



PRIMER ENCUENTRO NACIONAL
Turismo Comunitario

INFORME DE RESULTADOS
PRIMER ENCUENTRO NACIONAL DE
TURISMO COMUNITARIO

Abril, 2012

Presentación.....	3
Agradecimientos.....	4
1. ¿Por qué un Encuentro Nacional de Turismo Comunitario en Chile?.....	5
1.1 Turismo Comunitario	5
1.2 Travolution.org	6
1.3 Turismo Comunitario en Chile	7
1.4 Programa de Trabajo	7
1.5 La convocatoria.....	8
1.6 Los Participantes.....	8
2. Caracterización de los emprendedores participantes en el encuentro.	10
2.1. Características demográficas de los emprendedores.....	10
2.2. Características de los Emprendimientos.....	10
2.3. Características de los turistas.....	11
3. Sistematización y reflexiones en torno a las mesas de trabajo	13
3.1 Mesa de trabajo I “¿Qué es el turismo comunitario?”: Una definición de Turismo Comunitario para Chile.....	13
3.2 Mesa de trabajo II “El turismo comunitario como intercambio. ¿Cómo es y qué busca el turista que visita emprendimientos comunitarios? ¿Qué esperan las comunidades del turismo y de los turistas?”: oferta y demanda de turismo comunitario en Chile.....	15
3.3 Mesas de trabajo III y IV: “Una red nacional de turismo comunitario para Chile Sesiones I y II”	16
4. Análisis FODA y evaluación post-Encuentro de los resultados esperados.	19
5. Consideraciones finales en torno al desarrollo futuro del Turismo Comunitario en Chile.	22
6. Bibliografía	24
ANEXOS	25

Presentación

Entre los días 17 y 20 de noviembre de 2011 se celebró en el Valle de Elicura, Región del Biobío, el **Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario**. La actividad tuvo dos días destinados al desarrollo de las mesas de trabajo y otros dos, de feria abierta al público. Concurrieron actores relevantes para el desarrollo de este sector en nuestro país: representantes de las propias comunidades, de universidades, ONG, organismos públicos y de agencias y operadores del sector turístico.

El presente documento tiene como objetivo presentar una síntesis de las temáticas discutidas durante los dos primeros días de trabajo, destacando los aspectos principales de cada una. Se divide en cuatro apartados: el primero da cuenta de cómo surge y se desarrolla la idea de organizar el Primer Encuentro de Turismo Comunitario en Chile; el segundo recoge las principales reflexiones en torno al programa de trabajo; el tercer apartado presenta un breve análisis FODA sobre el turismo comunitario en nuestro país y una evaluación post encuentro de los resultados esperados a priori para el mismo. Por último, se presenta una serie de consideraciones que habrán de ser tenidas en cuenta en futuras instancias o programas orientados al desarrollo del turismo comunitario en Chile.

Agradecimientos

Realizar en Chile el Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario fue un ejercicio de fe: en un sector del cual poco o nada se sabía en el país; entre personas que no se conocían, y de parte de organizaciones que, pese a todo, creyeron en la actividad y en las proyecciones del turismo comunitario como herramienta para el desarrollo local sostenible.

A todos ellos queremos expresar nuestro agradecimiento, pues fueron piezas clave para que la jornada se llevara a cabo con éxito.

En primer lugar, corresponde agradecer al Centro Cultural Rayen Wekeche, que en representación de la comunidad de Elicura asumió con gran dedicación el desafío de co-organizar este gran encuentro. Su aporte a la pertinencia cultural del evento fue determinante.

Un reconocimiento especial merece la Municipalidad de Contulmo y la Mesa Público Privada de Turismo de Arauco que, en su calidad de anfitriones, adoptaron el encuentro como propio, dándole todo su respaldo. Lo mismo hizo la comunidad del valle de Elicura que acogió con hospitalidad a todos los participantes.

Los organismos públicos vinculados a la actividad también se hicieron presentes a través de sus oficinas regionales en Biobío: el Servicio Nacional de Turismo (Sernatur), la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (Conadi) y el Instituto Nacional de Desarrollo Agropecuario (INDAP). Su apoyo fue esencial como avales del compromiso del Estado con este naciente sector.

Desde el mundo privado, NESsT y CET Biobío confiaron en esta iniciativa y su proyección como fuente de desarrollo a múltiples micro emprendimientos, haciendo posible con su aporte la realización de este encuentro.

Agradecemos también a la carrera de Ecoturismo de la Universidad Andrés Bello sede de Concepción, su colaboración a la hora de registrar las conversaciones y al CEDEL de la PUC Villarrica, por su gran labor al desarrollar un instrumento que permitiera elaborar los primeros datos para la línea de base en este sector, algunas de cuyas conclusiones se adelantan en este documento.

Por supuesto, merecen un reconocimiento especial los emprendedores, representantes de agencias y tour operadores, de organismos públicos y privados, académicos y estudiantes, artesanos y artistas, y todos aquellos que participaron en el encuentro, contribuyendo con su experiencia y perspectiva a enriquecer el debate y lograr un excelente resultado final.

Por último, nuestro más sincero agradecimiento a todo el equipo de Travolution, quienes pusieron todo de su parte, y a veces más, para sacar adelante lo que en algún momento fue solo un sueño y hoy es el punto de partida para una estrategia que otorgue identidad y desarrollo para el turismo en Chile.

1. ¿Por qué un Encuentro Nacional de Turismo Comunitario en Chile?

La iniciativa de celebrar en Chile un encuentro de turismo comunitario a nivel nacional se entiende mejor conociendo la filosofía de sus organizadores y partiendo de una definición amplia, aunque fundamentada, de esta actividad de creciente expansión en todo el mundo.

1.1 Turismo Comunitario

Podemos definir el turismo comunitario como “una forma de organizar la actividad turística (no una modalidad de turismo) en la que la comunidad tiene el papel protagonista en su diseño y gestión, y en la que los beneficios obtenidos tienen aplicación, al menos parcial, en ámbitos de interés colectivo” (Pereiro, 2011). Se trata de una definición muy abierta pues, como indican Cañada y Gascón (2007), “no hay un modelo de Turismo Comunitario aplicable universalmente”.

El turismo comunitario ha experimentado un importante desarrollo en los últimos años, pasando a formar parte de la estrategia nacional de turismo de países tan bien posicionados en el sector como Perú y Costa Rica¹.

Si se debe elegir una característica específica de este tipo de turismo, esta es que su propuesta de valor se fundamenta en la vivencia de experiencias interculturales entre viajeros y miembros de las comunidades anfitrionas.

Coherente con esto, en el mundo cobra cada vez más importancia el movimiento de turismo “responsable”, caracterizado por el anhelo de los viajeros de contribuir a un desarrollo local sostenible, desde la perspectiva económica, social y medioambiental. Los turistas están dispuestos a pagar más y a llegar más lejos en busca de experiencias de este tipo. El Servicio Nacional de Turismo (Sernatur, 2010) ha advertido el fenómeno y plantea:

“Ha aparecido un nuevo tipo de turista, más sensible a nuevas experiencias y valores, con mayor criterio en sus procesos de decisión, más respetuoso de las culturas locales y capaz de valorar contenidos culturales auténticos e interpretados con rigor. Perspectiva que debe originar un cambio en la generación de la oferta, ya que debe estar adecuada a las nuevas necesidades de los turistas (...)

Por esto, hay que mejorar el valor ofrecido al cliente con experiencias turísticas que diferencien y potencien la personalidad de Chile como destino turístico, convirtiendo la relación con el cliente en el nuevo paradigma para la gestión de los productos y servicios turísticos chilenos”.

La riqueza y diversidad natural y cultural del país lo sitúan en una posición aventajada en este sentido y corresponde a los emprendedores saber capitalizar estos recursos, generando una oferta auténtica, diferenciada y de calidad.

Así lo han comprendido muchas comunidades rurales de todo el país, que han visto en el turismo una alternativa para generar ingresos complementarios, aprovechando y potenciando su valioso patrimonio cultural y también natural. De allí que en los últimos años hayan surgido diversos emprendimientos, en forma independiente o con el respaldo de organizaciones no gubernamentales y de entidades públicas, a través de fondos de apoyo a la emprendimiento y al desarrollo agrícola.

A pesar de este propicio escenario, los emprendimientos comunitarios de Chile presentan una serie de dificultades, asociadas, entre otras causas, a su desconexión geográfica, su inexperiencia en la industria y, muchas

¹ Diversos países han incorporado como parte de esta estrategia la creación de redes nacionales de turismo comunitario, entre las que cabe destacar, por su cercanía con nuestro país, la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (Raturc), la Red Boliviana de Turismo Solidario y Comunitario (Tusoco), la Red de Turismo Comunitario de Perú (Redturs) y la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (Feptce).

veces, a la ausencia de capacidades técnicas necesarias para la gestión de proyectos de este tipo². La falta de estrategias comunes de posicionamiento de destino y de inserción en el mercado nacional y extranjero también atentan contra el logro de los resultados esperados por los muchos emprendedores que están iniciando actividades en esta industria.

La articulación de redes y la capacitación de los emprendedores resultan, entonces, elementos clave para superar las dificultades existentes y elaborar estrategias que permitan consolidar este tipo de oferta a nivel nacional e internacional.

Así, se hacía necesario generar herramientas e instancias que permitan a los emprendedores mejorar sus conocimientos y capacidades, junto con articular redes y alianzas, de modo que puedan llevar adelante sus proyectos de una manera más competitiva. El desarrollo de instancias que fomenten la asociatividad y faciliten el establecimiento de estrategias y planes de acción comunes para el sector resulta esencial, y puede marcar la diferencia en el logro de los objetivos y metas propuestas para el turismo comunitario en el país.

1.2 Travolution.org

Travolution busca construir la primera red global de turismo comunitario. Para esto, desarrolla su actividad en torno a cuatro grandes áreas, a saber:

- Plataforma comercial.
- Articulación de Redes.
- Desarrollo Local.
- Investigación & Desarrollo.

La red de Travolution se fundamenta en la premisa de que el turismo, adecuadamente planificado, puede ser una herramienta útil para el desarrollo local sostenible. El espíritu intercultural de la red está presente desde el mismo momento de su creación, en 2009, cuando tres jóvenes de diferentes países –entre ellos, Chile- decidieron dar vida a una organización internacional que contribuyera a conectar emprendimientos de turismo comunitario y a turistas en todo el mundo.

Travolution tiene por **misión** facilitar experiencias interculturales que permitan encuentros beneficiosos para viajeros y comunidades locales, a través del turismo comunitario

Durante sus dos años de operación en Chile, el trabajo de Travolution se ha desarrollado siempre en estrecho contacto y colaboración con las comunidades locales interesadas en formas de turismo sostenible. Recogiendo las inquietudes de las mismas, la organización confirma su percepción de que el turismo es una actividad con importantes desafíos por delante, siendo uno de ellos el hecho de que los diferentes emprendimientos del país se encuentran atomizados, sin intercambio de información y experiencias entre sí. Así, en marzo de 2011 se reúnen diversos miembros de Travolution-Chile, entre ellos representantes de comunidades, profesionales de apoyo al desarrollo local y miembros de operadores turísticos locales, dando origen a lo que sería el Encuentro. En dicha oportunidad, Manuel Maribur, representante del Centro Cultural Rayen Wekeche, de Elicura, propone realizar el Encuentro en el Valle, para darle mayor pertinencia cultural. Desde ese momento, el equipo de Travolution comienza a organizar un evento en el que puedan coincidir tanto las comunidades, como el resto de actores implicados en el desarrollo del turismo comunitario en Chile.

² A este respecto se puede observar el caso de la Red Lickan Huasi, como uno de los proyectos más representativos de las dificultades que enfrentan las comunidades para lograr tener éxito en sus emprendimientos. Este proyecto buscó generar una red de alojamientos rurales en diversos lugares de la región de Antofagasta. Estos albergues son administrados por las comunidades y tenían la intención de atraer a los turistas a visitar cada uno de los lugares donde estaban insertos. Hoy en día la afluencia de visitantes a estos albergues es prácticamente nula.

1.3 Turismo Comunitario en Chile

Hasta el momento de la realización del Encuentro, el turismo comunitario no formaba parte de la estrategia en turismo a nivel estatal o regional, pese a que las iniciativas relacionadas con esta forma de organizar la actividad se han multiplicado en los últimos años. Como hemos dicho, se trata de emprendimientos puntuales y desarticulados que se desarrollan en contextos locales. Por esto mismo, deben hacer frente a serias dificultades para insertarse adecuadamente en un mercado altamente competitivo, como es el turístico.

Si bien muchos emprendimientos chilenos de turismo comunitario que se iniciaron hace algunos años no han conseguido sobrevivir hasta la actualidad, siguen proliferando iniciativas y proyectos, y existen ciertos emprendimientos (Trekaleyin, Lago Budi o Ecored Lickan Antay se encuentran entre los más significativos) que van sumando años de experiencia, consolidando sus sistemas de gestión y arrojando resultados positivos en términos económicos, socioculturales y de protección medioambiental. Todo lo anterior evidencia que continúa el interés por el turismo comunitario tanto entre las propias comunidades, como en organismos del cuarto sector y entre los turistas, cada vez más sensibilizados en torno a los principios del turismo sustentable.

En este contexto adquiere todo su sentido la celebración de un Encuentro Nacional de Turismo Comunitario, el cual tuvo entre sus principales objetivos, los siguientes:

- Congregar a los emprendedores de turismo comunitario del país.
- Difundir e incentivar experiencias nacionales exitosas e innovadoras de turismo comunitario.
- Generar y fortalecer redes de trabajo y encadenamientos productivos.
- Identificar problemáticas y oportunidades comunes a los emprendimientos turísticos comunitarios en el país.
- Desarrollar alianzas estratégicas para la comercialización de los servicios ofrecidos por las comunidades.
- Posicionar el turismo comunitario a nivel de política pública y de potenciales clientes.

El Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario tuvo como objetivo general fortalecer la generación de redes de trabajo, aprendizaje y comercialización de emprendimientos turísticos comunitarios de todo Chile.

