

TERCER ENCUENTRO NACIONAL  
**Turismo Comunitario**

INFORME DE RESULTADOS

Junio, 2014



## ÍNDICE

I.INTRODUCCIÓN.....	4
II.AGRADECIMIENTOS.....	4
III.TURISMO COMUNITARIO.....	5
IV.TERCER ENCUENTRO NACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO.....	7
V.TRAVOLUTION.....	8
VI.COMUNIDAD DE LLAGUEPULLI: EXPERIENCIA DESTACADA DE TURISMO COMUNITARIO EN CHILE.....	9
VII.METODOLOGÍAS IMPLEMENTADAS PARA LA REALIZACIÓN DEL ENCUENTRO.....	11
a.CONVOCATORIA.....	11
b.ELABORACIÓN DEL PROGRAMA DEL ENCUENTRO.....	12
c.METODOLOGÍA UTILIZADA PARA LA REALIZACIÓN DE LAS MESAS TRABAJO.....	15
d.ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	16
VIII.SISTEMATIZACIÓN DE LAS MESAS DE TRABAJO.....	18
MESA DE TRABAJO I “IMPACTO DEL TURISMO COMUNITARIO SOBRE LAS COMUNIDADES: ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS”.....	18
IMPACTOS POSITIVOS.....	19
SISTEMATIZACIÓN ENCUESTAS.....	46
INVERSIÓN Y APOYOS.....	47
TURISTAS.....	47
FORMALIZACIÓN.....	48
ESTACIONALIDAD.....	48
GESTIÓN.....	48
PRINCIPALES PROBLEMAS QUE ENFRENTA EL EMPRENDIMIENTO.....	49
BENEFICIOS DEL TRABAJO DEL TURISMO COMUNITARIO.....	50
ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE EL SEGUNDO Y TERCER ENCUENTRO NACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO.....	51

## I. INTRODUCCIÓN

Entre los días 28, 29 y 30 de noviembre del 2013 se celebró a orillas del lago Budi, en la localidad de Llaguepulli, Región de la Araucanía, el Tercer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario. El evento contó con tres días destinados al desarrollo de mesas de trabajo desarrolladas en torno a las temáticas de los impactos, normativas y regulaciones, y sustentabilidad del turismo comunitario.

Concurrieron diferentes actores claves para el desarrollo de este sector en nuestro país siendo los representantes de las propias comunidades y emprendimientos desde Arica a Puerto Williams los principales participantes. Destacan también, algunos representantes de universidades, ONG, organismos públicos y de agencias y operadores del sector turístico.

El presente informe corresponde a la sistematización de la información generada y recopilada en el encuentro y constituye una continuación del trabajo realizado en el Primer y Segundo Encuentro Nacional de Turismo Comunitario. Los tres encuentros tienen el gran objetivo de posicionar este tipo de turismo como una fuente de desarrollo local ante los gestores de política pública, y como una alternativa sumamente atractiva para turistas nacionales y extranjeros. Por último, potenciar las capacidades de los emprendedores y articular una Red Nacional de Turismo Comunitario.

## II. AGRADECIMIENTOS

A través de los años, hemos logrado aprendizajes importantes en el trabajo con las comunidades. Quizás uno de los principales aprendizajes es que, si se brindan las oportunidades adecuadas, las personas tienen el poder de generar sus propias oportunidades y mejoras, especialmente cuando trabajan de manera coordinada.

Por tanto, el primer agradecimiento en esto, es para las comunidades y sus representantes, por permitirnos compartir, disfrutar y trabajar juntos. Por la confianza y simpatía que aparece a partir de los trabajos en terreno, y por la disposición permanente a trabajar en conjunto para mejorar el turismo, logrando que todas las personas que viven una experiencia comunitaria de turismo puedan aprender a querer a la Naturaleza y a ser mejores personas.

Con igual importancia, quisiéramos agradecer a todo el equipo de Travolution, personas abnegadas y soñadoras que han creído en este sueño y han trabajado sin descanso para que todos tengamos mejores oportunidades y podamos vivir bajo un modelo de desarrollo sostenible creyendo, firmemente, que el turismo es una herramienta eficaz para lograrlo. Sin todo su apoyo –mucho más allá de lo laboral- esto hubiera sido imposible.

En la misma medida, agradecer a la comunidad de Llaguepulli, quienes apoyaron en todo momento este encuentro y recibieron a sus invitados con la mejor actitud y apertura. Fueron grandes colaboradores en esta ardua tarea. Lo mismo Ruka Kimun, el tour operador mapuche, ya que su apoyo territorial y permanente disposición fue fundamental para el desarrollo del encuentro el Encuentro.

Este encuentro fue muy especial para todos. Tuvimos problemas importantes para llevarlo a cabo, especialmente por la caída en última instancia de algunas organizaciones que

originalmente estaban comprometidas con su éxito. Por esto quisiera agradecer a quienes estuvieron con la organización siempre: a la Municipalidad de Teodoro Schmidt y a la Municipalidad de Puerto Saavedra, quienes fueron un gran apoyo logístico para la realización del evento. De igual forma, a la Feria Walung de Curarrehue, quienes nos prestaron, en un acto de hermandad, la carpa que cobijó a los emprendedores de todo el país y del extranjero. Una carpa que albergó sueños y oportunidades por 3 días, pero cuyo fruto durará años.

Por último, quisieramos agradecer de manera muy especial al Centro de Investigación en Política Pública de Tarapacá –CIPTAR- por brindarnos la oportunidad de redactar este informe, que es una herramienta sumamente importante, y única en su tipo, para la generación de lineamientos y estrategias que contribuyan al desarrollo rural a través del turismo. Gracias a CIPTAR, todos ustedes podrán aprender de lo que ocurrió en dicho encuentro, que contó con la participación de más de 150 personas de todo el territorio nacional.

### III. TURISMO COMUNITARIO

Antes de empezar con el análisis de la información generada a partir del encuentro es importante contextualizar el sector del turismo comunitario para poder establecer una base conceptual común desde la cual comunicarse.

El turismo comunitario, en resumidas cuentas, es un modelo de gestión turística. No se trata de un tipo de actividad ni de un tipo de turismo ofrecido por ciertas personas como lo es por ejemplo el “turismo indígena”, el “turismo rural”, el “etnoturismo” o el “ecoturismo”. Así, el turismo comunitario es la forma en que se organiza la actividad turística. Suele asociarse a comunidades indígenas y/o campesinas, sin embargo, esa característica no es requisito excluyente ya que cualquier comunidad organizada podría ofrecer turismo comunitario.

Al decir que es un modelo de gestión, se hace el énfasis principalmente en dos dimensiones:

- ❖ Modelo de desarrollo local: A diferencia de otros modelos de gestión turística, el turismo comunitario implica una participación activa de los emprendedores en la organización de su comunidad y de su estrategia de desarrollo. Esta organización se configura como un modelo colaborativo, donde las personas de la comunidad son incorporadas al sector turístico de diversa manera, respetando sus intenciones de involucramiento y atendiendo a sus capacidades productivas. Así, la construcción de la propuesta turística surge a partir de la suma (multiplicación) de las capacidades de cada uno y de los servicios que algunos agentes externos pueden complementar.
- ❖ Modelo de gestión y planificación del patrimonio: El turismo es un sector económico muy especial pues tiene implicancias directas sobre los aspectos culturales, medioambientales y sociales de un territorio. El valor agregado del turismo está en la diferencia, en la unicidad de un territorio respecto del lugar de origen de un turista. Así, el turismo comunitario contribuye a planificar y gestionar la utilización del patrimonio cultural y natural de una comunidad. En este modelo de gestión, los lugares que visitan los turistas y lo que aprenden y comparten de una comunidad anfitriona no es azaroso, sino planificado.

Entendido de esta manera, se puede observar que el turismo comunitario es un modelo que cualquier organización humana puede abordar, sea indígena o no, sea campesino o no, sea rico o pobre. Eso no importa. De hecho, si atendemos a estas dos características centrales del turismo comunitario, entenderemos que todo territorio debiera desarrollarse turísticamente de una forma comunitaria. Esto porque todos los territorios utilizan un patrimonio que pertenece a todos (incluso a los seres no-humanos) para generar su oferta.

Muchos países están trabajando el turismo comunitario como una estrategia para potenciar el desarrollo de sus comunidades rurales. Ejemplos hay en los cinco continentes, e incluso en Europa existen iniciativas que hoy intentan imitar los modelos latinoamericanos de desarrollo turístico comunitario, entendiendo los beneficios que este modelo puede traer para la gestión del patrimonio de los territorios y para el desarrollo local. Así lo han entendido nuestros vecinos en Argentina, Ecuador, Brasil, Bolivia y también otros países modelo en cuanto al desarrollo turístico, como Costa Rica.

Sin embargo, los desafíos son muchos. Una de las principales críticas que se hace al turismo comunitario es que, a pesar de las inversiones de agentes públicos y privados, no logra alcanzar la anhelada sustentabilidad económica y por tanto la mayoría de los proyectos de este tipo no logra sobrevivir una vez que se acaban los fondos externos. En Travolution.org y en Chile, se está recogiendo el pañuelo y generando estrategias que permitan resolver este problema. Desde el ámbito privado, Travolution está conectando a las comunidades con agencias y aportando a solucionar los eslabones inconexos de la cadena de valor. Hay otros operadores que también lo están haciendo y lentamente la brecha que existe entre agencias y comunidades está disminuyendo.

Sin duda aún queda mucho por hacer, nuestro país todavía cuenta con pocas herramientas que posibiliten y potencien el desarrollo del turismo en las comunidades. De hecho, hoy son más las barreras que los puentes en este sentido. Pero bajo la perspectiva de Travolution se ve con buenos ojos los cambios institucionales y políticos de los últimos años. Es probable que en la próxima década, gracias al trabajo realizado en los Encuentros y en muchas otras instancias gestionadas a nivel público y privado, las comunidades encuentren un terreno fértil para invertir y desarrollarse.



#### IV. TERCER ENCUENTRO NACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO

La realización de los Encuentros Nacionales de Turismo Comunitario responde a una necesidad profunda de los emprendedores de turismo rural del país. En estos tres años que Travolution lleva co-organizándolo junto a organizaciones locales, se han convertido en una instancia clave –lamentablemente la única a nivel nacional- para levantar las propuestas, inquietudes y problemáticas de las comunidades en relación al turismo y sus particularidades.

Por esto, a pesar de las grandes dificultades que significó su organización, optamos por realizarlo, y las comunidades supieron aprovechar su oportunidad. Ciento setenta y cinco personas participaron en esta versión, llevada a cabo en la comunidad de Llaguepulli demostrando que, si se abren espacios de participación, las comunidades las aprovecharán. Incluso más, a pesar de la imposibilidad de organizar una feria turística, por falta de recursos, las comunidades supieron instalar sus stands y promover sus proyectos y productos, resultando una feria espontánea y sin duda muy bella durante el fin de semana.

Desde Travolution, este encuentro implicó además, la posibilidad de preparar un instrumento para obtener información estadística sumamente relevante sobre el turismo comunitario a nivel nacional. Estamos conscientes de las limitaciones de la información generada, pero sabemos que estos esfuerzos son clave para la generación de políticas públicas efectivas para el desarrollo del turismo en Chile. Esperamos poder mejorar y ampliar estos esfuerzos en futuros encuentros territoriales y nacionales.

Los encuentros constituyen una oportunidad excelente para la generación de información cualitativa relacionada con la opinión, inquietudes y propuestas de las comunidades en relación a los programas y proyectos turísticos existentes en el país. Por ello, es conveniente continuar con estos esfuerzos anuales e incluso, tal como ha sido planteado en la estrategia original diseñada por Travolution, complementarlos con encuentros territoriales en cada región, donde sea posible avanzar en una agenda común para el mejoramiento del turismo y del desarrollo en cada territorio.



## V. TRAVOLUTION

Travolution.org es una red que busca potenciar el desarrollo local de los territorios, a través del turismo comunitario. Esto se traduce en cuatro líneas de acción, que buscan aportar a mejorar los índices de comercialización de los servicios turísticos de comunidades, a fomentar el mejoramiento de sus proyectos turísticos y su gestión territorial, a la generación y fortalecimiento de redes de trabajo y aprendizaje, y a la incidencia en el mundo académico y la política pública al respecto.

Creemos que los encuentros entre personas tienen el poder de guiar el desarrollo de una manera sostenible y trabajamos para que esos encuentros ocurran. Para ello, hemos creado un operador turístico que busca conectar a las comunidades con agencias y turistas que buscan una experiencia auténtica y donde sus viajes les permitan conocer diversas culturas al tiempo en que favorecen el desarrollo local. Además, favorecemos estos encuentros a través de reuniones de trabajo entre emprendedores, representantes de organismos públicos y privados. Esto último es lo que corresponde al trabajo de los Encuentros Nacionales de Turismo Comunitario.

A partir de nuestro trabajo en ambas áreas hemos podido darnos cuenta de que no solo las personas deben encontrarse, sino también sus ideas y propuestas, por esto hemos creado un área de incidencia en la política pública, que busca conectar al mundo público con las comunidades. Esta área, es la heredera del programa de Investigación y Democratización del conocimiento, que sigue vigente, pero se complementa con este activo rol de incidencia.

Por último, Travolution busca involucrarse activamente en la generación de un turismo más sostenible y que fomente el valor de las diversas culturas y tradiciones del mundo. Por esto, trabajamos codo a codo con las comunidades, a través de asesorías y diversos tipos de apoyo, en el mejoramiento de su propuesta turística, de la gestión del patrimonio y de la planificación y gestión de los impactos del turismo.

La característica más innovadora del trabajo de Travolution, y que le ha valido ganarse un espacio en la agenda privada y pública, es precisamente su visión del turismo como una herramienta para el desarrollo y la convivencia de los pueblos. Esto ha impulsado la generación de confianzas desde las comunidades, la voluntad inquebrantable del trabajo de su equipo y el respeto de múltiples organismos públicos y agencias.

Esperamos que los Encuentros Nacionales y futuros Encuentros Territoriales sigan siendo una herramienta de trabajo y aprendizaje para todos, en este y otros sentidos que cada actor que participe en estas instancias pueda encontrar.



## VI. COMUNIDAD DE LLAGUEPULLI: EXPERIENCIA DESTACADA DE TURISMO COMUNITARIO EN CHILE

Desde hace más de diez años, la comunidad de Llaguepulli inició un proceso de innovación a través de la provisión de servicios turísticos en su territorio. Este proceso, que en un principio debió enfrentar las dudas e inquietudes de los mismos miembros de la comunidad, constituye un gran ejemplo de soberanía, participación comunitaria, emprendimiento y gestión territorial.

