas y agroindustrias han agregado a su producción tradicional servicios turísticos, como el caso de las múltiples viñas que prestan servicios de Turismo Enológico.

Existen diversas empresas nacionales y extranjeras que han creado centros recreacionales como Lodge, spa, termas, hoteles, etc., en el medio rural.

3. Comercialización de los productos

La comercialización del Turismo Rural se realiza por diversos mecanismos. Uno de ellos es la información que entregan familiares y amigos respecto a sus propias experiencias, la que dependerá de la satisfacción que les haya generado la visita al emprendimiento. También la tecnología juega un rol importante, principalmente vía Internet, donde existe la posibilidad de hacer visible las ofertas de servicios a muchos potenciales clientes en todo el mundo. Para ello se debe plantear la interrogante de si el mercado meta tiene acceso a Internet, lo que en principio pareciera que sí, y buscar la asociatividad entre diversos prestadores de servicios, de manera de disminuir costos (Oyarzún, 2000).

El apoyo de las instituciones públicas para el Turismo Rural se concretiza en la posibilidad de publicitar, a través de la edición de material impreso por parte de INDAP o SERNATUR, los que también tienen la posibilidad de ser entregados en las oficinas de información turística a lo largo del país.

El rol de las Agencias de Viaje también es clave, ya que una parte importante de los turistas acceden a información a través de ellas, en especial los turistas extranjeros.

De acuerdo a una encuesta realizada en 1995 (Szmulewicz, 1997), los turistas chilenos de estratos medios y altos señalaron como fuente de información para viajes turísticos las recomendaciones personales (54,3%), las Agencias de Viaje (16,5%), y revistas, diarios, televisión, folletos y guías turísticas (29,2%). Los turistas extranjeros, por su parte, obtuvieron la información de Agencias de Viaje (52,2%), de recomendaciones personales (26,1%) y diarios, revistas, folletos y guías turísticas (21,7%). Resulta preocupante que, estando dentro de las posibles respuestas, ningún turista, ni nacional ni extranjero, señalara las Oficinas de información turística como su fuente de información.

Problemas para la comercialización

Uno de los aspectos que obstaculiza el desarrollo de la actividad turística, especialmente para los pequeños propietarios del medio rural interesados por participar del mercado, es la dificultad para comercializar sus servicios y productos.

Para las personas que llegan de la ciudad a instalar emprendimientos de Turismo Rural, el acceso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs) representa una ventaja para visibilizar sus servicios hacia potenciales clientes. Por lo general, son personas con un alto nivel de educación y contactos en el medio urbano, por lo que tienen mayores facilidades para comercializar un servicio altamente segmentado.

Los habitantes tradicionales del medio rural por lo general tienen un bajo dominio de las TICs, y los niveles educacionales son deficientes. En un mercado que requiere de un mínimo de calidad de los recursos humanos, no existen las capacidades suficientes en los habitantes de medio rural, tanto porque aún es incipiente la transformación de las actividades productivas del medio rural, como porque las instituciones de capacitación y formación aun presentan deficiencias en la formación de personal para los servicios turísticos, donde se requiere pasar a metodologías más activas, incluyendo intercambio de experiencias y prácticas en los puestos de trabajo (Szmulewicz, 2000).

Los diversos Programas y Proyectos que han surgido desde la institucionalidad pública, son un aporte al desarrollo de las capacidades de los emprendedores rurales, pero aun queda mucho camino por recorrer. La capacidad de comercializar el Turismo Rural, no pasan sólo por mejorar la comercialización en sí, sino también por generar emprendimientos con estándares de calidad adecuados a un mercado segmentado, donde los principales consumidores, tanto nacionales como extranjeros, son personas de nivel socioeconómico medio hacia arriba.

La importancia de cumplir con las expectativas del turista que visita el medio rural pasa por dos aspectos muy relevantes: la promoción del turismo de persona a persona, y la posibilidad de generar fidelización en los visitantes. Un estudio de la demanda señala que un 54,3% de los turistas nacionales que practican Agroturismo obtuvieron información por recomendaciones personales de amigos o parientes; mientras que un 26,1% de los turistas extranjeros lo hicieron por este medio (Szmulewicz, 1997). Estos datos revelan la importancia que tiene el entregar un servicio de acuerdo a las expectativas de los usuarios, aunque esto no implica ofrecer lujo y comodidades excesivas, sino higiene, información de interés, privacidad y calidad en los recursos humanos y los servicios turístico, de alojamiento y alimentación entregados.

Una de las estrategias que debe rescatarse es el enfoque hacia la asociatividad de los pequeños prestadores de servicios de Turismo Rural, donde a través de redes de servicios y comercialización, se favorece la generación de destinos turísticos

más visibilizados que si cada emprendedor tuviera que realizar estos esfuerzos por su cuenta. Redes como la Red de Agroturismo de Chiloé, las Rutas del Vino de la zona central de Chile, o San Pedro de Atacama, son emprendimientos individuales que se han visibilizado gracias a la asociatividad.

4. Lista de Agencias de Viaje que comercializan Turismo Rural

Dada la diversidad de culturas y paisajes de nuestro país, muchas Agencias de Viaje ofrecen servicios relacionados al Turismo Rural. En la Web de SERNATUR (www.sernatur.cl/nacional), se puede encontrar las Agencias que ofrecen diversos servicios de turismo, y la gran mayoría de ellos cuenta con programas y paquetes turísticos que incluyen alguna actividad considerada dentro del Turismo Rural.

Tabla 1: N° de Agencias de Viaje por Región

Región	N° de Agencias de Viaje
XV Región Arica – Parinacota	55
I Región de Tarapacá	34
II Región de Antofagasta	47
III Región de Atacama	9
IV Región de Coquimbo	40
V Región de Valparaíso	114
VI Región del G. L. Bernardo O'Higgins	16
VII Región del Maule	11
VIII Región del Bio-Bio	26
IX Región de la Araucanía	50
XIV Región de Los Ríos	15
X Región de Los Lagos	79
XI Región de Aysén	17
XII Región de Magallanes	63
Región Metropolitana	292
Total	868

Fuente: Elaboración propia, en base a datos de www.sernatur.cl/nacional

Estas Agencias de Viaje, alguna de las cuales cuentan con páginas Web, ponen a disposición del visitante diversas actividades turísticas, entre las que se pueden encontrar diversas modalidades de Turismo Rural. Entre otras muchas posibilidades, podemos señalar visitas a pueblos, lagos y Parques Nacionales en el altiplano; oficinas salitreras, el oasis de Pica y la Pampa del Tamarugal; San Pedro de Atacama y sus alrededores; viajes por la Región de Atacama, visitando Monumentos y Parques Nacionales, dunas, playas y la Cordillera de los Andes, en especial el Volcán Ojos del Salado; viajes hacia el Valle del Elqui, Valle del Alto del Carmen y Valle del Limarí; visitas a Pichasca, Parque Fray Jorge, Termas de Socos, observatorios astronómicos, y la Reserva de Pingüinos de Humboldt en Punta de Choros, con posibilidades de ver ballenas y delfines; senderos precordilleranos y costumbres huasas, tour del vino por diversas viñas de la zona central de Chile; visitas a localidades costeras y su entorno; la cordillera de los Andes, con sus lagunas, volcanes y montañas, sumado a los centros de ski y termas; visitas a los diversos lagos, ríos, Parque de conservación privada, Parques y Reservas Nacionales y Monumentos Nacionales de todas las regiones del país; actividades agroturísticas en zonas rurales; los fiordos y la naturaleza virgen de la Patagonia chilena, y las Torres del Paine, atractivo turístico de nivel mundial.

Las Agencias de Viajes ofrecen programas para la tercera edad, giras de estudio, empresas, aniversarios y lunas de miel, y ofrecen paquetes turísticos o la posibilidad de armar el tour a la medida del turista, incluyendo las diversas actividades que implican el turismo rural: buceo, kayak, trekking, cabalgatas, mountain bike, escaladas, surf, observación de flora y fauna, entre muchas otras.

5. Estadísticas sobre oferta y demanda

En Chile, no existen estadísticas oficiales respecto del Turismo Rural. Los registros señalan la entrada de turistas del extranjero y cifras relacionadas a los alojamientos, y en algunos casos a las preferencias por destinos y las divisas generadas. Resulta difícil generar datos focalizados sólo en el Turismo Rural,

considerando que éste muchas veces es un complemento a otras actividades turísticas, y que quien lo practica por lo general participa de diversas modalidades.

Estadísticas generales sobre oferta y demanda de turismo, la podemos encontrar principalmente en SERNATUR, organismo que realiza los esfuerzos por entregar a quien le sea útil, información respecto al Turismo en nuestro país.

Para tener algunas perspectivas respecto del Turismo Rural, observaremos algunas estadísticas generadas por SERNATUR.

5.1 Estadísticas de alojamiento turístico

SERNATUR genera estadísticas respecto de las llegadas a establecimientos de alojamientos turísticos por Región, Provincia y comuna, y por mes. Para tener una panorámica respecto a estos antecedentes, presentamos la llegada de turistas a establecimientos de alojamiento turístico durante el primer semestre del año 2008, considerando tanto turistas nacionales como extranjeros. Considera alojamientos en hotel, residencial, motel, apartotel y camping (sitios y cabañas).

Tabla 2: Llegadas a establecimientos de Alojamiento Turístico

	Llegadas a Establecimientos de Alojamiento Turístico (EAT)						
	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Región / Total	2.685.291	663.053	652.675	397.347	341.261	318.701	312.254
XV Arica y Parinacota	65.304	13.687	13.704	10.363	8.761	9.331	9.458
I Tarapacá	126.034	25.767	23.145	20.345	18.726	20.279	17.772
II Antofagasta	233.490	40.575	38.224	36.826	39.446	37.356	41.063
III Atacama	76.630	16.474	17.801	11.822	10.523	9.510	10.500
IV Coquimbo	244.911	60.884	72.470	24.004	24.200	29.860	33.493
V Valparaíso	278.210	64.744	66.159	46.235	36.359	34.741	29.972
VI Libertador B. O'Higgins	63.301	20.000	20.501	9.157	5.769	4.563	3.311
VII Maule	125.494	32.418	39.080	16.584	13.180	12.387	11.845
VIII Bio-Bio	282.105	96.139	88.146	29.155	21.880	25.634	21.151
IX Araucanía	128.901	39.032	43.650	14.346	11.904	10.758	9.211
XIV Los Ríos	58.494	14.909	21.482	6.773	6.023	5.001	4.306
X Los Lagos	254.663	66.261	72.244	40.604	28.602	24.330	22.622
XI Aysén	21.031	6.272	6.834	2.744	2.280	1.736	1.165
XII Magallanes	93.167	24.092	26.625	18.998	10.541	7.196	5.715
Metropolitana	633.556	141.799	102.610	109.391	103.067	86.019	90.670

Fuente: Elaboración propia, en base a datos de SERNATUR, 2008a.