Organización del Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario.

A fin de mostrar toda la coherencia posible con la razón de ser del Encuentro (contribuir a que el turismo comunitario sea una herramienta eficaz para el desarrollo local en zonas alejadas de los centros económicos más importantes del país), se eligió el Valle de Elicura como sede para su celebración. El Centro Cultural Rayen Wekeche, que había tenido además un papel fundamental en la génesis de la idea de organizar un evento así, podía de este modo implicarse en su organización desde el terreno, confiriendo al Encuentro el enfoque "desde las bases" deseado.

Cabe destacar también el apoyo y contribución permanente de la Municipalidad de Contulmo, de la directiva del Consejo Público Privado de Turismo de la Provincia de Arauco y el auspicio de INDAP, NESsT, Sernatur Biobío y CONADI Biobío.

1.4 Programa de Trabajo

Para la elaboración del programa de trabajo se aplicó un enfoque similar: se desarrolló un cuestionario a partir de la sistematización de diversas temáticas relacionadas con el turismo comunitario que se hizo circular previamente entre diferentes comunidades y se publicó en Internet, en el sitio dedicado al encuentro, www.turismocomunitario.cl. Las preguntas formuladas se habían identificado durante los dos años de trabajo en Chile de Travolution, como resultado de su relación permanente con comunidades. Lo anterior fue complementado con la consulta de literatura específica y el estudio de casos internacionales. Las personas que revisaron la sistematización, ordenando las temáticas por orden de importancia, comentándolas y añadiendo otros aspectos, también formaban parte del grupo (miembros de comunidades, técnicos de proyecto) que Travolution había logrado sumar a su base de datos de turismo comunitario. Fruto de este trabajo colectivo, quedaron definidas las temáticas que serían finalmente abordadas durante el programa (ver anexo 1).

La esencia del Encuentro fue la celebración de mesas de trabajo en la que grupos heterogéneos (miembros de comunidades, representantes de la academia, ONG, organismos públicos, y profesionales del sector turístico) pudieran conversar y debatir participativamente sobre las temáticas seleccionadas. Se elaboraron metodologías para cada una de esas mesas, de modo que fuera posible potenciar y orientar el diálogo desarrollado en cada discusión, al tiempo de sistematizar sus conclusiones. Como resultado, en las conversaciones fueron surgiendo nuevas cuestiones relevantes para los participantes.

El programa basado en conversaciones semiestructuradas en mesas de trabajo se completó con exposiciones relacionadas también con las principales temáticas identificadas. Los ponentes representaron a todos los colectivos presentes y mantuvieron un enfoque participativo, pues habían sido invitados a emplear un tono no académico ni técnico, que favoreciera la implicación de la audiencia tras cada exposición.

La combinación de todos estos elementos permitió que se pudiera hablar realmente de un **Encuentro**, no de un congreso o seminario. Este elemento contribuyó al protagonismo de las comunidades asistentes y a que se abordaran temas de su interés en un diálogo horizontal, donde se respetaron todos los puntos de vista y las experiencias de cada participante, desde sus diversos roles.

1.5 La convocatoria

Una de las dificultades más singulares del Encuentro fue precisamente contactar a todos los emprendimientos de turismo comunitario del país. Éstos presentan una gran movilidad (cambios en sus directivas, correos y teléfonos de contacto, entre otros) y en muchos casos no están presentes en Internet o en listados oficiales de servicios que permitan fácilmente su identificación y contacto. Así, se destinaron múltiples horas de trabajo para el sondeo de emprendimientos y el establecimiento del contacto inicial para el posterior envío de información.

Asociado a lo anterior, en diversos casos se debió destinar espacios importantes de las conversaciones a definir en conjunto con los mismos representantes de comunidades el concepto de “turismo comunitario” para contrastar si efectivamente sus emprendimientos eran parte de este sector o no.

La convocatoria del Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario es un elemento que no debe ser tomado a la ligera. Para Travolution y para diversos colaboradores del evento, la experiencia mostraba que la convocatoria sólo daría resultado en la medida en que quien convocara fuera validado por los representantes de los emprendimientos. Así, el proceso era mucho más complejo que simplemente enviar invitaciones. Así, el equipo de Travolution y del Centro Cultural Rayen Wekeche, recurrió a toda su red de contactos, en múltiples regiones del país, para difundir la convocatoria entre emprendedores y los miembros de la organización contactaron personalmente vía teléfono y/o presencial a los representantes de los emprendimientos con los que tenían contacto.

Es este un hecho que caracteriza actualmente al turismo comunitario en Chile, y que por sus implicaciones en la competitividad de los emprendimientos deberá ser tenido en cuenta en el futuro, especialmente en lo que refiere a sistemas de reservas, organización de programas y paquetes turísticos y relaciones con instituciones públicas y privadas.

Complementando lo anterior, se inició una fuerte campaña mediante la prensa escrita, radial y digital de periódicos regionales y nacionales (Ver anexo 2) con el objetivo de dar a conocer a la opinión pública la existencia de esta alternativa turística –y productiva- y reforzar la convocatoria al encuentro.

Pese a que el turismo comunitario no era fácilmente identificado como tal por todos los organismos públicos y académicos convocados, una vez aclarado el concepto y sus proyecciones, se obtuvo en general una respuesta positiva.

1.6 Los Participantes

El Encuentro contó con la presencia de 110 personas (85 inscritos y 25 estudiantes colaboradores)³, distribuidas en los dos primeros días de debate. La Feria tuvo 30 stands de emprendimientos turísticos comunitarios y artesanos de primera calidad vinculados a ellos, además de 3 presentaciones musicales y una obra de teatro, todos con pertinencia cultural Mapuche. A esta actividad asistieron alrededor de 1.500 personas, en su mayoría correspondientes a familias de las ciudades y localidades aledañas.

Del número de asistentes al Encuentro, 40 correspondieron a representantes de comunidades, provenientes desde Pica (comunidad de Cancosa) hasta Osorno (representantes de Mapulahuai). Por otra parte, alrededor de 20 de los participantes fueron personas pertenecientes a tour operadores y agencias de viajes, así como consultores nacionales e internacionales y otros profesionales del sector. Los organismos públicos y los académicos estuvieron representados por un más de 15 personas, además de los 25 estudiantes/colaboradores que también participaron activamente del Encuentro.

Destaca la participación en el programa de actividades de INDAP y del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. De igual forma, la presencia de Sernatur y Conadi regionales, representantes de diversas municipalidades. En el ámbito académico, el Encuentro contó con la colaboración de la Universidad Andrés Bello, sede Concepción, para la grabación de las mesas de trabajo y del CEDEL de la Pontificia Universidad Católica de Villarrica, para la generación de un instrumento de medición de información básica que permitiera establecer un antecedente importante para la elaboración de una línea de base del turismo comunitario a nivel nacional.

Los representantes de tour operadores, agencias y otras empresas, junto a los emprendedores turísticos comunitarios protagonizaron una rueda de negocios que tuvo lugar durante la segunda jornada de trabajo y que puede ser considerada la primera en su tipo realizada en el país.

³ Se puede ver un detalle de los participantes inscritos en el anexo 4. Un detalle de los stands de la feria en Anexo 4.

2. Caracterización de los emprendedores participantes en el encuentro.

El presente apartado sintetiza los datos elaborados por el Centro de Desarrollo Local, Educación e Interculturalidad, de la PUC sede Villarrica a partir de la encuesta de autoaplicación diseñada por ellos para elaborar una línea de base descriptiva respecto de los emprendimientos turísticos comunitarios participantes en el primer encuentro nacional.

Si bien los datos son relevantes, las conclusiones a partir de la encuesta deben ser consideradas con moderación debido al tamaño muestral (n=30), que no permite establecer inferencias respecto del universo del turismo comunitario en Chile. De cualquier forma, esta información constituye el primer referente en su tipo en este sector productivo⁴.

2.1. Características demográficas de los emprendedores.

La mayoría de los emprendedores que contestaron la encuesta pertenecen a la región del Biobío o regiones aledañas, especialmente la Araucanía. Destaca también la presencia de emprendedores de las regiones de Tarapacá, Antofagasta y los Ríos. De ellos, un 57% son mujeres, lo que podría relacionarse con el hecho de que el turismo comunitario sea una actividad complementaria a otras actividades desarrolladas por jefas de hogar.

2.2. Características de los Emprendimientos.

Los emprendimientos que participaron del encuentro pertenecen, en su mayoría, a la categoría de micro empresas, dado que dos tercios de ellos cuentan con menos de nueve empleados un tercio factura menos de \$22.000.000 anuales. No obstante lo anterior, se observa que una gran parte (40%) de los emprendimientos participantes en el encuentro cuenta con más de cinco años de funcionamiento y otro porcentaje importante (30%) tiene un rango de existencia en el mercado de entre 1 y 5 años. Así, se observa que los emprendedores tienen experiencia en el área.

Emprendimientos por tiempo de actividad



Destaca, no obstante, el que si bien la mayoría (60%) destaca que sus emprendimientos se encuentran formalizados, pocos pudieron responder a la pregunta respecto de iniciación de actividades en el SII. Esto permite concluir que asesorías en gestión empresarial serán bienvenidas en el sector. De igual forma, pocos mencionaron llevar un registro adecuado de sus ingresos y/o visitas, lo que afecta directamente a sus estrategias de desarrollo y modelos de sostenibilidad.

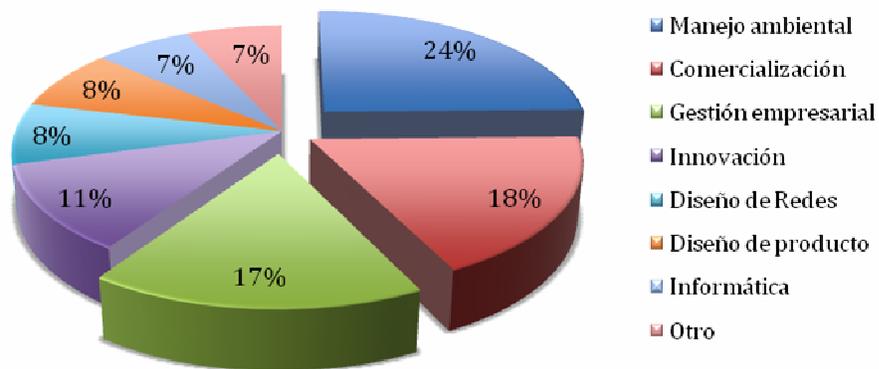
Dentro de las actividades que se ofrecen, destacan especialmente aquellas relacionadas con los estilos de vida tradicionales de los emprendedores (cabalgatas, senderismo, actividades en rukas, entre otros), en contraste con otras actividades que pueden requerir mayor preparación o sofisticación técnica.

⁴ El informe elaborado por el CEDEL se encuentra disponible íntegramente en el anexo 5.

En cuanto a las fuentes de apoyo que reciben estos emprendimientos, destaca fuertemente la presencia de INDAP, Fosis y Conadi como fuentes de apoyo financiero, capacitación y asistencia técnica. También aparecen como instituciones que apoyan en estos sentidos CORFO, Sercotec e instituciones privadas. En mucho menor medida Sernatur.

Las áreas de capacitación prioritarias para los emprendedores fueron manejo ambiental, comercialización y gestión empresarial.

Áreas prioritarias para capacitación según emprendedores

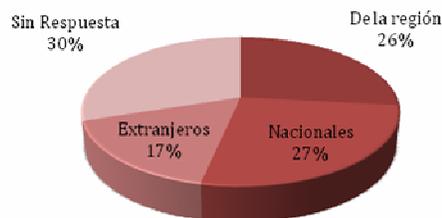


2.3. Características de los turistas.

De acuerdo a lo declarado por los emprendedores, el mayor porcentaje de turistas que reciben es chileno, con una marcada presencia de gente de la misma región del emprendimiento. Cabe destacar, eso si, que los turistas extranjeros tienen un porcentaje importante de participación, especialmente considerando que estos emprendimientos tienen pocas herramientas para difusión internacional.

Los datos del presente instrumentos deben ser considerados en su alcance regional. El turismo en las regiones del Bío-bío y Araucanía se caracteriza por tener una marcada presencia regional y el turismo Mapuche por suscitar un gran interés en la comunidad internacional. Realizar esta indagación en otros sectores del país podría brindar un panorama más adecuado respecto de la situación a nivel nacional y en las zonas norte, central y austral del país.

Clientes por procedencia



Para realizar su difusión, la mayoría de los emprendimientos cuenta con presencia en Internet, ya sea a través de páginas web o presencia en redes sociales (como Facebook). Complementan esta estrategia con la participación en ferias y con la impresión de folletería.

De los turistas que visitan este tipo de emprendimientos, destacan dos grandes grupos: familias y jóvenes. Existe ausencia de registro de grupos de tercera edad o de parejas adultas, lo que puede consistir en nichos de mercado no explotados para el sector.

Otro aspecto a destacar es la marcada estacionalidad del funcionamiento de los emprendimientos. A pesar de mantenerse disponibles todo el año, la gran mayoría de los turistas solo llegan durante la temporada de verano, lo que se puede relacionar con el tipo de turistas que los visitan. Ampliar estos segmentos de mercado puede implicar una mejor distribución de la estacionalidad con que operan hoy en día, y que coincide con la mayor actividad tradicional de los emprendedores (principalmente agro-ganadera).

3. Sistematización y reflexiones en torno a las mesas de trabajo

Desde Travolution.org hemos procedido a la transcripción y sistematización de la información generada durante las conversaciones que se produjeron durante las mesas de trabajo. Además se integra en el análisis parte de la información levantada mediante la encuesta aplicada a los participantes por el CEDEL, de la PUC sede Villarrica.

3.1 Mesa de trabajo I “¿Qué es el turismo comunitario?": Una definición de Turismo Comunitario para Chile.

El Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario abrió sus jornadas de trabajo y diálogo en torno a un tema clave: el de profundizar en la **definición del turismo comunitario en Chile**.