Las pocas familias que se atrevieron, en esos años, a emprender, primero generaron un proceso de discusión al interior de la comunidad, solicitando la autorización de sus pares y del Longko, para poder llevar a cabo este proyecto. Se sabe que el turismo tiene impactos múltiples sobre los territorios, y la entrada de personas ajenas a la comunidad es uno de los más visibles. Luego de amplios debates, se consiguió la autorización para emprender. Un gran logro, pero solo el comienzo de las dificultades.

La comunidad de Llaguepulli está emplazada a más de setenta kilómetros de Temuco, en la dirección contraria a los principales destinos turísticos de la región, en esa época. Empezar turísticamente era un gran desafío empezando por las dificultades de acceso, siguiendo por el desconocimiento del territorio y su asociación a conflictos y pobreza.

En este contexto, los emprendedores de la comunidad se dan cuenta de que el desconocimiento de la cultura Mapuche es precisamente una interesante fuente de innovación y potencial turístico, además de las bondades que el lago adyacente ofrece. Se inicia el proceso de discusión territorial para evaluar qué elementos de la cultura se pueden abrir al turismo, y cuáles no. Este es un proceso clave que solo ocurre en proyectos de turismo comunitario y que es fundamental para la sostenibilidad del patrimonio cultural. Así, se define qué elementos se pueden incorporar a la oferta turística y se inicia el proceso de generación de los proyectos.

Gestionar fondos y permisos no fue tarea fácil para la comunidad y ha requerido de continuos esfuerzos por mantenerse al día en permisos y registros. Pero la comunidad ha sabido mantenerse a la vanguardia en este sentido.

El posicionamiento que hoy en día tiene Llaguepulli es fruto tanto de su gran oferta turística como del modelo ejemplar de desarrollo, puesto que una proporción significativa de sus visitantes son emprendedores de otros territorios del país y extranjeros que vienen a aprender

de su proceso de desarrollo. Los turistas repletan las rukas y cabañas en temporada de verano, y para conseguir alojamiento se debe reservar con bastante anticipación.

La comunidad ha sabido diversificar sus servicios y cuentan con una serie de actividades que ofrecer a los turistas, entre las que destacan los paseos en kayak para la observación de avifauna, visitas a huertos medicinales, charlas de cosmovisión, taller de telar, participación en bailes y paseos en carreta.

El proceso de desarrollo ha significado múltiples impactos positivos para la comunidad. Desde el aumento de las familias emprendedoras (ocho en principio y hoy más de doce), a la posibilidad de generar empleos para las generaciones jóvenes de la comunidad. Es de esperar que casos como el de la comunidad de Llaguepulli puedan multiplicarse en el país y así promover el desarrollo sostenible, fortaleciendo las identidades locales y el desarrollo rural.

## VII. METODOLOGÍAS IMPLEMENTADAS PARA LA REALIZACIÓN DEL ENCUENTRO

La realización del encuentro implicó la utilización de diferentes metodologías para cada una de sus etapas, a fin de lograr el cabal cumplimiento de sus objetivos. A continuación se describen y detallan cada una de ellas.

### a. CONVOCATORIA

La convocatoria del Encuentro se realizó por los siguientes canales:

- ❖ Presencia en terreno: Tanto de miembros del equipo de Travolution como de emprendedores que forman parte de la red de la organización, quienes promocionaron el evento y los beneficios que se derivan de participar en él. Esta metodología es crucial para la participación de los emprendedores en la instancia, puesto que la solidez del vínculo de quien invita con quien participa es el factor clave para garantizar su asistencia.
- ❖ Llamados telefónicos y correos electrónicos: Se invitó a emprendedores de turismo comunitario que se encuentran trabajando a lo largo del país, a representantes de servicios públicos y ONG's, representantes de tour operadores, revistas especializadas y periodistas, miembros del mundo universitario (académicos, investigadores y estudiantes) y consultoras especializadas. Esta labor se realizó con una amplia cobertura regional, alcanzando desde la región de Arica y Parinacota hasta la región de Magallanes.
- ❖ Envío de cartas de invitación: A los representantes de organizaciones sociales, emprendimientos turísticos y representantes de organismos públicos se les hizo llegar una invitación formal al Encuentro, de tal forma de que pudieran gestionar los permisos y recursos necesarios para su participación. Una adecuada anticipación en estas gestiones también es fundamental para lograr la participación de los emprendedores.
- ❖ Difusión en prensa: Reflejada en la aparición de reportajes sobre el Encuentro en prensa escrita, radial y digital de periódicos regionales y nacionales. Además de las notas de prensa, se realizaron diferentes entrevistas con los coordinadores de Travolution quienes dieron a conocer a la opinión pública la existencia del emergente sector del turismo comunitario y su importancia para el desarrollo local, reforzando al mismo tiempo, la convocatoria al Encuentro.

A pesar de las dificultades que existieron para la realización del evento, el tercer encuentro contó con una excelente convocatoria alcanzando un total de 175 participantes. Esto refleja el interés de los emprendedores por el sector y la necesidad de participar de este tipo de instancias.



#### b. ELABORACIÓN DEL PROGRAMA DEL ENCUENTRO

La elaboración del programa del encuentro de noviembre del 2013 estuvo basada principalmente según los siguientes criterios:

- ❖ Consulta realizada a representantes de emprendimientos de turismo comunitario.
- ❖ Consulta realizada a través de la página de Facebook de Travolution.
- ❖ Temáticas surgidas del II Encuentro Nacional de Turismo Comunitario.
- ❖ Experiencia y aprendizaje de Travolution a lo largo de su trayectoria.
- ❖ Contingencia nacional del turismo comunitario.

A partir de esto, se logró identificar las principales temáticas y problemáticas que afectan al sector, con el objetivo discutir las participativamente entre los participantes.

Los tres temas escogidos para trabajar en las mesas fueron los siguientes:

- ✓ Mesa de Trabajo I: “Impacto del Turismo Comunitario sobre las comunidades: aspectos positivos y negativos”
- ✓ Mesa de Trabajo II: “Normativas y Legislación para el Turismo Comunitario”
- ✓ Mesa de Trabajo III: “Sustentabilidad en emprendimientos de Turismo Comunitario”

Recogiendo las críticas constructivas realizadas por los participantes del encuentro el año 2012 realizado en San Pedro de Atacama, se optó por incorporar al programa de trabajo la dimensión experiencial. Es decir, los asistentes del encuentro tuvieron la oportunidad de participar en actividades de aprendizaje experiencial ofrecidas por la comunidad de Llaguepulli. Entre ellas destacó la charla de cosmovisión mapuche, la visita a huertos medicinales y el paseo en bote por el Lago Budi. Como bien es sabido, esta comunidad cuenta con una amplia trayectoria turística y resaltan a nivel nacional como emprendimiento de turismo comunitario ejemplar.

Por otra parte, para introducir el trabajo de las Mesas se invitó a distintos expertos a presentar ponencias relacionadas con las temáticas que iban a ser tratadas posteriormente en cada uno de los grupos. Esto permitió cimentar las bases conceptuales en las que se iban a enmarcar las posteriores discusiones grupales. Permitted además, incentivar y promover la conversación y participación de los asistentes.



A continuación se presenta el programa de trabajo del Tercer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario. Es importante mencionar que éste sufrió algunas modificaciones en cuanto a sus horarios producto de peticiones personales por parte los expositores y participantes. Por otra parte, pese a que se trabajó el tema de la sustentabilidad en el turismo comunitario a través de una ponencia, la mesa de trabajo correspondiente al tema tuvo que ser suspendida por razones de tiempo.

#### DÍA 1 – JUEVES 28 DE NOVIEMBRE

- 9:00 Acreditación y registro de participantes.
- 9:30 Bienvenida. Mauricio Paineofil, coordinador comunidad Llaguepulli; Lonko Jorge Calfuqueo, Lof Llaguepulli; Kammal Samur, gerente comercial Ruka Kimun; Juan Marambio, director ejecutivo Travolution.org.
- 10:00 “Uso de recursos naturales y efectos sobre el turismo”. Ignacio Krell, Alison Guzmán, Nadia Paineofil, Comunidad de Llaguepulli.
- 10:20 Preguntas y respuestas.
- 10:40 Pausa/Café.
- 11:00 “Experiencia Comunidad Yryapú, turismo comunitario Guaraní, Misiones, Argentina”.
- 11:20 Trabajo grupal respecto a la ponencia.
- 12:00 Plenario.
- 12:30 Inauguración oficial.
- 13:30 Almuerzo.
- 14:30 Actividad de Reinicio.
- 15:00 “Turismo comunitario en Chile y marcos regulatorios: Un enfoque desde las comunidades para la construcción de una agenda común”. Nelson Martínez, Candidato a Doctor en Geografía a Humana. Universidad de California, Davis.
- 15:30 Trabajo grupal respecto a la ponencia.
- 16:10 Plenario.
- 16:50 “Turismo comunitario y desarrollo de territorios locales”, Mirtys Arrais de Souza, Centro de Investigación de Políticas Públicas de Tarapacá – CIPTA.
- 17:10 Preguntas y respuestas.
- 17:30 “Diseño y comercialización de productos, servicios y programas turísticos”. Francisco Rivera Riffo, Guía y consultor turístico.
- 18:00 Preguntas y respuestas.
- 18:30 Pausa/Café.
- 19:00 Actividad de cierre grupal.

## DÍA 2 – VIERNES 29 DE NOVIEMBRE

- 9:00 Inscripciones de participantes en “Intercambio de Experiencias Turísticas en Terreno”.
- 9:30 “Turismo Comunitario, resistencia, fortalecimiento cultural y espiritualidad en comunidades mapuche”. Marisela Pilquiman, Universidad Austral Chile.
- 10:00 Preguntas y respuestas
- 11:30 Pausa/Café.
- 11:50 “Sustentabilidad en el turismo comunitario”. Sabrina Bini, Consultora de Turismo Sostenible. Representante de 360° Responsible Tourism.
- 12:20 Trabajo grupal respecto a la ponencia.
- 13:00 Plenario.
- 13:30 Almuerzo.
- 14:30 "El Turismo de Base Comunitario, herramienta de desarrollo local, social y sustentable: la experiencia japonesa", Mauricio Ramírez, Terramedia.
- 15:00 Preguntas y respuestas.
- 15:20 Conversatorio “Red de Turismo Comunitario” (Juan Marambio, Travolution)
- 16:00 Mesa de Diálogo General: “Temáticas vinculadas a la consolidación de la Red Nacional de Turismo Comunitario”. Juan Marambio, Travolution. Christian Henríquez, CEAM Universidad Austral de Chile.
- 19:00 Actividad de Cierre con matetún.

## DIA 3- SÁBADO 30 DE NOVIEMBRE

- 8:00 “Intercambio de Experiencias Turísticas en Terreno”.
- 11:00 Plenario.
- 13:30 Almuerzo.
- 14:30 Actividad de Cierre.



### c. **METODOLOGÍA UTILIZADA PARA LA REALIZACIÓN DE LAS MESAS TRABAJO**

Una vez acordados los temas que se abordarían en las Mesas de Trabajo se definieron las preguntas que orientarían la conversación. Esto se desarrolló a partir de la experiencia del equipo de Travolution y al trabajo con los distintos emprendimientos.

Se elaboraron metodologías participativas para cada una de las Mesas, de manera de potenciar y orientar el diálogo, y al mismo tiempo, de sistematizar sus conclusiones. Cada Mesa fue moderada por un facilitador del equipo de Travolution quien estaba a cargo de guiar la conversación a través de preguntas semiestructuradas con el fin de propiciar un diálogo fluido, respetando los temas que fueran emergiendo espontáneamente. Las ideas se discutieron grupalmente y posteriormente fueron anotadas por algún miembro de la Mesa en papelógrafos que más tarde fueron presentados y discutidos en un plenario frente a todos los participantes del Encuentro.

Se enfatizó en la utilización de conceptos y metodologías de uso común por parte de los emprendedores, facilitando la generación de conversaciones horizontales, de respeto y confianza, en las que cada participante fue protagonista en la medida que iba compartiendo sus experiencias con su grupo de trabajo.

La constitución de las Mesas de Trabajo se definió bajo el criterio de heterogeneidad. El objetivo era que en cada mesa hubiera emprendedores, investigadores, expertos, representantes de organismos públicos, etc. A cada mesa de trabajo se le asignó un número del 1 al 14, y luego, a medida que los asistentes se inscribían en el Encuentro, se les otorgó un número correspondiente a su Mesa de Trabajo. Es de vital importancia para Travolution ser capaz de abarcar esta multiplicidad de visiones, ya que de esta manera, es posible trabajar desde la inclusión.

Las mesas de trabajo fueron desarrolladas en base al enfoque de la metodología de los grupos focales, pues en ellos se priorizan los contactos horizontales, es decir, que incluyen la formulación de preguntas, el intercambio de anécdotas y los comentarios acerca de sus experiencias y puntos de vista. El proceso grupal, gracias a un efecto de sinergia, favorece la exploración y clarificación de los puntos de vista de las personas. En este sentido propicia la activa participación de los sujetos en la definición y solución de sus problemas, lo que facilita la recolección de las principales percepciones y valoraciones<sup>1</sup>.



#### d. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

El presente informe cuenta con la utilización y aplicación de metodologías cualitativas y cuantitativas con el objetivo de analizar tanto los aspectos subjetivos como los objetivos del sector.

Se aplicaron técnicas cualitativas por parte de profesionales del equipo de Travolution para analizar la información recogida de las Mesas de Trabajo.

Cada Mesa de Trabajo fue registrada mediante una grabadora digital, para luego ser transcrita, sistematizada y analizada debidamente. Para el tratamiento de los datos recogidos se adoptó la estrategia de análisis fenomenológico. Esto permite hacer un análisis textual y contextual de los relatos a fin de extraer los significados que estos implican. Esta metodología consiste en distinguir las diferentes categorías que emergen espontáneamente en base a los temas que van siendo recurrentes y reiterativos en los relatos de los participantes. Cada una de las dimensiones identificadas pasa a conformar una categoría de análisis que adquiere relevancia en la medida que va siendo tratada espontánea y fluidamente por los interlocutores. A través de esto fue posible recoger las necesidades, percepciones, visiones y propuestas de los diferentes actores relacionados al turismo comunitario nacional. Es importante mencionar que aquellos temas que no fueron reiterativos en los discursos de los participantes, pero que de alguna manera, tuvieron influencia o coherencia con las temáticas tratadas en el tercer encuentro, fueron igualmente recogidos y sistematizados en categorías de análisis.