5.2 Estadísticas de turistas de largo alcance

Turistas Europeos

De acuerdo a SERNATUR (2008), la llegada de personas a Chile desde Europa, tiene el siguiente comportamiento:

Durante el verano del año 2007, se registró la llegada de 109.309 turistas residentes en Europa, un 5% más que en la misma época del 2006, de los que un 70,6% no había visitado Chile anteriormente, un 19,4% más de dos veces, y un 9,9% a lo más dos veces.

Un 51,3% ingresó por pasos terrestres, y un 48,7% por el Aeropuerto Comodoro Arturo Merino Benítez.

Proceden de Londres (10,2%), París (4,2%), Berlín (3,9%), Barcelona (3,5%), Munich (3,4%), entre otras ciudades europeas (74,8%).

El gasto promedio total por persona durante la permanencia es de cerca de U\$444,2, con cerca de 48,5 millones de dólares en divisas. De cada U\$100, 33,7 están destinados a hotel y similares; 26,7 a restaurantes y similares; 13,2 a compras, incluyendo artesanías; y 9,3 a transporte interno.

Los principales sistemas de alimentación utilizados por los turistas europeos son los restaurantes (88%), hotel (33,4%), casa de familiares o amigos (18,4%), o preparan su propia comida (16,7%). En tanto que los alojamientos son en hoteles (53,2%), residenciales y hostales (30,5%), casas de familiares o amigos (18,7%), y camping (7%).

En cuanto a las motivaciones para viajar, cerca de 81.000 personas (74% del total) señalan que viaja por vacaciones, de los que un 71,8% señalan que como una de las principales razones para vacacionar en Chile son sus atractivos naturales; un 57% por conocer; un 28,1% por los atractivos culturales; un 12,6% el clima; y un 10,7% la sensación de seguridad del país.

Los principales destinos que visitan los europeos, son Santiago y sus alrededores (69,5% y 6,6 días de permanencia promedio) Valparaíso y Viña del Mar (35,5% y 2,9 días de permanencia promedio); Puerto Montt, Puerto Varas, Parque Nacional Vicente Pérez Rosales y Lago Llanquihue (22,5% y 1,2 días de permanencia promedio); Punta Arenas y Torres del Paine (15,1% y 0,8 días de permanencia promedio); Calama, Valle de la Luna, San Pedro y Geiser del Tatio (13,8%, con 0,6 días de permanencia promedio); y La Serena, Coquimbo, Valle del Elqui y Vicuña (13,7%, con 1,9 días de permanencia promedio).

Turistas de Norteamérica

En cuanto a la llegada de personas a Chile desde Norteamérica, SERNATUR (2008) señala las siguientes estadísticas:

Se registró la llegada de 76.808 turistas residentes en Norteamérica durante el verano del año 2007, un 2,3% menos que en la misma época del 2006, de los que un 67,6% no había visitado Chile anteriormente, un 22,8% más de dos veces, y un 9,6% a lo más dos veces.

Un 37,4% ingresó por pasos terrestres, y un 62,6% por el Aeropuerto Comodoro Arturo Merino Benítez.

Proceden de Nueva York (7%), Toronto (5,2%), Miami (4,1%), Ciudad de México (4,1%), entre otras ciudades de Norteamérica (79,6%).

El gasto promedio total por persona durante la permanencia es de U\$692,5, generando cerca de 53,2 millones de dólares en divisas. De cada U\$100, cada persona destina 32,7 a hotel y similares; 24,3 a restaurantes y similares; 19,9 a compras, incluyendo artesanías; y 8,4 a transporte interno.

Los principales sistemas de alimentación utilizados por los turistas norteamericanos son los restaurantes (77,3%), hotel (37%), casa de familiares o

amigos (20,5%), o preparan su propia comida (13,2%). En tanto que los alojamientos son en hoteles (48,9%), residenciales y hostales (23,5%), casas de familiares o amigos (22%), y cabañas o moteles (5,1%).

En cuanto a las motivaciones para viajar, del total de personas residentes en Norteamérica que ingresan a Chile, cerca de un 70,8% señalan que viaja por vacaciones, de los que un 44,5% señalan que una de las principales razones para vacacionar en Chile son sus atractivos naturales; un 34,1% por conocer; un 18,2% por los atractivos culturales; y un 8% por el clima.

Los principales destinos que visitan los europeos, son Santiago y sus alrededores (73,2% y 5,2 días de permanencia promedio) Valparaíso y Viña del Mar (46,6% y 3 días de permanencia promedio); Puerto Montt, Puerto Varas, Parque Nacional Vicente Pérez Rosales y Lago Llanquihue (26,1% y 1 día de permanencia promedio); Punta Arenas y Torres del Paine (20,8% y 0,6 días de permanencia promedio); La Serena, Coquimbo, Valle del Elqui y Vicuña (9,8%, con 0,9 días de permanencia promedio); y Pucón, Villarrica, Lican Ray y Lago Caburga (7,6%, con 0,4 días de permanencia promedio).

Turistas de Brasil

Las estadísticas respecto de la llegada de personas a Chile desde Brasil son las siguientes (SERNATUR, 2008):

Se registró la llegada de 39.849 turistas residentes en Brasil durante el verano del año 2007, un 11,7% más que en la misma época del 2006, de los que un 64,3% no había visitado Chile anteriormente, un 20% más de dos veces, y un 15,7% a lo más dos veces.

Un 62,3% de ellos ingresaron por el Aeropuerto Comodoro Arturo Merino Benítez; un 14,8% por el Paso Los Libertadores; y un 22,9% por otros pasos terrestres.

Quienes ingresaron a Chile desde Brasil, proceden de las ciudades de Sao Paulo (35,6%), Río de Janeiro (11,7%), Brasilia (5,7%), entre otras ciudades (79,6%).

El gasto promedio total por persona durante la permanencia es de U\$680,4, generando cerca de U\$27,1 millones en divisas. De cada U\$100, cada persona destina 35,2 a hotel y similares; 28,3 a restaurantes y similares; y 22,9 a compras, incluyendo artesanías.

Los principales sistemas de alimentación utilizados por los turistas brasileños son los restaurantes (85,2%), hotel (47,8%), y casa de familiares o amigos (14,9%). El alojamiento es en hoteles o apartotel (69,6%), casas de familiares o amigos (15,8%), residenciales y hostales (8,9%), y casa propia (8%).

Las motivaciones para viajar a Chile son principalmente por vacaciones (78,2%), y entre las razones para visitar Chile, un 57,8% señala que es por sus atractivos naturales; un 47,1% por conocer; un 33% por los atractivos culturales; y un 11,8% por la distancia.

Dentro de los principales destinos que visitan los brasileños podemos encontrar a Santiago y sus alrededores (82,1% y 4,9 días de permanencia promedio); Valparaíso y Viña del Mar (59,5% y 1,5 días de permanencia promedio); Puerto Montt, Puerto Varas, Parque Nacional Vicente Pérez Rosales y Lago Llanquihue (11,7% y 0,4 día de permanencia promedio); Pucón, Villarrica, Lican Ray y Lago Caburga (11,7%, con 0,4 días de permanencia promedio); Ruta del vino (7,4%, con 0,1 días de permanencia promedio); y Calama, Valle de la Luna, San Pedro y Geiser del Tatio (6,5%, con 0,2 días de permanencia promedio).

Turistas de Argentina

De acuerdo a SERNATUR (2008), la llegada de personas a Chile desde Argentina tiene el siguiente comportamiento:

Durante el verano del año 2007 se registró la llegada de 270.744 turistas, un 19,5% más que en la misma época del 2006, de los que un 18,1% no había visitado Chile anteriormente, un 72,8% más de dos veces, y un 9,1% a lo más dos veces.

Un 9,4% de ellos ingresaron por el Aeropuerto Comodoro Arturo Merino Benítez; un 38,5% por el Paso Los Libertadores; un 13,2% por el Paso Cardenal Samoré; y un 38,8% por otros pasos terrestres.

Quienes ingresaron a Chile provenientes de Argentina, son residentes de las ciudades de Mendoza (41,1%), Buenos Aires (23,1%), Córdoba (8,9%), y otras ciudades (21,7%).

El gasto promedio total por persona durante la permanencia es de U\$245,7, generando cerca de U\$67 millones en divisas. De cada U\$100, cada persona destina 23,7 a hotel y similares; 23 a casa o departamento arrendado, 17,3 a restaurantes y similares; 14,9 a compras, incluyendo artesanías; y 11,6 a compra de alimentos.

Los principales sistemas de alimentación utilizados por los turistas argentinos son los restaurantes (57,6%), preparó su propia comida (41,3%), casa de familiares o amigos (37,6%) y hotel (47,8%). El alojamiento es en casas de familiares o amigos (39,3%), casa o departamento arrendado (22,3%), hoteles o apartotel (21,7%), y residenciales y hostales (5,9%).

Un 69% de los argentinos viajan a Chile por vacaciones, y entre las razones para visitar Chile, un 67% señala que es por sus atractivos naturales; un 36,9% por la distancia; un 24,1% por conocer; un 18,8 por el clima; y un 12,6 por los atractivos culturales.

Dentro de los principales destinos que visitan los argentinos podemos encontrar a Valparaíso y Viña del Mar (40,1% y 2,7 días de permanencia promedio); Santiago y sus alrededores (28,6% y 2,4 días de permanencia promedio); La Serena, Coquimbo, Valle del Elqui y Vicuña (12,1%, con 1 día de permanencia promedio);

otros sectores costeros de la Región de Valparaíso (11,7%, con 0,4 día de permanencia promedio); Puerto Montt, Puerto Varas, Parque Nacional Vicente Pérez Rosales y Lago Llanquihue (9,8% y 0,7 día de permanencia promedio); y Osorno, Parque Nacional Puyehue y alrededores (8,8%, con 0,5 días de permanencia promedio).

