

PLANIFICACIÓN DEL TURISMO RURAL EN ESCALA COMUNAL*

Paola Scarpellini

Resumen

El artículo se propone tratar un tema innovador para el espacio rural: el turismo rural. Este es un producto de reciente estructuración e implementación. Se investiga el papel del turismo rural como estrategia de desarrollo rural integrado.

El turismo rural se define como el conjunto de actividades turísticas que se realizan en el medio rural; pertenecen a esta categoría el ecoturismo, el agroturismo y el turismo de aventura. El turismo rural se relaciona con el turismo sustentable, entendido como forma de desarrollo y de ordenación de la actividad turística, que respeta el medio ambiente, preserva a largo plazo los recursos naturales y culturales y, contribuye al desarrollo económico de los espacios rurales.

Después del análisis de los antecedentes generales del fenómeno turístico, se trata específicamente del turismo rural y de sus formas de implementación: se profundiza el concepto; se recorre sus orígenes y evolución; se delimitan las principales características, los principios y las condiciones que lo determinan; se individualizan las diversas modalidades de expresión; se estudia su relación con el territorio y en particular con las áreas protegidas. También se investiga sobre sus impactos ambientales, económicos y culturales. Sucesivamente se analiza la demanda (categorías de turistas) y la oferta de turismo rural. La base teórica prevee un modelo artesanal de desarrollo turístico, caracterizado por una oferta no concentrada y no estandarizada, adaptada al medio natural y social. En este ámbito se presentan los diversos tipos de alojamientos en el espacio rural y las distintas actividades recreativas y deportivas. Se mencionan los factores que influyen positiva y negativamente en el desarrollo del turismo rural en Chile; se analiza también sus modalidades citando los proyectos y los instrumentos públicos de apoyo.

Para la formulación de una propuesta de desarrollo turístico en escala local se deben analizar los elementos a potenciar en el territorio y las condiciones para la implementación del proyecto; e identificar las posibles líneas de intervención. Se llega así a la definición de un marco de orientación de los objetivos y de las acciones en el desarrollo del proyecto turístico rural y se explica la importancia de la cooperación. Además, son fundamentales los papeles de los diversos actores sociales presentes en el territorio, en particular, se cree, lo de la municipalidad.

Palabras claves: re-valorización territorial, desarrollo local, capacitación, consenso y cooperación

CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	621
ANTECEDENTES GENERALES.....	622
EL TURISMO RURAL Y SUS FORMAS DE IMPLEMENTACIÓN	623
ORÍGENES Y EVOLUCIÓN DEL TURISMO RURAL.....	625
PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS Y PRINCIPIOS.....	625
BENEFICIOS DEL TURISMO RURAL.....	626
TURISMO Y ÁREAS PROTEGIDAS.....	627
DEMANDA Y OFERTA DE TURISMO RURAL.....	628
LA DEMANDA	628
LA OFERTA	629
CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA.....	629
ALOJAMIENTOS.....	629
ACTIVIDADES.....	630
CALIDAD DEL PRODUCTO OFRECIDO.....	632
EL CONSENSO COMUNITARIO	632
LA SITUACIÓN DEL TURISMO RURAL EN CHILE.....	633
ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (FODA).....	634
PROPUESTA DE DESARROLLO TURÍSTICO A ESCALA COMUNAL.....	636

MARCO DE ORIENTACIÓN DE LOS OBJETIVOS Y DE LAS ACCIONES EN EL DESARROLLO DE UN PROYECTO TURÍSTICO RURAL EN EL ÁMBITO LOCAL	638
COOPERACIÓN	639
ACTORES SOCIALES.....	640
EL PAPEL DEL MUNICIPIO Y EL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO.....	641
ASOCIACIÓN	641
ANÁLISIS DE TEMAS	641
PLANIFICACIÓN	641
IMPLEMENTACIÓN	641
SEGUIMIENTO	642
EVALUACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN.....	642
ORGANIZACIONES COMUNITARIAS.....	642
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	642
BIBLIOGRAFÍA	643

INTRODUCCIÓN

La composición social del medio rural ha ido evolucionando en el transcurso del tiempo, al igual que los objetivos y los conocimientos de todos quienes se ocupan actualmente de la gestión de la tierra y de los procesos productivos agrícolas. En la actualidad, hablar de desarrollo rural, en su generalidad, de la

* Scarpellini, P. 2002. Planificación del turismo rural en escala comunal. En: Gastó, J., P. Rodrigo e I. Aránguiz. Ordenación Territorial, Desarrollo de Predios y Comunas Rurales. Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal, Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago, Chile.

conservación y de la valorización del paisaje agrario y, de una armonización de los procesos de desarrollo a nivel local, requiere de un gran esfuerzo de innovación. Este esfuerzo debe ser concebido no solamente en términos tecnológicos, sino también en el acercamiento cultural, lo que permite poder percibir los problemas de la agricultura y de sus diferentes papeles y sujetos. En cada territorio se presenta un mundo rural dotado de especificidades propias y, por ende, lo que es correctamente estratégico, actualmente, es encontrar para cada área sus instrumentos para interpretar y direccionar la innovación.

No existe un único tipo de agricultura, así como no existe una única condición de ruralidad; por lo tanto, no se puede proponer un solo modelo de desarrollo, una sola opción, sino más bien varias alternativas, siempre basadas sobre los conceptos de sustentabilidad ambiental y de valorización de recursos. Idealmente, las líneas de intervención deberían apuntar al desarrollo de nuevas relaciones entre las actividades agrícolas, forestales y el medio ambiente, el turismo y los elementos sociales.

Se ha creado una nueva demanda de la sociedad postindustrial que exige al espacio rural una disminución relativa de su función de producción de bienes materiales y un aumento de la producción de servicios, entre los que se encuentra el turismo. La nueva demanda turística puede contribuir a revitalizar algunas zonas rurales y a la conservación de su patrimonio. Se crea, en cierta forma, una integración y complementariedad entre actividad turística y agropecuaria, que permite crear un desarrollo del sector servicios, generador de posibilidades y de creación de empleo.

La idea del turismo rural puede ser utilizada para fines diferentes, tales como intentar la construcción o reconstrucción de la imagen de un área, para proceder después a una valorización de la misma con finalidades turísticas; orientar caminos que vayan a interesar diferentes actores con capacidades de inversión; valorizar algunos segmentos productivos, como productos típicos o de artesanía local, o de hospitalidad rural; y revitalizar las oportunidades de los recursos existentes a través de compartir los objetivos entre los actores que operan localmente. Estos objetivos implican el uso de diferentes estrategias, modalidad de acción y tiempos.

ANTECEDENTES GENERALES

El turismo es comúnmente definido como una actividad del tiempo libre, consistente en visitar lugares diferentes de los de la residencia habitual, con el fin de instruir o de entretener. Además, es considerado, por lo menos para los efectos de las estadísticas, la estadía en un lugar ameno (mar, montaña, lago) para gozar de un periodo de descanso

(vacaciones). El neologismo abraza en el uso actual, no solamente todas las formas y las manifestaciones del viaje y de la estadía por diversión (turismo activo), sino también todo lo que está predispuesto para la realización de un viaje, para entretenimiento, para descanso u otras (turismo receptivo). El sistema turístico se define como un conjunto de elementos interrelacionados e interdependientes; por ende, cualquier modificación que se realice en una parte del sistema tendrá un impacto directo o indirecto sobre los demás elementos. Las variables fundamentales del sistema son la demanda y la oferta. Las relaciones entre ellas determinan impactos, sean positivos o negativos, en el territorio, en el ámbito económico, social y ambiental (Figura 1). La oferta turística se compone de la planta turística (equipamiento e instalaciones), de los atractivos turísticos y de la infraestructura (Boullón, 1985). Todos los elementos de la oferta juntos con la gestión de los diferentes actores, la imagen del territorio y los precios configuran el producto turístico. Por demanda turística se entiende las personas que viajan o desean viajar y que utilizan los servicios turísticos ofrecidos por áreas distintas a las de residencias o de trabajo de los usuarios. La demanda turística presenta cuatro elementos básicos de análisis: la afluencia, la permanencia de la afluencia, la estacionalidad y la motivación de los viajes (Pottstock, Corrales y Schwartzmann, 1997).