El análisis cuantitativo fue utilizado para analizar los datos de la encuesta aplicada a los emprendedores participantes del tercer encuentro. La encuesta fue elaborada inicialmente para ser aplicada en el primer encuentro de turismo comunitario el año 2011 en el Valle de Elicura, Contulmo, por un equipo del Centro de Desarrollo local, Educación e Interculturalidad

---

<sup>1</sup> DIAZ LLANES, Guillermo. Los grupos focales: Su utilidad para el médico de familia. *Revista Cubana de Medicina General Integral* [online]. 2005, vol.21, n.3-4 [citado 2010-12-07]. Disponible en: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-21252005000300021&lng=es&nrm=iso](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252005000300021&lng=es&nrm=iso) . ISSN 0864-2125.

de la Pontificia Universidad Católica de Chile, sede Villarrica. Dicha encuesta fue aplicada también a los participantes del segundo encuentro realizado en San Pedro de Atacama. En esta tercera ocasión de su utilización se le realizaron algunas modificaciones con el objetivo de hacerla más completa.

Es necesario aclarar, para cualquier tipo de análisis cuantitativo, los procedimientos y limitaciones existentes en la recolección y análisis de los datos. En este sentido, es importante mencionar que las encuestas fueron realizadas cara a cara por miembros del equipo de Travolution teniendo como principal dificultad encontrar el momento para encuestar a los participantes durante el encuentro, ya que los tiempos dentro del programa eran bastante estrechos. De este modo, el criterio que se siguió fue encuestar a participantes provenientes de distintas regiones, para así lograr un mínimo de representatividad de los datos sobre emprendedores de todo el país.

Por lo mismo, es importante recalcar que el total de la muestra para el tercer encuentro fue bajo ( $n=15$ ) a pesar que superó el total de la muestra del segundo encuentro ( $n=12$ ). Los datos obtenidos de ambas encuestas fueron comparados, en los aspectos más importantes, para que el lector pueda hacerse un panorama más general respecto a la situación actual del turismo comunitario.

## VIII. SISTEMATIZACIÓN DE LAS MESAS DE TRABAJO

A continuación se presenta el análisis de la información recabada en cada una de las Mesas de Trabajo. Al comienzo de cada uno de los temas trabajados se hará una breve introducción, para luego proceder con la exposición de las citas y sus respectivos análisis.

### MESA DE TRABAJO I “IMPACTO DEL TURISMO COMUNITARIO SOBRE LAS COMUNIDADES: ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS”

El turismo a nivel mundial se ha convertido en una actividad fundamental debido al aporte que significa para el crecimiento económico de los países, y al mismo tiempo, por constituirse en los últimos años en un instrumento utilizado y promovido por los gobiernos y otras organizaciones para el desarrollo de los territorios. En este sentido, es sabido que el turismo “bien desarrollado” es un medio que sirve, al mismo tiempo, para la dinamización de las economías, la conservación del patrimonio natural y cultural, y la creación de conciencia y educación de los ciudadanos respecto al entorno en el cual viven. El turismo puede transformarse así, en una oportunidad para el desarrollo si es planificado y gestionado responsablemente.

Por otra parte, a partir de la experiencia turística a nivel mundial y nacional se ha podido observar los fuertes impactos, muchas veces perjudiciales para las comunidades, sus economías locales y medioambiente, que el turismo masivo puede tener, a pesar de brindar auspiciosas cifras de crecimiento económico<sup>2</sup>. Estos cambios, que por lo general son irreversibles, podrían ser ventajosos si fueran medidos y contemplados por quienes desarrollan, intermedian y fomentan la actividad, pero en la mayoría de los casos son perjudiciales ya que esto no sucede por falta de capacidades, facultades, y/o interés de los actores involucrados<sup>3</sup>. Es más, los cambios e impactos negativos se exacerban cuando el turismo (de cualquier tipo) es desarrollado en ecosistemas frágiles, en sociedades vulnerables y/o en países con escasas regulaciones políticas y legislativas<sup>4</sup>. Hasta el momento, no ha sido posible gestionar ni controlar los efectos y cambios que este tipo de turismo genera y por lo mismo, es apremiante la necesidad de desarrollar un modelo de desarrollo turístico sostenible y armónico a todo nivel (local, regional, nacional e internacional).

---

<sup>2</sup> Cañada y Gascón (2007) Turismo y Desarrollo: Herramientas para una mirada crítica.

<sup>3</sup> Este informe no profundizará en las responsabilidades ni roles de los actores en el turismo comunitario, ya que eso es materia para otra investigación.

<sup>4</sup> Maldonado, Carlos. *Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta*. 2006. OIT.



En este contexto y en base a esta necesidad, el Tercer Encuentro de Turismo Comunitario inauguró las mesas de trabajo conversando sobre los impactos que el turismo comunitario tiene sobre las comunidades y sus ecosistemas. Las mesas de trabajo buscaron conversar y sentar las bases para el desarrollo de un turismo responsable y sostenible en el tiempo permitiendo potenciar aquellos impactos positivos y minimizar los negativos.

Es importante mencionar que en Chile, si bien el turismo comunitario puede ser desarrollado por cualquier tipo de comunidad, es común que sea desarrollado en su mayoría por pueblos indígenas. Esto puede explicarse producto de los programas estatales que han promovido la actividad como oportunidad para el mejoramiento de la economía de los pueblos originarios.

A continuación se describen los aspectos positivos que reporta el turismo comunitario según la percepción de los participantes del encuentro:

## IMPACTOS POSITIVOS

### REIVINDICACIÓN DE LA IDENTIDAD DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS Y COMUNIDADES RURALES

Sin duda el turismo es una de las industrias económicas más grandes a escala mundial. En Chile es la cuarta fuerza exportadora y aporta cerca del 3,5% del PIB (2012)<sup>5</sup>, generando un 3,8% del empleo nacional. Además, es uno de los pocos sectores productivos que beneficia directamente a las localidades donde se realiza la actividad repercutiendo positivamente en la mejora de la economía nacional y local.<sup>6</sup>

Pese a que el beneficio económico es uno de los aspectos positivos más evidentes, el turismo comunitario reporta un sinnúmero de beneficios que llegan incluso a considerarse, desde la perspectiva de los participantes del encuentro, más importantes que el económico. De este modo, aparece que el turismo es una herramienta para la visibilización y reivindicación de la identidad cultural de las comunidades<sup>7</sup>.

---

<sup>5</sup> Estrategia Nacional de Turismo 2012 - 2020

<sup>6</sup> Felix de Vicente, ex Ministro de Economía, Fomento y Turismo, 2013, DiarioTurismo. Disponible en: <http://www.diarioturismo.cl/9172/ministro-economia-da-conocer-cifras-actualizadas-turismo-chile>

<sup>7</sup> Al hablar de comunidad, se hace alusión a cualquier tipo de organización social geográficamente delimitada, ya sea ancestral o reciente.

Tal como plantea Cruz, “el turismo sería un lugar de objetivación, construcción, reivindicación y actualización de su identidad, de modo que lo que las mismas (comunidades) entienden por *éxito de los emprendimientos turísticos* no está relacionado únicamente con la consecución de beneficios económicos”<sup>8</sup>.

En Chile, se está viviendo un proceso histórico complejo de reivindicación sociocultural arraigado en la insatisfacción de las respuestas otorgadas desde el Estado a las demandas históricas por territorio y mejores oportunidades, de múltiples comunidades indígenas; y en el reconocimiento desde los estándares internacionales de los derechos de los pueblos indígenas. Existen diversas manifestaciones de este descontento traducidas en tomas de territorio, protestas, marchas sociales, e intentos de diálogo político que han permitido alzar la voz ciudadana y luchar para hacer valer los derechos de los pueblos originarios.

En este contexto, el turismo se transforma en una herramienta más de las que actualmente se utilizan para exigir el respeto de los derechos de los pueblos y su reivindicación sociocultural.

*Al momento de hacer turismo inmediatamente surgen procesos de reivindicación. O sea, nosotros queremos hacer turismo pero tenemos problemas con la tierra; queremos hacer turismo pero tenemos problemas con el agua; queremos hacer turismo pero no tenemos los recursos.*

En este sentido, al momento de iniciar la actividad turística queda en evidencia la carencia de recursos y otros elementos necesarios para su desarrollo. Es por eso que el turismo gestionado por las comunidades, generalmente va de la mano de este proceso de visibilización y reivindicación social, pues previo al comienzo de la actividad, la comunidad debe organizarse para definir cómo se ofrecerá un determinado servicio y cómo se lidiará con la falta de recursos para llevarlo a cabo. De esta forma el turismo comunitario, más que un tipo de turismo, es una forma de organizar la actividad turística<sup>9</sup> que conlleva ineludiblemente, a la organización social, trabajo en red y a la definición de un proyecto común. Es en ese momento donde comienza una conversación entre los miembros que conforman una comunidad que permite, en la mayoría, de los casos vislumbrar, y muchas veces consolidar, una posición definida frente a la realidad que se vive día a día en cada territorio.

*(...) nosotros estamos reivindicado un territorio donde siempre hemos estado, porque así la gente cuando venga acá va a entender que está en un territorio que no es chileno, sino que es mapuche y que como tal hay una cultura distinta que compartir con ellos dentro de lo cual está compartir nuestra lucha y nuestro proyecto político. (...) Tenemos que decidir hacia dónde queremos llegar con estas iniciativas, porque eso es lo que nos va a permitir avanzar, lo otro es solamente discurso.*

---

<sup>8</sup>Cruz Blasco, Marina, “V Jornada de Investigación en Turismo. Turismo y Sustentabilidad”. Pp. 129. Disponible en: [http://www.academia.edu/4270874/Turismo\\_identidad\\_y\\_reivindicacion\\_sociocultural\\_en\\_Chile](http://www.academia.edu/4270874/Turismo_identidad_y_reivindicacion_sociocultural_en_Chile)

<sup>9</sup> Cruz Blasco, Marina, “V Jornada de Investigación en Turismo. Turismo y Sustentabilidad”. Pp. 135. Disponible en: [http://www.academia.edu/4270874/Turismo\\_identidad\\_y\\_reivindicacion\\_sociocultural\\_en\\_Chile](http://www.academia.edu/4270874/Turismo_identidad_y_reivindicacion_sociocultural_en_Chile)



Asimismo, la actividad turística cumple la función de altavoz ya que permite comunicar las demandas respecto a la realidad territorial y a las precarias condiciones en que se desarrollan ciertos territorios. El turismo, cumple ineludiblemente, la función de difundir, dar a conocer, y consolidar el proceso reivindicativo de las comunidades permitiendo, no sólo revalorizar la identidad para sí mismos, sino que también mostrarla a los turistas. Este rol facilita el que la sociedad reconozca la identidad reivindicada y se incorpore a la constante reconstrucción de la misma<sup>10</sup>.

*El turismo también es una forma de reivindicar las demandas de los pueblos, porque así la voz se expande, y así pueden mostrar: ¡mira! estas son nuestras tierras y mira lo bien que las tenemos.*

## ORGANIZACIÓN COMUNITARIA.

En base a los relatos se puede sostener que el turismo comunitario es una herramienta que estimula e induce a la organización comunitaria. Si se vuelve a la definición de turismo comunitario, es justamente la organización comunitaria su elemento distintivo, ya que no es posible desarrollarlo sin la coordinación y articulación de la comunidad que lo ofrece.

A través de la coordinación y realización de una actividad de manera conjunta emergen sentimientos de solidaridad, pertenencia y colectividad que se sostienen en valores comunes. El turismo comunitario se relaciona directamente con el concepto de *comunidad* de Töönies en cuanto se caracteriza por “el papel central que en ella juega el parentesco y la vecindad, sus miembros se conocen y confían mutuamente entre sí, comparten vida cotidiana y trabajo y desarrollan su actividad teniendo como fondo un paisaje al que aman” <sup>11</sup>. Töönies plantea además que esta definición está ligada directamente a un territorio, en el cual dicho grupo

<sup>10</sup> Cruz Blasco, Marina, “V Jornada de Investigación en Turismo. Turismo y Sustentabilidad”. Pp. 140. Disponible en: [http://www.academia.edu/4270874/Turismo\\_identidad\\_y\\_reivindicacion\\_sociocultural\\_en\\_Chile](http://www.academia.edu/4270874/Turismo_identidad_y_reivindicacion_sociocultural_en_Chile)

<sup>11</sup> Delgado Manuel, Lo común y lo colectivo, Universidad de Barcelona.

humano se organiza a partir de valores legitimados localmente. Así, todo en la noción de Comunidad parece responder a la evocación nostálgica de un tipo de vinculación social basada en la verdad, una manera de convivencia anterior, que tendría como presupuesto la voluntad esencial de sus componentes cohesionados por una experiencia común del pasado y organizando unitariamente su conciencia”. De la misma manera, al tener que organizarse para ofrecer un servicio o producto turístico se establecen dinámicas colectivas que toman fuerza en la medida que se desarrolla una conciencia colectiva basada en una identidad común. En relación a esto cabe citar lo siguiente:

*El turismo ayuda al final a las comunidades a fortalecerse, a unirse, a juntarse las que estaban separadas, y a producir ese sentimiento de que juntos somos más que por separado (...) ayuda a generar comunidad. Creo que eso es súper valioso. Es recuperar el espíritu de unidad, de crear esa red que conlleva a que mientras estemos juntos nos va a ir mejor.*

En la misma línea, el turismo comunitario impulsa a revalorar la propia historia, cultura e identidad a través de procesos de revisión y recuperación de la misma.

*Me parece muy importante que si bien hay muchas amenazas en nuestros lugares tanto de comida, de lengua, de vestimenta, de las forestales, las mineras en el norte, este nuevo concepto de turismo comunitario nos ayuda a unirnos entre nosotros, a valorar las cosas que tenemos, a conocernos para protegernos y desde ahí de a poquito (porque entiendo que esto demora tiempo) vamos a ir resonando, yo con el que está al lado y con mi familia, y con la otra familia, y así...*

Además de la organización comunitaria que se genera a partir del vínculo identitario, los participantes sostienen que la actividad turística genera cohesión social y unión entre los miembros de una comunidad, ya que abarca un amplio abanico de áreas que son necesarias de complementarse para poder ofrecer un servicio turístico acabado.