El objetivo de esta mesa consistió en identificar aquellos elementos que son o deberían ser esenciales para una definición de este tipo de turismo, junto a aquellos otros en torno a los que no existe consenso, así como los factores críticos sobre los que es necesario incidir para que el desarrollo de esta forma de organizar la actividad turística -aún incipiente en Chile- resulte viable y tenga efectos positivos para las comunidades. Así, no se trataba de dar con una definición cerrada y definitiva, sino de fomentar el diálogo y el desarrollo de consensos en torno a este tema tan fundamental para el sector.

Los participantes intercambiaron sus puntos de vista y llegaron a consideraciones importantes, que en buena medida coinciden con las que el Turismo Comunitario suscita en otros países en los que se ha puesto en marcha. Así, a pesar de la dificultad para acotar una definición universal, los asistentes coincidieron al destacar un **sistema de gestión común y repartición justa de los beneficios** como factores indispensables en toda iniciativa de turismo comunitario.

Estas son algunas de las definiciones elaboradas por los grupos de trabajo en que se dividieron los asistentes (otros elementos destacados tras la transcripción y sistematización de las conversaciones, en anexo 5):

[...el turismo comunitario es...] *“Un tipo de desarrollo colectivo construido por una comunidad desde abajo, donde el fundamento es una identidad colectiva para buscar un desarrollo propio y establecer relaciones comunes en un territorio. (Rural – Urbano, campesino – indígena). Tiene por delante importantes desafíos, como el uso participativo de la propiedad y de los residentes. Políticas e institucionalidades adecuadas. Valorización y fortalecimiento de las organizaciones.”*

[...el turismo comunitario consiste en...] *“Comunidades organizadas con el control de sus recursos que ofrece diversas actividades y servicios relacionados con sus costumbres y tradiciones”*

Desde otra perspectiva, algunas visiones se muestran poco conformes con el uso de la fórmula “turismo comunitario”, al entenderla como *“una definición del mundo occidental hacia los pueblos originarios”*

En cualquier caso, los miembros de las comunidades presentes subrayaron la necesidad de integrar el respeto a la Madre Tierra (es decir, que las actividades turísticas se desarrollen bajo principios de sustentabilidad), y de lograr que el turismo comunitario se convierta en un vehículo a través del cual dar a conocer y **compartir** ciertos aspectos de su cultura y sus formas de vida. Una de las personas presentes afirmaba: “yo tengo entendido que el turismo comunitario es que tú ofrezcas tu hogar al turista, entonces tú lo acoges en tu casa y le muestras lo que tú haces”.

Muchas comunidades están integradas por población originaria, de modo que para ellas el **territorio**, las **tradiciones** y el **patrimonio cultural común** juegan un papel importante y están en la base del turismo que desarrollan o desean poner en marcha. A la vez, esperan que el turismo comunitario contribuya a la valoración de estos elementos dentro y fuera de la propia comunidad.

En otro aspecto, hubo consenso general al afirmar que el turismo comunitario no tiene por qué desarrollarse sólo en comunidades de pueblos originarios, y que cualquier conjunto de personas con intención de promoción común, que trabaje por el **bien colectivo** puede llamar “comunitarias” a sus actividades turísticas. De este modo, una conclusión que surgió con claridad es la de que **el turismo comunitario no es compatible con iniciativas basadas exclusivamente en la propiedad privada, con actividades gestionadas desde fuera de la comunidad, ni con emprendimientos empresariales a gran escala.**

“para mí el turismo comunitario es **compartir** mi hogar por un día o por dos días con el turista”
Declaración de una mujer atacameña durante el Encuentro.

Por su parte, los representantes de universidades, ONG y entes públicos, así como otros profesionales del turismo, insistieron especialmente en que, desde su punto de vista, **el turismo comunitario debe caracterizarse por un sistema de distribución de beneficios equitativo y transparente**, que sea gestionado por la comunidad y establezca lazos con otros actores que operen y creen en principios de sustentabilidad y ética turística. En este sentido, es posible afirmar que la identificación de modelos de gestión adoptados en otros lugares del mundo, así como su análisis para justificar las claves de su buen funcionamiento, constituyen un aspecto clave que debería ser abordado en un futuro próximo, a fin de poder incorporarlas con legitimidad y éxito al caso chileno.

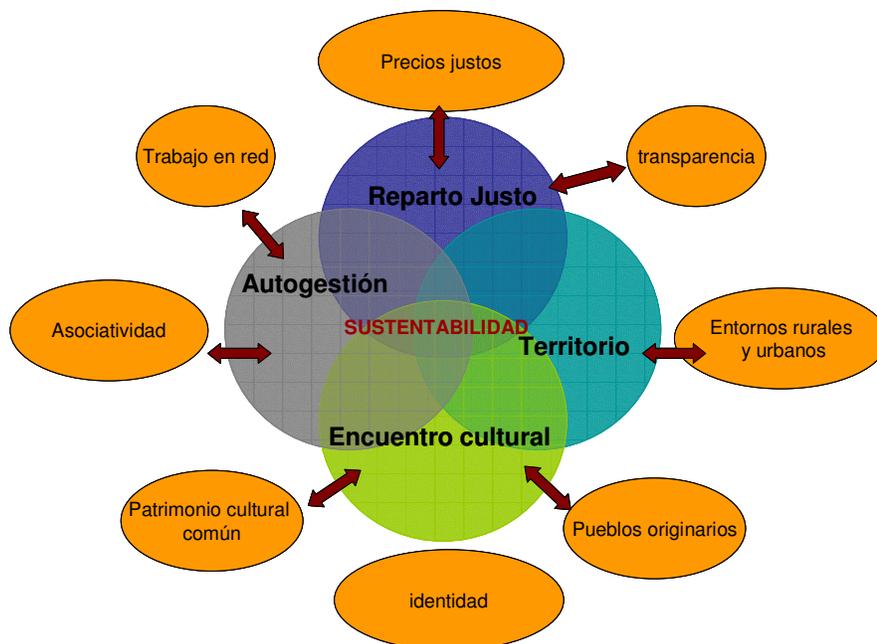


Ilustración 1: Esquema con los principales conceptos asociados a la definición de turismo comunitario, de acuerdo con las declaraciones de los participantes en la Mesa I.

En definitiva, las conversaciones que generó esta primera instancia de diálogo entre los asistentes al Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario fueron enriquecedoras y propiciaron el intercambio de opiniones entre personas clave para el desarrollo de la actividad a lo largo de todo el país. Personas que, sin embargo, hasta ese momento no habían tenido ocasión de encontrarse para manifestar sus inquietudes y puntos de vista.

Como en otros lugares de América Latina y del mundo, la definición de Turismo Comunitario quedó abierta (ampliable, por ejemplo, también a entornos urbanos) y dejó ver que existen no pocos desafíos de fondo, entre los que cabe destacar el de dar con un sistema efectivo de gestión turística y distribución de beneficios, la necesidad de planificación y prevención de impactos negativos sobre el territorio, y el uso problemático de los recursos culturales, sobre cuya utilización y mercantilización las comunidades se muestran a menudo preocupadas, e incluso, a veces, divididas.

3.2 Mesa de trabajo II “El turismo comunitario como intercambio. ¿Cómo es y qué busca el turista que visita emprendimientos comunitarios? ¿Qué esperan las comunidades del turismo y de los turistas?”: oferta y demanda de turismo comunitario en Chile.

La segunda mesa de trabajo tuvo como objetivo conocer las motivaciones de comunidades y turistas. Se trataba, principalmente, de llevar a las comunidades una información que no es fácilmente accesible, tanto por la escasez de estudios específicos, como porque las vías para su difusión no suelen ser las más apropiadas para llegar con eficacia hasta ellas⁵. Del mismo modo, los representantes de emprendimientos comunitarios tuvieron la ocasión de declarar sus motivaciones cuando ponen en marcha actividades turísticas, es decir, de sensibilizar a los potenciales turistas y propiciar un intercambio en el que las expectativas de ambas partes se ven satisfechas a través del turismo.

El análisis de las conclusiones a las que llegaron los diferentes grupos de trabajo muestra gran homogeneidad en cuanto a las declaraciones de las comunidades. La ilustración 2 muestra los conceptos más destacados y significativos en este sentido.



Ilustración 2: Principales motivaciones de las comunidades a la hora de emprender actividades turísticas, según sus

Como apuntábamos, la valorización de su **identidad** se encuentra en la base de sus motivaciones. Esta autenticidad es el principal valor del producto que los emprendimientos turísticos comunitarios quieren vender, siempre dentro de ciertos límites que permitan la salvaguarda de sus tradiciones, y que ellos mismos y de forma interna deben

⁵ Al tratarse de una forma de organizar la actividad turística, más que de un “tipo de turismo”, no es fácil contar con estudios de demanda específicos para el turismo comunitario, y es necesario acudir a aquellos que se refieren a segmentos afines, como el turismo natural (ecoturismo, turismo sostenible...) y el cultural. Además, la forma en que los datos recabados suelen presentarse son los propios de la academia o de instituciones burocratizadas (organismos públicos, ONG, consultores). Esta vía no resulta útil para los oferentes de servicios turísticos comunitarios, que pueden no tener acceso a los informes o encontrar que una información así presentada no es lo suficientemente concreta y pragmática.

establecer. A la vez, consideran que el turismo comunitario constituye una oportunidad para rescatar y dar un valor a veces negado a dicha identidad, y también una herramienta para la conservación del entorno natural.

Cabe destacar que aunque las comunidades ven en el turismo una herramienta para mejorar y diversificar sus ingresos, ésta no aparece como su única motivación. Por el contrario, la posibilidad de visibilizar y contribuir a la valoración de su cultura aparece con fuerza en sus declaraciones. De nuevo, el acento se pone en la identidad, como afirmaba una mujer atacameña presente en el Encuentro: “si tú vas a empezar a ofrecer un producto, no es para llenarte los bolsillos de plata porque es imposible. Es para mostrar lo que uno tiene, su identidad. [...] *queremos hacer turismo para mostrar lo que somos y llegar a la gente*”.

*“queremos hacer turismo
para mostrar lo que somos
y llegar a la gente”*

*Declaración de una mujer
atacameña durante el Encuentro.*

Este punto es sumamente relevante puesto que concuerda con una necesidad sentida por parte de operadores internacionales de turismo respecto de Chile como destino. En el estudio encargado por Sernatur en 2010 respecto de la demanda turística potencial de Chile se enfatiza que nuestro país se mantiene como un destino de segunda categoría respecto del mercado latinoamericano precisamente porque es percibido como un destino “sin identidad”. La propuesta turística que las comunidades quisieran desarrollar presentaría este aspecto, a la luz de esta mesa de trabajo, como su principal fortaleza y puede convertirse en un gran motor para la industria turística global del país si se trabaja adecuadamente, y considerando los requerimientos de estos emprendedores para ello.

El análisis de las motivaciones de los turistas a la hora de hacer turismo comunitario, según lo conversado durante el Encuentro, confirma que la identidad también es la base de sus expectativas y razones para realizar un turismo de estas características (ver anexo 5)

Además de identidad, son dos las palabras que resumen lo declarado por los participantes a la pregunta “¿qué quiere el turista?”: se trata de **conocimiento** (de historia, cultura, estilos de vida) a través de una experiencia vivencial, única, y de **calidad**. Es interesante resaltar que, mientras que los emprendedores comunitarios parecen tener muy claro que los potenciales turistas desean productos auténticos, no artificiales ni folclorizados, no existe la misma conciencia o claridad respecto a lo que su nicho de demanda potencial entiende por calidad. Ésta suele estar relacionada con la seguridad en los servicios (cabalgatas, actividades de aventura) y la disponibilidad de información completa y articulada. Sin embargo, algunos emprendedores asocian calidad a ciertos equipamientos de “símbolo de modernidad” (accesos asfaltados, TV en las habitaciones...), que en cambio pueden ser percibidos por los turistas como artificiales.

3.3 Mesas de trabajo III y IV: “Una red nacional de turismo comunitario para Chile Sesiones I y II”

Como se ha indicado al exponer la situación actual del turismo comunitario en Chile, entre otros aspectos es necesario crear sinergias entre los diferentes actores implicados, articular las iniciativas y dotarlas de mejores estándares de calidad, así como posicionar el turismo comunitario como una forma organizativa vinculada a principios de sostenibilidad. Estas necesidades se abordarían de forma más efectiva y organizada a partir de la creación de una red, y de hecho el avance en esta dirección es uno de los resultados esperados tras la celebración del Encuentro.

Durante el programa de trabajo, se dedicaron dos espacios o mesas a las conversaciones en torno a la posible creación de esta red. La primera de las mesas tenía como objetivo confirmar si existe un interés o no en su desarrollo, tanto por la totalidad de actores involucrados en el desarrollo turístico como, muy especialmente, por parte de las comunidades. Se trataba de indagar en las expectativas en torno a la red, y definir cuáles serían en primera instancia sus objetivos y utilidades.

La segunda mesa de trabajo se propuso profundizar en la misma línea, centrándose en los desafíos organizativos que la creación efectiva de la red debería afrontar, recogiendo propuestas para delinear su estructura organizativa, y definiendo a los principales agentes que la integrarían, así como sus roles respectivos.

¿Para qué la Red?

1. Para fortalecer la identidad de las comunidades.
2. Para fortalecer la identidad del turismo comunitario en Chile.
3. Para potenciar la organización y de esta forma que el desarrollo alcance a más personas.
4. Para tener más clientes
5. Para reducir costos y evitar las pérdidas producto de que se repiten las ofertas.
6. Para gestionar espacios de capacitación.
7. Compartir misiones y visiones, traspasar conocimientos y experiencias a otras comunidades.
8. Para formar alianzas estratégicas.
9. Para generar una mayor visibilidad de turismo comunitario.

Puesto que existe absoluta continuidad entre los temas tratados, las reflexiones en torno a estas dos mesas se recogen aquí de forma conjunta.