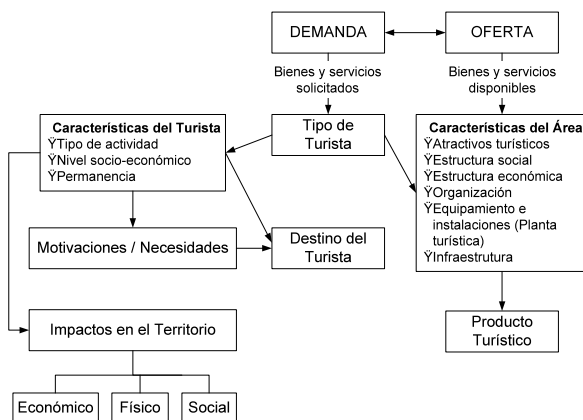


Figura 1. Componentes del sistema turístico

La expansión del turismo, presentado sobre todo en las últimas décadas, se debió no sólo al aumento de la renta nacional, sino también gracias a otros presupuestos sociales: progreso técnico, horario de trabajo reducido y aumento del tiempo libre. Se indica como tiempo libre el conjunto de actividades que se cumplen después de haberse desprendido de las obligaciones profesionales (trabajo o estudio), familiares (trabajos domésticos), fisiológicas (comer, dormir) y sociales (reuniones sociales y religiosas), obligatorias. Actualmente, el turismo es una de las principales y emblemática manifestación del tiempo libre; se consolida en virtud de un mayor deseo de

movilidad, de la búsqueda de un ambiente diferente a la rutina. La elección del turismo como manera de uso del tiempo libre depende de factores objetivos y de motivaciones ligadas al complejo de las actividades, de las iniciativas y también de la personalidad del sujeto.

Una de las características principales del desarrollo turístico de los últimos años se identifica propiamente en la multiplicación de los segmentos de la demanda, las maneras de utilización del tiempo libre y con las posibilidades que la oferta ha creado. Si son producidas numerosas formas de hacer vacaciones, se puede hablar de “turismos diferentes”. Las variadas tipologías se individualizan sobre la base de las diferentes características del viaje y de la estadía: el tipo de localidad y la posición geográfica; las motivaciones que están en la base del viaje; las características temporales, o sea, el periodo y la duración en que se produce el desplazamiento; la manera como se hace; y, finalmente las categorías de los sujetos.

EL TURISMO RURAL Y SUS FORMAS DE IMPLEMENTACIÓN

El turismo en el medio rural está relacionado con el turismo sustentable: entendido como forma de desarrollo y de ordenación de la actividad turística que:

- Respeta el medio ambiente;
- Preserva a largo plazo los recursos naturales, culturales y sociales;
- Contribuye de manera positiva y equitativa al desarrollo económico y a la realización de las personas que viven, trabajan o vacacionan, en estos espacios.

El concepto de turismo sustentable nació de la Conferencia de Río en 1992; se refiere a todos los espacios naturales y protegidos, pero también a regiones urbanas y rurales. La componente medio ambiental es importante pero no exclusiva; privilegia a las comunidades locales, rurales, que pueden financiarse con este tipo de turismo y aspirar a una mejor calidad de vida. Entonces, este enfoque del turismo considera no solamente los intereses de los que visitan un lugar, sino también los intereses de quienes acogen a los turistas. La relación que se crea no es únicamente de índole comercial o económica.

Comúnmente se habla de “turismo verde”, “turismo rural”, “agroturismo”, “ecoturismo”, en términos que indican una forma de vacacionar desarrollada en localidades rurales, con la motivación de un acercamiento a la naturaleza. Estas variadas formas de turismo se diferencian en función de las actividades desarrolladas por los turistas y por el tipo de estructura utilizada. El contexto ambiental en que se desarrolla la

actividad turística es seguramente un aspecto que tienen en común, pero se presenta una diferencia en los sujetos operadores.

Bonnessoeur y Blangy (1999) presentan el siguiente esquema (Figura 2) para demostrar la relación entre las diversas categorías:

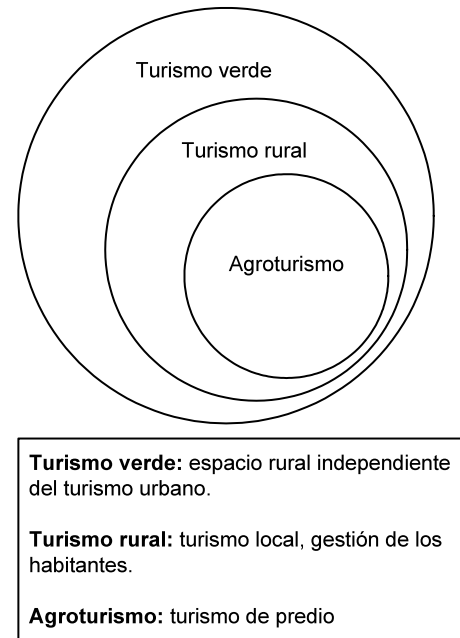


Figura 2. Relación entre diversas categoría de turismo en el espacio rural (Bonnessoeur y Blangy, 1999)

Considerando la figura se define el turismo verde como una modalidad de turismo en que el paisaje es la principal variable, como punto de confluencia entre los factores ambientales y los antrópicos, plenamente integrados en el medio. Es una forma de turismo que se realiza en espacios rurales y que abarca tanto las iniciativas locales como las estructuras de desarrollo turístico, instaladas en medio rurales, pero que no dependen de intereses locales (Bonnessoeur y Blangy, 1999). Este último es el elemento que lo diferencia del turismo rural.

El turismo rural es la forma de turismo organizada en el espacio rural, que tiene por principal motivación la visita del medio rural y el alejamiento del modo de vida urbano.

La Comunidad Económica Europea utiliza una definición amplia de turismo rural basándose en tres conceptos:

- Un concepto amplio que comprende todas las actividades turísticas que permite el campo (se incluye el litoral) y no solamente las vacaciones en el fundo agrícola.

- Concepto que recoge todas las actividades desarrolladas en el interior, o sea un modelo que se diferencia del turismo de costa.
- Concepto que abarca toda la actividad endógena llevada por el medio ambiente natural y humano.

El turismo rural debe ser sustentable e implicar permanencia. Esto significa desarrollar una acción integrada en el entorno: integración de la población local, la preservación y mejora del entorno (Szmulewicz y Constabel, 1997).

Patri (1999) tiene la misma posición, definiendo el turismo rural como el conjunto de actividades turísticas que se realizan en el medio rural y que se basan en las ventajas que presenta el entorno natural y humano específico de esas zonas. Pertenecen a esta categoría el ecoturismo, el turismo de aventura, el etnoturismo y el agroturismo. El turismo rural puede no estar relacionado directamente con la actividad agrícola y puede ser organizado por personas que no son agricultores.