*El turismo comunitario permite agrupar distintos sectores también, por ejemplo al que ofrece una cabalgata con el que ofrece cabañas o camping, y con las personas que hacen la comida. Y eso va generando unión y no solamente entre una misma comunidad, sino que también con las comunidades vecinas. Eso permite que el territorio se vaya uniendo y se amplíe.*

A esto se suma el que el turismo comunitario es concebido, por los emprendedores que lo realizan, como una actividad complementaria a las que realizan diariamente. De este modo, nuevamente se refuerza el hecho de que el incentivo económico no es el principal motor para embarcarse en este tipo de iniciativas.

*Además que el turismo comunitario lo que quiere es que la comunidad también desarrolle su otro lado, su lado agrícola, su lado espiritual y otras actividades que los caracterizan. Porque el turismo vendría a ser como una complemento de los quehaceres diarios.*

## GENERACIÓN DE REDES

La generación de redes está estrechamente relacionada a la dimensión de la organización social. Para que exista una comunidad organizada inevitablemente deben existir redes de apoyo y de trabajo comunitario. A través de los relatos se observa cómo este tipo de turismo, fortalece y genera redes dentro de la misma comunidad, al mismo tiempo que crea y fortalece los vínculos con otros actores claves de la cadena de comercialización del sector. Esto es fundamental para garantizar el funcionamiento de los emprendimientos y su inserción en el mercado.

*Yo creo que lo más importante de generar son las redes, o sea con los organismos públicos nacionales, pero también con los organismos regionales. Hay que informarse y pedir ayuda a los distintos fondos que existen. De ahí de a poco van saliendo las cosas. Entonces hay que averiguar con Sercotec, con Corfo, moverse y bueno es súper importante estar organizados para postular.*

La generación de redes *externas* es un aspecto que, a pesar que hoy en día es de cierta manera impulsada y apoyada a través del turismo comunitario, debe fortalecerse de sobremano debido a su influencia sobre el desarrollo de cualquier emprendimiento o empresa. De hecho, los participantes, en general, atribuyen los fracasos de sus emprendimientos al escaso nivel de redes que son capaces de gestionar tanto con el sector privado como con el público. Los relatos reflejan además la falta de apoyo de la estructura estatal.

*Creo que en general nosotros fracasamos por un tema económico y porque no tenemos las alianzas adecuadas. Y ahí falta desde arriba un encadenamiento un poco más amplio, para que no nos vayamos frustrando en el camino y para proteger lo que es la cultura y salvar lo poco y nada de naturaleza que va quedando.*

Respecto a la generación de redes establecidas *al interior* de una comunidad, las opiniones de los participantes reflejan que el turismo comunitario es una actividad que involucra a toda la comunidad en la cual se introduce, pese a que tal vez, algunos de sus miembros no participen en ella. Es decir, que aparte de las redes formales que se establecen entre aquellos que ofrecen servicios turísticos, se forjan otro tipo de relaciones con aquellos que no lo hacen, debido a que la actividad involucra inevitablemente a los miembros y familias que componen una misma comunidad.

*Pasa que la gente que no participa del turismo igual se relaciona de alguna forma con el turismo, porque por ejemplo yo tengo una vecina que no está metida pero ella planta cilantro, y ella lo vende a las personas y a los que cocinan. Y con la leche igual. Entonces ella no se da ni cuenta pero igual está siendo parte del turismo.*

*Es que el turismo al final abarca muchas cosas, es todo. Es dónde dormir, dónde comer, dónde alojarse, el transporte, el hospital si te enfermas, carabineros, si te pasa algo, el minimarket, la vecina que vende artesanía, el queso, los que van a mariscar. Entonces igual se potencia todo.*

En este sentido, el turismo es concebido como una actividad que es capaz de permear en los distintos sectores y capas que componen la vida y el desarrollo de una comunidad. Cumple diferentes funciones dependiendo desde dónde se le analice. Esta característica de versatilidad, es comprendida a cabalidad por quienes lo desarrollan.

*El turismo es muy amplio abarca muchos temas. Por ejemplo yo estoy trabajando todo lo que es la comida, ofrecer comida y rescatar las comidas que comían los antiguos. Vemos desde la*

*germinación de la semilla, el origen de las comidas, hasta que esa semilla se va a la olla. También vemos la preparación de los platos. Es impresionante el turismo como puede abarcar distintos temas, desde las comidas hasta las tradiciones, las culturas.*

*Al final la economía del turismo es la única que cuida todo, porque educa, cuida, te protege, hace vivir a la gente mejor, la hace más feliz. Pero creo que hay que crear una consciencia que es colectiva y a nivel nacional sobre el tema para que pueda ser bien llevada.*

Como bien se observa en las citas, el turismo es una actividad que incide directa y/o indirectamente sobre la mayoría de los ámbitos que caracterizan a un territorio y a una comunidad. Por eso es tan importante el modo en que se lleve a cabo. Además, como se dijo más arriba la generación de alianzas estratégicas es clave para poder insertarse en el mercado nacional e internacional.

#### **AUMENTO DE LOS RECURSOS ECONÓMICOS**

En general, el avance tecnológico en materia agroindustrial, el sistema de producción en masa, y la insuficiente dinámica de las actividades agropecuarias tradicionales, entre otros factores, ha significado que los habitantes de las zonas rurales del país se vean imposibilitados de subsistir de las actividades que realizaban antiguamente. Hoy en día, la actividad agropecuaria practicada por la mayoría de los habitantes de zonas rurales ha debido transformar su dinámica y adaptarse al cambio mundial debido a que ya no es rentable bajo el criterio costo-beneficio, y por lo mismo, no es sostenible en el tiempo. Por estas razones los emprendedores se han visto obligados a buscar nuevas alternativas y actividades que complementen los ingresos de sus comunidades. Una de ellas es el turismo comunitario, que emerge también como un medio para generar ingresos económicos, entre otras funciones que se le han otorgado. Este cambio sustancial se refleja fielmente en la siguiente cita:

*Antes se hacía la cosecha, el ganado, pero ya no queda nada de eso porque no es conveniente. Entonces, ¿qué es lo que está quedando? es el turismo, que claro, sirve como herramienta de desarrollo social, de unión comunitaria, pero además sirve para generar ingresos adicionales o complementarios para que genere un desarrollo económico.*

De esta forma, el turismo comunitario es una actividad que complementa las actividades agropecuarias que se realizan en el campo a pequeña escala o a nivel familiar. En los discursos de los participantes se observa que el turismo es concebido sólo como una actividad más de todas las que realizan los emprendedores.

*Con el hecho de tener un emprendimiento de turismo nosotros no nos hacemos ricos, solamente ahí complementamos los otros trabajos que tenemos en el campo. Es una complementación para vivir un poquito más holgadamente.*

Como se dijo anteriormente, la actividad del turismo, aparte de generar ingresos para los propios emprendedores, genera empleo e ingresos para el resto de los miembros que conforman la comunidad. Es decir, el beneficio económico producto del turismo es un factor importante para todos aquellos que lo perciben directa o indirectamente. Este es un

fenómeno sumamente importante para las comunidades, puesto que la creación de empleo en zonas rurales es, en la actualidad, algo difícil de lograr. El turismo abre una puerta a la creación de empleo y la distribución de ingresos en una comunidad, permitiendo que algunas personas puedan quedarse trabajando en sus territorios de origen en vez de migrar a las ciudades en busca de oportunidades de trabajo.

*Allá en la comunidad por ejemplo está la María, que trabaja con gastronomía y con distintos eventos y ella trabaja con 4 señoras de la comunidad, y les va bien, entonces ahí la gente empieza a darse cuenta que puede tener un trabajo más o menos seguro.*



Hoy en día no cabe duda que la importancia del empleo rural no agrícola, que en muchos países ya constituye un sector importante de la economía rural, se incrementará, especialmente a medida que la agricultura nacional pase a integrarse cada vez más en los mercados mundiales y se intensifiquen los vínculos entre las zonas urbanas y rurales<sup>12</sup>.

En este contexto, el turismo comunitario constituye una gran oportunidad para diversificar la economía rural y generar empleo.

#### **DISMINUCIÓN MIGRACIÓN CAMPO –CIUDAD**

Al generar empleo e ingresos adicionales en zonas rurales, el turismo comunitario se vuelve un factor que incide en la disminución de la migración campo-ciudad de los jóvenes que forman parte de la ruralidad. Tal como dice José Bengoa “un joven nacido y crecido en un pueblo campesino de provincia no tiene ningún aliciente social para permanecer en ese ámbito. Todos los valores positivos de la sociedad actual lo llevan a migrar, salir de la situación de atraso, pobreza, marginalidad y subdesarrollo en que se encuentra la vida de sus padres. Si no hay un cambio en la sociedad en su conjunto, en los mensajes que emiten las autoridades, en las políticas públicas, es muy difícil pensar en un cambio en la situación rural<sup>13</sup>”.

La situación descrita por Bengoa se mantiene en los territorios rurales de los que provienen los emprendedores. El turismo es de los pocos sectores económicos con la posibilidad de aumentar la empleabilidad en estas comunidades. Esto se ve reflejado en los programas de apoyo que se han implementado por parte de organismos públicos relacionados de alguna u otra forma con el fomento rural. Algunos de ellos son INDAP, FIA, FOSIS, SERNATUR y CONADI. Esto es un avance en la materia, a pesar que todavía falta un largo camino que recorrer para el

<sup>12</sup> Empleo rural no agrícola y diversificación del ingreso en Colombia. CEPAL. Disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/4/22444/lcl2096edeininger.pdf>

<sup>13</sup> Bengoa, José, Pobreza Campesina y Desarrollo Rural. Disponible en: [http://www.archivochile.com/Ideas\\_Autores/bengoaj/bengoa0003.pdf](http://www.archivochile.com/Ideas_Autores/bengoaj/bengoa0003.pdf)

fortalecimiento de la oferta programática y la implementación de medidas especialmente diseñadas para fomentar y revalorizar lo rural.

*No hay jóvenes en el lugar porque no hay trabajo, entonces yo creo que el turismo comunitario es una herramienta para poder seguir viviendo de una manera rural sin depender de lo urbano.*

*Luchamos para que nuestros hijos se puedan seguir quedando en el campo, por eso armamos negocios o restaurantes, para que nuestros jóvenes no se vayan, para que haya trabajo.*



Como bien refleja la cita, se observa que las comunidades organizan sus recursos y voluntades para levantar, con o sin apoyo de las instituciones públicas, pequeños emprendimientos o negocios que puedan ofrecer empleo principalmente a los jóvenes de la zona. Es una suerte de esperanza que es depositada en este nuevo nicho para mejorar la calidad de vida de las personas que habitan los territorios rurales.

Además de generar empleo y aumentar los ingresos de los jóvenes y familias de zonas rurales, el turismo comunitario incentiva la valoración de la propia cultura por parte de los jóvenes y de la comunidad en general. Esta concientización y puesta en valor es lo que permite seguir reproduciendo las prácticas que la conforman y así, su mantención en el tiempo.

*Yo creo que lo importante del turismo comunitario es que hace que los jóvenes valoren lo que ellos tienen, porque año a año las culturas se van envejeciendo y muchas veces perdiendo. Entonces si ves que el vecino con la mamá y con otro vecino están planificando un viaje y que están bien, hace que los jóvenes cada día se vayan metiendo más en el tema y así vayan potenciando su origen, su historia y su lengua.*

## PROTECCIÓN DE RECURSOS NATURALES

A la luz de las declaraciones de los participantes se puede sostener, que el turismo comunitario surge, en muchos casos, como una estrategia para la defensa de los recursos naturales que pertenecen a las comunidades y, de esta forma, hacer frente a la acción de proyectos extractivos, productivos o de infraestructura que generalmente buscan instalarse en sus territorios para llevar a cabo sus intereses.

*Por ejemplo el Cajón del Achibueno fue declarado ruta turística para defender al Cajón de dos centrales de paso.*

*Nosotros formamos la red de turismo por defender el borde costero, por defender el mar. Para eso formamos la agrupación, para fortalecernos nosotros y cuidar lo que es nuestro. Para que no llegue nadie de afuera a apropiarse de ahí y a formar una empresa particular. Newen Pu Lafkenche, ese es el nombre de nuestra red.*



Es común que la sociedad civil o las comunidades deban asumir el rol activo de defensa y protección de recursos naturales que les corresponden, ya que hasta el momento las instancias políticas y normativas que los regulan cuentan con vacíos legales fáciles de manejar por las empresas interesadas. Este tipo de proyectos que en general son aprobados o se encuentran en proceso de aprobación por el Estado, sin procesos de consulta y sin el consentimiento libre de los miembros de las comunidades, previo e informado, y sin que éstos participen en los beneficios de la actividad económica se perciben como amenazas reales para los territorios y sus comunidades. Ello es producto de una política pública que incentiva la inserción de Chile en los mercados internacionales, a través de tratados de libre comercio que se aprueban también sin consulta a los pueblos indígenas, y de una legislación sectorial (Código de Aguas, Código de Minería, entre otros) que no ha sido adaptada al Convenio 169 de la OIT, la que permite a terceros constituir derechos sobre los recursos naturales de propiedad ancestral de los mismos pueblos<sup>14</sup>.

Frente a este contexto el turismo comunitario, en su calidad de altavoz, sirve como una herramienta de lucha para la defensa y protección de la naturaleza y sus recursos. Sucede también que a través del turismo comunitario se desarrolla una sensibilización y educación ambiental que impulsa e incentiva a los miembros de las comunidades a cambiar dinámicas relacionales adoptadas generalmente desde la lógica de los proyectos externos que se instalan en el territorio. Un claro ejemplo de esto es la conocida restauración ecológica, que consiste en plantar árboles nativos en áreas plantadas con pinos o eucaliptus. Esta medida es implementada por los mismos miembros de una comunidad, muchas veces apoyados por CONAF, y otras, apoyados en la gestión de su comunidad.

*En la zona donde yo vivo están las forestales muy metidas, y la gente, los pequeños propietarios también están haciendo plantaciones, porque viven de la leña y del carbón.*

<sup>14</sup> Informe de Organizaciones Sociedad Civil y de Pueblos Indígenas referido al Examen periódico universal del Estado de Chile por el Consejo de Derechos Humanos de Naciones Unidas (2014). Disponible en: [http://www.observatorio.cl/sites/default/files/biblioteca/odpi\\_y\\_otros\\_informe\\_epu\\_chile.pdf](http://www.observatorio.cl/sites/default/files/biblioteca/odpi_y_otros_informe_epu_chile.pdf)

*Entonces hemos tratado de demostrarles otras maneras de interactuar con el medio, porque es complejo, por ejemplo todos nuestros vecinos superan los 70 años, entonces ya tienen su forma de generar su platita.*

Se observa así, la estrecha relación que existe entre el turismo comunitario y la naturaleza, conllevando consecuentemente a prácticas de conservación y protección medioambiental.