En lo que se refiere a los objetivos y utilidades que, según los asistentes, deberían definir a una futura Red Nacional de Turismo Comunitario, cabe destacar los siguientes puntos:

Analizando estas declaraciones, vemos que están presentes objetivos relacionados directamente con la competitividad de los emprendimientos (puntos 4, 5, 8 y 9), del mismo modo que vuelven a aparecer con fuerza conceptos relacionados con la identidad y el bienestar de las comunidades, a los que ya hemos aludido al comentar otras mesas de trabajo.

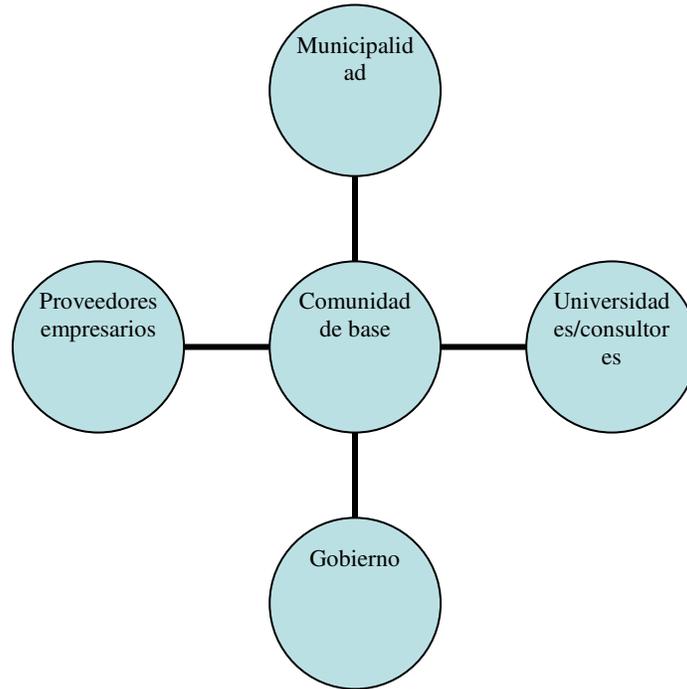
La propuesta de crear una Red de Turismo Comunitario en Chile fue, en general, muy bien acogida por los asistentes al Encuentro, que coincidieron en que es necesaria y constituye una buena oportunidad para mejorar los resultados de los emprendimientos, así como para afianzar y difundir algunos principios sobre los que el turismo comunitario debería basarse, relacionados con valores éticos y de sustentabilidad.

Pese a la buena aceptación y el interés en la creación de la red, los participantes se mostraron conscientes de los desafíos que plantea, y que pasan por definir conceptos básicos, crear instrumentos y metodologías de trabajo, así como definir los principios para su funcionamiento. Algunos de los asistentes se mostraron escépticos ante la posibilidad de que la red pudiera funcionar en el corto plazo, alegando que no se han podido superar, por el momento, las dificultades que plantean iniciativas de asociatividad y cooperación en ámbitos geográficos más reducidos (locales, regionales), o los problemas derivados de una accesibilidad deficiente a ciertas formas de comunicación, como Internet.

En cualquier caso, todos los presentes coincidieron en que para afrontar tales obstáculos resulta fundamental el apoyo de los organismos gubernamentales y del cuarto sector, así como la generación de vínculos con otros profesionales del turismo, especialmente los implicados en la comercialización.

Las propuestas en cuanto a una estructura organizativa para la red quedaron sólo esbozadas –como no podía ser de otra manera-, aunque hubo total unanimidad respecto a que una futura red debería nacer “desde abajo hacia arriba”, de modo que sean las comunidades las que se empoderen y lleven las riendas de su desarrollo.

Todas las propuestas, por tanto, coinciden en situar a las comunidades en centro de la estructura de la red. El siguiente esquema reproduce la propuesta más coincidente entre las que presentaron los participantes



4. Análisis FODA y evaluación post-Encuentro de los resultados esperados.

La información recabada durante la preparación y desarrollo del Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario nos permite elaborar un análisis FODA preliminar para el Turismo Comunitario en nuestro país:

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Abundancia de recursos culturales y naturales, y de un estilo de vida altamente valorados por la demanda: “turismo con identidad” - Algunas experiencias previas en gestión turística y herramientas online. - Algunos emprendimientos experimentados que pueden servir de modelo a otros nuevos, coherentemente con un enfoque de “abajo a arriba”. - Comunidades conscientes de su patrimonio natural y cultural, y deseosas de incorporar el turismo como una herramienta tanto para la conversación y recuperación de su patrimonio, como para su difusión. - Abundancia de recursos culturales y naturales, en total consonancia con los principios propios de la sustentabilidad. - Valor añadido basado en la identidad y la experiencia vivencial, de acuerdo con las expectativas de un nicho creciente de demanda. 	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de redes de TC a nivel nacional e internacional - Interés creciente por el TC, a nivel de financiadores, aliados y demanda potencial. - Efecto de “rendimientos crecientes” sobre la notoriedad y el posicionamiento al aplicar por primera vez estrategias de marketing y calidad al TC chileno. - Posibilidad de que el TC contribuya a mejorar el posicionamiento del destino Chile en su totalidad, al aportarle una identidad de la que actualmente carece (según percepciones de operadores internacionales) - Posibilidad de contribuir a la dinamización económica de zonas rurales o desfavorecidas. - Posibilidad de constituirse en herramienta para la conservación medioambiental. - Comunidades demandan un perfil de turista que coincide con el del turista responsable. El TR representa un movimiento en auge en el panorama internacional.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Miembros de muchas comunidades no poseen conocimientos previos de turismo. - Ausencia de posicionamiento de imagen de marca-destino para el TC comunitario en Chile. - Uso auto-limitado de elementos culturales. - A menudo no existen estrategias de marketing y promoción. - Chile no es actualmente un destino notorio en cuanto a TC. - Desarticulación de la oferta de turismo comunitario a nivel regional y nacional. - Baja articulación de la oferta a nivel de la comunidad. - Carencia de fondos propios. - Carencia, en muchos casos, de modelos de gestión y distribución equitativa de beneficios adecuados. - Escasa presencia de programas de TC en la oferta de agencias de viajes y turoperadores, lo que dificulta su comercialización. 	<ul style="list-style-type: none"> - El posicionamiento de los emprendimientos comunitarios se relaciona a menudo con cualidades que pueden ser negativas: frío, difícil accesibilidad, niveles de comodidad y calidad bajos. - Reducción de los viajes de larga distancia por el enfriamiento económico en los mercados emisores europeos (un importante nicho potencial para el TC chileno) - Conflicto interno potencial entre el uso de la cultura como recurso de marketing y el acceso real que el turista puede tener a la misma. - Malas experiencias que pudieran tener los turistas debido a la desorganización en la comunidad. - Iniciativas individuales que se presentan como comunitarias. - Peligro de degradación ambiental y desarticulación sociocultural si el turismo no se planifica y desarrolla de forma adecuada. - Riesgo de abandono en las primeras fases de los proyectos turísticos comunitarios, a causa de beneficios a largo plazo.

	- Riesgo de dependencia excesiva, si se desarrolla como "actividad monocultivo"
--	---

Por otra parte, y transcurridos varios meses desde la celebración del Encuentro, también es posible evaluar el éxito en la consecución de los resultados esperados a priori, en la fase de organización y preparación del evento:

RESULTADOS ESPERADOS	OBSERVACIONES
Creación de las bases para la Red Nacional de Turismo Comunitario.	Por su importancia de cara a la creación de sinergias, y a petición de las comunidades con las que ya existían conversaciones antes del Encuentro, dos de las mesas de trabajo giraron en torno a este tema. Gracias a esto fue posible confirmar el interés que existe por la creación de la Red, identificar sus principales objetivos y esbozar su estructura organizativa. Los próximos pasos para avanzar en la constitución de la Red consistirán en propiciar encuentros regionales de TC, donde se pueda levantar las problemáticas y oportunidades de los diversos territorios, al mismo tiempo de sumar nuevos miembros a la red, y consolidar el trabajo en el Segundo Encuentro Nacional de Turismo Comunitario.
Catastro formal de emprendimientos turísticos comunitarios del país.	El Encuentro constituyó una buena oportunidad para actualizar la base de datos de que Travolution ya disponía. Sin embargo, algunos antiguos emprendimientos no han tenido continuidad, mientras que otros nuevos han surgido. Las comunidades tienen acceso limitado a las TICs y a menudo no es fácil conocer sus iniciativas a través de Internet u otras vías de promoción turística. Por eso es necesario seguir invirtiendo recursos en la formalización de un catastro que permita a los emprendimientos comunitarios posicionarse como parte de la oferta turística del país.
Publicación de documento sobre las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del sector de turismo comunitario del país.	Se ha llevado a cabo un análisis FODA preliminar, en el que sería conveniente profundizar a partir de la identificación de otros emprendimientos y el trabajo conjunto con sus miembros.
Visibilidad pública de este sector turístico en el país, a través de presencia en los medios de comunicación.	El Encuentro logró tener alta presencia en medios de comunicación, con más de 140 apariciones en prensa entre agosto y diciembre de 2011.
Desarrollo de alianzas y vínculos	La asistencia de representantes de diversos organismos públicos, fundaciones y ONG (ver anexo 2) supuso importantes avances en este

<p>para la cooperación entre organizaciones públicas y privadas para fortalecer el desarrollo local a través del turismo comunitario.</p>	<p>sentido. Eso ha significado iniciar conversaciones y alianzas con organismos como Indap, CNCA, Segpres y oficinas regionales de Sernatur y Conadi, entre otros.</p>
<p>Desarrollo de encadenamientos productivos con tour operadores y agencias.</p>	<p>Al Encuentro asistieron representantes de 5 tour operadores y/o agencias de viajes especializados en segmentos afines al turismo comunitario. Muchos de ellos participaron en la rueda de negocios prevista en el programa de trabajo y/o se entrevistaron de informalmente con los representantes de los emprendimientos. Travolution.org se encuentra actualmente llevando a cabo el seguimiento de los posibles acuerdos comerciales entre estos operadores y los emprendimientos turísticos comunitarios que participaron en el Encuentro. Darwin's Trails ha incluido en su oferta para Holanda un programa que implica a las comunidades de Quinquén y Malacahuello.</p>
<p>Documento a publicar sobre el "estado del arte" del turismo comunitario en Chile.</p>	<p>El presente informe puede considerarse un importante logro en este sentido, si bien una publicación más completa requerirá nuevas instancias de contacto directo con las comunidades y otros agentes implicados en el desarrollo del TC, un catastro completo y actualizado de los emprendimientos, y el seguimiento de los mismos en un lapso mayor de tiempo.</p>

5. Consideraciones finales en torno al desarrollo futuro del Turismo Comunitario en Chile.

Lo expuesto hasta ahora permite enunciar una serie de consideraciones y traducirlas en pasos a seguir en un futuro próximo. Antes de hacerlo, es importante insistir en algo que ya se ha indicado en otros puntos del presente trabajo, a saber, la oportunidad que el turismo comunitario representa para diversificar y contribuir al buen posicionamiento del destino Chile en su conjunto.

Que sea posible definir al turismo comunitario como un “turismo con identidad” constituye un punto sumamente relevante puesto que concuerda con una necesidad sentida por parte de operadores internacionales de turismo respecto de Chile como destino. En el estudio encargado por Sernatur (2010) respecto de la demanda turística potencial de Chile se enfatiza que nuestro país se mantiene como un destino de segunda categoría respecto del mercado latinoamericano precisamente porque es percibido como un destino “sin identidad”.

La propuesta turística que las comunidades quieren desarrollar presentaría este aspecto, a la luz de esta mesa de trabajo, como su principal fortaleza y puede convertirse en un gran motor para la industria turística global del país si se trabaja adecuadamente, y considerando los requerimientos de estos emprendedores para ello.

Dicha fortaleza basada en la identidad plantea, sin embargo, importantes desafíos que no pueden ser obviados, tales como conflictos internos potenciales por el uso y representación de la cultura, o la identificación de la oferta turística comunitaria con ciertos elementos culturales que en la práctica podrían quedar fuera del alcance de los visitantes y generar sentimientos de insatisfacción.

La creación de una red capaz de articular las diferentes experiencias se perfila como una necesidad y una oportunidad que sería conveniente abordar cuanto antes. Además de permitir el intercambio de información sobre temas como el que acabamos de mencionar, podría ser un vehículo adecuado para canalizar y hacer llegar a sus destinatarios una serie de **medidas** que es importante tomar lo antes posible:

Capacitaciones específicas en turismo: el mercado turístico se caracteriza por ser altamente competitivo, y aun los turistas más “alternativos” no renuncian a ciertos estándares de calidad. Puesto que muchos emprendedores comunitarios actuales y potenciales no tienen experiencia previa en el sector, es necesario que reciban ciertas capacitaciones si realmente se aspira a la sustentabilidad de sus emprendimientos.

Definición de la “oferta turística comunitaria”: en línea con el punto anterior, y aunque muchas comunidades ven en el turismo una oportunidad para mostrar su identidad y obtener ingresos complementarios, hay que señalar que en muchos casos no existe todavía una oferta turística definida por parte de los potenciales emprendedores (aquellos que se autodefinen como tales).

Información, promoción y marketing: la dispersión de la oferta a lo largo de todo el país, su dificultad para acceder a las TI, así como la falta de recursos económicos, hacen que la oferta de turismo comunitario de Chile no esté adecuadamente posicionada. Incluso para aquellos turistas potenciales interesados concretamente en el turismo comunitario, acceder a información sobre buena parte de los emprendimientos resulta complicado, dada su desarticulación y escasa visibilidad. Esto repercute muy negativamente en la competitividad de los emprendimientos.

Comercialización: pese a que la tendencia a la compra directa está en aumento, no podemos olvidar que para destinos incipientes, con difícil acceso y bajo posicionamiento los intermediarios siguen siendo figuras clave, sobre todo cuando se trata de movilizar a potenciales turistas procedentes de mercados emisores lejanos. En este sentido, es necesario acercar las posturas de ambas partes (emprendedores locales y tour operadores o agentes de viaje) y promover la creación de sinergias entre ellas, bajo parámetros de sustentabilidad y comercio justo.