Se puede concluir, abrazando estas posiciones, que la categoría de turismo rural es la más amplia, desde la cual se desarrollan otras formas de turismo en relación con las actividades que se pueden realizar. Según las características específicas del área, se pueden proponer diferentes actividades a realizarse en el lugar mismo o utilizándolo como una etapa de un circuito. Las actividades y, consiguientemente, los tipos de turismo, están orientadas hacia diferentes grupos y tipos de persona según sus intereses: familias, jóvenes, deportistas, grupos escolares, asociaciones, entre otros.

Una categoría importante del turismo rural es el agroturismo, que a menudo se trata erróneamente como sinónimo. El agroturismo se define como el conjunto de actividades organizadas por agricultores como complemento de su actividad principal, a las cuales se invita a participar a los turistas y que constituyen servicios por los cuales se cobra (FIA, 1998).

El ecoturismo es una forma de turismo muy practicada en los últimos años, que nació en Norteamérica en la década de 1980, en el ámbito del movimiento medioambientalista. Proviene de la misma filosofía y del mismo enfoque del turismo sustentable. El ecoturismo es una rama del turismo sustentable. Durante muchos años no ha existido una definición; en términos generales se entiende como el turismo que se practica en ecosistemas o en ambientes naturales; y que está orientado a favorecer el conocimiento de la naturaleza, mediante interacciones de bajo impacto (Molina, 1997). El ecoturismo consiste en realizar viajes a áreas naturales, relativamente sin contaminar, con el objetivo específico de estudiar, admirar y gozar del panorama junto con sus plantas y animales

silvestres y cualquier manifestación cultural que se encuentre en estas áreas (Törey, 1993).

Las actividades complementarias al turismo rural, aquellas actividades posibles de realizar en un predio o en sus proximidades, dan origen a varias tipologías de turismo, modalidades de turismo rural:

El turismo ecológico se refiere al ecoturismo. Las actividades que conlleva este tipo de turismo, entre otras, son: observación de flora y fauna; fotografía de la naturaleza; exposiciones; conferencias; aprovechamiento de los fenómenos naturales tales como el vulcanismo, la geología y el termalismo.

Turismo de aventura es una forma de turismo que utiliza el medio natural como recurso para producir sensaciones de descubrimiento en sus practicantes, por lo que su objetivo básico es poder transmitir estas sensaciones y así necesita espacios poco utilizados turísticamente (Szmulewicz y Constabel, 1997). Las actividades principalmente conocidas son el rafting, canoa-kayak, parapente, alas deltas, alpinismo. Es evidente que algunas de estas categorías pueden estar agrupadas también en el ámbito del turismo deportivo.

El turismo deportivo es una forma de turismo que utiliza cualquier actividad deportiva. En esta categoría se mencionan el turismo ecuestre, el senderismo, mountain-bike, el cicloturismo, la pesca deportiva, la caza deportiva, el buceo.

El turismo cultural se basa en la utilización de los recursos culturales de un territorio y se orienta hacia la preservación de los mismos. Comprende la arqueología, las rutas históricas, el etnoturismo, la viticultura, el folklore, las tradiciones, las leyendas y el esoterismo. Muchas veces el turismo cultural representa solamente un elemento. En realidad, se trata más de crear un ambiente cultural fundado en la identidad local (Calatrava y Ruiz, 1993).

Turismo de tradiciones: está vinculado a las prácticas tradicionales características de una determinada localidad, orientadas al aprovechamiento de productos naturales propios de la zona. Contempla la preparación de mermeladas, cecinas, quesos, vino y licores, conocimiento de plantas medicinales, micología, apicultura, horticultura y gastronomía local.

Turismo gastronómico: este tipo de turismo está relacionado con el turismo de tradiciones; se llama también excursionismo gastronómico y está motivado por alguna especialidad gastronómica. Consiste en visitas hechas a lugares urbanos o rurales, motivadas por el deseo de consumir alguna especialidad de la cocina local.

Turismo de invierno: contempla: esquí de fondo, raquetas de nieve, snow car, patinaje, trineos, otros.

Turismo de pueblo: consiste en que los turistas alojen en pueblos o cerca de ellos y familiaricen con los

modelos de vida tradicional de la población. Esta forma de turismo es muy parecida al agroturismo, pero se diferencia por el hecho que los visitantes no alojan en las casas de los campesinos y tampoco participan con las labores propias de una actividad agrícola.

ORÍGENES Y EVOLUCIÓN DEL TURISMO RURAL

El turismo rural ha sido practicado desde hace mucho tiempo, aunque sin tener las características que presenta en la actualidad. Antes del desarrollo de la cultura del entretenimiento era común que familias del medio urbano pasaran el verano en el campo; en esas ocasiones realizaban varias actividades campestres. Por supuesto no se trataba de productos organizados y esta forma de vacación no tenía una dimensión comercial como hoy es entendida. Formalmente, entonces, no se hablaba de turismo rural.

La idea de recibir turistas en el espacio rural, en predios y cobrar para los servicios otorgados, existe a partir de la década de 1950, en numerosos países del centro-norte de Europa y Norteamérica. La oferta surgió de manera informal gracias a la demanda espontánea por alojamientos y comidas de parte de excursionistas. Los primeros alojamientos rurales para turistas, organizados comercialmente en una red, se formaron en Francia en 1951. A nivel mundial, ha surgido a partir de la década de 1980 como opción a los modelos turísticos tradicionales.

En Europa, el turismo en zonas rurales es considerado una estrategia de revitalización, sobre todo en las áreas definidas marginales. Gracias a él se han revitalizado antiguos pueblos y se ha favorecido la rehabilitación del espacio rural. Han sido reevaluados antiguos caminos y senderos abandonados y habilitados para la practicas de actividades deportivas como el senderismo y el cicloturismo; también han sido restauradas antiguas casas de campos para la acogida turística.

Gracias a la organización de diversos organismos públicos y a la ayuda de programas de financiamiento, se han desarrollado redes de turismo rural a nivel regional o nacional en las cuales participan los agricultores. También se ha organizado acciones de formación y capacitación, comercialización de los alojamientos y de las actividades ofrecidas. Se han promovido diversos sistemas de asociatividad entre agricultores y entre municipalidades; las organizaciones creadas disponen de normativas internas propias. Estas organizaciones definen sus propias estrategias comerciales, participan en eventos promocionales, capacitan permanentemente a los socios.

La difusión del turismo rural se debe principalmente a tres factores:

- Para el visitante es un redescubrimiento del campo; para los habitantes de la ciudad se hace imperante la necesidad de cambiar el ritmo de vida y retomar el contacto con la naturaleza.
- Para el agricultor consiste en una diversificación de las fuentes de ingresos.
- Para el Estado representa una ayuda a mantener vivo el espacio rural, un freno al decrecimiento.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS Y PRINCIPIOS

Se individualizan diez características del turismo rural (Patri, 1999):

1. Innovador: en la mayoría de los casos, el desarrollo turístico representa una experiencia nueva y aporta nuevas posibilidades al espacio rural (servicios, infraestructura, etc.).
2. Difuso: no se crean grandes concentraciones que puedan perturbar los equilibrios de las comunidades rurales.
3. Participativo: los habitantes son actores del desarrollo turístico y no solamente espectadores de actividades organizadas externamente. En este ámbito el papel de la mujer es fundamental.
4. Asociativo: las organizaciones de agricultores logran mejores resultados, una mejor interlocución con los sectores públicos de cómo podrían hacerlo de forma aislada.
5. Formador: para la mayor parte de los agricultores, ofrecer servicios de alojamiento, comida y recreación, representa una actividad para la cual se hace necesaria la capacitación personal. Se produce desarrollo rural gracias a la incorporación de nuevos conocimientos en materias de gestión, organización y otros.
6. Cultural: la cultura, las tradiciones, las costumbres, la comida típica, presente en el espacio rural, se revitalizan.
7. Ecológico: el visitante está interesado en el paisaje bien conservado, en las especies animales y vegetales protegidas. Este interés motiva acciones de protección y de conservación del medio natural.
8. Recreativo y deportivo: se pueden promover diversas actividades deportivas en relación con el área: el senderismo, el turismo ecuestre y el cicloturismo.
9. Pedagógico: ciertas estructuras de turismo rural o agroturística proponen a menudo programas de educación ambiental a establecimientos educacionales. Un ejemplo es la granja

pedagógica, donde se pueden efectuar visitas a lecherías, queserías y piscicultura. En varias ocasiones, los visitantes pueden participar en alguna actividad, como la vendimia, la cosecha y otros.