VIII. EXPERIENCIAS EXITOSAS DE TURISMO RURAL

A continuación revisaremos tres experiencias exitosas en Turismo Rural: la Ruta del Vino de Colchagua, San Pedro de Atacama, y la Red de Turismo Rural Corral Chaihuín.

1. Ruta del Vino de Colchagua⁵⁶

Creada en 1996, la Ruta del Vino de Colchagua es el primer circuito turístico del vino en Chile. Su oficina central se ubica en Santa Cruz, Provincia de Colchagua, en la VI Región del Maule, donde se pueden encontrar los tours a las principales viñas del Valle de Colchagua.

Cuenta con 18 Viñas asociadas: Bisquertt, Caliterra, Casa Lapostolle, Casa Silva, Cono Sur, Emiliana, Estampa, Hacienda Araucano, Las Niñas, Luis Felipe Edwards, Los Vascos, Montes, MontGras, Santa Cruz, Santa Helena, Santa Rita, Siegel y Viu Manent.

Los tours ofrecen diversas opciones para conocer viñas y bodegas de la Ruta del Vino, donde se puede aprender cómo se producen las uvas y el proceso que las convierte en vino. Además, existe la posibilidad de visitar tres Museos, el de Colchagua, de Huique y de Lircunlautas, donde se pueden encontrar muestras de los orígenes de la actividad y las tradiciones del Valle. También se ofrecen servicios de cabalgatas para recorrer los cerros del entorno, con interesantes vistas; vuelos directos desde el Aeródromo de Tobalaba hasta Santa Cruz con diversas modalidades, trekking por un sendero botánico; y la posibilidad de viajar en el Tren del Vino.

1.1 Historia y Tradiciones del Valle de Colchagua⁵⁷

Originalmente habitado por mapuches, este valle pasa a manos de Inés de Suárez en el siglo XVI, acompañada por misioneros jesuitas. Ellos introdujeron el cultivo

⁵⁶ www.rutadelvino.cl

⁵⁷ www.rutadelvino.cl/valle.html

de las viñas, con una variedad española conocida como Misión, y que hoy se le conoce como País.

Con el auge de la minería chilena y el enriquecimiento de las familias de sociedad, se introducen finas variedades francesas, como la Cabernet Sauvignon, Carmenere, Merlot y Malbec, reemplazando las variedades españolas. Ya a principios del siglo XX, se realizan las primeras exportaciones de vino a granel en barriles a Europa desde Colchagua, estableciendo definitivamente el carácter vitivinícola de este Valle.

El hecho de que Chile sea el único país en el mundo donde no existe la plaga Filoxera, permite que hoy se puedan encontrar plantaciones de más de cien años de antigüedad, las que producen vinos de categoría mundial. El Valle de Colchagua fue premiado internacionalmente como la “Mejor Región Vitivinícola del Mundo 2005”, premio que por primera vez en su historia es otorgado a una región vitivinícola de Sudamérica.

La cultura local es huasa, fuertemente ligada al campo y sus tradiciones. Las vestimentas tradicionales, el poncho, la chupalla y las espuelas, son parte esencial de la cultura local. Practican el Rodeo, su música se caracteriza por la Cueca y la Tonada, y el baile tradicional es la Cueca, donde el hombre y la mujer bailan imitando el cortejo del gallo a la gallina. La gastronomía se caracteriza por las empanadas, el pastel de choclo, las humitas, los porotos granados, el arrollado huaso, el asado de cordero y las cazuelas, acompañadas de sopaipillas, pan amasado y pebre. El mote con huesillo, los alfajores y las tortas son los principales postres de la zona, y el vino, la chicha y las mistelas, las bebidas tradicionales.

1.2 El Proyecto

El Valle de Colchagua, regado por el río Tinguiririca, es tradicionalmente agrícola, habitada por campesinos, comerciantes, empresarios y familias tradicionales, por lo que pasar desde las actividades productivas agrícolas al turismo no fue tarea sencilla. Los comienzos de la actividad turística fueron precarios, hasta el punto de

ofrecer los servicios higiénicos del personal de las viñas para los turistas, y de transportar una parrilla en camioneta si es que se solicitaba un almuerzo campestre. Pero poco a poco, diversas inversiones cambiaron la fisonomía de construcciones tradicionales, ampliando poco a poco la capacidad hotelera y los servicios de alimentación. Las antiguas casas, iglesias y conventos, fueron restaurados para recibir turistas interesados no sólo en la producción del vino, sino en la historia que se percibe en la arquitectura y en los diversos museos que muestran trozos de la historia.

Con el tiempo se han sumado diversos atractivos, además de las viñas y las bodegas de vino: cabalgatas a Punta del Viento, el lugar más alto de Colchagua; cancha de polo, media luna, piscinas, un centro astronómico, teleférico, quinchos, cultivos de olivos orgánicos, conservación de flora y fauna nativa, e incluso proyectos de agroturismo, donde disfrutar de la comida típica y cabalgatas por el entorno.

La inauguración del Casino de Santa Cruz agrega un atractivo más. Pero, de acuerdo a Thomas Wilkins⁵⁸, Gerente de la Ruta del Vino, se requiere contar con unas 700 camas al año 2010 para transformar a Colchagua en un destino real, meta que estaría llegando a la mitad con los nuevos proyectos hoteleros, como el Hotel Santa Cruz Plaza, con 40 habitaciones con diseño de rucas mapuche e instalaciones dedicadas a la vinoterapia, un hotel dedicado a la clase media, otro gran proyecto de hotel con 140 habitaciones, el Hotel Residencia Histórica de Marchigüe, el Hotel Panamá, los hostales D'Vit y Del Valle, más algunas casas de Lapostolle y Viña Santa Cruz con 30 habitaciones más.

Respecto de la gastronomía, existen los restaurantes de las viñas Casa Silva, Viu Manent, La Playa y Santa Cruz, los del Hotel Santa Cruz Plaza, la Pizzería Chamán, el Sushi, el Cuernovaca, Alma Campesina, Hacienda Lolol, y el Pan Pan Vino Vino, al que se suma un restaurante peruano, La Casita de Barriales.

⁵⁸ www.diariodelvino.com/notas/noticia101_01feb.htm

A futuro, se proyecta la construcción de la Ruta i-50, que uniría San Fernando y Santa Cruz con doble vía, y se espera que las inversiones en infraestructura continúen.

1.3 Proyectos

La Ruta del Vino surge y ha contado con el apoyo de diversos Programas y Proyectos desde instituciones públicas de fomento. A continuación presentaremos los más importantes.

El Programa Territorial Integrado (PTI) Colchagua Tierra Premium⁵⁹ busca aprovechar las fortalezas del rubro, aumentando la competitividad internacional de la industria regional del vino y las actividades relacionadas, como el turismo, a través de la participación coordinada de organismos públicos y privados.

El objetivo es que el Valle de Colchagua sea reconocido en el país y el mundo como una zona productora de vinos de alta calidad, generados en un espacio rural donde conviven, se amalgaman y potencian el entorno natural, sus tradiciones culturales y sus propuestas productivas. Asociada a ello, se distinguirá en la zona una oferta de servicios turísticos asimilada a estándares internacionales. Se inserta como prioridad en este objetivo, una dimensión territorial con componentes de protección medio ambiental, desarrollo humano, y ordenamiento productivo, entre otros.

Para conseguir el objetivo general, se han establecido cinco ejes estratégicos en torno a los cuales se centrará la actividad. Así, se pondrá énfasis en el desarrollo industrial vitivinícola; el medio ambiente; la tecnología; la capacitación y formación empresarial; y el turismo enológico. A esto se le sumará la obtención de información primaria y secundaria para cada uno de los parámetros que se consideren relevantes, que permitan establecer una línea base para la posterior evaluación de los resultados de la aplicación del programa.

⁵⁹ www.corfo.cl/regiones/ohiggins/programas_territoriales_integrados

La Agenda de Innovación para el Turismo en el Valle de Cachapoal, de InnovaChile de CORFO, está enfocada al diseño de productos de Turismo Patrimonial, a través de la generación de una imagen que realce la identidad del territorio, identificando las brechas que se deben superar para alcanzar el potencial existente, y diseñando una serie de productos para una mejor inserción en la cadena de comercialización turística. La VI Región se caracteriza por sus actividades agrícolas, vitivinícolas y mineras, y posee recursos turísticos destacados tales como el patrimonio cultural de la ciudad minera de Sewell, declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, la Ruta del Vino de Colchagua, la Zona Típica de Zúñiga, las Chamanteras de Doñihue, los restos arqueológicos de la Laguna de Tagua Tagua y el Parque Nacional Palmas de Cocalán.

La Ruta del Vino nace con el apoyo de PROFOs en 1996, y el crecimiento de esta industria ha contado con un importante apoyo de estos instrumentos, el que tiene el mérito de favorecer la asociatividad entre productores medianos, y excepcionalmente pequeños y grandes, generando redes que permiten un mejor desarrollo del sector. Entre los PROFOs que se han ejecutado en el Valle de Colchagua podemos encontrar el PROFO Colchagua Wine & Tours, PROFO Turístico Club de Campo Santa Cruz, todos relacionados con los objetivos del PTI Colchagua Tierra Premium.

El Programa de Mejoramiento de la Competitividad (PMC) Vitivinícola de Colchagua es el primero de la industria vitivinícola de Chile, y nace de los resultados de investigación de la Agencia de Desarrollo Productivo, donde se establecen cuatro planes de mejoramiento de la competitividad: PMC Vitivinícola de Colchagua, PMC de Turismo en la zona norte de la región, PMC de Ciruelas Deshidratadas y PMC para la Micro y Pequeña Empresa. La participación de Viñas de Colchagua fue fundamental para que las autoridades reconocieran que la industria vitivinícola es uno de los principales motores de desarrollo de la región, eligiendo esta actividad como PMC. En noviembre de 2008 comienza el concurso para contratar un gerente, quien deberá coordinar y gestionar las iniciativas planteadas por los empresarios y el Estado, para conseguir recursos que financien

los proyectos, como un Plan de Marketing para la promoción de la denominación de origen de vinos Valle de Colchagua y un proyecto de Vitivinicultura Sustentable.