Además, cabe señalar una estructura para la red como la propuesta en el Encuentro tendría en el centro a las propias comunidades, favoreciendo su autogestión y empoderamiento, así como la pertinencia cultural de las diferentes acciones llevadas a cabo.

Por otra parte, el **catastro exhaustivo** se presenta como un objetivo que convendría abordar en paralelo al desarrollo de sinergias entre aquellos emprendimientos ya identificados. Su elaboración y periódica actualización podría tener en la propia red un instrumento útil, y contribuiría a dar visibilidad al turismo comunitario y a mejorar su posicionamiento dentro y fuera del país. Además, un cuadro más completo de la realidad de los emprendimientos turísticos existentes permitiría un diagnóstico del turismo comunitario en Chile más certero y eficiente.

Por último, hemos señalado que el turismo comunitario representa una oportunidad para el desarrollo sustentable, siempre y cuando se planifique y lleve a cabo de forma adecuada. En muchos casos, sin embargo, los emprendimientos surgen de forma espontánea y no se adoptan sistemas de gestión adecuados ni verdaderamente comunitarios, que garanticen en lo posible la distribución justa de los beneficios, minimicen las posibilidades de conflicto interno, así como los impactos negativos de la actividad turística. Puesto que el desarrollo del turismo comunitario es relativamente reciente, y que su definición es sumamente amplia, no existen fórmulas aplicables sin más a todos los emprendimientos. En este sentido, es necesario **promover la búsqueda y difusión de prácticas de gestión adecuadas y adaptarlas a cada caso particular.**

Es evidente que los desafíos no son pocos, como tampoco es menor el potencial efecto positivo que la adopción de formas de organización turística comunitaria podría tener para las comunidades y los territorios. Para hacer frente a estos retos, será necesaria la colaboración e implicación de actores a todos los niveles y ámbitos: público, académico, privado, y por supuesto, de las propias comunidades y de los turistas.

6. Bibliografía

Cañada, E. y Cascón, J. (2007). Turismo y desarrollo: herramientas para una mirada crítica. Managua: Enlace.

Pereiro, X. (2011) El turismo como patrimonio cultural imaginario. Reflexiones a partir del caso del turismo Kuna. En: *Turismo y patrimonio, entramados narrativos*. La Laguna, PasosEdita N° 5. Disponible en: http://issuu.com/pasosonline/docs/turismo_y_patrimonio_entramados_narrativos

Sernatur (2010). Tipificación de la demanda turística potencial de Chile 2010. Disponible al 9 de junio de 2011 en <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=3>

ANEXOS



Anexo I: Programa de trabajo

PRIMER ENCUENTRO NACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO PROGRAMA

JORNADA I:

Jueves 17 de Noviembre – Sesión de mañana

8:30 Acreditaciones

9:00 - 9:15 Comienzo trabajos

9:15 - 9:30 “Emprendimientos de Turismo Comunitario en Chile y en el mundo”

Videos de presentación. Carlos Vega, dirigente EcoRed Lickan Antay.

9:30 - 10:20 Mesa de Trabajo: “¿Qué es el turismo comunitario?”

10:20 - 10:50 Plenario

10:50 - 11:05 Pausa café

11:05 - 11:35 Ponencias: “La demanda de turismo comunitario”

11:05 - 11:20 “Estudios de mercado: la demanda de turismo comunitario

en Chile”. Cecilia Pavez, Encargada de Ecoturismo y microempresas rurales WWF Chile.

11:20 - 11:35 “Turismo Comunitario y sensibilización de la demanda”

Sabrina Bini, Directora de 360° Responsible Tourism (Argentina)

11:35 - 12:30 Mesa de Trabajo: “El turismo comunitario como intercambio: ¿Cómo es y qué busca el turista comunitario? ¿Qué esperan las comunidades del turismo y de los turistas?”

12:30 - 13:00 Plenario

13:00 - 13:30 Acto Inaugural.

13:30 - 15:15 ALMUERZO

Jueves 17 de Noviembre – Sesión de tarde

15:15 - 15:30 Ponencia “Oferta y demanda de capacitaciones en turismo comunitario y temáticas afines”. Manuel Gedda, CEDEL-PUC Villarrica

15:30 - 15:45 Ponencia “Turismo Cultural en el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes”. Cristina Gálvez, Coordinadora Nacional Turismo Cultural, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

15:45 - 16:45 Mesa de Trabajo: “Una Red Nacional de Turismo Comunitario para Chile. Sesión I”

16:45 – 17:15 Plenario

17:15 – 18:15 Mesa de trabajo: “Impactos del turismo dentro y fuera de las comunidades”

18:15 – 18:45 Plenario y cierre Jornada I.

JORNADA II:

Viernes 18 de Noviembre – Sesión de mañana



10:15 - 11:00 Mesa de trabajo: "Una Red Nacional de Turismo Comunitario para Chile. Sesión II".

11:00 - 11:30 Plenario

11:30 - 12:15 Ponencias

Ponencia: "Red de turismo comunitario Trekaleyin, hacia un modelo pertinente de comercialización en comunidades pewenche del Alto Biobío, Chile". Cristian Castro Saez, Encargado Territorial de Corporación SEPADE Alto Biobío, y Lorenzo Ilaulen Rapi, 1er director de la red de Turismo Comunitario Trekaleyin.

Ponencia: "Turismo Comunitario y Comercio Justo". Riccardo Soli, 360° Responsible Tourism (Italia)

Ponencia: "Puesta en valor desde el Kimun a la operación turística sostenible". Kammal Samur Medina, Ruka Kimun.

12:15 - 13:15 Mesa de trabajo: "Comercialización de los productos de turismo comunitario: experiencias, necesidades, desafíos"

13:15 - 14:15 Plenario

14:15 - 15:15 ALMUERZO

Viernes 18 de Noviembre - Sesión de tarde

Opción A: (zona stands)

15:00 - 17:00 Rueda de negocios: Los emprendimientos de turismo comunitario tendrán ocasión de encontrarse con agencias de viajes y tour operadores a fin de llegar a acuerdos comerciales. Además, podrán entrevistarse también con ONG, instituciones públicas, fundaciones u organismos académicos para conocer posibilidades de apoyo y de trabajo en común.

Opción B: (domo)

15:15 - 15:45 Ponencia "Pensar el Turismo desde la comunidad de Cerro Galera. Región de Aysén, Patagonia Chilena". M^a Jesús Montti (estudiante UNAB) y Jaqueline Boldt (estudiante U.de Chile)

16:15 – 17:00 Videoconferencias: "Estrategia de Comunicación masiva para el Turismo Rural Comunitario. Red ACTUAR, Costa Rica". Ernest Cañada, Coordinador Albasud. (España – Costa Rica).

"Gestión ambientalmente sostenible en los proyectos de Turismo Comunitario". Allan Rhodes, Ecoturismo Genuino (México)

Actividad común

17:00 – 18:00 Conclusiones de las jornadas de trabajo y pasos para la acción inmediata.

Anexo 2: Tabla de apariciones en prensa de “Turismo Comunitario” durante el 2011, gestionadas por Travolution.org.

Medio de prensa	Título	Link	Fecha
Lanahue noticias (diario)	Lanzamiento del primer encuentro nacional de turismo comunitario	ln.fica.cl/muestra_noticia.php?id=6030	3 AGOSTO 2011
Canal 9 Regional (TV)	Entrevista en vivo en el programa “Nuestra Casa” 9.00 hrs.	http://www.canal9regional.cl/	3 AGOSTO 2011
Radio Biobío	Primer Encuentro de Turismo Comunitario reunirá en Contulmo a emprendedores de todo el país	http://m.biobiochile.cl/2011/08/03/primer-encuentro-de-turismo-comunitario-reunira-en-contulmo-a-emprendedores-de-todo-el-pais.shtml	3 AGOSTO 2011
www.sematur.cl	En Región del Biobío se desarrollará primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	http://www.sematur.cl/noticias/en-region-del-biobio-se-desarrollara-primer-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario	3 AGOSTO 2011
Radio el Sembrador (Chillán 104.7 FM)	Desarrollan primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario en Bio-Bio	http://www.radioelsembrador.cl/index.php/noticias-sembrador/4029-desarrollan-primer-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario-en-bio-bio	3 AGOSTO 2011
www.turismoenrusia.cl	Primer Encuentro de Turismo Comunitario reunirá en Contulmo a emprendedores de todo el país	http://turismoenrusia.com/?s=4&u=www.biobiochile.cl%2F2011%2F08%2F03%2Fprimer-encuentro-de-turismo-comunitario-reunira-en-contulmo-a-emprendedores-de-todo-el-pais.shtml	4 de Agosto
www.noticiasturísticas.com	En Región del Biobío Chile se desarrollará primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	www.noticiasturísticas.com/actualidad/2805-en-region-del-biobio-chile-se-desarrollara-primer-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario	4 de Agosto
www.turismoconcepcion.cl	En Región del Biobío se desarrollará primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	http://www.turismoconcepcion.com/2011/08/en-region-del-biobio-se-desarrollara-primer-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario/	4 de Agosto
www.consultoradeturismo.com	Primer Encuentro de Turismo Comunitario reunirá en Contulmo a emprendedores de todo el país	www.consultoradeturismo.com/blog/2011/08/primer-encuentro-de-turismo-comunitario-reunira-en-contulmo-a-emprendedores-de-todo-el-pais/	8 de Agosto
www.propymechile.com	Convocan a Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	http://www.propymechile.com/noticias/1774-turismo-comunitario.html	12 de Agosto
www.elmorrocotudo.cl	Convocan a Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	http://www.elmorrocotudo.cl/noticia/economia/convocan-primer-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario	13 de Agosto
www.latercera.com	En noviembre se realizará primer encuentro nacional de turismo comunitario	http://www.latercera.com/noticia/nacional/2011/08/680-386340-9-en-noviembre-se-realizara-primer-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario.shtml	15 de Agosto
123.cl	Convocan a Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	http://noticias.123.cl/noticias/20110815_8222dcf4ae9b91307b8215de84df029.htm	15 de Agosto
Publimetro	Convocan a Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	http://www.publimetro.cl/nota/cronica/convocan-a-primer-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario/CPIkholiOBBCycmAsxhZi0IPB25w/	15 de Agosto
Pura Noticia	Llaman a Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	www.puranoticia.cl/front/contenido/2011/08/15/noticia-11531.php	15 de Agosto
Chañarcillo	Convocan a primer encuentro nacional de turismo comunitario	www.chanarcillo.cl/articulos_ver.php?id=45565	15 de Agosto
www.noticiasweb.cl	En noviembre se realizará primer encuentro nacional de turismo comunitario	http://www.noticiasweb.cl/en-noviembre-se-realizara-primer-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario_39987.html	15 de Agosto
www.cartaabierta.cl	Convocan a Primer Encuentro de Turismo Comunitario	http://cartaabierta.cl/concepcion/2011/08/15/convocan-a-primer-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario/	15 de Agosto
www.cnnchile.com	Primer encuentro nacional de turismo comunitario	http://www.cnnchile.com/	16 de Agosto
www.portalpatrimonio.cl	Convocan a Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	http://portalpatrimonio.cl/noticias/16/	23 de Agosto
www.diaioturismo.cl	Primer encuentro nacional de turismo	http://www.diaioturismo.cl/primer-encuentro-	26 de Agosto

Medio de prensa	Título	Link	Fecha
	comunitario	nacional-de-turismo-comunitario/	
www.elrancahuaso.cl	Convocan a Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	http://www.elrancahuaso.cl/noticia/economia/convocan-primer-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario	29 de Agosto
www.elrepuerto.cl	Convocan a Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	http://www.elrepuerto.cl/noticia/economia/convocan-primer-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario	29 de Agosto
www.elmagallanews.cl	Convocan a Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	http://www.elmagallanews.cl/noticia/sociedad/convocan-primer-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario	29 de Agosto
Radio Zero – programa Divertimento	Entrevista a Sebastián Gatica, de Travolution	http://radiozero.cl/2011/08/29/podcast-divertimento-29-de-agosto-travolution-org/	29 de Agosto
www.pymesur.cl	Invitan a participar en el primer encuentro nacional de Emprendedores del Turismo comunitario	http://pymesur.cl/turismo/invitan-a-participar-en-el-primer-encuentro-nacional-de-emprendedores-del-turismo-comunitario.html	29 de Agosto
www.agendabiobio.cl	Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	http://www.agendabiobio.cl/2011/11/primer-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario.html?h=1	30 de Agosto
www.viaemprende.cl	Convocan a Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	http://www.viaemprende.cl/?noticia&id=743	30 de Agosto
Radio Valentín Letelier, Valparaíso, programa La media vitrina	Entrevista a Juan Marambio, de Travolution	http://radiovalentinletelier.cl/podcasts/	2 de Septiembre
www.innovacionciudadana.cl	Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	http://www.innovacionciudadana.cl/leenota.php?noti=379	6 de Sept.
El Mercurio de Calama	Turismo comunitario, una de las atracciones de poblados del interior	http://edicionimpresa.soychile.cl/calama/?fp=20110907&pag=24	7 de Sept.
Radio Carrillón de Calama – programa Entre Amigos	Entrevista a Juan Marambio	www.radiocarrillon.cl	12 de Sept.
Radio Digital – programa La mañana digital	Entrevista a Juan Marambio	http://digitalfm.cl/valparaiso/	30 de Sept.
www.soychile.cl	Turismo comunitario realizará su primer encuentro nacional	http://www.soychile.cl/Valparaiso/Sociedad/2011/10/01/42023/Turismo-comunitario-realiza-primer-encuentro-nacional.aspx	1 de Octubre
El Mercurio Valparaíso	Encuentro nacional de turismo comunitario	http://edicionimpresa.soychile.cl/valparaiso/?fp=20111002&pag=09	2 de Octubre
La Tribuna de Los Angeles	Convocan a primer encuentro nacional de turismo comunitario	http://www.diariolatribuna.cl/noticias.php?p_id=36791	4 de Octubre
www.raucaniacuenta.cl	Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	http://www.raucaniacuenta.cl/regional/del-primer-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario	5 de Octubre
Canal 2 – Temuco	Sernatur y Travolution convocaron al primer encuentro nacional de turismo comunitario	http://www.youtube.com/watch?v=Tcvbna2H9tU&feature=player_embedded	5 de Octubre
www.proaraucaia.cl	Se Lanza en Temuco el Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	www.proaraucaia.cl/pag_noticia.php?not=1&id=5623	5 de Octubre
Iniciativa HUB Santiago	Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	http://www.hubsantiago.com/2011/10/10/eventos-de-octubre-y-noviembre.html	5 de Octubre
elperiodico.cl	Ayer se realizó el lanzamiento del primer encuentro nacional de turismo comunitario en el Museo Araucano de Temuco	elperiodico.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=10206:ayer-se-realizo-el-lanzamiento-del-primer-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario-en-el-museo-araucano-de-temuco&catid=36:noticias-de-temuco&Itemid=27	6 de Octubre
intercomuna.cl	Lanzamiento mediático del Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	www.intercomuna.cl/2011/10/06/lanzamiento-mediatico-del-primer-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario/	6 de Octubre