- 10. Social:** en muchos casos las estructuras de turismo rural, gracias a los precios, trabajan con grupos socio económicos desfavorecidos. Por otro lado, agricultores de bajos recursos han mejorado sus condiciones de vida gracias a la atención turística.

El turismo rural tiene que armonizar y complementar tres tipos de intereses (Szmulewicz y Constabel, 1997):

- Los del turismo en general;
- Los del medio ambiente;
- Los de la comunidad local.

Los principios generales, sobre los cuales se basa, pueden ser identificados en los siguientes:

- Uso sustentable de los recursos naturales.
- Revitalización de las economías locales.
- Calidad del diseño y de la gestión.
- Integración de la población local.
- Desarrollo planificado y controlado que implica no-masificación, bajo impacto, sostenibilidad.

En un territorio, la implementación de este estilo de turismo es gradual y no impactante y los resultados son de largo plazo en un marco de ordenación territorial.

Para que un territorio tenga posibilidades de implementar un proyecto de turismo rural, son necesarias seis condiciones básicas (Patri, 1999):

- Un territorio atractivo: recursos turísticos de calidad potencial o real, que motiven las visitas y la permanencia de los turistas. Se entienden recursos paisajísticos, culturales, recreativos y otros.
- Una voluntad: la existencia de actores motivados que posean objetivos comunes de desarrollo rural; aptitudes de organización y una voluntad de implementar una acción innovadora en su territorio.
- Una organización: la existencia o la posibilidad que se cree una estructura asociativa que coordine el proyecto de desarrollo turístico, que establezca normas de regulación y que estimule la cooperación.
- Un producto: la existencia de una oferta viable y de calidad que responda a las expectativas de los clientes actuales o potenciales.
- Un mercado: que haya una demanda real o potencial y que existan, o sea posible instaurar canales de comercialización adecuados.
- Un marco institucional favorable: que exista una política de incentivo; substancialmente la posibilidad de acceder a instrumentos de

financiamiento, necesario para las primeras fases del proyecto (capacitación, estudios, giras, definición de estrategias de marketing).

El turismo rural no se improvisa, hay que respetar las condiciones básicas de organización, capacitación y comercialización. En general, para su desarrollo se necesita de:

- Un ambiente de calidad.
- Una señalización eficaz, sobre todo vial.
- Una voluntad política local en función de lo que se tiene y de los desafíos técnicos y financieros.
- Una dinámica local de movilización, sobre todo al servicio del interés local, antes que los intereses particulares.
- Una estrategia de producción, conjugando las iniciativas públicas y privadas, mezclando la gestión de corto, mediano y largo plazo, de las empresas y de las colectividades públicas, actuando estas últimas en el apoyo financiero y en la coordinación.
- Una estrategia de comercialización. La función comercial se define por su adaptación del producto a la demanda; acondicionamiento, distribución; servicio y seguimiento del cliente.

El turismo rural se estructura y se desarrolla considerando prioritariamente lo local; esta característica se coloca a cinco niveles. Es un turismo (Grolleau, 1993):

- De iniciativa local deseada por los habitantes del lugar.
- De gestión local.
- Generador de efectos positivos locales.
- Que valoriza la cultura y las particularidades locales.
- Marcado por paisajes locales.

Iniciativa y gestión local en cuanto esta forma de turismo es una actividad que se basa en las capacidades que posee el habitante rural de dar a conocer sus aspectos culturales, pudiendo, los pequeños agricultores desarrollar estrategias de administración de las iniciativas. Por consiguiente, los efectos recaen en el ámbito local, significando un incremento de los ingresos y la generación de una alternativa de empleo. La cultura local se valoriza y se renueva, pues se le da una connotación diferente, volviéndose importante la conservación. Finalmente, el turismo rural está definido por el paisaje local, por lo que cuenta con los recursos naturales, arquitectónicos y culturales del espacio rural.

BENEFICIOS DEL TURISMO RURAL

El desarrollo turístico en el espacio rural puede tener diversos efectos positivos (PAS, 1996; Lane, 1991 citado por Nuñez *et al.*, 1999):

- Representa un incentivo al desarrollo sustentable y contribuye a la asignación de mayor valor social y económico al patrimonio natural.
- Promueve el desarrollo de zonas que son económicamente deprimidas, fundamentalmente porque el sector servicio contribuye al mejoramiento.
- Impulsa la creación de una nueva fuente de trabajo y por consecuencia la disminución del éxodo agrícola.
- Permite la ampliación de las áreas potencialmente aprovechables para esparcimiento y recreación.
- Contribuye al rescate, y el fortalecimiento de las tradiciones, de las costumbres y de las culturas locales.
- Promueve la difusión de contenidos educativos, en la medida que favorece una comprensión integrada de los procesos naturales y sociales.
- Impulsa el incremento de la participación de la población que vive en áreas protegidas o aledañas, en general en el espacio rural, a los beneficios generados por el turismo y, además, la participación en los procesos de desarrollo de planes turísticos.
- Aporta a la estimulación a la asociatividad, un mayor compromiso y unidad de los pobladores.
- Se crea un nuevo papel de la mujer en el medio rural.
- Favorece una descentralización efectiva de la gestión pública regional, al perfilar responsabilidades de administración territorial con objetivos turísticos.

El turismo rural puede ser analizado desde el punto de vista económico, ambiental y sociocultural. En la siguiente figura (Figura 3) se contemplan los impactos a los tres niveles.

El turismo rural, por sus propias características, debe contener al mínimo los impactos ambientales negativos, dado que uno de los elementos claves está representado por el espacio natural.

Un punto importante es que las actividades implementadas no deben ser transitorias, sino más bien actividades sustentables en el tiempo, potenciando las ventajas comparativa del área en términos de recursos naturales y turísticos. Se piensa que para lograr este objetivo es necesario la constitución de una organización comunitaria local, fuerte, de tal manera que la participación en el desarrollo del área sea directa y consensual. Elemento importante y a veces olvidado es la educación a los turistas: mantener una sensibilización y educación a los turistas para generar un marco de identificación de la zona, de tal manera

que participen al potenciamiento de la zona libre de contaminación.

TURISMO Y ÁREAS PROTEGIDAS

Las finalidades y las tareas de los parques han aumentado progresivamente en número y en complejidad; una función clásica es la de la fruición turística y recreativa, actividad que debería generalmente contribuir a incrementar el ingreso de capitales y la ocupación local. Últimamente es objeto de renovación y se va juntando con la didáctica educativa ambiental. Además, se debe tener presente que, en ocasiones, las áreas naturales protegidas se localizan en zonas rurales, donde a menudo viven comunidades que presentan condiciones socioeconómicas críticas y que ocasionan acciones negativas sobre los recursos naturales; así es que, en tal situación, la actividad turística puede presentar una alternativa en la obtención de ingresos.