Los emprendedores conocen la alta valoración por parte del turista de la naturaleza. Esto fomenta la preocupación por su defensa y protección. El turismo comunitario impulsa una relación amigable con el medioambiente y el cuidado de los recursos naturales.

*(...)Ahora a nivel país y a nivel internacional se valora toda la tierra (...) donde están los lugares naturales, donde se puede sembrar, donde hay bosques y donde no está intervenido con maquinarias ni con nada. (...) porque es la zona bonita, lo otro está todo intervenido. Entonces el turismo comunitario se está trabajando para que las comunidades integren las cabezas de todo esto y no nos quiten las tierras.*



## PROTECCIÓN DE LA CULTURA

Como bien se ha reflejado en distintas ocasiones a lo largo del informe, el turismo comunitario adquiere una función importante en la salvaguardia de la identidad y el patrimonio cultural. A través de la actividad se recuperan y ponen en valor elementos culturales identitarios que, muchas veces, han sido relegados a través de la historia por la sociedad en general o por las mismas comunidades que hoy participan del turismo comunitario.

*Veo que dentro de la comunidad y la escuela se ha perdido el hablar mapudungun. Los chicos hablan más castellano y no entienden casi nada del idioma nativo. Me gustaría que se pudiera recuperar, que se pudiera volver atrás. Puede ser que a través del turismo se haga.*

El turismo es concebido como una herramienta para la recuperación, revalorización y protección de la historia y cultura de las comunidades, así como también, para la autodeterminación de las mismas. Algunos elementos de la cultura que se mencionan en los relatos son aquellos ligados a la gastronomía, artesanía, ceremonias y tradiciones que caracterizan la particularidad de un pueblo o comunidad.

Hoy en día el reconocimiento de los pueblos originarios a nivel ciudadano ha avanzado de sobremanera llegando incluso a convertirse en tendencia. Son un sinnúmero los alojamientos, restaurantes y otros emprendimientos que utilizan elementos de la cultura mapuche para darle valor a los mismos. Respecto a esto, si bien existe gran competencia en el mercado y

puede ser complejo el proceso competitivo, es evidente y positiva la difusión que la cultura de los pueblos originarios han tenido a nivel país.

*Nosotros queremos nuestra cultura y queremos mostrarla, pero ahora el huinca quiere imitarnos y hacen sus restoranes con nuestros nombres, nuestra cultura, entonces yo digo ¡que no nos vengan ahora a nosotros a robar nuestra identidad! Tiene que haber una legalización de que nosotros somos dueños de nuestro turismo mapuche*



La cita refleja la utilización de elementos que constituyen una determinada identidad local para la promoción y posicionamiento de marcas o emprendimientos. Pese a que no es auténtico y se utiliza como una estrategia de marketing, representa de algún modo la admiración que existe por parte de la sociedad en general (sobre todo en los últimos años), hacia los pueblos originarios. Esto, de algún modo, promueve el reconocimiento, respeto e interés por la diversidad cultural de una nación.

A continuación se expone un cuadro que agrupa los impactos positivos mencionados por los participantes del encuentro de turismo comunitario en cuatro dimensiones creadas por el equipo de Travolution. Estas son: dimensión económica, social, cultural y medioambiental.

**Fuente:** elaboración propia.



## IMPACTOS NEGATIVOS

Pareciera que los impactos positivos y negativos forman parte de las dos caras de una misma moneda. Las dimensiones abordadas dentro de los impactos negativos son en su mayoría las mismas que se describen dentro de los positivos, con la única diferencia que son visualizadas y analizadas desde otra perspectiva.

#### **DIVISIÓN DE LA COMUNIDAD/RESQUEMOR Y RECELOS**

Al adoptar la actividad del turismo, las comunidades sufren cambios en las dinámicas relacionales que han primado por largos períodos de tiempo entre quienes las componen. Esto genera evidentemente el surgimiento de reacciones y sentimientos diversos por parte de los miembros de una comunidad que asume la nueva actividad repercutiendo en el tipo de relaciones establecidas antiguamente. Algunos de los sentimientos descritos desde los relatos son la desconfianza, el resquemor, el recelo, la ambición, la envidia. Estas características afloran frente a los miembros de la comunidad que desarrollan el turismo y frente a la actividad en sí misma.

*A la gente le cuesta entender lo que es el turismo, entonces hay recelo, pero con el tiempo se van dando cuenta y hoy en día recibimos extranjeros y ya ahora no los miran mal.*

Uno de los factores que podría explicar la aversión a adoptar el turismo, en un primer momento, es la conocida resistencia al cambio. Esta proviene del miedo a lo desconocido o a la expectativa de pérdida de los beneficios actuales.

Además de este factor, otra razón que podría explicar estos sentimientos, es que generalmente existen divisiones y diferencias dentro de las comunidades debido a problemas relacionados a la pertenencia de las tierras, a disputas familiares, a posiciones políticas o a divisiones heredadas a través de la historia.

*Pasa que las comunidades en general están compuestas por familias, y que entre ellas mismas están atomizadas, y eso nos dificulta un montón de iniciativas.*

Esto limita el desarrollo de un sinnúmero de actividades, entre ellas la del turismo, y dificulta la solicitud de demandas al sistema público.

*Hay un sistema de egoísmo que no se entiende. Claro, tenemos problemas con el agua, con los baños, con la luz, porque todo funciona a nivel de comunidad, pero como se trabaja de 1, 2 o 3 personas fracasamos en la solicitud de las demandas. La gente muchas veces aunque viva en comunidad tiene instalada una lógica que no es de comunidad.*



Este individualismo y disociación ha sido adoptada muchas veces por los pueblos, respondiendo a lógicas modernas que ponen énfasis en el desarrollo de políticas que buscan mejorar y desarrollar las condiciones de vida de los individuos por sobre las de las comunidades. Es una visión que no contempla la cosmovisión de las comunidades ancestrales, donde se entiende la propia existencia en la medida que se es parte de un *Todo* mayor. Es decir, que el propio bienestar existe en la medida que la colectividad a la cual se pertenece posea bienestar y se encuentre en armonía.

*Eso es responsabilidad de la implementación de políticas públicas que han fomentado el sentido de individualismo y el menoscabo del sentido comunitario. Antiguamente las comunidades indígenas basan sus trabajos en el sentido de la solidaridad, del trabajo recíproco, comunitario. Sin embargo las políticas públicas con todas estas palabras de “emprendedores”, etc. van fomentando el individualismo, la envidia, y no contemplan a las comunidades en sí mismas, sólo quieren intervenirlas para mejorarlas supuestamente, pero no contemplan su visión. Al final más dividen a la gente.*

A través de los relatos, se observa que por mucho que las comunidades funcionen como tal hoy en día es difícil encontrar comunidades que guíen sus acciones de acuerdo a esa antigua cosmovisión comunitaria. Se han adoptado, sin ser consciente de ello, las lógicas individualistas del sistema que impera hoy en día debido a la fuerte influencia que éstas ejercen sobre la vida humana. Como sostiene Tönnies hoy en día más que comunidades existen asociaciones, que son una suerte de convención pública que obliga al mantenimiento de la interdependencia de los individuos, pero que no es fruto de la interdependencia natural de las voluntades humanas<sup>15</sup>.

Respecto a esto, es importante recordar que recae una gran responsabilidad en las instituciones públicas y en las mismas comunidades para impulsar lógicas de cooperación y apoyo mutuo que permitan, paulatinamente, ir recuperando el sentido último de lo comunitario. Esto, debido al reconocimiento mundial de la centralidad que adquiere el mantenimiento de las lógicas comunitarias por su impacto sobre el futuro de los pueblos indígenas y otro tipo de comunidades.



---

<sup>15</sup> Delgado Manuel, Lo común y lo colectivo, Universidad de Barcelona.

## COSIFICACIÓN DE LA CULTURA

A partir de los relatos se observa la inquietud que existe por parte de los participantes en cuanto a sobreexponer la cultura y su consecuente cosificación para venderla al turista. En la medida que los beneficios económicos resultados de la actividad turística son positivos, existe el incentivo y el impulso de extenderla para seguir percibiendo y aumentando sus beneficios. Esto corre el riesgo de desviar el objetivo del turismo comunitario, afectando directamente el presente y futuro de las comunidades.

*Yo creo que existe la tentación desde el turismo comunitario de transformarse en turismo tradicional convencional. O sea por ejemplo que si yo tengo hoy 3 rukas, después quiera tener 10 rukas y así. Eso termina por desnaturalizar lo que es el turismo comunitario que se ofrece a grupos pequeños, que es más íntimo, porque, claro, en términos de rentabilidad, súper bien que llegue harta gente, pero se pierde lo otro, lo propio de la comunidad, su identidad, su tranquilidad.*

Por otra parte, pese a que dentro de los impactos positivos el turismo es considerado como una herramienta para el rescate y difusión de la cultura local, existe el riesgo de perder elementos identitarios producto de la adaptación y el intercambio cultural ocurrido entre el turista y la comunidad. Sin embargo, esta situación no es frecuente en los emprendimientos de turismo comunitario nacionales, ya que el proceso de transculturación lleva años operando en ellos, y por lo mismo, hoy en día el turismo está acarreado en su mayoría consecuencias positivas para el rescate de la cultura local. Esto no significa que se deben dejar de atender los elementos que componen la identidad cultural de aquellos que participan en esta actividad, pues constituyen los ejes centrales del destino del sector.

Respecto al manejo de los recursos culturales desde una comunidad, surge también la inquietud por parte de los participantes de las consecuencias que puede acarrear la sobreexposición y el mal manejo y gestión de los recursos culturales ya que puede significar su posible destrucción y pérdida. En este sentido, hay consciencia, aunque sea nominal, de la importancia que adquiere la administración turística en cuanto a la capacidad de carga de un territorio y al manejo de los turistas y su comportamiento frente al patrimonio cultural de una comunidad.

*Puede ser también que con el turismo se destruya nuestro patrimonio, porque hay un deterioro si tanta gente pasa por ahí.*



### INVASIÓN DE LA NATURALEZA

Bien es sabido que el turismo como fenómeno con implicaciones ambientales causa impactos en la calidad del paisaje y en la disponibilidad de recursos en los que se sustentan los ecosistemas locales y la biodiversidad global. Se trata de los recursos renovables (agua, aire, especies animales y vegetales) y no renovables (combustibles fósiles y minerales), así como de los sistemas de soporte de la biosfera (la atmósfera, el agua, el suelo, etc.). El uso dispendioso de agua y energía, la producción de desechos, la contaminación y la deforestación son los principales perjuicios ambientales<sup>16</sup>.

Se observa la preocupación existente en cuanto a la contaminación que puede haber producto de la actividad turística. En el mismo sentido que la descripción que se hace respecto a los impactos existentes a nivel cultural, se refleja la inquietud por el modo en que se realizará la actividad en el territorio porque esto puede afectar la contaminación de los suelos, las aguas y los bosques. Existe consciencia de la importancia que adquiere la gestión del turismo para el manejo de estos efectos. Asimismo, se describe que en la realización de las actividades turísticas ocurre la pérdida del silencio natural que acompaña sus territorios.

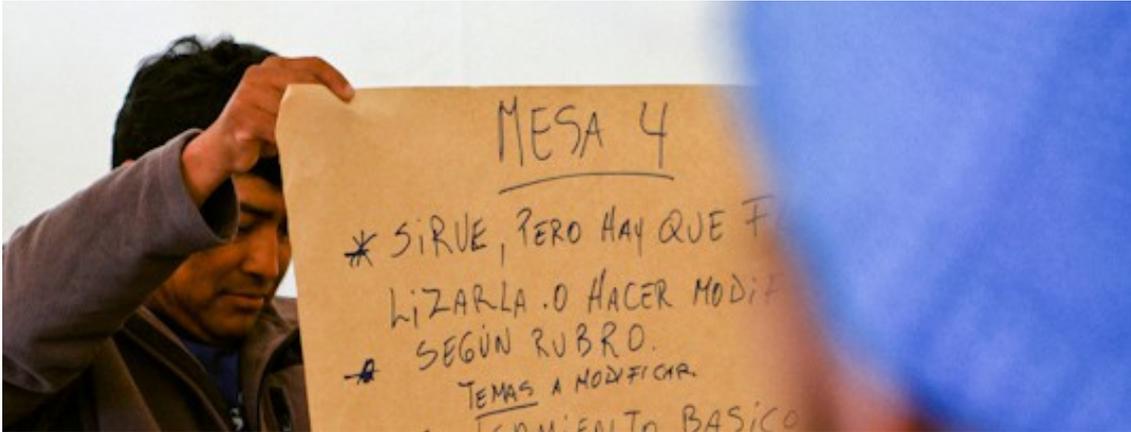
*Yo encuentro que el turismo produce contaminación y además se pierde el silencio de la naturaleza*

En este sentido, respecto a la protección medioambiental así como para la cultural, resalta la centralidad que adquiere el buen manejo de la actividad, la existencia de leyes y normativas que regulen y monitoreen el sector y su quehacer en el tiempo.

Al revisar el cuadro resumen de los impactos negativos mencionados por los participantes, se observa que la dimensión económica, bajo la visión de los emprendedores, no cuenta con impactos negativos producidos a raíz de la actividad del turismo comunitario. Esto puede ponerse en tela de juicio al revisar las diversas investigaciones y estudios que hacen mención a esta temática. Algunos de ellos son: “Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta” (OIT, 2006) o “Compartiendo buenas prácticas impactos del turismo rural comunitario en Costa Rica” de Alberto Barrera.

---

<sup>16</sup> Maldonado, Carlos. Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta. 2006. OIT.



Fuente: elaboración propia.

Al hacer una revisión de los resultados de las mesas de trabajo respecto a los impactos del turismo comunitario se puede observar que los impactos positivos son, en general, causa y efecto al mismo tiempo. Es decir, el impacto descrito por los participantes es a la vez el motivo por el cual se decide desarrollar el turismo comunitario y luego ese mismo motivo se transforma en el resultado de la actividad. Por ejemplo, la defensa de los recursos naturales puede ser la causa de la adopción del turismo comunitario, y a la vez, una vez que ya está implementada la actividad turística tiene como consecuencia o efecto la protección, y por ende, defensa de los recursos naturales

Como se dijo anteriormente, se observa que los impactos positivos y negativos conforman las dos caras de una misma moneda por lo que es posible abordarlos y analizarlos como una totalidad compleja.