Medio de prensa	Título	Link	Fecha
Plan Araucanía	Lanzamiento mediático del Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	www.araucaania7.cl/6F0C0173-3AFD-4A64-9F33-B52F195EF56F/9B94CB37-042E-43F2-87AD-47CFEF977F8E.html	6 de Octubre
www.sematur.cl	Lanzamiento mediático del Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	http://www.sematur.cl/noticias/5265	7 de Octubre
www.mercosurturistico.com	Lanzamiento mediático del Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	http://www.mercosurturistico.com/lanzamiento-mediatico-del-primer-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario/	7 de Octubre
www.diarioturismo.cl	Turismo comunitario: Descubriendo la magia de nuestras culturas	http://www.diarioturismo.cl/turismo-comunitario-descubriendo-la-magia-de-nuestras-culturas	13 de Octubre
Andes Tropicales	Chile - Turismo comunitario: Descubriendo la magia de nuestras culturas	www.scoop.it/t/turismo-rural-comunitario-en-america-latina/p/153756456/parana-los-baqueanos-del-rio-asistieron-a-un-encuentro-sobre-apf-digital	13 de Octubre
www.thisischile.cl	Descubriendo la magia y la cultura de las comunidades locales	http://www.thisischile.cl/7158/1/descubriendo-la-magia-y-la-cultura-de-las-comunidades-locales/News.aspx	14 de Octubre
www.top100.cl	Chilenos Muestran la Magia y la Cultura de Su Tierra	http://www.top100.cl/2011/10/chilenos-muestran-la-magia-y-la-cultura-de-su-tierra/	14 de Octubre
www.laopinon.cl	Convocan a Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	www.laopinon.cl/noticia/economia/convocan-primer-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario	15 de Octubre
www.poloc.org	Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	www.poloc.org/noticia/?p=312	18 de Octubre
The Tourism Daily	Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario » Feria	http://paper.li/hls_solutions/travel-tourism	21 de Octubre
www.thisischile.cl	Chilean communities open their doors to a new type of tourist	http://www.thisischile.cl/7177/2/chilean-communities-open-their-doors-to-a-new-type-of-tourist/News.aspx	21 de Octubre
www.thisischile.cl	How to find a community-based travel adventure in Chile	http://www.thisischile.cl/7180/2/how-to-find-a-community-based-travel-adventure-in-chile/News.aspx	21 de Octubre
Terra	Turismo comunitario: Descubriendo nuestras raíces	vidayestilo.terra.cl/turismo/turismo-comunitario-descubriendo-nuestras-raices,bea7683001633310VgnVCM4000009bf154d0RCRD.html	24 de Octubre
veoverde.com	Turismo comunitario: privilegiando la sustentabilidad y las culturas locales en Chile	http://www.veoverde.com/2011/10/turismo-comunitario-privilegiando-la-sustentabilidad-y-las-culturas-locales-en-chile/	25 de Octubre
Turismo Concepción	Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	http://www.turismoconcepcion.com/2011/10/primer-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario/	27 de Octubre
La Tercera	Turismo Comunitario	http://latercera.com/noticia/tendencias/viajes/2011/10/2082-401871-9-viajes-a-caballo-por-las-rutas-pehuenches.shtml	29 de Octubre
www.nescafe.cl	Descubriendo la magia y la cultura	http://www.nescafe.cl/Detalle.aspx?id=210095	30 de Octubre
El Mostrador	Se realiza primer encuentro nacional de turismo comunitario	www.elmostrador.cl/noticias/cultura/2011/10/31/se-realiza-primer-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario/	31 de Octubre
Artenorte	Turismo comunitario en el Norte de Chile	www.artenorte.cl/turismo-comunitario-en-el-norte-de-chile#content-top	2 de Noviembre
www.chileestuyo.cl	Turismo comunitario: Descubriendo la magia de nuestras culturas	www.chileestuyo.cl/component/content/article/51-chile/590-turismo-comunitario-descubriendo-la-magia-de-nuestras-culturas.html?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+chileestuyo+%28Chile+es+Tuyo+-+Rec%C3%B3rre%29	3 de Noviembre
CNN Chile – Agenda Económica	Entrevista a Sebastián Gatica	www.cnnchile.com/economia/2011/11/04/buscamos-amar-la-primer-red-global-de-turismo-	4 de Noviembre

Medio de prensa	Título	Link	Fecha
		comunitario/ 3w.lun.com/revistas/contenidoPaginav2.asp?fecha=2011-11-06&pagina=DOPRH006201111061H.JPG&nomencRev=DO&tipoPantalla=	
El Mercurio – Revista del Domingo	Tres panoramas en la Cordillera de Nahuelbuta	3w.lun.com/revistas/contenidoPaginav2.asp?fecha=2011-11-06&pagina=DOPRH006201111061H.JPG&nomencRev=DO&tipoPantalla=	5 de Noviembre
www.chile.travel	Turismo comunitario: para que mires Chile con otros ojos	www.chile.travel/es/novedades/turismo-comunitario-para-que-mires-chile-con-otros-ojos.html	6 de Noviembre
Radio Duna – programa Efecto Invernadero	Entrevista Sebastián Gatica	http://www.podcaster.cl/2011/11/efecto-invernadero-925/	9 de Noviembre
La Voz de Arauco	Contulmo será sede del primer encuentro nacional de turismo comunitario	http://lavozdearauco.cl/website/?p=1605	12 de Noviembre
Radio El Conquistador FM Concepción	Entrevista Juan Marambio	http://www.elconquistador.cl/concepcion.php	14 de Noviembre
Radio Biobío Concepción	Entrevista Juan Marambio	www.laradio.cl	14 de Noviembre
Agenda Biobio	Feria Costumbrista del Turismo Comunitario	http://www.agendabiobio.cl/2011/11/feria-costumbrista-del-turismo-comunitario.html?h=1	15 de Noviembre
El Consecuente	Culturas de todo Chile muestran su riqueza en Elicura	http://www.elconsecuente.cl/node/8431	15 de Noviembre
Arauco TV	Mañana parte primer encuentro nacional de turismo comunitario	http://www.araucotv.cl/16-11-2011/2390/	16 de Noviembre
Le Petit Journal	Tourisme - Vivre avec des communautés indigènes	http://www.lepetitjournal.com/sortir/voyages/89802-tourisme-vivre-avec-des-communautés-indigènes.html	17 de Noviembre
albasud.org	Xile: 1ª Trobada Nacional de Turismo Comunitari	http://www.albasud.org/noticia/ca/243/chile-1er-encuentro-nacional-de-turismo-comunitario	17 de Noviembre
El Sur de Concepción	Inician encuentro sobre turismo comunitario	http://edicionimpresa.soychile.cl/concepcion/?fp=20111118&pag=09	18 de Noviembre
Arauco TV	Feria Costumbrista del Turismo Comunitario	http://www.araucotv.cl/18-11-2011/2428/	18 de Noviembre
La Tercera	Feria costumbrista del turismo comunitario llena de color el valle de Elicura en la Región del Biobío	http://latercera.com/noticia/nacional/2011/11/680-406273-9-feria-costumbrista-del-turismo-comunitario-llena-de-color-el-valle-de-elicura-en.shtml	19 de Noviembre
turismodesdeadentro	1er encuentro nacional de Turismo Comunitario: Identidad, Desarrollo y Desafíos en Chile	turismodesdeadentro.blogspot.com/2011/11/1er-encuentro-nacional-de-turismo.html	19 de Noviembre
La Tercera	La revolución del turismo comunitario	http://latercera.com/noticia/tendencias/viajes/2011/11/2082-406097-9-la-revolucion-del-turismo-comunitario.shtml	20 de Noviembre
Diario Austral – Temuco	La red de turismo comunitario busca mostrar Chile al exterior	http://edicionimpresa.soychile.cl/temuco/?fp=20111120&pag=20	20 de Noviembre
Info-bolivia.com	Turismo comunitario de Chile se plantea trabajar en red	http://www.info-bolivia.com/turismo-comunitario-de-chile-se-plantea-trabajar-en_noticias-bolivia_a-95027.html	21 de Noviembre
El Repuertero	Turismo comunitario de Chile se plantea trabajar en red	www.elrepuertero.cl/noticia/economia/el-turismo-comunitario-de-chile-se-plantea-el-trabajo-en-red	22 de Noviembre
ciderebiobio.cl	Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario	http://www.ciderebiobio.cl/encuentro_valle_elicura.html	23 de Noviembre
Sernatur.cl	En Biobío se desarrolló exitoso Encuentro de Turismo Comunitario	www.sernatur.cl/noticias/en-biobio-se-desarrollo-exitoso-encuentro-de-turismo-comunitario	23 de Noviembre
Diario Turismo	Importantes instituciones turísticas fortalecen el turismo mapuche	www.diarioturismo.cl/importantes-instituciones-turísticas-fortalecen-turismo-mapuche	23 de Noviembre
El Sur de Concepción	Turismo comunitario y desarrollo sostenible	http://edicionimpresa.soychile.cl/concepcion/?fp=20111125&pag=1	25 de Noviembre

Medio de prensa	Título	Link	Fecha
INDAP	Con éxito culminó 1er encuentro nacional de turismo comunitario en la región del Biobío	http://www.indap.gob.cl/Lists/Noticias%20INDAP/DispForm.aspx?ID=3547	29 de Noviembre
El Ciudadano	Turismo comunitario: privilegiando la sustentabilidad y las culturas locales en Chile	www.elciudadano.cl/2011/12/04/44941/turismo-comunitario-privilegiando-la-sustentabilidad-y-las-culturas-locales-en-chile/	4 de Diciembre
La Tercera	Turismo comunitario de Chile plantea trabajar en red	http://latercera.com/noticia/tendencias/viajes/2011/12/2082-409716-9-turismo-comunitario-de-chile-plantea-trabajar-en-red.shtml	7 de Diciembre
ThisisChile	Descubriendo a magia e a cultura das comunidades locais	http://www.thisischile.cl/7325/4/940/descubriendo-a-magia-e-a-cultura-das-comunidades-locais/Article.aspx	13 de Diciembre

Anexo 3: Listado de asistentes, ordenados según categorías (a- emprendimientos turísticos comunitarios; b- representantes de organismos públicos, instituciones educativas, fundaciones y ONG; c- tour operadores y agencias de viajes, otros profesionales del turismo y estudiantes inscritos de forma individual)

a- Listado de emprendimientos turísticos comunitarios:

Participante n°	Emprendimientos	Participante n°	Emprendimientos
1	Comunidad Indígena Guanqui	20	Comunidad Cancosa
2	Comunidad Indígena Guanqui	21	Ruka Melilef Melipeuco
3	Mujer con Maleta	2	Ruka Melilef Melipeuco
4	Comunidad Indígena Trafunco-Los Bados	23	Comunidad de Toconce
5	Comunidad Indígena Guanqui	24	Comunidad de Toconce
6	Epupewen Turismo Sostenible	25	Comunidad de Caspana
7	Eco Red Lickan Antai	26	Comunidad de Caspana
8	Eco Red Lickan Antai	27	Ruka Kimun
9	Eco Red Lickan Antai	28	Ruka Kimun
10	Eco Red Lickan Antai	29	Mujer con Maleta
11	Ruka Ngen	30	Red Turismo Trongol - Nahuelbuta
12	Ruka Ngen	31	Red Turismo Trongol - Nahuelbuta
13	Cocinas de la Tierra	32	Red Turismo Trongol - Nahuelbuta
14	Cocinas de la Tierra	33	Red Turismo Trongol - Nahuelbuta
15	Asociación Mapulahuai	34	Coop. Pewenche Quinquen
16	Comunidad Indígena Trafunco-Los Bados	35	Coop. Pewenche Quinquen
17	Comunidad Indígena Trafunco-Los Bados	36	Coop. Pewenche Quinquen
18	Mapu Mahuidanko	37	Ruka Leibun
19	Comunidad Cancosa	38	Municipalidad El Bosque

b- Listado de representantes de organismos públicos, instituciones educativas, fundaciones y ONG;

Participante n°	Organismos públicos, academias, fundaciones y ONG	Participante n°	Organismos públicos, academias, fundaciones y ONG
40	Municipalidad Lonquimay	53	Proyecto GEF SIRAF

41	WWF	54	INDAP
42	SEPADE	55	Municipalidad Puçón
43	Consejo Nacional de la Cultura y las Artes	56	Municipalidad El Bosque
44	INDAP	57	Universidad Técnica de Loja, Ecuador
45	Sendero de Chile	58	Municipalidad Curanilahue
46	ONG Augern	59	SEPADE
47	WWF	60	Municipalidad Alto Bío Bío
48	Sendero de Chile	61	Universidad Católica
49	Travolution Colombia	62	Universidad Católica
50	Universidad Católica	63	INDAP
51	Universidad Católica	64	INDAP
52	Universidad Católica	65	INDAP

c- Listado de tour operadores y agencias de viajes, otros profesionales del turismo y estudiantes inscritos de forma individual:

Participante N°	Tour operadores, consultores y otros profesionales de turismo	Participante n°	Tour operadores, consultores y otros profesionales de turismo
66	360 Responsible Tourism	76	Darwin's Trail
67	360 Responsible Tourism	77	Darwin's Trail
68	Profesional Independiente	78	Qeficiente
69	Neguiman E.I.R.L	79	Profesional turismo
70	Caliboro Chile Boutique Voyages	80	Profesional turismo
71	Revista Outdoors	81	Asesor independiente
72	Empresa Altos de Cantillana	82	Alto Apart
73	Empresa Altos de Cantillana	83	Alto Apart
74	Alianza Creativa	84	Estudiante
75	Estudiante	85	Kosmovista

Anexo 4: Listado de Stands participantes en la Feria los días Sábado 19 y Domingo 20 de noviembre de 2011.