Para que esta actividad contribuya efectivamente al bienestar de la colectividad local y sea fuente de revitalización, es necesario prever y planificar la actividad misma. Es claro que la presencia de turistas en el parque o en la reserva natural debe ser reglamentada en su componente tanto cuantitativa como cualitativa. Lamentablemente, el impacto turístico en el territorio no es fácil de reglamentar; la afluencia debe ser limitada y guiada, también hecha compatible con el área protegida. El problema del turismo en los parques lleva a la relación entre dos temas centrales en la institución de un parque: tutela y fruición. Relación que debe ser enunciada claramente para constituir la base de la gestión misma. Los criterios para una política de tutela deberían ser la zonificación, los flujos, las actividades admitidas. Si los parques y las reservas naturales en general, quieren atraer flujos turísticos, deben también saber gestionar, dotarse de particulares herramientas que miren a envolver al visitante en una serie de actividades didácticas y recreativas y, que muestren la riqueza del ambiente natural, contribuyendo a acercarlo a la naturaleza y a estimular el respeto hacia ella.

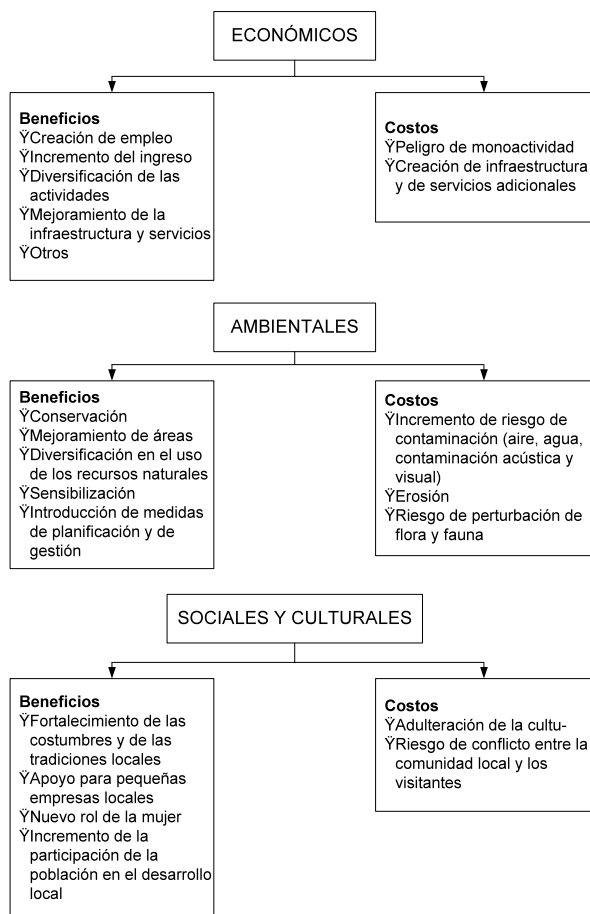


Figura 3. Impactos económicos, ambientales y sociales del turismo rural

Con respecto a la infraestructura turística, ésta tiene que estar directamente relacionada con las características naturales del área; no debe poner en peligro la integridad de los recursos naturales ni el valor escénico del área. Debe ser definida en relación con cada zona en forma específica, considerando claramente la fragilidad del área y los objetivos de manejo. Los centros de servicio de información, los centros de visita, deberían localizarse preferiblemente en los sitios de mayor concentración de visitantes. En relación con la estética y el diseño de las infraestructuras, es preciso considerar el destino, las características naturales y culturales del área.

DEMANDA Y OFERTA DE TURISMO RURAL

LA DEMANDA

El turismo rural refleja un cierto tipo de demanda, que puede significar una nueva representación del ambiente. Esta demanda, que se ve inserta en la problemática ambiental, supone dos tipos de análisis:

- Averiguar acerca de sus efectos sobre la organización social, o sea, individualizar cuáles son

los nuevos espacios rurales que se constituyen en relación y en función del fenómeno turístico y también ver el impacto que tiene el turismo sobre la preservación, o la degradación, del medio ambiente.

- Identificar ideas que son la base de esta demanda turística percibida como nueva y diferente (Aboim, 1997). La demanda orientada hacia el turismo rural es esencialmente urbana. El turismo en el espacio rural parece ser una forma de mediación entre sociedad y naturaleza.

El mundo rural, con el desarrollo de este turismo, cambia su cara. Tiene una nueva representación relacionada con la sociedad urbana, o mejor, con las crisis del urbano que genera nuevas demandas sociales. Cambia la estructura productiva, se desarrolla una formación profesional diferente y, también, a nivel más subjetivo, cambia la percepción del espacio y la manera con la cual se construye la propia identidad.

La demanda de turismo rural más común (Ruiz, 1994), es aquella que tiene carácter vacacional, pedida principalmente por grupos familiares, clientes de nivel medio-alto y de estudio de grado superior o medio (funcionarios, docentes, profesionales, estudiantes universitarios). Estos son turistas residentes en núcleos urbanos, cuyas motivaciones más importantes son: la búsqueda de la tranquilidad y el descanso, el paisaje y el contacto personal con la población local. En general, se diferencian dos grupos de turistas rurales (Bote, 1988): los que tienen vínculos familiares en el espacio rural y que utilizan alojamientos privados; y los que no lo tienen, eligen más libremente este destino para sus vacaciones y utilizan los alojamientos turísticos comerciales. Dentro de los dos grupos se puede diferenciar el tipo de comportamiento y la relación con la comunidad, como gasto, estadía, nivel socioeconómico y tipo de alojamiento utilizado¹.

La demanda de turismo rural a nivel mundial está en aumento. En el año 1974 se contaba con 240 millones de turistas y en el año 1996 con 600 millones. Hay varios elementos que influyen y explican la evolución y la difusión del turismo rural, sobre todo en Europa, donde, según datos de la Unión Europea, más de 25 millones de sus ciudadanos pasaron algún periodo de su tiempo vacacional en una zona rural (Ruiz, 1994). A partir de la década de 1950 en numerosos países del norte y del centro de Europa y desde la década de 1970 en los países del sur, el turismo rural es considerado como una estrategia relevante para la promoción del desarrollo socioeconómico de las zonas

¹ Cada país o cada área posee un tipo de turista particular que frecuenta el espacio rural. Sin embargo, se pueden individualizar algunos tratos comunes: la mayoría son jóvenes; viajan con pareja con o sin hijos; se documentan antes de la estadía; buscan alimentos sanos y naturales; buscan descubrir aspectos relacionados con la cultura que no conocen, como artesanía, tradiciones, lenguas; aprecian practicar deportes y actividades nuevas y buscan la autenticidad

desfavorecidas. Se puede explicar esta evolución con diferentes elementos (Lanaspèze, 1993; Ruiz, 1994; Szmulewicz, 1997):

- Creciente demanda por actividades recreativas en ambientes con características diferentes a la vida urbana.
- La tendencia a la saturación y a la congestión de las zonas turística tradicionales.
- El turismo rural satisface bien la demanda de espacios abiertos para la practica de diferentes tipos de actividades deportivas, culturales y ambientales.
- Se adapta bien al nuevo estilo de vacaciones, en relación con el tiempo, fuera de temporada, de fin de semana; de preferencia de corta distancia; y los requerimientos como una mayor autonomía (desplazamiento con auto individual, viajar en grupos pequeños).