Existen distintos organismos públicos relacionados al fomento del turismo comunitario, sin embargo, a continuación se nombrarán los más importantes a nivel nacional, ya que el análisis del sistema público y sus normativas son tema para un estudio aparte. Importa aquí esbozar, a grandes rasgos, las normativas y políticas existentes y los principales organismos vinculados al turismo comunitario para contextualizar el relato de los participantes del Encuentro.

Respecto a los organismos públicos relacionados al turismo comunitario, en primer lugar se encuentra INDAP que opera a través del Programa Nacional de Turismo Rural (PTR) que visualiza el turismo como una oportunidad para complementar y aumentar, los ingresos de las familias campesinas. INDAP además cuenta con el programa PRODESAL que en relación al turismo rural cofinancia proyectos de inversión productiva que potencien negocios turísticos o vinculados a la artesanía.

El segundo organismo relacionado directamente con el sector es SERNATUR, organismo encargado de promover y difundir el desarrollo turístico del país. Cuenta con diversos programas pero ninguno diseñado específicamente para el fomento del turismo comunitario, a pesar que es responsable de garantizar la calidad de los servicios, de su promoción a nivel nacional e internacional y de la investigación, producción y distribución de la información del sector.

El tercero, es la CONADI, que tiene por misión promover, coordinar y ejecutar las acciones del Estado a favor del desarrollo integral de las personas y comunidades indígenas. Para esto cuenta con dos fondos relacionados al turismo comunitario: el Fondo de Desarrollo, que busca generar un cambio en las condiciones de vida de la población indígena para alcanzar los niveles de desarrollo deseados; y el Fondo de Cultura y Educación que tiene como objetivo la conservación y desarrollo del patrimonio cultural material e inmaterial y el establecimiento de las bases educacionales en beneficio de las nuevas generaciones indígenas y sus proyecciones. En cuarto y último lugar se encuentra el CNCA que se encarga de implementar políticas públicas para el desarrollo cultural relacionándose al sector a través de la preservación, promoción y difusión del patrimonio cultural.



Dentro de las normativas y políticas más importantes que conciernen al sector se encuentra la Estrategia Nacional de Turismo 2012- 20120 constituyendo la política nacional que surge debido a la necesidad de contar con una visión a corto, mediano y largo plazo que planifique y trace los lineamientos de desarrollo del turismo dada su importancia para el desarrollo económico del país. También se encuentra el Sello Q de Calidad, y la distinción Turismo Sustentable, ambos surgen como un factor clave para aumentar la competitividad de los emprendimientos dentro de un mercado altamente competitivo a nivel mundial.

Respecto a las leyes que regulan el sector, se encuentra la Ley 20.423, que establece el turismo como uno de los ejes estratégicos de desarrollo para el país, por lo que el Ministerio de Economía pasa a llamarse, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, creándose además, la Subsecretaría de Turismo. Existen otras normativas y políticas que se vinculan indirectamente al sector, sin embargo, en este informe sólo se mencionarán en la medida que aparezcan en los discursos de los participantes del encuentro.

Teniendo el panorama institucional y normativo más o menos claro, se puede sostener a la luz de los relatos que, a pesar que distintos organismos del sector público se encuentran relacionados al sector (con ciertas atribuciones, facultades y responsabilidades sobre el mismo), y que además, existe una Estrategia Nacional de Turismo, y distintas leyes y políticas, pareciera que éstos no tuvieran incidencia ni injerencia real sobre los emprendimientos de turismo comunitario. Se forjan duras críticas en este ámbito, ya que según la percepción de los participantes, las instituciones y sus normativas son uno de los factores que retrasan el desarrollo del sector.

A través de los relatos se refleja, en la mayoría de los casos, que los emprendimientos no se desarrollan de acuerdo a las regulaciones impuestas desde el Estado por no estar diseñadas en coherencia con sus realidades. Así, las regulaciones se transforman para los emprendedores en barreras legales e institucionales. A este respecto, conviene resaltar que los resultados apreciables alcanzados por programas de turismo se explican gracias a factores tales como: la voluntad política de forjar consensos y concretar resultados con organizaciones comunitarias; un alto grado de complementariedad y flexibilidad de las instituciones públicas; la búsqueda de efectos sinérgicos resultantes de una eficaz coordinación entre actores locales, nacionales y la cooperación internacional.<sup>17</sup> Y no así por la eficacia y/o pertinencia de las mismas.



<sup>17</sup> Disponible en:

[http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed\\_emp/documents/publication/wcms\\_105079.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/documents/publication/wcms_105079.pdf)

A lo largo de la trayectoria de Travolution, se ha podido conocer y comprender la realidad de los emprendimientos que desarrollan el turismo comunitario, y es en base a ello que se diseñó la siguiente mesa de trabajo. Desde el primer Encuentro de Turismo Comunitario realizado en Elicura, Contulmo, VIII Región, se están haciendo esfuerzos por proponer, por parte de los emprendedores, la elaboración de una normativa de turismo comunitario diseñada especialmente para la particularidad del sector. Algunas de las razones que aparecen de las mesas de trabajo que explican la necesidad contar con una normativa específica para el turismo comunitario generando esta distinción y diferenciación son las siguientes:

#### AUMENTARÍA EL NIVEL DE INSTITUCIONALIDAD DE LOS ORGANISMOS PÚBLICOS

A través del trabajo realizado en el encuentro quedó en evidencia la percepción de los emprendedores respecto a la poca institucionalidad que existe en los organismos públicos para la regulación y fomento del sector del turismo comunitario. No existe una planificación del sector a largo plazo y eso repercute en cambios permanentes de acuerdo al gobierno de turno. Los participantes realizan profundas críticas al sistema institucional chileno y atribuyen a este factor el lento crecimiento y desarrollo del sector. Pareciera que esta característica es vista como una condición estructural al Estado, por lo que proponen generar alianzas estratégicas entre el sector público y el privado.

*Existe una baja institucionalidad entonces cuando cambian las autoridades, cambian también todas políticas de turismo.*

*Por lo mismo es importante generar una alianza público-privada para desarrollar el turismo comunitario. Por lo tanto no existe una continuidad de los temas que se están trabajando. Es una realidad que es así, que pasa. Eso a nosotros nos limita también para crecer. Por lo mismo, es muy importante generar una alianza público-privada para desarrollar el turismo comunitario.*

Por otra parte, al igual que los relatos recogidos en el encuentro del año pasado se observa que la toma de decisiones por parte de los organismos públicos no es coherente con las necesidades y realidades de los emprendimientos. Esto muchas veces se traduce en frustración y malestar por parte de los emprendedores. Es por esto que se propone desarrollar una normativa específicamente diseñada para la regulación del sector, ya que de esta manera, además de impulsar y fortalecer su crecimiento, se delimitaría el accionar de la institucionalidad pública.

**El estado y la institucionalidad pública tienen que entregar las herramientas necesarias y apoyar el turismo comunitario porque por ejemplo cuánto cuesta certificarse, ¡es carísimo!**



## EXISTENCIA DE NORMATIVAS COHERENTES A LA REALIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE TURISMO COMUNITARIO

Este punto está directamente relacionado con la baja institucionalidad de los organismos públicos. Es decir, se acusa al sector público de diseñar marcos normativos que son incoherentes a la realidad que pretenden regular. Se describen algunos elementos que reflejan la poca pertinencia de las políticas y medidas implementadas desde Sernatur para fomentar el turismo y el turismo comunitario. El primero de ellos es el relativo al Sello Q de Calidad Turística que busca aumentar la satisfacción de los/as visitantes asegurando la calidad de dichos servicios.

*El problema es que todas las normativas se hacen desde Santiago o desde una oficina regional, pero no se conoce realmente la realidad de las comunidades que se quiere regular. El tema de la certificación debería abarcar los diferentes tipos de turismo que existen, porque son alternativas totalmente distintas y no tienen por qué competir entre ellas. (...)*

En este sentido, se plantea la posibilidad de adaptar el Sello Q de Calidad de Turística a un escenario rural, donde los servicios no dejan de ser de calidad por ser rústicos o sencillos. Los participantes perciben que la formulación de las regulaciones se realiza en base a un conocimiento teórico del sector, y no en base a una consulta ciudadana o al conocimiento profundo de las distintas realidades que existen dentro del turismo. Por lo mismo, y dada la política actual, se solicita mayor flexibilidad para regular emprendimientos de turismo comunitario.

*Tiene que ver además con el desconocimiento del sector, porque los que hacen las leyes son los parlamentarios que no tienen idea de nuestro sector*

*Para el turismo comunitario hay muchas trabas porque la normativa te pone un montón de exigencias que no son necesarias y que muchas veces son absurdas. Yo creo que tiene que haber una normativa general pero tendría que haber cierta flexibilidad dependiendo de cada emprendimiento.*

El segundo de los elementos que reflejan la poca pertinencia de las regulaciones con la realidad rural y cultural de los emprendimientos, tiene que ver con las exigencias en materia de resolución sanitaria. No se observan cambios en esta materia a pesar que en el encuentro del año pasado surgieron las mismas inquietudes y necesidades.

*El tema de la normativa de salubridad por ejemplo de la gastronomía mapuche se ve limitada porque el sistema les pone mil trabas porque no entienden que el sistema mapuche es distinto, que cocinan distinto, que el tema de la sanidad es distinto. Y en cuanto eso debería haber flexibilidad.*

El tercero de los elementos mencionados, alude a las normativas para regular los alojamientos turísticos. Las exigencias definidas van directamente en contra de la cultura de muchos pueblos originarios.

*O por ejemplo el tema del alojamiento, las rukas, que tienen piso de tierra, los baños afuera. O sea tiene que haber una normativa que sea específica para eso. No puede estar al mismo nivel un apart hotel, con baño, azulejos, etc y una ruka, porque no es lo mismo.*

Frente a este contexto, en complemento a la solicitud de flexibilidad y adaptación de las normas a la realidad actual de los emprendimientos, se propone actuar de manera espontánea e independiente. Es decir, gestionar y desarrollar los emprendimientos en base a las normas y tradiciones culturales propias sin remitirse a las condiciones exigidas por el servicio público. Esto, porque de esta manera y lentamente, se irán cristalizando las propias normas en documentos concretos que puedan consolidarse posteriormente en una normativa adecuada al contexto rural comunitario.

(...) O sea empezar a tomar acción desde lo pequeño, en cosas chicas. Por ejemplo empezar con la ruca nomás, y a ver qué nos dicen y cualquier cosa ahí nos defendemos nosotros en tribunales. Una cosa así, pero habría que generar una estrategia. O sea tendríamos que reunirnos para ver cómo nosotros normamos lo nuestro y decir mira, éstas son nuestras normas y así el que viene sabe a qué viene. O sea el tema de cocinar con ollas a fuego directo, o el tema de los baños con loza, entre otras.

Para los emprendedores, es central, al igual que para la institucionalidad pública, la calidad ofrecida en los servicios y productos turísticos a sus clientes. En este sentido, la generación de normas acordes a la realidad de los emprendimientos no significa en ningún caso el descuido de la calidad de sus actividades. A lo largo de su experiencia los emprendedores han podido conocer a sus clientes y conocer lo que valoran y sus motivaciones, por lo que buscan seguir perfeccionándose para ofrecer cada vez mejores servicios, siempre y cuando representen su realidad sociocultural.

*El turista que le gusta este tipo de turismo es el extranjero, el europeo, y claro que hay que ofrecer calidad en los servicios, en la atención, en la calidad humana. O por ejemplo que igual las personas de la comunidad estén capacitadas sobre cómo recibir a los turistas, en qué idioma los van a recibir, o cómo se contactarán con ellos.*

Destaca la centralidad que adquiere el diseño e implementación de normativas y políticas que involucren la visión de las comunidades que trabajan con el turismo comunitario, sobretodo el de aquellas compuestas por pueblos originarios, ya que en buena medida de ello depende la manera en que se sigan desarrollando en el futuro.

*En relación a los pueblos originarios el turismo se está convirtiendo hoy en una herramienta desde el estado para poder apoyarlos y generar desarrollo. Por eso esa herramienta tiene que estar muy bien pensada y desde la comunidad, o sea decidir qué es lo que buscamos, qué es lo que queremos hacer y qué es lo que se decide, porque si no está bien pensado el turismo se puede ensuciar la comunidad.*

Por estas razones, la tenencia de una normativa propia al sector del turismo comunitario sería coherente y respetuosa con la heterogeneidad de las distintas comunidades que lo practican. Esto es fundamental para garantizar el buen funcionamiento, desarrollo y protección de las comunidades campesinas, indígenas y todas aquellas que se vinculen de alguna forma con la actividad turística.



## 1. REIVINDICAR A LOS PUEBLOS ORIGINARIOS Y A LAS COMUNIDADES CAMPESINAS

Diseñar y construir una nueva normativa para regular el sector del turismo comunitario, permitiría consolidar el sector y realizar una reflexión profunda del pasado, presente y futuro de las comunidades involucradas. Es necesario, como bien dicen los participantes del encuentro, conversar, analizar y definir los lineamientos estratégicos que guiarán el quehacer y futuro de emprendimientos y de las comunidades. En este sentido, desarrollar una normativa por parte de las comunidades, implica hacer una revisión de las estructuras que actualmente rigen su actuar y, al mismo tiempo, trazar el modelo de desarrollo que se quiere alcanzar.