1.4 Tours, Programas y Viñas

Existen dos modalidades de conocer la Ruta del Vino: a través de diversos Programas, con o sin transporte y alimentación, diferenciados para aficionados, conocedores y fanáticos; o visitando alguna de las doce viñas que ofrecen tours individuales por sus instalaciones.

- **Conozca la Ruta del Vino de Colchagua en su propio transporte**

- Programa Colchagua Aficionados, sin almuerzo. Half Day Tour
- Programa Colchagua Aficionados, con almuerzo menú incluido. Full Day Tour.
- Programas Colchagua Conocedores, sin almuerzo. Half Day Tour.
- Programas Colchagua Conocedores, con almuerzo menú. Full Day Tour.
- Programa Colchagua Fanáticos, sin almuerzo. Half Day Tour.
- Programa Colchagua Fanáticos, con almuerzo. Full Day Tour.

- **Conozca la Ruta del Vino de Colchagua con transporte incluido**

- Programa Colchagua Aficionados, sin almuerzo. Half Day Tour.
- Programa Colchagua Aficionados, con almuerzo menú. Full Day Tour.
- Programas Colchagua Conocedores, sin almuerzo. Half Day Tour.
- Programas Colchagua Conocedores, con almuerzo menú. Full Day Tour.
- Programa Colchagua Fanáticos, sin almuerzo. Half Day Tour.
- Programa Colchagua Fanáticos, con almuerzo. Full Day Tour.

- **Visitas directas Viñas Valle de Colchagua**

Son 12 Viñas disponibles para visitas directas:

Viñedos Emiliana

- Tour de 1 hora y media, con paseo por los viñedos, visitas por las bodegas vitivinícolas y salas de barricas y finaliza con las degustación de diferentes líneas de vinos

Viña Estampa

- Tour Assemblage, con recorridos por las bodegas, incluye degustaciones de las líneas Blend, Reserve y Gold.
- Tour Haga su Assemblage, donde se puede crear una mezcla propia.

Viña Viu Manent

- Tour Coches Antiguos (aficionados): Recorrido por la casona, paseo en coches antiguos tirado por caballos recorriendo los viñedos y visitando los cuarteles sexagenarios de Malbec. Visita a bodega incluye un vino para degustación.
- Tour Premium (conocedores y expertos): Incluye degustación de 5 vinos: 1 premium, 2 secreto, 2 reserva.
- Tour Ecuestre: Paseos por viñedos guiada por un equitador profesional e instructor del club ecuestre Viu Manent. Coffe breack en café de la viña.

Viña Bisquertt

- Reserve Tour: Incluye copa de vino de bienvenida y degustación de dos copas de vinos reservas.
- Gran Reserve Tour: Incluye copa de vino de bienvenida y degustación de dos copas de vino Gran Reserva.
- El recorrido comienza con un vino de bienvenida ofrecido en el salón de galardones, donde podrán apreciar el Galardón al Mejor Merlot del Mundo y una réplica de un decantador de la era de Tutankamón.

Viña Montgras

- Tour Haga su propio vino
- Tour Degustación a ciegas
- Tour Degustación con Maridaje
- Tour Mi cosecha
- Incluyen visita a los viñedos cercanos a la bodega, degustación de vino Premium y tabla de quesos.

Viña Montes

- Visita Turística a Viñedo Apalta: Recorrido por la Bodega y viñedos, degustación de vinos de selección. Se puede observar los sistemas gravitacionales que disponen para mover los vinos. En el exterior, se puede observar desde el mirador las empinadas laderas de más de 45 grados de inclinación. Catas y almuerzos, caminos por laderas y Apalta.

Viña Hacienda Araucano

- Visita por Viña Hacienda Araucano: Posee sala de ventas abierta a público, tours a través de las viñas y degustaciones.

Viña Casa Silva

- Tour Básico: Recorrido por la bodega, no incluye degustación.
- Tour Clásico: Visita a la bodega, sala de barrica, proceso del vino, y degustación de 3 vinos de reserva: 2 tintos y 1 blanco.
- Tour Premium: Visita a la bodega, sala de barrica, proceso del vino y degustación de 3 vinos Gran Reserva: 2 tintos y 1 blanco.
- Tour Campestre: Coche con caballos. Visitas a media luna y cancha de Polo. Degustación de copa Sauvignon Blanc Reserva.

Viña Casa Lapostolle

- Tour básico: El Tour solamente se realiza en las Bodegas Clos de Apalta, y se realiza en español o inglés.

Viña Las Niñas

- Tour Básico: Recorridos por los viñedos, visita a las bodegas, para conocer el sistema de vinificación en Blanco y en Tinto, luego breve explicación sobre la cata y degustación de cinco vinos.

Viña Laura Hartwig

- Tour Único: Incluye 2 degustación de vino. Solo se realizan visitas a la bodega de la viña.

Viña Santa Cruz

- Tour Teleférico: Tiene un recorrido de 5 minutos desde la Viña hasta la Casa Bote de Rapa Nui, la Ruca Mapuche y la Puerta de Sol. Son 6 cabinas para 4 personas.
- Tour Aldea Indígena: Posee 3 construcciones de diferentes culturas: Aymará, Mapuche, Rapa Nui. Que permite acercarse a sus culturas, ritos y tradiciones.
- Centro Astronómico: Posee 6 telescopios, cuenta con una sala de exposición, se realiza una charla y vista del cielo.
- Degustaciones: Es guiada para aprender y sentir el vino. Luego se hace un recorrido por las barricas.

Fuentes

www.rutadelvino.cl/valle.html

www.vi.cl/modules.php?name=News&file=article&sid=4059

www.colchaguatierrapremium.cl/entrevista_2.php

www.top100.cl/?p=109

www.gochile.cl/html_s/chilevallecolchagua/valle-colchagua.asp

ucv.altavoz.net/prontus_unidacad/site/artic/20081117/asocfile/20081117152452/resumen.pdf

www.corfo.cl/regiones/ohiggins/programas_territoriales_integrados

www.colchaguavalley.cl/2008/10/pmc-vitivincola-colchagua-la-esperanza.html

Revisadas el 19 de marzo de 2009.

2. Red de Turismo Rural Licanhuasi

San Pedro de Atacama

La Red de Turismo Rural Licanhuasi se ubica en diversos pueblos precordilleranos de la II Región de Antofagasta, de los que resalta San Pedro de Atacama, valorado internacionalmente como uno de los más importantes productos turísticos de Chile. Antiguamente fue un poblado atacameño, y hoy, con sus 2.500 habitantes, es considerada la Capital Arqueológica de Chile.

La cultura local es heredera de pueblos que se instalaron en este espacio hace más de 11 mil años. Los Atacameños son el pueblo original, formando lo que se conoce como la Cultura San Pedro, quienes se instalan en la cuenca del río Loa y los diversos oasis del desierto de Atacama. Era un pueblo agricultor, construyendo terrazas para los cultivos en la falda de los cerros, que eran regadas artificialmente y fertilizadas con guano de llama. Cultivaron, entre otras cosas, maíz, quínoa, frijoles, tunas, algodón, calabazas, papas y porotos; y domesticaron llamas y alpacas para su uso como medio de transporte, aprovechando además su carne y lana. Desarrollaron la artesanía en cerámica, tejidos, tallados en madera, cestería y metalurgia en cobre y bronce. Hoy, los herederos de esta cultura conservan tradiciones, y prácticas agrícolas y ganaderas, y con el auge del turismo han logrado presentarlas como un atractivo turístico que, junto con el entorno natural, hace a San Pedro un lugar único.

Red de Turismo Rural Licanhuasi

La Red de Turismo Rural Licanhuasi, creada el año 1999, surge de la iniciativa de las 22 comunidades indígenas que componen el Consejo de Pueblos Atacameño, quienes ven la necesidad de participar en el creciente mercado turístico de la zona. Compuesta originalmente por las comunidades indígenas de Ollagüe, Machuca, San Pedro de Atacama, Solor, Socaire, Peine, Quitar, Coyo y Río Grande, ofrece a los turistas servicios básicos y circuitos turísticos que integran a las comunidades, abarcando un total de 350 kms. lineales.

Busca entregar experiencias con identidad indígena, donde el diseño de los productos se realiza desde una perspectiva cultural, histórica y costumbrista, manteniendo la autenticidad y la relación con el día a día del pueblo indígena. La idea es que, más que mostrar paisajes, el turista pueda compartir con las personas de las comunidades, empapándose de sus costumbres y tradiciones, y observando la vida cotidiana del Desierto de Atacama.

Proyectos de apoyo

Diversas instituciones públicas, donde resalta el trabajo de INDAP, SERNATUR y el Fondo de las Américas (FDLA), capacitaron y financiaron la infraestructura necesaria para el hospedaje de los turistas, fomentando el desarrollo de las capacidades microempresariales en los habitantes tradicionales de San Pedro. Se desarrollaron circuitos turísticos por comunidad e integrados, y se construyeron casas de huéspedes que permiten la prestación de servicios de ecoturismo, agroturismo y etnoturismo.

El FDLA financia proyectos que promuevan la sustentabilidad, protección y recuperación ambiental de localidades con fragilidad ecológica; el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, el fortalecimiento de la sociedad civil y su trabajo ambiental; y la participación ciudadana en la gestión ambiental (Román, 2004). En esta línea, financió el Proyecto "Conservación y manejo productivo sustentable de los recursos naturales y constitución de una red de Turismo Rural" en las comunas de San Pedro de Atacama y Ollagüe, ejecutado por el Grupo de Investigaciones Agrarias (GIA). El objetivo de este proyecto es rescatar el valor de la Puna de los Andes meridionales de Chile, con sus activos económicos, ambientales y sociales expresados en el conocimiento de las comunidades atacameñas y quechuas de su medio ambiente, a través de la capacitación, gestión de recursos financieros para construir casas de hospedaje rural o albergues de altura, capacitación técnica, y organización de una oferta turística por parte de las comunidades involucradas, en una Red para aumentar la eficiencia de la gestión y ampliación de la oferta turística, impulsando una gestión de manejo

productivo de sus recursos culturales y naturales, para contribuir a mejorar sus niveles de vida.