LA OFERTA

Existen *condiciones y elementos básicos* en el desarrollo del turismo rural, tales como: el paisaje y el entorno de calidad; poder ofrecer una amplia gama de productos; dar importancia a las componentes autóctonas, culturales y ambientales; implementar formas de capacitación de los recursos humanos locales y, de sensibilización de la población local. El turismo rural no debe ser concebido como la única actividad económica del área rural, sino más bien como un eje de la estrategia global de desarrollo rural. Fundamental es el papel de la administración pública y de otras instituciones, que tienen que ver con la promoción y la comercialización, el incentivo de actividades, la dotación de infraestructuras y de servicios necesarios. Factores determinantes para el éxito son: la calidad; un nivel de precio moderado; formación y aptitudes personales; coordinación de los trabajos agrícolas y turísticos.

El suceso de las actividades relacionadas con el turismo y la agricultura depende de varios factores que pueden ser reconducidos al contexto económico, social, cultural, ambiental y arquitectónico y, a la capacidad organizacional y de producción de la empresa. Para tal fin es necesario crear una serie de procesos de reorganización del territorio para la acogida de los nuevos visitantes. Las empresas agrícolas deberán reconvertir una actividad basada sobre la producción, hacia una pluriactividad que concierna los servicios de hospitalidad, la producción (v.gr. productos alimentarios), el suministro de productos alimenticios, la organización de actividades recreacionales. Es claro que la puesta en marcha de estas nuevas actividades de carácter comercial requiere a la empresa nueva profesionalidad y el mejoramiento de las estructuras presentes. La pluriactividad de la empresa, por el hecho que los recursos laborales presentan una grande flexibilidad de empleo y por la proveniencia diversificada del rédito, se considera

como posibilidad concreta de una actividad que contribuye a consolidar la permanencia de la población en un determinado territorio (LEADER II, 1996). Para que esta transformación en las empresas y en el territorio en que están insertadas, se pueda lograr, es necesario crear las condiciones para que se realice una sinergia entre lo que se actúa a nivel empresarial y lo que se presenta a nivel colectivo del área.

Es importante definir y tener claro el modelo de estrategia turística que se quiere implementar, con el fin de evitar los riesgos de un desarrollo espontáneo y sin control y, por el contrario, potenciar intercambios económicos entre la población receptora y la emisora. Bote (1988) sugiere la definición de modelos artesanales de desarrollo y la necesidad de hacer compatibles la conservación y el desarrollo de los recursos turísticos. El turismo tiene que respetar la integridad de los recursos tales como el paisaje y la tranquilidad. Así es como se presenta mejor la rehabilitación de viviendas de interés desde el punto de vista arquitectónico, que la construcción de nuevos establecimientos; de tal manera, el turismo asume el carácter de instrumento de conservación y de recuperación. La oferta de turismo rural se caracteriza por una nucleación no concentrada, con microequipamientos e instalaciones de pequeña dimensión, no estandarizadas y, adaptadas al medio natural y humano y que exigen inversiones relativamente reducidas. Con fin de desarrollar un programa de turismo rural es necesario una planificación que sea con la población y no para la población. Éste es un cambio de enfoque que necesita conciencia y capacitación de la población rural, esfuerzo y coordinación en la organización.

CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

De una manera general, las orientaciones productivas de la empresa que quiere ofrecer un producto turístico, deberían ser lo más diferenciadas posible, o sea, la empresa debería tener una impostación “policultural”, con productos para la transformación y para la venta directa. Esta situación es preferible a una empresa con dirección especializada. Se considera un gran atractivo la comida tradicional del campo; además, la venta directa puede significar una integración económica.

ALOJAMIENTOS

El alojamiento es uno de los puntos centrales de la oferta de turismo rural. Las estructuras pueden adoptar diversos aspectos, desde los más sencillos hasta los más sofisticados, dependiendo de la potencialidad de los lugares, de la disponibilidad de los propietarios y de las actividades que se ofrecen. Los alojamientos se distinguen según la clientela (niños, deportivos, familias); y los estilos de acogida varían según la evolución del mercado.

Las estructuras para el recibimiento de turistas deben tener en cuenta un conjunto de factores relativos a la construcción o adecuación del lugar. Alojamientos inadecuados son los que no tienen elementos de la arquitectura rural específica de la zona y revelan un insuficiente desarrollo de la cocina local. Es preciso respetar los colores, la armonía de las formas relacionados con el entorno. Si se trata de reestructurar hay que respetar el carácter rural antiguo; el aspecto exterior debería ser modificado en el mínimo necesario, tratando de conservar los elementos antiguos, como maderas, chimeneas, huertos. La existencia de casas vacías y abandonadas en el campo son indicadores de la infrautilización del patrimonio inmobiliario del espacio rural; también es un indicador de las deficiencias de la política urbanística y de vivienda y la falta de una política de rehabilitación de las edificaciones infrautilizadas.

Para la implementación de un modelo artesanal y local de desarrollo, la idea-fuerza es la creación de una hotelería rural de calidad, que presente una sensibilidad ecológica, con diversos objetivos:

- Crear establecimientos de pequeños tamaños, de gestión local, que faciliten el contacto entre visitantes y población residente y garanticen un servicio personalizado.
- Rehabilitar edificios de interés desde el punto de vista de la arquitectura popular y contribuir a la recuperación del patrimonio inmobiliario infrautilizado.
- Crear una imagen de calidad, con cocina tradicional, basada en productos locales y naturales, diversificando así la oferta de alojamiento existente en el espacio rural.

En la fase inicial es importante la participación de la iniciativa pública en su financiación, con el fin, además, de crear un efecto demostrativo en la empresa privada.

Los principales tipos de alojamiento de turismo rural son los siguientes:

- Hoteles rurales: son hostales o pequeños hoteles, de carácter familiar que entregan una cocina tradicional. Pueden constituir también un lugar de encuentro de la población rural, para conversar y escuchar música.
- Albergues de etapas o de grupos: son establecimientos concebidos para acoger grupos que están de paso, están equipados para excursionistas y sus materiales, como bicicletas o caballos y cuentan con un lugar para cocinar.
- Alquiler de casas rurales rehabilitadas: es un medio tradicional de alojamiento en el espacio rural que se basa sobre la recuperación de edificios de interés

desde el punto de vista arquitectónico, y genera una gestión y una comercialización en conjunto².

- Alquiler de habitaciones: es una forma de alojamiento privado; se ofrece media pensión o pensión completa.
- Cabañas turísticas: son viviendas prefabricadas construidas en madera de calidad, con buenas condiciones de habitabilidad.
- Camping rural: se distinguen tres tipología de camping: el camping turístico convencional, el camping en finca y áreas naturales de camping³.
- Granjas: es un alojamiento en una casa de campo, integrada dentro de una explotación agropecuaria. En las granjas se ofrece alojamiento para niños y jóvenes, con el fin de desarrollar programas educativos, actividades recreativas y de descubrimiento del medio rural (la granja escuela). Otros tipos son: granja ecuestre, granja de caza, granja de descanso.
- Pueblos de vacaciones: se trata de núcleos rurales, nuevos o rehabilitados, en los que se concentra una oferta amplia de alojamientos.

ACTIVIDADES

En una oferta de turismo rural no es suficiente el alojamiento y la comida, se necesita desarrollar actividades recreativas, deportivas y socioculturales específicamente rurales y también la originalidad de estas actividades contribuye a formar el producto turístico.