Stand n°	Emprendimientos	Stand n°	Emprendimientos
1	Consejo Público Privado de la Provincia de Arauco.	16	Asociación de Mujeres Con Maleta. Curacautín.
2	Conaf	17	Tejidos Amalia Quilapi. Huape, Tirúa.
3	Oficina de Turismo de Cañete	18	Artesanías de Victor Vergara. Cañete.
4	Centro de Desarrollo Local, Educación e Interculturalidad. Pontificia Universidad Católica, Sede Villarrica.	19	Artesanas de Mapuche-Trekan. Elicura.
5	CONADI	20	Artesanas de Mapuche-Trekan. Elicura.
6	INDAP	21	Artesanas de Mapuche-Trekan. Elicura.
7	SERNATUR Biobio.	22	Ecored Lickan Antay. San Pedro de Atacama.
8	Hostal Vilama, San Pedro de Atacama.	23	Artesanías Mujer con Maleta.
9	Cerveza Exótica. Cañete.	24	Oficina de Turismo Municipalidad de Curanilahue.
10	Cerveza A. Castillo. Concepción.	25	Cooperativa Pewenche de Quinquén. Longuimay.
11	Prodesal Contulmo.	26	Artesanías Casa Huerta, Curacautín.
12	Artechil. Chiloé.	27	Asociación Indígena Trekaleyin. Alto Biobio.
13	Witralkapen. Antihuala, Tirúa.	28	Artesanías Ruth Huenan. Cañete.
14	Red Turismo Comunitario de Cancosa.	29	Artesanías Teresa Millapi.
15	Asociación de tejedoras Kintupi. Trekaleyin.		

Anexo 5: Informe Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario elaborado por CEDEL, de la PUC sede Villarrica.

Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario

Introducción

El presente informe fue elaborado por un equipo de profesionales del Centro de Desarrollo Local, Educación e Interculturalidad de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Sede Regional Villarrica, junto con estudiantes del magister EcoPolis de la Universidad Italiana de Ferrara en el marco de su pasantía en Chile. El contenido incorpora los resultados de una encuesta aplicada durante el Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario desarrollado los días 17 y 18 de noviembre de 2011 en el Valle de Elicura, comuna de Contulmo en la región del Bío Bío.

Resultados de la encuesta y metodología aplicada

Para el levantamiento de los datos se ha utilizado una encuesta con preguntas cerradas y abiertas, que permite recoger información para caracterizar los emprendimientos que participaron del primer encuentro nacional de turismo comunitario. Esta herramienta permitió obtener datos clasificados en macro áreas representativas de las características de los emprendimientos y que pueden ayudar a complementar las conclusiones de las mesas de trabajo realizadas en la actividad para definir con mayor precisión lo que corresponderá a turismo comunitario.

El cuestionario que se presentó a todos los participantes del encuentro (a pesar de que no todos los participantes la completaron), produjo un cuadro interesante para comprender la tipología de los emprendedores que podrían ser insertos en la eventual formación de una red nacional de turismo comunitario. En total se contabilizaron para efectos del análisis un número total de 30 encuestas.

Cabe destacar que el instrumento se definió como un cuestionario autoaplicado, lo que en algunos casos requirió ayuda de parte del equipo de la UC para ser completado y en otros casos se omitió respuesta o quedaron cuestionarios incompletos. Sin perjuicio de esto, todos fueron incorporados al análisis que se presenta a continuación.

Macro aéreas_

- Información general
- Inversión y apoyo
- Clientes
- Formalización
- Estacionalidad
- Gestión

Resultados

- **Información general**

El análisis demuestra una significativa presencia de mujeres emprendedoras, el 57% de los emprendedores encuestados fue de sexo femenino. Este dato podría confirmar un aspecto significativo del turismo comunitario en el cual, la actividad turística representa una actividad secundaria y complementaria.

Por otro lado, se observa que la mayor parte de los encuestados provienen de la Región Bio-Bio (Anfitriona del encuentro), o de regiones limítrofes. Igualmente se resalta la presencia de representantes provenientes de regiones distantes, demostrando que el encuentro ha tenido carácter de nacional.

En el análisis de las actividades realizadas por los emprendedores, se observa como aspecto de gran importancia, el hecho de que, la gran parte de la oferta turística se refiere a actividades tradicionales, como cabalgatas y artesanías, mientras que, por otro lado se observa una baja cantidad de actividades que requieren de mayor formación y competencia.

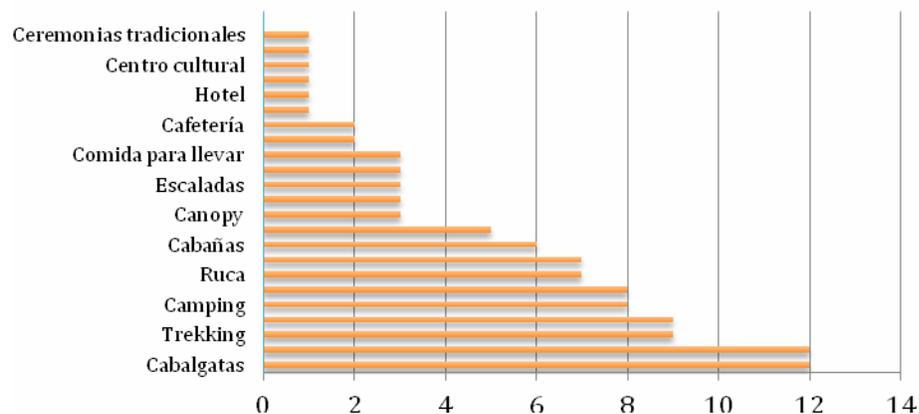
Con respecto a la tipología organizativa, se observó que las Personas Naturales y las empresas familiares lideran el ranking.

Con respecto a los trabajadores de los emprendimientos se observó que la mayoría de ellos pertenecen al núcleo familiar, y que concomitantemente la mayoría, son de la comunidad local. Se confirma así que la mayoría de los emprendimientos son familiares y con fuerte incidencia económica sobre la comunidad de la que participan.

Los emprendimientos encuestados pueden caracterizarse como micro y pequeñas empresas, debido a que el 67% cuenta con menos de 9 empleados y el 66%,(de los que sí respondieron cuantos eran sus ingresos, 60% no respondió) tienen ingresos inferiores a \$22.000.000 anuales.

Finalmente el 43% de los emprendimientos lleva más de 5 años en el mercado, y completando con el 30% que lleva funcionando desde entre 1 y 5 años, se puede decir que los emprendimientos tienen cierta madurez en funcionamiento

Actividades Realizadas



Emprendimientos por tiempo de actividad

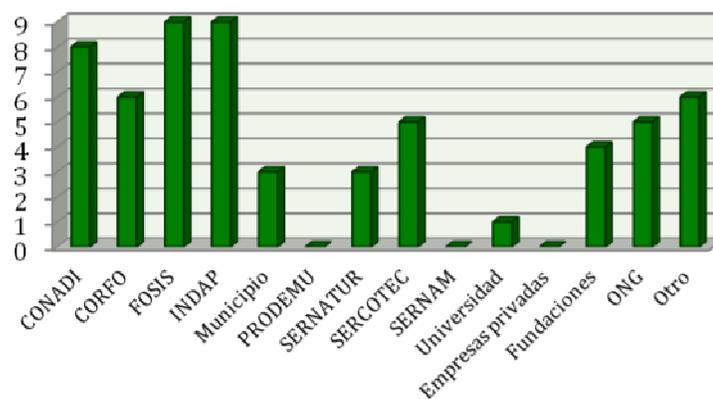


- Inversión y Apoyo**

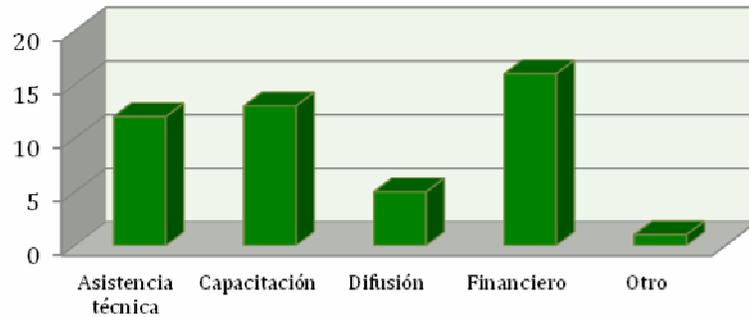
Con respecto a la inversión para el desarrollo e inicio de la empresa, se puede afirmar que la misma proviene principalmente de recursos económicos personales. Igualmente el financiamiento con fondos públicos tiene una importancia radical constituyéndose con la segunda fuente de financiamiento utilizada.

Con respecto a las instituciones y corporaciones que brindan apoyo para la creación y/o operación de los emprendimientos, se pueden destacar a INDAP, FOSIS, CONADI Y CORFO. Como aspecto relevante también, se subraya la poca participación relativa de SERNATUR en el financiamiento de este tipo de actividad, netamente turística. El principal apoyo recibido corresponde a financiamiento seguido de capacitación y asistencia técnica.

Principales instituciones de apoyo



Principales tipos de apoyo



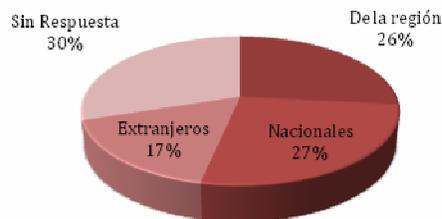
- **Cientes**

En cuanto a la procedencia de los clientes, se infirió que la mayoría de los mismos provienen de la región a la que el emprendimiento pertenece o de otras regiones del país, y que solo el 17% de los turistas son Extranjeros.

Con respecto la tipificación de los clientes, se observa que casi el 70% de los mismos son familias y jóvenes.

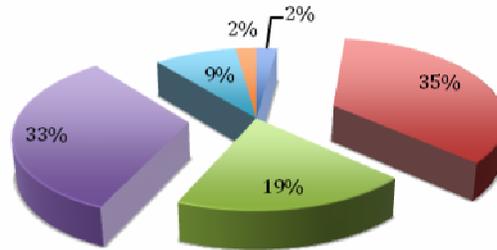
Por otro lado, un 30% de los emprendedores no respondieron la pregunta sobre la procedencia de los clientes, sumándole a ello que el 40% de los encuestados no posee registro de clientes y que el 60% no realiza encuestas de satisfacción, se concluye con que existe una deficiencia en el conocimiento de los clientes, en parte debido a la pobre relación entre los emprendimientos y los turistas.

Cientes por procedencia



Cientes por grupo de edad

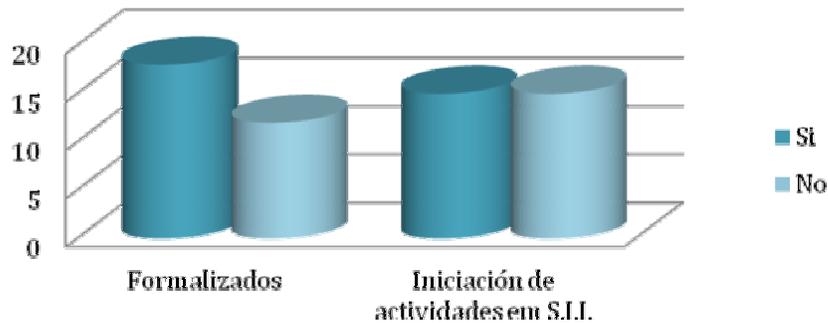
■ Niños ■ Jóvenes ■ Parejas ■ Familias ■ Adultos mayores ■ Otros



- Formalización**

El 60% de los encuestados, respondió que su emprendimiento se encontraba formalizado, a pesar de que solo el 50% respondió que “Si” contaba con iniciación de actividades en SII. Por otro lado, en estas dos preguntas los encuestados solicitaron soporte para responderla, por lo que, cuando se habla de formalización se infiere una falta de conocimiento sobre el tema.

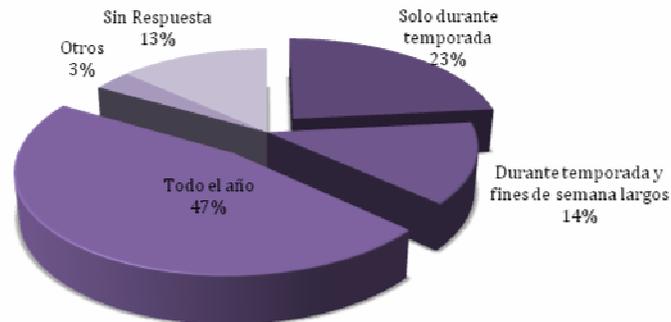
Nivel de formalización



- Estacionalidad**

En cuanto al a estacionalidad de la actividad, es evidente como la oferta del sector turístico comunitario, resulta una actividad complementaria que se realiza principalmente en período de alta temporada, a pesar de que la mayoría de los emprendedores respondió que su negocio funcionaba todo el año. Esta última conclusión se dedujo a partir de los comentarios de los encuestados, en cuanto a que la mayor parte de su actividad se realizaba en temporada alta.