Al alero de este proyecto, surgen otros financiados por otras instituciones, entre los que podemos encontrar 16 proyectos de gestión ambiental, de los que 12 fueron financiados por el Fondo CONADI-FDLA; una Gira Tecnológica a Red de Turismo Nekazaltusmo, en el País Vasco; otra Gira Tecnológica a Israel, con el apoyo de InnovaChile de CORFO; la Red de Turismo Licanhuasi por el FDLA; y la gerencia de la Red por parte de SERCOTEC. Los aportes de CONADI, Fundación Escondida, CODELCO, Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR); Municipalidades, SERCOTEC, SERNATUR, CONAF y FOSIS, suman hasta el año 2004 un aporte total cercano a los \$250 millones.

El auge del turismo ha significado el aumento de demanda por diversos productos y servicios, por lo que los agricultores de la zona tienen la posibilidad de abastecer de frutas y verduras a la red hotelera, incentivando los cultivos tradicionales, y ofrecer diversos servicios turísticos ligados a sus actividades productivas, aumentando sus ingresos e integrándolos al desarrollo del turismo. Algunas de sus prestaciones de servicios turísticos son: servicios de guías de turismo en las ruinas que administran las propias comunidades, las llamalgatas, la degustación de comidas tradicionales, en base a quínoa, carne de alpaca o llama, postres en base a chañar, y especialmente la miel de chañar y algarrobo. Además, se está en consultas para que CONAF entregue a las comunidades la administración de la Reserva Natural Los Flamencos.

Los buenos resultados de esta Red, así como de muchos emprendimientos de turismo en este lugar, está dado gracias a la existencia de una gran diversidad de atractivos culturales, arqueológicos y naturales. A continuación describimos los más importantes.

Atractivos del entorno

El poblado de San Pedro de Atacama presenta una arquitectura particular, y en él se puede visitar la plaza, la iglesia, el Museo Arqueológico del Padre Le Paige, la Municipalidad, y la calle de San Pedro, centro comercial donde se encuentran turistas y gente del pueblo.

El Museo Arqueológico del Padre Le Paige, inaugurado en 1957, presenta una importante colección de más de 380 mil piezas de material arqueológico de la cultura Atacameña, donde se pueden encontrar cerámicas, líticos, textiles, metales y momias, que corresponden al período desde inicios de la Cultura San Pedro, hasta la llegada de los españoles.

En la Aldea de Tulo podemos encontrar ruinas de más de 3.000 años de antigüedad, durante la primera etapa de la cultura atacameña. Presenta construcciones redondas y laberintos de pasajes, con muros de barro y techos de madera y paja que han sido desenterrados de las arenas del desierto gracias a un proyecto de investigación.

El Pukará de Quito es una fortaleza de la cultura Atacameña, desde la que se domina todo el Valle de San Pedro de Atacama, y donde se pueden encontrar más de 160 construcciones destinadas a habitaciones, plazas, pasadizos y almacenes de alimentos, llegando a albergar más de 400 habitantes. Pertenece a la última etapa de la cultura atacameña, entre los años 1.000 a 1.500 DC.

El Tambo de Catarpe es un antiguo centro administrativo y militar inca, vestigio de la influencia de este pueblo sobre la cultura Atacameña. Allí, los incas enseñaban nuevas técnicas de tejidos, metalurgia y alfarería, y se hacía el pago de los tributos. Está construido sobre una terraza del río San Pedro, utilizando bolones de piedra y barro.

Los pueblos de Toconao, Solor, Río Grande, Machuca, Ollagüe, Coyo, Socaire, Peine, Talabre, y otros en el entorno, muestran la tradicional vida en este valle, donde se pueden apreciar las prácticas agrícolas de los habitantes originarios.

El Valle de la Luna se encuentra en la Cordillera de la Sal, sitio que, por la formación de piedra y sal petrificada erosionada por el viento y el agua, asemeja un paisaje lunar. Tiene un coliseo natural de grandes dimensiones y una gran duna desde donde se puede apreciar el entorno.

En el Valle de la Muerte, la Cordillera de la Sal muestra imponentes esculturas naturales en la sal, lo que crea un paisaje de gran belleza.

El Salar de Atacama tiene una extensión de 320 mil hectáreas, y en su superficie se observan costras de sal generadas por la acumulación de cristales producidos por la evaporación de aguas subterráneas de intensa carga salina, originando lagunas como la Chaxa, donde se pueden encontrar una gran cantidad de flamencos, aves típicas de la zona.

Las lagunas Miscanti y Miñiques se encuentran en la Reserva Nacional Los Flamencos, a los pies de los volcanes del mismo nombre. Se encuentran a más de 4.000 m.s.n.m, con una extensión de 15 y 1,5 kms² respectivamente.

Los Geiser del Tatio es un campo geotérmico ubicado a 90 kms. al noreste de San Pedro de Atacama, a 4.320 m.s.n.m., donde al amanecer se pueden observar geiser de 10 metros de altura.

Las Termas de Puritama cuentan con pozones de aguas termales a 30° C, gracias a las calientes aguas del río Puritama. Está ubicado en un cañón montañoso de gran belleza natural.

La Agencia Space ofrece tours astronómicos para conocer diversos aspectos relacionados con el cielo, las constelaciones, la luna, Saturno, los cúmulos de estrellas, galaxias y otras impresionantes vistas, en uno de los cielos más límpidos del mundo, y con una gran cantidad de días despejados.

Respecto de la infraestructura, en el Valle de San Pedro de Atacama se pueden encontrar diversas opciones de hospedaje y alimentación, con variedad de precios y opciones, y servicios de transporte, comunicación e información turística.

Además, se ofrecen servicios de Enoturismo, Ecoturismo, Agroturismo y Turismo Aventura.

Fuentes:

www.indap.gob.cl/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=553
www.sanpedroatacama.com/novedades_18.htm
www.turismoruralchile.cl/op/lickana/index.htm
www.viajesrurales.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=105&Itemid=14
www.intikilla.cl
www.corfo.cl/corfo_det_20081117160425.aspx
www.chile.com/tpl/articulo/detalle/ver.tpl?cod_articulo=52745
www.euskaweb.com/san/pedro/de/atacamadesierto.htm
www.sernatur.cl/scripts/nacional/destino.php?n=6
Revisadas el 19 de marzo de 2009.

3. Red de Turismo Rural Corral – Chaihuín⁶⁰

En la comuna de Corral, XIV Región de Los Ríos, se encuentra la Red de Turismo Rural Corral Chaihuín, donde los habitantes locales, capacitados en gastronomía, repostería y atención al cliente, ofrecen hospedajes acondicionados y diversas actividades tradicionales en la agricultura, la cría de animales y la pesca.

Los inicios de esta Red se remontan a 1993, cuando el Departamento de Turismo de la Municipalidad de Corral crea el Proyecto Génesis, que tenía como objetivo el atraer turistas y generar ingresos para personas de la Sociedad Campesina Los Liles. Comenzando con una infraestructura que no cumplía con los requisitos mínimos de calidad, el Municipio cede el Proyecto a INDAP, el que fue requerido por la Sociedad para realizar un estudio de factibilidad para realizar estas actividades en el sector. Al contar con resultados positivos, el año 1999 se realiza una Gira Tecnológica a la Red de Agroturismo Chiloé A.G., para conocer su funcionamiento.

⁶⁰ Sistematización de antecedentes de Evaristi y Henríquez, 2006.

La Sociedad, junto a PRODESAL y el apoyo financiero de INDAP–FIA, logra incluir a 25 familias que cumplen con los requisitos de contar con una casa donde hospedar, predios atractivos y con títulos saneados, disponibilidad de tiempo, con familia no muy numerosa y una accesibilidad adecuada. Con ello, se habilitan las casas y se inicia un programa de capacitación dirigido por SERNATUR, PRODESAL, y el Departamento de Turismo de la Municipalidad de Valdivia, entre otros, en temáticas de normativa legal, atención al cliente, precios, gastronomía, calidad de servicios, administración, entre otros que fueran necesarios para participar de la actividad.

De las 25 familias hoy participan 16, tanto por incumplimiento de la normativa interna, como porque la afluencia de turistas no ha sido la esperada, principalmente por los problemas de accesibilidad a los sectores donde existen familias que prestan servicios de Turismo Rural. Estas 16 familias son:

- Nelsa Triviño, de San Juan (Alojamiento y alimentación)
- Dinelly España, Los Liles “Cabaña Hospedaje campestre Los Liles” (Hospedaje, cabaña y alimentación)
- Esterlinda Alvarado, Los Liles (Camping)
- Jorge Triviño, Los Liles “Senderos guiados” (Senderismo y elaboración de chicha)
- Margarita Maricoy, Los Liles “Hospedaje campestre Morro Gonzalo” (Hospedaje y alimentación)
- Ángela Silva, Huape “Hospedaje Campestre Huape” (Hospedaje y alimentación)
- Oscar Muñoz, Huape (Hospedaje y alimentación)
- Nancy Vera, Huape “Venta de Productos Locales Huape” (Productos locales y alimentación)
- Marisa Muñoz, Huape (Hospedaje y alimentación)
- Heraldo González, Chaihuín “Camping Chaihuín” (Camping y cafetería)
- Angelina Bórquez, Cadillal “Hospedaje Campestre” (Hospedaje, alimentación y pesca)

- Beatriz Cárdenas, Cadillal “Hospedaje Cadillal” (Hospedaje, alimentación y pesca)
- Eliana Bravo, Isla del Rey “Restaurante campesino La Posada Tornagaleones” (Paseos fluviales, alimentación y quincho)
- Clemencia Monsalve, Isla del Rey “Hospedaje campestre Isla del Rey” (Hospedaje y alimentación)
- Octavio Paduro, Isla del Rey “Quincho del Rey” (Paseos fluviales y quincho)
- Carlos Soto, Isla del Rey (Cabañas)

Las familias participantes orientan su producción a obtener alimentos para autoabastecerse, y cuentan con ovejas, gallinas, huevos, cerdos, hortalizas, pescados, mariscos, frutos silvestres, papas y madera del bosque. Con esto insuman la actividad turística, pero sin dejar de lado las actividades tradicionales que realizan, ligadas a la pesca, agricultura y ganadería menor.