Para potenciar las actividades deportivas y recreacional y de animación en el espacio rural, desde el punto de vista de una estrategia artesanal y local, se tiene que tomar en cuenta los siguientes objetivos específicos (Bote, 1988):

- Diversificar las actividades recreativas y deportivas, para proponer al turista un amplia gama de posibilidades para elegir.
- Promover actividades a partir de iniciativas locales (asociaciones, clubes, centros artesanales) con el objetivo que sea la misma población local en gestionar la animación.

² Con este tipo de oferta se logra crear una imagen típica de tipo "familiar" y generar un efecto demostrativo de respeto y revalorización del patrimonio rural e indirectamente desanimar las residencias secundarias y las urbanizaciones convencionales. También estimula la recuperación de la artesanía local, especialmente de la construcción.

³ El primer tipo permite el contacto con la naturaleza, el uso de equipamiento e instalaciones ligeras, pero constituye un alojamiento concentrado y comúnmente de gran tamaño, que ocupa nuevo espacio, generalmente de alta calidad paisajística y por consecuente no responde a una estrategia artesanal de desarrollo turístico. El camping en finca no necesita de instalaciones fijas, tiene un límite en cuanto a tamaño y cuenta con dotaciones de servicios en los edificios de la propia explotación. Privilegia la tranquilidad y el descanso. Constituye un alojamiento típico del agroturismo y responde a la estrategia artesanal. Las áreas naturales de camping, en la experiencia francesa, son terrenos de vocación agrícola, sencillamente acondicionados, que pueden recibir más campistas que el camping en explotación pero tienen un límite en la ocupación de suelo (un máximo de 25 tiendas/ha) y cuentan con servicios mínimos. No son instalaciones fijas como el camping turístico convencional y se destinan fundamentalmente a una clientela joven.

- Compatibilizar el descubrimiento de los valores físicos del medio natural con su conservación.
- Promover actividades que incrementan la identificación de la población residente.

Se distinguen en dos categorías las actividades a desarrollar en el medio rural: las destinadas a desarrollar actividades recreativas y deportivas en contacto con la naturaleza y las que miran a revalorizar las diferentes formas de expresión sociocultural.

Algunas de las actividades recreativas y deportivas son:

Zonas de baño (piscinas naturales). Necesitan de pequeñas inversiones, en señalización, limpieza y en la creación de espacio para merendar. Además del baño, se pueden realizar otras actividades, como la pesca, la pesca deportiva, la navegación, y los diferentes tipos de deportes náuticos (canoa, kayak, rafting).

Paseos y senderismo. Las antiguas vías de comunicación rural (camino y vías pecuarias) representan un atractivo turístico en cuanto forman parte de un patrimonio cultural y tradicional. El senderismo, que hace parte de una nueva demanda turística, puede permitir la rehabilitación y la conservación de estos caminos y también permitir a la población urbana un mayor contacto y conocimiento de la naturaleza. Para plantear el desarrollo de esta actividad en una comuna rural, se debería proporcionar itinerarios peatonales de interés paisajístico y también actividades de entretenimiento. Se debería seleccionar los mejores recorridos a realizar en un día o en media jornada por su atractivo paisajístico u otros atractivos naturales y socioculturales; e identificar senderos con diferentes grados de dificultad. Las inversiones que tienen que hacerse son de tipo ligero, que faciliten la apertura del medio natural al turista: es necesaria una señalización de los caminos, como marcas y flechas, que permitan la identificación y acceso de los turistas a los recursos, a las rutas y a los senderos; también la predisposición de áreas de descanso y miradores en lugares atractivos, o en la mitad del recorrido y donde se obtenga una buena vista.

Paseo a caballos y turismo ecuestre. Se pueden desarrollar productos como cursos de iniciación a la equitación con instructor, para adultos y para niños; alquiler de caballos por horas y por jornada, con o sin acompañador; organización de excursiones con un guía y un equipo de apoyo por un día o por más tiempo. Las inversiones constan en la creación de pequeños centros hípicas; se necesita la compra de caballos, de aparejos y la construcción o rehabilitación de edificios. También es necesario realizar un curso de capacitación. Para el diseño de itinerarios con caballos hay que tomar en cuenta varios elementos, como la localización de abrevaderos, lugares de pasto para los caballos, la señalización, la implementación de circuitos temáticos, precauciones de seguridad.

Cicloturismo y mountain bike. Se trata de actividades individuales o de grupos informales. No necesariamente se deben hacer pistas para ciclistas, por lo menos contando con objetivos a corto plazo; a menudo se siguen los mismos itinerarios creados para los senderistas. Las inversiones, además del mejoramiento de los senderos o si se quiere, la implementación de pistas, son: la creación de centros de alquiler y de mantención de las bicicletas. Muchos albergues rurales pueden proponer alojamientos y circuitos para este tipo de cliente.

Caza deportiva: es una actividad que tiene un tipo de cliente bien definido y puede representar un impulso para las estructuras agroturísticas. Para implementar esta actividad se deben tener en cuenta varios elementos, como la normativa, los periodos de caza, los sectores, entre otros. Se tiene que considerar también la compatibilidad con otras formas de turismo (el senderismo, la observación de flora y fauna).

En el desarrollo de un proyecto turístico en el espacio rural, es interesante promocionar actividades que permitan una revalorización de las tradiciones y de los recursos socioculturales. Estas actividades son expresión del turismo educativo, que puede desarrollarse en todos los periodos del año. El objetivo puede ser no solamente la educación ambiental, sino también un estímulo para la investigación de los recursos naturales y socioculturales, se piense en los museos rurales y en los ecomuseos. Es importante tomar en cuenta el patrimonio sociocultural e histórico del espacio rural: tradiciones, fiestas, manifestaciones folklóricas y religiosas. En el ámbito del turismo cultural, hay interés para conocer el patrimonio arqueológico u otros elementos relacionados con el pasado del área visitada. Se organizan visitas a caballo o caminando, constituyendo circuitos temáticos. Es necesario contar con información específica sobre las edificaciones existentes, en el que se describa su época de construcción, características arquitectónicas e históricas.

Para mejorar la oferta cultural, deben ser implementadas o potenciadas diferentes actividades como:

- Realización de cursos de artesanía, gastronomía, de capacitación para guía naturalística y conoedor del área.
- Realización de seminarios y de encuentros, jornadas sobre el medio rural y cultural.
- Organización de exposiciones agrícolas y de animales.
- Talleres de expresión artística.
- Espectáculos al aire libre, como bailes, shows, concursos (Embatur, 1994).

La cocina del campo representa un importante atractivo. En Europa la cocina regional y local es una forma de promoción turística y hay circuitos enteros

basados sobre la gastronomía, de manera especial en relación con la viticultura (enseñanza de degustación, participación de los turistas a la vendimia, conocimiento de los lugares de producción). Es claro que la cocina debe adaptarse a las nuevas condiciones de vida y a la demanda; necesita limpieza e higiene de los establecimientos y un servicio personalizado. En algunos casos se organizan rutas gastronómicas, que son itinerarios que permiten reconocer de forma organizada la producción agropecuaria y la degustación de la cocina local. Las rutas se organizan en torno a un producto clave que le otorga el nombre, por ejemplo la ruta del vino o del queso. Están realizadas por agricultores que reciben turistas en sus establecimientos y le ofrecen productos locales y platos tradicionales.