*Debiéramos identificar bien quiénes somos, frente a un otro, frente al estado, y desde ahí tenemos que sentarnos a conversar. Tenemos que reivindicar nuestro territorio, nuestra institucionalidad, la actividad de nuestros Longkos, nuestras autoridades mapuche que ejerzan. Entonces el turismo yo lo veo como una herramienta, una posibilidad más que se nos da para insertar una vez más nuestra lucha.*

*Creo que hay que hacer un aro en el camino y ver qué hemos hecho y que vamos a hacer. Como cuando uno viaja un viaje largo en carreta, como antes, que íbamos con la carga y cada cierto rato parábamos, veíamos como iba la carga, la arreglábamos y continuábamos y creo que eso es lo que deberíamos hacer. Arreglar la carga, mejorar algunas cosas, pero es importante que tengamos un objetivo político y eso es lo que yo veo de repente que no está claro. Y no es necesario que estemos en el turismo, sino que podemos estar con diferentes actividades, pero tenemos que ver cómo en conjunto vamos alimentando este proyecto grande.*

Respecto a las principales temáticas que esta nueva normativa de turismo comunitario debería contemplar, los participantes distinguieron el Convenio 169 de la OIT y los modos de comercialización de la actividad. A continuación se detalla cada uno:

### CONVENIO 169 DE LA OIT

El turismo comunitario es desarrollado generalmente, aunque no exclusivamente, por comunidades indígenas del norte y sur del país. Por esto los asistentes al encuentro consideran fundamental incorporar dentro de la normativa que regule el turismo comunitario los mismos criterios correspondientes al Convenio 169 de la OIT. Es decir, lo relativo a la planificación territorial y a los derechos y libertades fundamentales de los pueblos Indígenas, respetando el consentimiento libre, previo, bien informado y de buena fe de los pueblos indígenas, a través de los canales y las instancias comunitarias establecidas. En este sentido, las comunidades exigen administrar lo que les pertenece dentro de sus territorios: el suelo, el subsuelo y el espacio aéreo y exigen tener participación sobre los recursos que se encuentran dentro de su territorio.

*El tema del 169 es bien importante tenerlo en cuenta. Nosotros tenemos que asumir eso y no esperar que el gobierno lo implemente porque si está ahí hay que trabajarlo al tiro y no esperar.*

Incorporar las nociones que se difunden a partir del Convenio 169, permitiría no solamente un avance en materia del desarrollo del turismo comunitario, sino que, por sobretodo, en materia de reconocimiento de los pueblos indígenas. Según el Convenio 169 los pueblos indígenas y sus comunidades gozan del derecho a decidir sus propias prioridades en lo que atañe al proceso de desarrollo, a proteger y preservar el medio ambiente de los territorios que habitan, y a conservar sus propios valores, creencias, costumbres e instituciones ancestrales. Es de esta manera, que para lograr un desarrollo sostenido y equitativo, los gobiernos deben fortalecer las actividades de la economía tradicional y adoptar medidas encaminadas a allanar las dificultades que experimentan dichos pueblos al afrontar nuevas condiciones de vida y de trabajo<sup>18</sup>.

*Frente a eso, concuerdo con que el 169 es una invitación a establecer un nuevo trato con el pueblo mapuche, y no solamente entre el pueblo mapuche y la institucionalidad, sino que también con la sociedad chilena. Y también para que las comunidades se puedan reencontrar entre ellas porque hay mucha segregación de los grupos, que se han dividido principalmente por las posiciones ante los proyectos hidroeléctricos.*

*El tema de auto-normarnos como pueblos, está estipulado en el Convenio 169, pero resulta que en el marco legal de la constitución eso no se permite. Por ejemplo la experiencia Maorí, es un ejemplo a seguir, es una experiencia extraordinaria la que existe, porque ellos tienen sus propias leyes. Pero dada nuestra situación yo creo que ahora tenemos primero que empoderarnos y luego crear nuestras propias normas.*

## **MODOS DE COMERCIALIZACIÓN**

Otro de los temas importantes a definir en una nueva normativa de turismo comunitario es el de los modos de comercialización que adoptarán los emprendimientos. Al respecto se observa la necesidad de definir los canales por los cuales se promocionarán y gestionarán los servicios y productos turísticos ofrecidos. Se propone la generación de alianzas con tour operadores responsables para alcanzar a turistas extranjeros, ya que, como se dijo más arriba, según la percepción de los participantes, son ellos quienes más valoran este tipo de turismo. Se propone también capacitar a los jóvenes de las comunidades para que ejerzan el rol de intermediarios o guías locales. En este sentido, existen expectativas puestas en los jóvenes de las comunidades para el desarrollo de sus emprendimientos.

*Cuáles son los canales de comercialización, lo harán por venta directa o con algún intermediario y eso también hay que definirlo.*

---

<sup>18</sup> Maldonado, Carlos. Turismo y Comunidades Indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta, 2006. Pp 20. OIT

*Yo veo muchas veces la necesidad de las comunidades que haya alguien comunique las experiencias y productos que están ofreciendo hacia afuera porque yo como parte de la comunidad no voy a poder llegar al holandés que está interesado en mí. Entonces yo creo que lo ideal sería poder capacitar a los jóvenes de las comunidades en tomar los roles de intermediarios o integrarlos a nuestras tour operadoras.*

Es importante fortalecer las relaciones y el rol de los tour operadores responsables, o formar tour operadores locales dentro de las mismas comunidades, ya que hoy en día no son muchos los que alcanzan a la cantidad de comunidades que desarrollan o están empezando a desarrollar este tipo de turismo. En general, los tour operadores existentes trabajan con comunidades que ya están funcionando y en destinos ya conocidos a nivel mundial. Por esto, se observa que un nicho importante de acción es el de este eslabón de la cadena de comercialización.

*Los tour operadores como que funcionan en las zonas turísticas más conocidas, como Villarrica, Pucón, o sea ellos no motivan a la gente a ir a nuestras comunidades*

Por parte de los participantes del encuentro se otorgan una serie de propuestas para regular y fiscalizar las prácticas de los emprendedores de turismo comunitario frente al contexto y condiciones que existen actualmente en Chile. Al respecto destacan la consulta ciudadana, la auto-certificación y auto-regulación y la negociación colectiva. A continuación se describe cada una de ellas.

#### **CONSULTA CIUDADANA**

Como parte de la implementación del Convenio 169 por parte del Estado chileno, en muchos casos, a las comunidades se les invita a participar en la toma de decisiones que afectan a sus territorios. Se acusa por parte de los participantes que generalmente estas decisiones ya están previamente tomadas, es decir, se les solicita su aval o su adhesión a políticas y proyectos en cuyas orientaciones y resultados no han tomado parte activa con el objetivo de dar cuenta protocolarmente de que efectivamente se está llevando a cabo una consulta ciudadana.

*Y el tema es que las consultas son un saludo a la bandera porque al momento de decidir la decisión ciudadana no tiene peso y ese es el tema, que hoy no hay legalidad frente al tema de la consulta, se hacen para cumplir solamente.*

*Este proceso de consulta gestionado por el servicio de impacto ambiental no incluye a las comunidades en su diseño, llegan con la consulta hecha.*

En este sentido es que se solicita, efectuar consultas reales, en que se escuche y atienda genuinamente la opinión y visión de las comunidades a la hora de tomar una decisión que los involucre directamente.

Por otra parte, es interesante rescatar también la responsabilidad que se auto-atribuyen los miembros de las mismas comunidades en cuanto al empoderamiento y autonomía que debieran asumir a la hora de establecer relaciones con quienes realizan las consultas ciudadanas para la toma de decisiones.

*Y las comunidades tampoco se han empoderado para definir cómo quieren que les pregunten. Tiene que haber un empoderamiento, nivelar a las partes, que se pueda hablar en igual de condiciones.*

De este modo, se observa la necesidad latente de hacerse escuchar y hacerse valer de manera autónoma frente a un sistema que muchas veces hace caso omiso de los mecanismos de regulación impuestos a partir de un consenso nacional e internacional.

### AUTORREGULACIÓN, AUTOCERTIFICACIÓN, AUTONOMÍA

Desde los participantes se repite el discurso sobre la necesidad de empoderarse e independizarse de las normas que se imponen a las comunidades por parte del Estado. Existe un fuerte impulso por regirse por los principios culturales que han regido a las comunidades desde tiempos ancestrales. Aparece aquí la diferencia ineludible de los pueblos originarios y el pueblo chileno, que a su parecer, no tendría por qué regirse bajo las mismas leyes.

*Nosotros de aquí a un tiempo hemos sido muy legalistas y a mí no me consultaron para hacer la ley. Entonces por qué tenemos que funcionar así, eso es lo que debíamos pensar. Quizás deberíamos auto-normarnos, autorregularnos. Ver el tema mapuche por un lado, y el tema no mapuche por otro lado.*

### NEGOCIACIÓN COLECTIVA

Es inevitable que la temática de los pueblos originarios emerja con fuerza a la hora de referirse al turismo comunitario. Frente a una realidad sociocultural y a una cosmovisión totalmente distinta se plantea, como se dijo anteriormente, la implementación de regulaciones, normas y políticas distintas a las definidas para el pueblo chileno. En este sentido, además de la propuesta de independencia y autorregulación se plantea, como una medida efectiva para el logro de sus objetivos, la negociación colectiva.

Esto es coherente con lo que establece la OIT respecto a que el reto para las comunidades rurales de América Latina consiste en dotarse de estructuras y medios de presión política que les permitan incidir con mayor decisión en sus condiciones de vida y de bienestar, fomentando relaciones económicas e institucionales de un nuevo orden. Sólo acrecentando su poder de negociación las organizaciones comunitarias lograrán, por un lado, impulsar políticas públicas que incentiven sus proyectos productivos y, por otro, suscribir acuerdos comerciales justos con tour operadores nacionales o transnacionales<sup>19</sup>.

*El tema de la comida por ejemplo también tuvimos que ser autorizados por las autoridades, y ahí construimos el restorán, porque dijeron que era delicado, entonces quedó en regla. Nosotros siempre negociamos colectivamente, tenemos ciertos roces políticos, así que ya nos conocen, somos referente en la región entonces servimos para que las autoridades flexibilicen posturas. Además nosotros tenemos nuestra propia autoridad que es nuestro Longko y nosotros le hacemos caso a lo que él diga.*

Se observa cómo se utiliza el concepto de negociación colectiva como medio de presión para hacer cumplir acuerdos a las instituciones públicas logrando excelentes resultados. Es

---

<sup>19</sup> Disponible en:

[http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed\\_emp/documents/publication/wcms\\_105079.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/documents/publication/wcms_105079.pdf) pp 2

interesante cómo nuevamente se torna central la necesidad de organización social para lograr conseguir apoyo en las demandas de las comunidades y así avanzar en la realización de los intereses propios.

*(...) Lo mismo pasó con la escuela, que fue todo producto de una negociación política. Tenemos una capacidad instalada de negociación, solo así se puede ganar un espacio. Nosotros aquí ya hemos ganado un espacio propio, y por eso podemos auto-gestionar nuestros proyectos, pero eso pasa porque ya estamos organizados, porque de manera individual estamos fritos, porque no tienes peso político para negociar.*

Fuente: elaboración propia.

## CONSIDERACIONES FINALES

Al terminar la revisión de las mesas de trabajo se observan temas muy relevantes y estratégicos de abordar para mejorar la realidad del turismo comunitario en Chile. Sin duda es un sector donde los emprendedores se enfrentan a una lucha constante para conseguir un espacio de reconocimiento a nivel público y a nivel de sus clientes. El turismo comunitario es un todo complejo que abarca una multiplicidad de aristas que van desde lo cultural hasta lo comercial, desde lo social hasta lo medioambiental.

El tercer encuentro de turismo comunitario tuvo la particularidad de agrupar mayoritariamente a comunidades mapuche, lo que dio pie a un diálogo profundo en torno a la oportunidad que significa el turismo comunitario para reconocer y proteger las culturas originarias.

A continuación se exponen las consideraciones finales de las mesas de trabajo:

- Es imprescindible, dado el contexto actual del turismo comunitario, la utilización de la negociación colectiva, la autonomía y autorregulación para poder llevar a cabo los proyectos turísticos de los emprendedores.
- Es fundamental seguir insistiendo en la incorporación del Convenio 169 de la OIT a cualquier normativa de turismo comunitario debido a la protección de los pueblos originarios que éste implica.
- Al ser el turismo comunitario un sector relativamente nuevo cobra especial relevancia la asistencia técnica y la capacitación a instituciones públicas, ONG y tour operadores que fomentan el desarrollo del turismo comunitario ya que para todos es un campo complejo por su juventud.
- Es imprescindible dotar de una capacidad local propia a los emprendedores a través de los diferentes programas que sean implementados por parte de las instituciones públicas. Estos deben estar diseñados en función de sus requerimientos y contextualizados en su heterogeneidad cultural para que puedan ser apropiados y llevados a la práctica en última instancia.
- El turismo es una de las alternativas económicas más viables en comunidades afectadas por el agotamiento del modelo agrícola, el aislamiento y la pobreza. Por lo tanto es menester fortalecer, apoyar y promover el sector de manera responsable.
- Se deben establecer alianzas estratégicas entre tour operadores responsables y emprendimientos de turismo comunitario, incluyendo a aquellas ONGs que tengan como objetivo apoyar el desarrollo de este sector.
- Es necesario generar alianzas y convenios con institucionalidad pública rectora del sector para crear un entorno favorable al turismo comunitario.
- Se debe mejorar la institucionalidad pública y su actuar frente al turismo comunitario. Para esto debiera haber un trabajo transversal interinstitucional para no duplicar esfuerzos ni superponer programas.
- Se debe modificar el marco normativo que rige al turismo comunitario hoy en día.
- Se hace necesario definir estándares de calidad propios para el sector.

## SISTEMATIZACIÓN ENCUESTAS

A continuación se exponen los resultados y análisis correspondientes a la sistematización de las encuestas aplicadas en el tercer encuentro de turismo comunitario:

### INFORMACIÓN GENERAL

Para efectos del III Encuentro de Turismo Comunitario, se observan diferencias en la cantidad de asistentes por región, a pesar que se contó con la presencia de la mayoría de las regiones del país. En este aspecto, se evidencia en las encuestas que casi la mitad de los participantes provenía de la Región de la Araucanía (40%), zona donde se realizó el encuentro.

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta para Emprendedores de Turismo comunitario, 2013.

Por otro lado, se les preguntó a los encuestados qué actividades productivas desarrollaban en la zona a la cual pertenecían, aparte del turismo. En respuesta a esto se mencionaron actividades agrícolas, ganaderas, forestales, de recolección de piñones, actividades familiares, y “otras”, predominando notoriamente las dos primeras.

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta para Emprendedores de Turismo comunitario, 2013.

Respecto a las actividades turísticas realizadas por los emprendedores, destacan mayormente las siguientes: Artesanía (11%), restaurant (8%), trekking (5%), cabañas (5%), camping (5%), observación de flora y fauna (5%), sitio arqueológico (5%). Se preguntó también a los encuestados respecto de los atractivos turísticos de su territorio, en lo cual se evidenció que en la mayoría de los lugares se desarrolla la artesanía y se cuenta con patrimonio natural como montañas, ríos, lagos y lagunas, y con patrimonio cultural como arquitectura, comidas y bebidas típicas, entre otras.

Con respecto a la tipología organizativa, la mayoría de los emprendimientos son familiares (25%). A estos le siguen aquellos constituidos por personas naturales (17%), y finalmente los compuestos por organizaciones funcionales (17%) como las figuras más frecuentes.