En la temporada estival, cuando llega una gran parte de los visitantes, generan ingresos por la venta de productos agrícolas, los servicios de alojamiento, alimentación y las excursiones.

Análisis FODA

Un análisis FODA de la Red (Evaristi y Henríquez, 2006) presenta algunos resultados que deben ser resaltados:

En cuanto a las fortalezas, existe preocupación por mejorar la calidad de los servicios, participando en diversas capacitaciones. Además, el hecho de que los servicios sean atendidos principalmente por mujeres, favorece la diversificación de los ingresos del hogar y la entrega de un servicio cálido y familiar. Por último, las instalaciones y el entorno natural diverso, permiten entregar un servicio que, sin ser lujoso ni sofisticado, cuenta con las comodidades necesarias y la autenticidad propia de estos emprendimientos.

Las oportunidades están dadas por la posibilidad de los asociados para acceder a financiamiento y servicio técnico especializado, por el hecho de visibilizar su asociatividad a través de una marca común. Además, formarán parte del Proyecto “Eco Aldeas Turísticas”, y algunas de las familias tienen una ubicación estratégica en la Carretera Costera. Por otra parte, la creación de la Reserva Costera Valdiviana ha generado una afluencia de turistas notoriamente mayor en los últimos veranos, lo que permitiría

En cuanto a las debilidades, una de ellas es el nivel educacional, considerando que muchos de los emprendedores, que además son mayores de 60 años, sólo tienen un nivel básico de educación. Por otra parte, el aislamiento provoca dificultades en el acceso y la comunicación, pues los caminos son regulares y no todos tienen posibilidades de acceder a la telefonía rural, donde en algunos lugares no existe telefonía celular. Finalmente, se consigna algunos problemas internos entre los asociados.

Las amenazas se refieren a la inexistencia de normas sanitarias y ambientales adecuadas para estos establecimientos⁶¹, la falta de mecanismos de regulación de la calidad, la estacionalidad de la actividad, y el impacto en la cultura local de otras formas culturales que llegan al territorio.

Principales atractivos

Las actividades productivas tradicionales, como la agricultura, la crianza de ganado menor, la pesca, la recolección de frutos del bosque, la elaboración de productos, entre otros, son los principales atractivos culturales que se pueden observar en el sector.

El río Chaihuín, en la localidad del mismo nombre, cuenta con playas de arenas y camping, donde poder refrescar las calurosas tardes de verano.

⁶¹ Aunque hasta ahora el Municipio les entrega un permiso para funcionar de manera informal, con la autorización del Servicio de Salud y el Servicio de Impuestos Internos.

El Océano Pacífico es en sí un atractivo importante, donde resalta la visión de los pescadores trabajando a lo largo de la costa.

Las artesanías representan un importante rescate de antiguas tradiciones culturales, que hoy en día, gracias al turismo, se están rescatando. Resaltan los trabajos en lana y madera.

Siguiendo por la costa hacia el sur, se llega a la Comunidad indígena de Huiro, donde se pueden realizar actividades de etnoturismo o visitar una lobería. En este lugar también se ofrecen artesanías y productos agrícolas.

La Reserva Costera Valdiviana se ha convertido en un importante atractivo de la comuna, atrayendo cada vez mayor cantidad de turistas interesados en la observación de flora y fauna. Resalta la observación de alerces de más de 2000 años en los bosques templados lluviosos, y fauna como el pudú, monito del monte, el carpintero magallánico, el huillín, y diversos anfibios; las lagunas de Colún y los Colmillos de Chaihuín, entre otros.

Fuentes:

www.wwf.cl/reserva_costera_valdiviana.htm

www.viajesrurales.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=56&Itemid=16

Revisado el 19 de marzo de 2009

IX. VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS DEL TURISMO RURAL

1. Percepción sobre la situación del Turismo Rural

Desde hace algunos años, la demanda por Turismo Rural ha aumentado considerablemente en nuestro país y el mundo, principalmente por la valoración creciente que tiene el medio natural y la saturación de los destinos de sol y playa. Ante esto, se ha generado un incremento importante de la oferta turística disponible en el medio rural, y muchos territorios han logrado una importante especialización de oferta turística, gracias a la visión positiva de los diversos actores involucrados en su desarrollo, frente a la necesidad de generar nuevas opciones productivas, en el marco de condiciones adversas para las actividades productivas tradicionales.

La política pública ha asumido el desafío de potenciar un sector relativamente novedoso, generando diversas políticas, planes y programas enfocados a desarrollar este rubro, y en el sector privado se observa un interés por participar de una actividad que crece día a día. Resulta relevante observar la capacidad del Estado de mantener un equilibrio macroeconómico durante los últimos años, lo que ha sido determinante para favorecer la demanda por turismo, tanto a nivel nacional como internacional, así como el impulso para la creación, ampliación y diversificación de las pequeñas y mediana empresas turísticas del país.

La diversificación de la demanda y el incremento del número de turistas hacia destinos de Turismo Rural, tanto nacionales como de mercados de larga distancia, ha impulsado a un mejoramiento continuo de la calidad de los servicios prestados, lo que implica una mayor satisfacción de los visitantes, pero también un aumento en los ingresos de los oferentes.

Esta actividad ha favorecido la mantención y recuperación de rasgos culturales y tradiciones y la protección del ambiente natural, por lo que su crecimiento ha favorecido una concientización de las comunidades rurales y las instituciones del sector, en términos de fomentar un Turismo Rural que considere estos aspectos

en su diseño y ejecución. Estas características señalan un sector que no sólo genera un aumento de los ingresos para muchas familias, sino que también favorece un desarrollo rural sustentable, en un contexto en que muchas veces se olvida que la protección de la naturaleza y las culturas tradicionales no son incompatibles con el crecimiento económico del país.

2. Problemas que enfrenta el sector

Si bien existen avances importantes para el desarrollo de la actividad turística en el medio rural, aun es necesario avanzar en la superación de algunas limitaciones que dificultan la expansión de la oferta y el mejoramiento de la calidad de los servicios. A continuación presentamos algunos de estas problemáticas que persisten y dificultan el crecimiento del sector.

Oferta turística

Persisten deficiencias en la calidad y la diversidad de la oferta turística, y no existen normativas específicas que permitan desarrollar sistemas de sellos de calidad. La gestión de las empresas y los recursos humanos aun no han logrado un nivel adecuado, especialmente en los pequeños productores agrícolas que desean diversificar sus actividades productivas. La información respecto de la oferta disponible no ha logrado visibilizar el sector de manera amplia, y la estacionalidad de la actividad, centrada principalmente en los meses de verano, dificulta la obtención de mejores rendimientos.

Infraestructura, equipamiento y servicios básicos

Respecto de la infraestructura, equipamiento y servicios básicos, persiste la dificultad para acceder a algunas zonas rurales, y la existencia de servicios básicos es limitada en muchos de ellas. La oferta de camas es insuficiente en áreas con potencial turístico, y los productos turísticos especializados aun son

escasos. Además, falta mayor regulación en la calidad de los servicios turísticos, donde muchos de los prestadores aun los entregan de manera informal.

Promoción

En cuanto a la promoción turística, se observan deficiencias en la entrega de información turística especializada, y no existe un sistema integrado de información y reservas. Falta mejorar las acciones promocionales, en un mercado nacional e internacional que está interesado, pero no cuenta con la información suficiente para tomar decisiones. Las características propias de la actividad dificultan la visibilización de las opciones, dada la dispersión de la oferta de Turismo Rural. Existe una deficiente vinculación con las Agencias de Viaje, tour operadores y los Centro de Información Turística de SERNATUR, y el uso de Internet aun es deficiente.

Apoyo institucional

Se requiere de un apoyo institucional que considere mayor flexibilización en el acceso a los instrumentos de asistencia técnica y las líneas de crédito dirigidas al sector, fortaleciendo la asociatividad de los diversos prestadores de servicios, y focalizando recursos en los pequeños productores con mayores dificultades para acceder a los beneficios de esta actividad. Persisten algunas diferencias de base entre las diversas instituciones que trabajan con turismo rural, respecto al enfoque y los énfasis que éste debe tener para su desarrollo. No todos los municipios han asumido el rol fundamental que le compete para el desarrollo de la actividad en el territorio de manera integral, y la obtención de permisos municipales, del Servicio de Salud y del Servicio de Impuestos Internos, siguen siendo una traba para formalizar los emprendimientos, ante las deficiencias en el apoyo para completar estos trámites.

Comunidad local

En cuanto a las comunidades locales, existen problemas relacionados a la pérdida de las tradiciones locales y una falta de valoración del patrimonio y la cultura local, así como una deficiencia en la integración de las comunidades rurales a la prestación de los servicios turísticos. Es necesario generar estrategias integrales e integradoras en el espacio rural, que consideren las características particulares de cada territorio, y potencien la identidad local y la participación de las comunidades locales en la generación de los lineamientos de desarrollo. Ante la persistencia de la migración campo-ciudad y la falta de oportunidades laborales para la población rural, en especial para jóvenes y mujeres, faltan instancias de capacitación para los habitantes rurales y los emprendedores que lo requieran, en temáticas relacionadas directamente con la actividad, pero fundamentalmente en desarrollo personal, autoestima y habilidades interpersonales, y en la cultura, historia y aspectos ambientales locales.

Entorno ambiental

En cuanto al entorno ambiental, se observan dificultades para mitigar los problemas ambientales que genera la actividad turística en los ecosistemas, provocando conflictos con otras actividades productivas del medio rural. Aun es bajo el nivel de expertise para desarrollar actividades turísticas que no generen impacto en el ambiente, a pesar de que existe investigación al respecto, pero que no ha sido divulgada.

Estos, entre otros aspectos, son problemas que aun persisten en el ámbito del Turismo Rural, para lo que se deben realizar esfuerzos tendientes a superarlos y generar una actividad que aproveche el potencial existente en nuestro país. El Apoyo institucional debe enmarcarse en superar las dificultades planteadas, para lo que se a continuación presentamos algunos lineamientos de trabajo.