Emprendimientos por período de funcionamiento



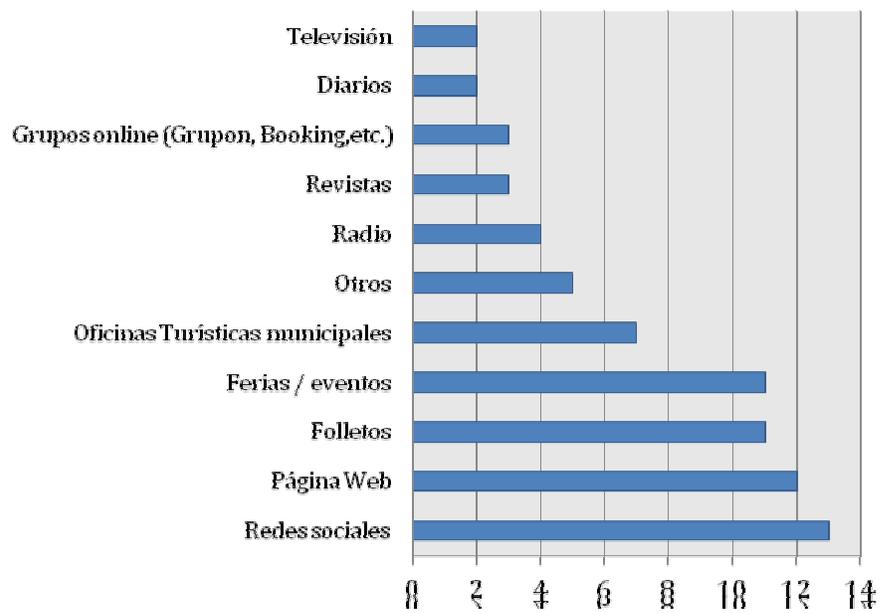
- **Gestión**

Con respecto a la comercialización de los emprendimientos, se encontró que el 50% contaba con una estrategia de comercialización y que los medios de promoción utilizados con más frecuencia son las Redes Sociales, las Páginas web, folletos y participación en Ferias y eventos.

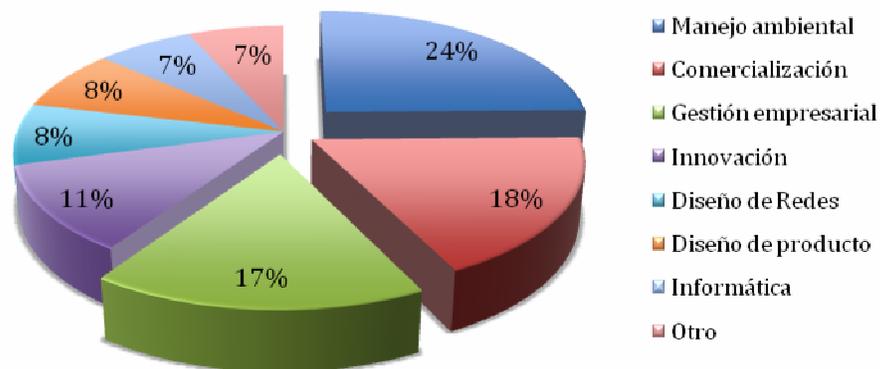
En cuanto a los registros que lleva cada emprendimiento, el 55% lleva registro de proveedores y el 60% registro de clientes. Por otro lado, y con respecto al conocimiento de los ingresos del negocio, un 60% no respondió la encuesta, por lo que se puede concluir que la mayoría no conoce o no tiene registros de sus ingresos.

En el ámbito de la capacitación, los tres temas más considerados fueron, Manejo Ambiental, Comercialización y Gestión Empresarial.

Principales medios de promoción



Áreas prioritarias para capacitación según emprendedores



Instrumento utilizado para la encuesta.

Primer Encuentro Nacional de Turismo Comunitario
Encuesta para los participantes



Datos de la persona que contesta la encuesta:	
Nombre: _____	Apellido: _____
Sexo <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M	E-mail: _____
Dirección: _____	Teléfono: _____
Organización: _____	Cargo: _____

Nombre del emprendimiento / comunidad: _____

1. Actividad/es que realiza:

<input type="checkbox"/> Cabalgatas	<input type="checkbox"/> Cabañas	<input type="checkbox"/> Museo	<input type="checkbox"/> Restaurant
<input type="checkbox"/> Trekking	<input type="checkbox"/> Cabalgatas	<input type="checkbox"/> Centro cultural	<input type="checkbox"/> Repostería
<input type="checkbox"/> Rafting	<input type="checkbox"/> Hotel	<input type="checkbox"/> Sitio arqueológico	<input type="checkbox"/> Cafetería
<input type="checkbox"/> Canopy	<input type="checkbox"/> Hostal	<input type="checkbox"/> Ruca	<input type="checkbox"/> Comida para llevar
<input type="checkbox"/> Pesca	<input type="checkbox"/> Camping	<input type="checkbox"/> Ceremonias tradicionales	<input type="checkbox"/> Actividades tradicionales
<input type="checkbox"/> Apicultura	<input type="checkbox"/> Granjas	<input type="checkbox"/> Escaladas	<input type="checkbox"/> Artesanía
<input type="checkbox"/> Otra/s _____			

2. Su organización es de tipo:

Empresa de Responsabilidad Limitada
 Fundación
 ONG
 Persona natural
 Sociedad Anónima
 Familiar
 Organización funcional
 Sin tipología definida
 Otro _____

5. Lugar donde realiza su actividad

Localidad _____
 Comuna _____
 Región _____

3. Este lugar, ¿está vinculado a algún tipo de ...

Reserva Nacional
 Área de Interés Cultural
 Parque Nacional
 Santuario
 Área de protección
 Otro _____

6. ¿Hace cuanto tiempo que realiza esta actividad?

menos de un año
 entre 1 y 5 años
 más de 5 años

4. ¿Cuántas personas trabajan en este emprendimiento?

4a. de forma permanente
 de 0 a 9
 de 10 a 49
 de 50 a 199
 más de 200

7. La mayoría los trabajadores del emprendimiento son:

Locales
 No locales

4b. de forma temporal

De 0 a 9
 de 10 a 49
 de 50 a 199
 más de 200

8. La mayoría los trabajadores del emprendimiento son:

Familiares
 No familiares

9. ¿Cómo se financió la inversión inicial?

Ahorros propios
 Ahorros Familiares
 Préstamo Bancario
 Subsidios
 Proyecto financiado por fondos públicos
 Fundaciones /ONG
 Otros _____

10. ¿Recibió algún tipo de apoyo para la creación y/o la operación por parte de alguna de estas instituciones?

<input type="checkbox"/> CONADI	<input type="checkbox"/> PRODEMU	<input type="checkbox"/> Universidad	Especifique _____
<input type="checkbox"/> CORFO	<input type="checkbox"/> SERNATUR	<input type="checkbox"/> Empresas privadas	Especifique _____
<input type="checkbox"/> FOSIS	<input type="checkbox"/> SERCOTEC	<input type="checkbox"/> Fundaciones	Especifique _____
<input type="checkbox"/> INDAP	<input type="checkbox"/> SERNAM	<input type="checkbox"/> ONG	Especifique _____
<input type="checkbox"/> Municipio		<input type="checkbox"/> Otro _____	

11. En caso de haber recibido apoyo, fue del tipo:

Asistencia técnica
 Capacitación
 Difusión
 Financiero
 Otro _____

17. Este emprendimiento trabaja/funciona:

Solo durante temporada
 Durante temporada y fines de semana largos
 Todo el año
 Otros _____

12. Aparte del turismo, ¿realiza actividades complementarias?

No
 Si Especifique: _____

18. Los clientes, en su mayoría son :

De la región
 Nacionales
 Extranjeros

13. La mayoría de sus clientes se pueden identificar como:
(marcar los dos más importantes)

Niños
 Jóvenes
 Parejas
 Familias
 Adultos mayores
 Otros _____

19. El ingreso anual aproximado del emprendimiento es de

hasta \$22.000.000
 de \$22.000.00 a \$52.800.000
 de \$52.800.000 a \$550.000.000
 de \$550.000.000 a \$2.200.000.000
 más de \$2.200.000.000

14. ¿Cuántos clientes atendió el año pasado?

20. ¿Cuenta con una estrategia de comercialización?
(para el producto/servicio)

Si
 No

15. ¿El emprendimiento esta formalizado?

Si
 No

21. ¿Cuales son los medios de promoción que utiliza ?
(para el producto/servicio)

Folletos
 Diarios
 Revistas
 Pagina Web
 Televisión
 Radio
 Redes sociales
 Grupos online (Tipo Groupon, Booking, etc.)
 Oficinas Turísticas municipales
 Ferias / eventos
 Otros _____

16. ¿Qué tipo de facilidades ofrecen?

Teléfono
 Fax
 Internet
 Baños
 Pago con tarjeta de crédito
 Reservas online
 Atención en otros idiomas
 Otros _____

22. Su emprendimiento forma parte de :

Gremio Especifique _____
 Asociación Especifique _____
 Cámara de turismo Especifique _____
 Red de Comercialización Especifique _____
 Otro _____

23. ¿El emprendimiento tiene iniciación de actividades en el SII?

Si
 No

24. ¿Tiene un registro de proveedores?

Si
 No

25. ¿Usted cree que el emprendimiento necesita capacitación en alguno de los siguientes aspectos:
(marcar los dos más importantes)

- Comercialización
- Diseño de Redes
- Innovación
- Gestión empresarial
- Informática
- Manejo ambiental
- Diseño de producto
- Otros _____

26. ¿Tiene un registro de clientes?

Si
 No

27. ¿Mantiene contacto con sus clientes?

Si
 No

28. ¿Realizan encuestas de satisfacción de clientes?

Si
 No

29. ¿Cuáles son los principales problemas que enfrenta el emprendimiento?

30. ¿Cuál es la característica diferenciadora del producto/servicio que usted ofrece?

Anexo 6: Sistematización y resumen de las conversaciones de las mesas de trabajo.

Mesa 1: ¿Qué es el turismo comunitario?

¿Qué debe ser el turismo comunitario?

Según las comunidades: Debe ser una actividad que privilegie las relaciones comunes y la familia conjunta para que se trabaje en comunidad en torno a la protección del medio ambiente que se habita. Se plantea que el desarrollo del Turismo Comunitario debe comenzar desde “abajo”, vale decir, desde un trabajo de Identidad, para saber quiénes somos y cuales son nuestra fortalezas, para luego valernos de eso para emprender y mostrar quienes somos. A la vez, saber alcances de territorio, sobre que es mapuche y que no, para definirlo como patrimonio cultural común. Y que sea una actividad complementaria, que genere sinergia entre todos.

Según el resto de participantes: Actividad complementaria donde se compatibilicen intereses y desafíos comunes, debe ser segmentario y transparente. Debe existir una planificación Territorial, Calidad, promoción y reunir habilidades de las comunidades. Se debe propiciar encuentros significativos entre las personas donde exista un “Factor Humano”.

¿Qué no es turismo comunitario?

Según las comunidades: Turismo masivo y hoteles grandes. Una propiedad privada como sistema.

Según el resto de participantes: Monopolio. Individualismo. Empresarios individuales.

¿Qué sería bueno que fuera, aunque aún no se ha conseguido?

Según las comunidades: Que hubiese una valoración comunitaria efectiva (Visto bueno de todas las comunidades). Tener el territorio como concepto.

Según el resto de participantes: Poder transmitir lo que significa la autogestión y el trabajo comunitario. Pagina web y definición a través de la red. Ética Turística. Repartición de beneficios con un sentimiento de solidaridad. Que se involucren otros actores.

¿Qué temas son polémicos, no se logra acuerdo sobre ellos?

Según las comunidades: La no urbanización de las comunidades, de sus territorios y cultura y el chileno como contaminador de la misma.

Según el resto de participantes: Una cadena productiva donde participan todos también se establece como turismo comunitario? Normativas y tomas de decisiones que involucran a la comunidad. Uso de accesos y de propiedad. Precio Justo y conciencia turística. Repartición de beneficios.

Mesa 2: “El turismo comunitario como intercambio: ¿Cómo es y qué busca el turista comunitario? ¿Qué esperan las comunidades del turismo y de los turistas?”

¿Qué quiere el turista?

Identidad, autenticidad: productos autóctonos, tradicionales

Conocimiento (de historia, cultura, estilos de vida) a través de la experiencia vivencial, única. Compartir experiencias gracias a un contacto directo, humano y personalizado con los emprendedores comunitarios: “El turista se da cuenta cuando algo no es real”

Asociatividad, que ayude a mejorar la calidad y la información de los servicios turísticos. Guías capacitados, seguridad en los servicios, higiene.

¿Qué quiere la comunidad?

“nos metemos en turismo para mejorar nuestra calidad de vida, para mantener nuestra cultura y darla a conocer”

“queremos ser soberanos de nuestros productos, no ser explotados por empresas externas”

“que los empleos que se generen sean para la comunidad”
“que la persona se integre con respeto y responsabilidad a la comunidad donde llega”

“Quieren que la cultura vivida a través del turismo sea un medio
Además, las comunidades quieren: Conservar el entorno, “que se respete a la Madre Tierra”: Turistas responsables: “yo quiero al tipo de turista con el que tengo confianza para dejarlo solo en mi casa!
Autonomía y autosustentabilidad en la gestión del turismo. Capacitaciones y herramientas que les permitan desarrollar su actividad desde la autogestión.
Que quienes los visiten conozcan su identidad como pueblos originarios.
Visibilidad de su historia de su cultura.

¿Qué no quiere el turista?

Shows, cosas que no son reales, “el turista no quiere que se le hagan espectáculos, shows”

Que se les cobren precios excesivos, pensando que “por ser turistas tienen plata”

Improvisación: desarticulación y falta de información en la prestación de servicios.

No quiere encontrar entornos naturales degradados.
Ver productos que no sean locales

Ser engañados (publicidad engañosa)

¿Qué no quiere la comunidad?

Que haya faltas de respeto hacia su cultura

Actitudes invasivas por parte de los turistas

La comunidad no quiere ser folklorizada

Que los visitantes ocupen el conocimiento adquirido para sus propios negocios

Regateo permanente

Turistas que no entienden el turismo como intercambio, más allá del económico. Que exigen todo, sin aportar nada a cambio