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta para Emprendedores de Turismo comunitario, 2013.

Por otro lado, se le preguntó a los encuestados si es que el emprendimiento estaba vinculado a otras áreas de interés diferenciado, de lo cual apareció el vínculo con el área de interés cultural, con el área de protección y otros.

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta para Emprendedores de Turismo comunitario, 2013.

Con respecto a los trabajadores, se les preguntó a los participantes la procedencia de estos y qué vínculo tenían con ellos. De lo cual apareció que la mayoría se trata de trabajadores locales (87%) y familiares (60%).

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta para Emprendedores de Turismo comunitario, 2013.

Por último, respecto al tiempo que lleva el emprendimiento funcionando, aparece en las encuestas que en su mayoría (47%) lleva entre 1 y 5 años trabajando en el turismo.

## INVERSIÓN Y APOYOS

En este apartado los encuestados se refirieron a cómo financiaron la inversión inicial de sus emprendimientos. Se aprecia que la mayoría de los emprendedores utilizaron ahorros propios (50%) para el comienzo de sus negocios. Por otro lado, destaca la alta presencia de emprendedores cuya inversión inicial (28%) fue a través de proyectos financiados a través de concursos públicos.

Posteriormente, la encuesta indaga acerca de las instituciones que prestan apoyo para la creación y/o la operación del emprendimiento. Entre las más mencionadas se encuentran, el municipio (19%), INDAP (15%) y Universidades (15%). Se puede destacar la falta de apoyo de parte de instituciones privadas hacia los emprendedores encuestados. Las áreas apoyadas por las instituciones consultadas durante la creación y/o la operación de los emprendimientos son: asistencia técnica, capacitación, difusión y financiero.

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta para Emprendedores de Turismo comunitario, 2013.

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta para Emprendedores de Turismo comunitario, 2013.

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta para Emprendedores de Turismo comunitario, 2013.

## TURISTAS

Se puede ver entre los encuestados que al referirse a los turistas que han recibido, mencionan que en su gran mayoría son familias (42%), seguido por jóvenes (19%) y parejas (19%). En cuanto a la procedencia de dichos clientes, se observa que el lugar de origen de los turistas se reparte de manera similar entre clientes de la región, de otras regiones del país y extranjeros. Entre los países mencionados se encuentran Francia, España, Italia, Alemania, entre otros.

La mayoría (40%) de los encuestados menciona mantener registro de los clientes que reciben, así como también mantienen contacto con ellos durante el resto de la temporada. Por otro lado, son pocos (14%) los que dicen realizar encuestas de satisfacción a sus clientes. Finalmente, con respecto a este punto, el flujo de turistas en los emprendimientos durante el año 2012 se extiende entre las 70 y 3000 personas por proyecto.

## FORMALIZACIÓN

Se les consultó a los encuestados sobre la situación actual de sus emprendimientos en cuanto al nivel de formalización e iniciación de actividades. Respecto al primer punto, más de la mitad (53%) de los emprendimientos encuestados ya se encuentran formalizados. Llama la atención que una de las causas mencionadas por aquellos que todavía no están formalizados es el hecho de tener problemas con los permisos sanitarios, a cargo de los servicios de salud correspondientes. Por otra parte, el 60% de los encuestados confirma actualmente haber iniciado actividades con sus emprendimientos.

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta para Emprendedores de Turismo comunitario, 2013.

## ESTACIONALIDAD

La estacionalidad está referida al tiempo de funcionamiento del emprendimiento durante el año. Puede ser solo en temporada alta, temporada alta y fines de semana largos o todo el año. Se observa que la mayoría de los emprendimientos funcionan durante todo el año. Esto se puede complementar con el hecho de que sólo el 30% se dedica a otras actividades además del emprendimiento, siendo mayoría aquellos que se dedican tiempo completo a sus emprendimientos turísticos.

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta para Emprendedores de Turismo comunitario, 2013.

## GESTIÓN

Respecto a la gestión de los emprendimientos, se preguntó a los encuestados por los ingresos percibidos anualmente por la actividad turística realizada dejando en evidencia que la mayoría no conocía esa cifra. Entre aquellos que tenían conocimiento, la mayoría (27%) declararon recibir hasta \$2.000.000 de ingreso anual.

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta para Emprendedores de Turismo comunitario, 2013.

Se observa además, que la mayoría (47%) no cuenta con ningún registro de proveedores, lo que evidentemente dificulta la gestión del negocio.

Dentro del equipamiento de los emprendimientos, la mayoría de los encuestados afirmó que cuenta con servicios de baños (17%), agua potable (15%), energía eléctrica (15%), agua caliente (13%) y teléfono (13%), entre otros servicios disponibles.

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta para Emprendedores de Turismo comunitario, 2013.

Por otro lado, la mayoría afirmó que contaba con una estrategia de comercialización, para la cual los principales medios de promoción son ferias y eventos, folletos, páginas web y redes sociales.

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta para Emprendedores de Turismo comunitario, 2013.

Finalmente, se les preguntó a los participantes en qué áreas necesitaban capacitación, de lo cual se obtuvo que la mayoría requiere apoyo en gestión empresarial (15%), comercialización (14%) y diseño de redes (14%).

## PRINCIPALES PROBLEMAS QUE ENFRENTA EL EMPRENDIMIENTO

En la encuesta también se les preguntó a los emprendedores por los principales problemas que enfrentan actualmente. El más mencionado en las encuestas, y que también apareció en las mesas de trabajo del III Encuentro de Turismo de Turismo Comunitario fue el tema de la normativa sanitaria y los costos que significaba formalizarlas. También se mencionó más de una vez la preocupación ante la falta de iniciación de actividades de algunos emprendimientos. Estos obstáculos van de la mano con las patentes comerciales, el cambio de uso de suelo, el permiso de edificación y los certificados de alcantarillado, los cuales serían los principales problemas en términos de formalización.

También se evidencian problemas en cuanto a la publicidad de los servicios ofrecidos, ya que no se cuenta con recursos para ello, dificultando la estabilidad de los proyectos y su crecimiento. Además se menciona que muchas de las oficinas de turismo no trabajan con turismo comunitario, por lo cual no saben cómo ofrecerlo a los turistas.

Otro problema para los emprendedores es el idioma, lo cual destacan como un aspecto importante para mejorar el servicio y que debe ser capacitado. También se menciona la falta de guías locales, y como su falta de capacitación impide que sean contratados por las oficinas de turismo.

En cuanto a las carencias mencionadas resalta la falta de información, de recursos y fondos, y que es necesaria más capacitación para mejorar el servicio. Frente a esto uno de los encuestados menciona el temor a perder lo que se ha aprendido en capacitaciones, por lo cual las instituciones deberían estar constantemente presentes, y no irse luego de finalizado el apoyo. Otro encuestado menciona el hecho de no tener un espacio propio para comercializar sus productos, si no que depende del municipio. Por último, se menciona la importancia de que el emprendimiento turístico debe ser asumido como un producto familiar.

## BENEFICIOS DEL TRABAJO DEL TURISMO COMUNITARIO

Dentro de los principales beneficios que los encuestados mencionaron respecto de ejercer el turismo de manera comunitaria, aparece el hecho de conocer gente, tanto locatarios como turistas, generando vínculos de confianza con ellos y haciéndose conocidos por otros grupos. Otro aspecto que aparece mencionado varias veces, y que se repite también en los relatos recogidos de las mesas de trabajo, es que el turismo comunitario permite proyectar un buen vivir en el espacio rural, generando oportunidades e incentivando a que los jóvenes no migren a la ciudad. Esto permite dar trabajo local y retiene a los jóvenes en la zona.

Otro grupo que se ve favorecido del turismo comunitario son las mujeres. Los encuestados señalaron que les permite un desarrollo tanto económico, social y personal, dado que les aporta a la valoración de sí mismas, al mismo tiempo que incentiva la recuperación de la artesanía típica de la comunidad y el aumento de la producción de ésta.

Dentro de los beneficios para la comunidad en general, el turismo comunitario, al ser una actividad ofrecida por los mismos habitantes de una zona, permite dar trabajo local a su población. Por otro lado, fortalece el trabajo de manera coordinada, les ayuda a vincularse con el municipio y les provee de un beneficio económico, mejorando las condiciones de vida de los emprendedores y en ciertos casos de las comunidades.

## ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE EL SEGUNDO Y TERCER ENCUENTRO NACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO

En este apartado se pretende comparar aspectos de información general, inversión y apoyo, clientes, formalización, estacionalidad y gestión, entre los emprendimientos encuestados en el Segundo Encuentro Nacional de Turismo Comunitario realizado en San Pedro de Atacama, Región de Antofagasta en noviembre del 2012, y parte de los emprendimientos participantes del Tercer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario que se realizó en Lago Budi, Región de la Araucanía en noviembre del 2013.

En primer lugar se aprecia que las regiones de origen de los participantes de cada encuentro varían. Para el II Encuentro, se contó con mayor participación de emprendedores de la VIII Región del Bío Bío y de la III Región de Atacama. Sin embargo entre los encuestados no habían emprendedores de la Región de la Araucanía, a diferencia del III Encuentro de Turismo Comunitario, donde el 40% de los encuestados eran provenientes de esta región. Además en los encuestados del tercer encuentro se ve mayor variedad de regiones de origen que en el segundo encuentro.

En cuanto a las actividades turísticas ofrecidas por los emprendedores encuestados, existe similitud entre ambos encuentros, siendo la artesanía y las cabañas las más mencionadas. Del mismo modo, existe similitud entre los grupos de encuestados de los encuentros respecto al tipo de organización de sus emprendimientos, en ambos la mayoría menciona tener un emprendimiento de tipo “familiar”, seguido por el tipo “persona natural”. También se les consultó respecto a la vinculación de los emprendimientos con áreas de interés diferenciado, y en ambos encuentros se mencionó que la mayoría de los emprendimientos está vinculada con un área de interés cultural. En cuanto a los trabajadores de los emprendimientos de los encuestados del II Encuentro Nacional de Turismo Comunitario son en su mayoría locales (92%) y familiares (67%), lo mismo sucede para los emprendimientos del III Encuentro. En relación a la trayectoria de los emprendimientos, para el segundo encuentro se ve entre los encuestados que la mayoría (67%) lleva cinco años o más trabajando en sus emprendimientos, a diferencia del III encuentro donde la mayoría entre 1 y 5 años trabajando en el turismo.

En las encuestas de ambos años se preguntó por la inversión y apoyo recibido para la creación de los emprendimientos. En el 2012 se ve que la inversión inicial de la mayoría de los emprendimientos (37%) fue proveniente de recursos de fondos públicos, a diferencia del 2013 donde los encuestados en su mayoría invirtieron a partir de sus ahorros propios. También hay diferencias en cuanto a las instituciones que apoyaron a los emprendimientos encuestados de ambos encuentros, para el encuentro del 2012 la institución más mencionada en cuanto al apoyo brindado a los emprendimientos fue CONADI (22%), mientras que en el tercer encuentro se menciona los municipios, las universidades y la INDAP como principales instituciones de apoyo. Dicho apoyo para los dos grupos encuestados fue en mayor parte un financiero y de capacitaciones.

En relación a los turistas que reciben los emprendimientos, se aprecia que para los encuestados del II encuentro la mayoría de sus clientes son familias (33%) y turistas nacionales (50%), en lo primero concuerda con el III encuentro, pero respecto a la procedencia de los clientes vemos que para el encuentro del 2013 hubo más encuestados que mencionaron recibir turistas extranjeros que en el año anterior. En ambos encuentros la mayoría menciona

tener un registro de los clientes y mantener contacto con estos después de su estadía, pero se aprecia en los encuestados del II encuentro que éstos en su mayoría (50%), sí realizan encuesta de satisfacción a sus clientes, a diferencia de los encuestados del III encuentro.

Se puede apreciar entre los encuestados del II Encuentro Nacional de Turismo Comunitario que más de la mitad (58%) ha formalizado sus emprendimientos, y han iniciado actividades (50%), lo cual también se ve entre los emprendedores encuestados en el III Encuentro. Respecto a la estacionalidad del funcionamiento de los emprendimientos, vemos que en ambos encuentros la mayoría de los encuestados respondió que su emprendimiento funciona durante todo el año. En cuanto a la realización de actividades complementarias al turismo, vemos que mientras en los encuestados del II Encuentro Nacional el 73% sí realiza actividades complementarias, estos serían minoría (30%) entre los encuestados del tercer encuentro.

Finalmente en cuanto a la gestión de los emprendimientos, se preguntó respecto a los ingresos de éstos, pregunta que no es posible comparar entre ambos encuentros debido a la divergencia en las alternativas de las encuestas realizadas en cada uno. Sin embargo, se puede apreciar que la mayoría (50%) de los emprendimientos encuestados del II Encuentro de Turismo Comunitario tienen un ingreso anual menor a \$22.000.000. En cuanto al registro de proveedores, en los emprendimientos consultados durante el encuentro del 2012, no hay diferencia entre aquellos que llevaban un registro y los que no, lo cual se diferencia con los resultados de la encuesta del siguiente encuentro donde la mayoría no tiene un registro de proveedores.

En los emprendimientos encuestados de ambos encuentros se ve que la mayoría sí tiene una estrategia de comercialización, y los principales medios de promoción son la página web, folletos, ferias y eventos, pero los encuestados del II encuentro mencionan más el uso de páginas web que los del III encuentro. En cuanto a la oferta de facilidades de los emprendimientos se aprecia que los encuestados del II Encuentro ofrecen internet (27%), baños (27%), teléfono (23%) y reservas online (18%), a diferencia de los encuestados del tercer encuentro donde las ofertas más mencionadas fueron baños, agua potable, energía eléctrica y agua caliente. Por último, respecto a la pregunta en qué área es prioritaria una capacitación, en ambos grupos encuestados la más mencionada fue el área de comercialización.

## BIBLIOGRAFÍA

Directrices para el desarrollo del Turismo Comunitario, WWF (2001)

Turismo y atenuación de la pobreza: recomendaciones para la acción, OMT (2006)

<http://www.pasosonline.org/articulos/702-123>

Compartiendo buenas prácticas impactos del turismo rural comunitario en costa rica. por: Alberto Barrera.

*Empleo rural no agrícola y diversificación del ingreso en Colombia* CEPAL  
<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/4/22444/lcl2096edeininger.pdf>

Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta, OIT (2006), Carlos Maldonado.