3. Apoyo institucional para la competitividad

El Estado es un actor fundamental para el desarrollo del Turismo Rural. La política en torno a esta actividad, si bien ha generado una sinergia importante para pensar en el crecimiento del rubro a nivel nacional, debe mantener un rol protagónico en el desarrollo del turismo, tanto a nivel nacional, regional, provincial y comunal. Para ello, cada territorio debe especializarse de acuerdo a sus ventajas competitivas, favoreciendo el crecimiento sostenible de la actividad, y las condicionantes del Turismo Rural deben ser asumidas por la institucionalidad pública, principalmente en aspectos como la dotación de infraestructura y servicios básicos en el medio rural, el fortalecimiento del capital humano, la oferta de programas de apoyo técnico y financiero, y la generación de normativas que regulen el sector. .

Las instituciones del Estado deben impulsar nuevas áreas de desarrollo, donde las características particulares de cada territorio determinen los lineamientos de política que favorezcan sus ventajas competitivas, fortaleciendo aquellas áreas con mayores posibilidades de crecimiento. Para ello, se debe impulsar la investigación y la planificación de las estrategias a nivel central, regional y comunal, considerando la multiplicidad de aspectos relevantes para el desarrollo de la actividad, tanto a nivel social, cultural, productivo y ambiental, en base a los atractivos turísticos con que cada territorio cuenta para desarrollar la actividad. También es necesaria una fuerte inversión en infraestructura caminera, señalética y servicios básicos, especialmente en las zonas rurales más aisladas del territorio.

El esfuerzo de las instituciones debe tender a resolver un problema que aun persiste en el Turismo en Chile, cual es la estacionalidad de la actividad. Si bien en el sur austral existen limitantes climáticas para la actividad, con los incentivos adecuados es posible fomentar una mayor demanda en los meses en que aun es baja la tasa de ocupación de las empresas de Turismo Rural.

Por otra parte, se requiere mejorar la promoción y comercialización del Turismo Rural, para lo que la institucionalidad pública debe hacer esfuerzos por fortalecer las diversas instancias existentes para ello. El contar con información completa y

actualizada de la oferta de los servicios turísticos, favorece la transparencia del mercado y su visibilización a nivel nacional e internacional, y permite que los interesados en practicar este tipo de turismo puedan elegir de acuerdo a sus intereses. Las amplias posibilidades que ofrece Internet como fuente de información, y el rol de los Centro de Información Turística, requiere de esfuerzos por mejorar y ampliar el uso que se le da, ampliándolo hacia aquellos sectores que tienen dificultades para acceder a estos medios.

Es necesario generar instancias de coordinación interinstitucional y entre el sector público y privado, donde los diversos actores sean representados en base al potencial que implica la coordinación para el crecimiento del sector. También el sector privado requiere de organizaciones que los agrupen, particularmente entre emprendedores de diferente tamaño, que les permitan visualizar las posibilidades que implica la coordinación para el diseño, promoción, comercialización y prestación de los servicios turísticos. Para ello, es necesario implementar instrumentos de fomento que favorezcan la asociatividad entre los interesados.

Las instituciones deben trabajar en la generación de estadísticas específicas del Turismo Rural, de manera de contar con información que permita tomar decisiones más informadas por parte de los oferentes, y favorecer inversiones en aquellos sectores en que se visualiza un potencial crecimiento de la demanda. Para ello, se debe aumentar la realización de encuestas y el manejo de bases de datos insumados por la oferta, bajo la premisa de que el reconocer tendencias y preferencias podría mejorar la focalización de las acciones, tanto de las instituciones públicas ligadas al sector, como de los interesados en participar del mercado turístico.

Se debe fortalecer el rol institucional frente a las carencias en la capacidad de gestión e innovación del sector privado, lo que debe traducirse en acciones conducentes a elevar el nivel de capital humano, aspecto fundamental tanto en la generación de emprendimientos turísticos, como en aspectos de atención al cliente, gastronomía, servicio de guías de turismo y elaboración de productos y servicios adecuados a la demanda. Si bien resultan relevantes los cambios en los programas educacionales relacionados al medio rural, en particular en los centros

de estudios superiores que forman profesionales y técnicos para el turismo, aun existe la necesidad de realizar esfuerzos en la formación de la juventud rural, ampliando las perspectivas de esta actividad como una opción para evitar la migración a centros urbanos.

Se requiere potenciar el acceso al financiamiento y la asistencia técnica en todos los ámbitos relacionados con el Turismo Rural, ampliando las oportunidades de acceder a ella, tanto para el crecimiento de empresas insertas en el rubro, como para las comunidades rurales que visualizan en el Turismo Rural una oportunidad para diversificar sus actividades productivas y aumentar los ingresos familiares. El rol del municipio para otros y otros aspectos es clave, ya que a través de éste se pueden canalizar otras inversiones en infraestructura vial, sanitaria y de información, entre otros.

Es necesario que las instituciones públicas y el sector privado consideren en sus lineamientos de trabajo que el Turismo Rural puede favorecer el uso sustentable de los recursos naturales y el patrimonio cultural, compatibilizándolo con otras actividades productivas, como la agricultura, la ganadería, la pesca y la silvicultura, generando estrategias que permitan visualizar opciones de desarrollo sustentable en otras ramas de la actividad productiva nacional.

Estas acciones deben generarse en el marco de una política de desarrollo rural integral, donde la actividad turística sea un componente de estrategias que consideren la multidimensionalidad de lo rural. Para ello, el Estado debe realizar esfuerzos tendientes a generar estructuras que favorezcan el diálogo interinstitucional, de manera de que los esfuerzos por mejorar las condiciones de vida en el medio rural estén enmarcadas en la comprensión integral de los territorios locales, regionales y nacional, en diálogo franco entre todos los actores involucrados.

BIBLIOGRAFÍA

ARIAS, Cecilia (1997): "Fomento del agroturismo y el turismo rural". En Agroturismo y Turismo Rural en Chile, Instituto de Turismo, UACH, Valdivia.

ASOCIACIÓN GREMIAL DE TURISMO RURAL ACHITUR A.G. (2005): "Reglamento de normas sobre ingreso y funcionamiento de socios y entidades afiliadas". Disponible en <http://www.achitur.cl/quienes.php>, revisado el 03/03/2009.

BAEZA, Paula (1997): "Oportunidades para el desarrollo del turismo en las áreas rurales de Chile". En Agroturismo y Turismo Rural en Chile, Instituto de Turismo, UACH, Valdivia.

CASTRO, Katherine y Patricio Llancaleo (2003): "Turismo: una apuesta al desarrollo de las comunidades indígenas de Chile". Programa Orígenes, MIDEPLAN - BID, Chile. Disponible en www.origenes.cl/images/descargas/manuales/Turismo%20Indigena.doc, revisado el 09/03/2009.

CHACÓN, Mónica (2002): "Turismo en Chile". Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Departamento de Estudios, Extensión y Publicaciones. Serie Estudios, Año XII, N° 270, Santiago.

COMISIÓN NACIONAL DEL MEDIO AMBIENTE, CONAMA (1994): Ley de Bases del Medio Ambiente, Santiago.

COMISIÓN NACIONAL DEL MEDIO AMBIENTE, CONAMA (1997): Reglamento del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental, Santiago.

CONSTABEL, Silvia, Edgardo OYARZÚN y Pablo SZMULEWICZ (2007): "Agroturismo en Chile: caracterización y perspectivas". Fundación para la Innovación Agraria (FIA) y Universidad Austral de Chile (UACH).

CORPORACIÓN NACIONAL FORESTAL, CONAF (2001): “Desarrollo del ecoturismo en Áreas silvestres protegidas del Estado”. Área Uso Público, Departamento de Patrimonio Silvestre, Valdivia.

DELGADO, Esteban (2006): “Sendero de Chile, conservación y turismo sustentable”. En Los Desafíos del Siglo XXI, Seminario Internacional de Turismo Rural Chile 2006, INDAP, Santiago.

DÍAZ, Miguel (1997): “El FOSIS y el fomento al turismo rural”. En Agroturismo y Turismo Rural en Chile, Instituto de Turismo, UACH, Valdivia.

DIRECCIÓN DE PRESUPUESTO, DIPRES (2005): “Programa Aplicación Ley N° 19.255 (CPT)”. Síntesis ejecutiva. Ministerio de Hacienda, Dirección de Presupuesto, Santiago.

Disponible en: www.dipres.cl/574/articles-14966_doc_pdf.pdf, revisado el 03/03/2009.

DIRVEN, Martine (2000): “Análisis de Cluster en torno a la Red de Agroturismo de Chiloé, Chile”. Proyecto Evaluación de Programas de Fomento Productivo en Combate a la Pobreza Rural, Unidad de Desarrollo Agrícola, CEPAL.

EVARISTI, Yoheny y Carolina Henríquez (2006): “Evaluación y caracterización de los establecimientos turísticos rurales que prestan servicio de alojamiento. Estudio de caso: Red Corral – Chaihuín”. Tesis para optar al título de Administrador de Empresas de Turismo. Instituto de Turismo, UACH.

FAIGUENBAUM, Sergio (2001): “El Programa de Turismo Rural de INDAP. Un caso de empleo e ingresos rurales no agrícolas inducidos por políticas públicas”, RIMISP Chile. Disponible en <http://infoagro.net/shared/docs/a5/dair71.pdf>, revisado el 26/02/2009.

FERNÁNDEZ, Pedro (1999): “Análisis crítico de la nueva institucionalidad forestal”. En Revista de Derecho, Vol. X, N° 1, Universidad Austral de Chile, Valdivia.

FIGUEROA, M. (1985): "Teoría económica del turismo". Alianza Editorial, España.

FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA, FIA (1999): "Agroturismo, una opción innovadora para el sector rural". Manuales para la Innovación, Santiago.

GARCÍA, Ana (s/f): "Turismo de Naturaleza: claves para el éxito". Fundación DuocUC, Santiago.

GONZÁLEZ, Francisco (2002): "Relación entre calidad de servicios y perfil del consumidor de turismo de naturaleza". Corporación de Promoción Turística de Chile, SERNATUR.

INSTITUTO DE DESARROLLO AGROPECUARIO, INDAP (2004): "Tarifario turismo rural", Programa Nacional de Turismo Rural.

LOBOS, Germán, Arcadio CERDA, Jorge ZAMORA, Marcela Ureta (1999): "Estimación de la rentabilidad económica de proyectos de agroturismo en la Región del Maule, Chile", en Gestión Turística N° 4, Vol. 1, pp. 79 – 91, UACH, Valdivia.

MANSILLA, Norma (2005): "Capacidades emprendedoras de las mujeres rurales para el desarrollo del agroturismo en la X Región de Los Lagos". Tesis para optar al grado de Magíster en Desarrollo Rural, UACH, Valdivia.

MARTÍNEZ, Luis (1998): "Turismo Rural: una nueva alternativa de agronegocios". En Turismo Rural y Desarrollo Sustentable. SYNERGY Consultores Ltda.

MARTÍNEZ, Luis (1999): "El turismo rural: la tarea de INDAP", Turismo rural - el llamado de la tierra, 4to seminario internacional de turismo rural del Cono Sur, INDAP, Santiago.

MARTÍNEZ, Luis (2000): "El Turismo Rural: La Tarea de INDAP". En: Programa Nacional de Turismo Rural, Chile.

MARTÍNEZ, Luis (2006): "Fomento y experiencia del Turismo Rural en Chile". En Los Desafíos del Siglo XXI, Seminario Internacional de Turismo Rural Chile 2006, INDAP, Santiago.

MINISTERIO DE PLANIFICACIÓN Y COOPERACIÓN, MIDEPLAN (2000): Resultados Encuesta CASEN 1998. Documento N° 17. Empleo Rural No Agrícola. División Social, MIDEPLAN, Santiago.

OYARZÚN, Edgardo (2000): "Calidad en la estrategia comercial del Agroturismo", en Gestión Turística N° 5, Ed. Especial pp. 55-63, UACH, Valdivia.

PATRI, J. (1998): "Agroturismo en Chile. Situación y Perspectivas". Fundación para la Innovación Agraria (FIA), Santiago.

RIVEROS, Hernando y Marvin BLANCO (2003): "El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local: Documento técnico". Serie Documentos de Trabajo PRODAR, Perú. Disponible en: infoagro.net/shared/docs/a5/ACF2DB6.pdf, revisado el 03/03/2009

ROMÁN, Mónica, Héctor MORALES y Humberto RIVAS (2004): "Experiencias de conservación y desarrollo sustentable. Ecoturismo en comunidades rurales de Chile". Fondo de las Américas y SERNATUR

SANTANA, A. (1997): "Antropología y turismo ¿nuevas hordas, viejas culturas?", Ariel, Barcelona.

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO, SERNATUR (2008): "Principales mercados turísticos. Perspectivas Alta Temporada". Departamento de Planificación, Informes de Coyuntura 2008, Santiago.

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO, SERNATUR (2008a): "Estadísticas de alojamiento turístico (EAT) según comuna. Primer Semestre año 2008". Departamento de Planificación, Santiago.

SCHAERER, Jorge y Martine DIRVEN (2001): "El turismo rural en Chile. Experiencias de agroturismo en las Regiones del Maule, La Araucanía y Los Lagos". Serie Desarrollo Productivo N° 112, CEPAL, Santiago.

SZMULEWICZ, Pablo (1997): "Agroturismo en Chile. Perspectivas de la demanda interna", Revista Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol.6, N° 2, p. 123-144.

SZMULEWICZ, Pablo (1997a): "Turismo Rural". En Agroturismo y Turismo Rural en Chile. Szmulewicz (ed). Instituto de Turismo, UACH. Valdivia.

SZMULEWICZ, Pablo (2000): "Calidad de recursos humanos para un turismo rural Sustentable". En Gestión Turística, N° 5 Ed. Especial, p. 19-30, Valdivia.

SZMULEWICZ, Pablo (2007): "Agroturismo y Turismo Rural". Magíster en Desarrollo Rural, UACH, Valdivia.

ZAMORA, Jorge (2000): "Conociendo el mercado. Segmentación y posicionamiento de la demanda por agroturismo", en Gestión Turística N° 5, Ed. Especial, p. 39-54, Valdivia.

ANEXOS

Nómina de Empresas asociadas a ACHET A.G.	
AC Club Asistencia, RM	Green Land Tours, RM
AIG Travel Guard, RM	Intertour, RM
Andina del Sud, RM	Havanatur, RM
Alondra Viajes, RM	Interbruna Turismo, VIII Región
Andina del Sud, X Región	Hertz Rent a Car, RM
Alte Tour, VIII Región	Kuality, RM
Aquelarre Viajes, V Región	I.T.A. Tour, V Región
Andina del Sud Minorista, RM	Latour, RM
AdsMundo Turismo, RM	Iberojet, RM
Andina del Sud Minorista, X Región	Latrach Turismo, RM
AdsMundo Turismo Emisivo, RM	Macrotour, RM
Aquelarre Viajes, V Región	Mitani Travel Service, RM
AdsMundo Turismo Receptivo, RM	Marsans Internacional Chile, RM
Arcatouring, RM	Mundo Tour, RM
Agentur, V Región	Masterhouse, RM
Assist Card, RM	Nortour, II Región
AIG Travel Guard, RM	Melinka Tour, RM
Atacama Viajes, III Región	Oroco Turismo, V Región
Alondra Viajes, RM	Meridian, RM
A.T.N. Chile, RM	O.T.S.I., RM
Alte Tour, VIII Región	Panamericana Turismo, RM
Avis Rent a Car, RM	Romeo Viajes, V Región
Agentur, V Región	Paradise Tours, RM
Baltazar Turismo, V Región	Saeta Viajes, V Región
Chitel, RM	París Viajes, RM
Blanco Viajes, RM	Sociedad de Turismo Zahr, RM
Club Internacional de Turismo, V Región	Paysandú Turismo, RM
Brazil Reps, RM	Soltour, V Región
Cocha Turismo Minorista, RM	Rai Trai Turismo, RM
Cabo de Hornos Turismo, RM	South Pacific Holiday, RM

Cocha Turismo Minorista, V Región	Rapa Nui Turismo, RM
Caribbean Service, RM	Sportstour, RM
Cocha Turismo Receptivo, RM	Repse, RM
Carlson Wagonlit Travel, RM	Tamuré, VIII Región
Columbia Viajes, RM	Trébol Viajes, IX Región
C.T.S. Turismo, RM	Terra Nova Tours, RM
Cosomo Service, RM	Tural, RM
Chilotour, X Región	Terra Nova Turismo, V Región
Costanera Turismo, RM	Turamerica, RM
Equinoccio Viajes, VIII Región	Torremolinos Viajes, IV Región
D,M,C, Chile, RM	Turavión Minorista, RM
Esquerré Turismo, VIII Región	Transbank, RM
Deltour, RM	Turavión Turismo Receptivo, RM
Euroandino, RM	Travel Security, RM
Dorado Turismo, VIII Región	Turavión Turismo Emisivo, RM
Expantours, RM	Travel Security, VIII Región
El Corte Inglés Viajes, RM	Turisclub, RM
Falabella Viajes, RM	Universal, RM
Forum Viajes, RM	Yamaichi Turismo, RM
Fantour, RM	Valkotour, RM
Gao Revista, RM	Zahr Turismo, RM
First Premium Repts, RM	Vía Club, RM
Gestur, VIII Región	Zahr Turismo, V Región
Forestier Turismo, V Región	

Empresas Asociadas a CATA A.G.
Altue Active Travel
Aqua Motion
Avenuras Cajón del Maipo
Azimut 360
Korke
Mountain Service
Open Travel
Patagonia Adventure Expeditions
Turismo Gran Patagonia
Turismo Yamana

Monumentos Naturales del SNASPE	
1. Salar de Surire	9. Lahuen Ñadi
2. La Portada	10. Islotes de Puñihuil
3. Pichasca	11. Dos Lagunas
4. Isla Cachagua	12. Cinco Hermanas
5. El Morado	13. Cueva del Milodón
6. Contulmo	14. Los Pingüinos
7. Cerro Ñielol	15. Laguna de Los Cisnes
8. Alerce Costero	

Parques Nacionales del SNASPE	
1. Lauca	18. Conguillio
2. Volcán Isluga	19. Puyehue
3. Lullailaco	20. Vicente Pérez Rosales
4. Pan de Azúcar	21. Alerce Andino
5. Llanos de Challes	22. Chiloé
6. Nevado Tres Cruces	23. Hornopirén
7. Bosque de Fray Jorge	24. Corcovado
8. La Campana	25. Isla Guamblin
9. Arch. Juan Fernández	26. Laguna San Rafael
10. Rapa Nui	27. Queulat
11. Palmas de Cocalán	28. Isla Magdalena
12. Radal Siete Tazas	29. Bernardo OHiggins
13. Laguna del Laja	30. Torres del Paine
14. Huerquehue	31. Pali Aike
15. Villarrica	32. Alberto de Agostini
16. Nahuelbuta	33. Cabo de Hornos
17. Tolhuaca	

Reservas Nacionales del SNASPE	
1. Las Vicuñas	25. Malalcahuello
2. Pampa del Tamarugal	26. Nalcas
3. La Chimba	27. Malleco
4. Los Flamencos	28. Villarrica
5. Pingüino de Humboldt	29. China Muerta
6. Las Chinchillas	30. Valdivia
7. Río Blanco	31. Mocho-Choshuenco
8. Lago Peñuelas	32. Llanquihue
9. El Yali	33. Lago Palena
10. Río Clarillo	34. Futaleufú
11. Río de Los Cipreses	35. Lago Rosselot
12. Roblería Cobre Loncha	36. Las Guaitecas
13. Laguna Torca	37. Cerro Castillo
14. Los Ruiles	38. Río Simpson
15. Radal Siete Tazas	39. Coyhaique
16. Federico Albert	40. Trapananda
17. Altos de Lircay	41. Lago Carlota
18. Los Queules	42. Lago Las Torres
19. Bellotos El Melado	43. Katalalixar
20. Ñuble	44. Lago Cochrane
21. Isla Mocha	45. Lago Jeinemeni
22. Huemules de Niblinto	46. Alacalufes
23. Ralco	47. Laguna Parrillar
24. Alto Bío Bío	48. Magallanes