Las rutas se organizan en relación con diversos elementos:

- Rutas gastronómicas por producto (vino, queso, etc.).
- Rutas gastronómicas por plato (plato preparado).
- Rutas étnico–gastronómicas (tradición culinaria de pueblos inmigrantes) (Barrera, 1999).

CALIDAD DEL PRODUCTO OFRECIDO

Aun cuando el turismo rural se caracterice por un cierto grado de naturalidad e informalidad, la planificación de las actividades debe ser profesional y el producto ofrecido de calidad. Son muchos los aspectos que hay que tomar en cuenta: la calidad de la acogida, en la relación con el visitante; la calidad de las estructuras; la higiene en la preparación de los alimentos; la calidad de los servicios; el fomento del trabajo asociativo; la adquisición de las nociones básicas de promoción y de comercialización; el conocimiento de las reglas comerciales básicas; la identificación de los recursos naturales y culturales vinculados a la actividad (Patri, 1999). Son indispensables varias aptitudes por parte del empresario – agricultor (en el caso de agroturismo), como saber gestionar la cocina y la hospitalidad (deben ser respetadas las normas sanitarias vigentes en higiene de la cocina, de los baños, la evacuación de basura, manejo de los productos alimentarios); saber comunicar y relacionarse con los visitantes, tener algunos conocimientos de la zona, saber informar sobre las diferentes posibilidades turísticas que ofrece la zona, como lugares de interés, senderos para caminatas y lugares de pesca.

EL CONSENSO COMUNITARIO

En un proyecto de desarrollo turístico rural integral se necesita la colaboración de agricultores, de gestores de actividades recreativas y deportivas, comerciantes y artesanos. El consenso de todos estos actores es

importante para definir los objetivos, realizar las inversiones y comercializar los productos. Hay que tener presente que la estrategia de desarrollo del turismo rural prevé una coordinación de iniciativas de pequeña escala y no concentradas. Como garantía previa para la aplicación de una estrategia de desarrollo turístico, es recomendable la agrupación de asociaciones y municipios.

Por el hecho que se necesita la cooperación entre muchos actores, en algunos países europeos se apoya el consenso en ámbitos espaciales determinados, con el fin de contar con un mínimo de oferta e integrar en una red de comercialización en conjunto con todas las iniciativas. Trabajando a esta escala, el consenso entre los diferentes actores debería reflejarse en una estructura de concertación, informal en la primera etapa, como por ejemplo una estructura de estudio y de planificación y en las etapas más avanzadas, una estructura jurídica permanente, que se ocupara de la realización de proyectos, gestión y comercialización. Esta estructura jurídica, que es un instrumento de expresión de la voluntad local, puede ser una asociación, una sociedad o una cooperativa. Tendría funciones fundamentales como:

- Dirigir y coordinar las diferentes etapas y los objetivos de la conservación y del desarrollo de los recursos turísticos.
- Apoyar las varias iniciativas desde el punto de vista técnico, económico y financiero.
- Integrar las iniciativas locales en la política turística y en los instrumentos de ordenación, gestión y financiación de la administración regional y local.
- Realizar la gestión de los productos turísticos locales.

Las estructuras jurídicas deben ser permanentes y deben contar sobre todo con una mayoría de capital público y buscar rentabilidad social. La estructura jurídica y los actores sociales varían según la etapa (de estudio, de realización de proyectos, gestión y comercialización de los productos turísticos), pero en todas las etapas los promotores deberían participar juntos con el resto de los agentes locales que se vayan incorporando.

La estrategia local de desarrollo del turismo rural necesita una coordinación e integración para la promoción, comercialización y gestión en general de todos los tipos de oferta, es decir, alojamiento, comida, actividades recreativas y deportivas.

La gestión del turismo en el medio rural, en todas las fases individualizadas (elaboración de proyectos, realización de obras, gestión, promoción y comercialización) puede ser individual (artesanos y agricultores) o agrupada (cooperativas y asociaciones). En el primer caso la persona se asume todos los trabajos; en la gestión colectiva por ejemplo un propietario de una casa puede ceder el uso a una

institución que se compromete a rehabilitarla y a mantenerla. Entre estos dos tipos de gestión, en Europa, existe una gran variedad de formula intermedias que responden a condicionantes rurales diferentes.

Bote (1988) individualiza tres formas fundamentales de gestión de la oferta en una comarca con vocación turística:

- La creación de una pequeña oferta, concentrada y con gestión integrada.
- La creación de una pequeña oferta, no concentrada y con gestión individual.
- La creación de una pequeña oferta, no concentrada y con gestión integrada.

La primera tipología constituye una oferta de alojamiento concentrada en uno o varios edificios, con servicio de comida, equipamiento recreativo y deportivo colectivo.

La gestión individual, la segunda tipología, se caracteriza por tener diferentes iniciativas locales de alojamiento, como casas rurales, camping rurales, alquiler de habitaciones, fomenta un contacto entre los turistas y la población rural. Las tareas de promoción y de comercialización de cada tipo de alojamiento se realizan a nivel individual y generalmente no implica equipamientos de carácter recreativo y deportivos.

La última forma prevista, la oferta pequeña y no concentrada con gestión integrada, se caracteriza por contar con un tipo de alojamiento no concentrado, distribuido dentro del área municipal; puede ser constituidos por construcciones nuevas o edificios rehabilitados, pero gestionado en conjunto y cuyos equipamientos recreativo-deportivos y de animación es lo que existe en el municipio, entonces de uso mixto entre turistas y población local. Este modelo representa la situación intermedia entre los dos anteriores, en el cual las iniciativas individuales, no concentradas, se expresan desde el punto de vista de gestión mediante estructuras colectivas, como cooperativas o sociedades, que buscan agrupar el alojamiento y la alimentación con actividades recreativo-deportivas y de animación, con el fin de crear productos turísticos completos.

Este modelo, en apariencia presenta una contradicción, porque es una oferta dispersa, distribuida en uno o varios municipios, pero con un esfuerzo de organización exigido por la gestión y la comercialización conjunta.

Es claro que esta tipología necesita un periodo de maduración en principio más largo respecto de las otras dos formas de gestión, porque necesita mayor sensibilización y concertación entre todos los agentes que participan en su creación.

LA SITUACIÓN DEL TURISMO RURAL EN CHILE

Chile ha presentado en los últimos años un importante desarrollo de la actividad turística; durante el año 1997 presentó una expansión del 15 %, la que la convirtió en el sector de mayor crecimiento de la economía nacional y colocándola entre las principales fuentes de generación de divisas para el país.

Sin embargo, los impactos de la actividad turística a nivel local se han presentado de una manera desigual en el país. Algunas localidades son reconocidas a nivel nacional e internacional, mientras otras recién están empezando o tampoco han empezado un proceso de definición de la actividad turística como eje de desarrollo. En parte, esta situación se debe al hecho que no existe en Chile una planificación con objetivos territoriales claros, que incorporen al turismo como actividad que se ofrece en equilibrio con las demás actividades económicas (Martínez, 1999).

Debido a la actualidad del tema, la información disponible sobre el turismo rural y agroturismo en Chile es relativamente escasa y se encuentra dispersa. Hay estudios regionales, especialmente en las Regiones VII y X⁴. El turismo rural representa en Chile una actividad nueva e innovadora. Algunos estudios efectuados en estratos socioeconómicos medio y medio alto de Santiago indican que un 21,8% de los turistas optan por el medio rural como destino de vacaciones, un 3,4% por Parques Nacionales y 16,4% por lagos (Szmulewicz, 1997).

Existen diversos factores que influyen directamente o indirectamente sobre los territorios rurales en vista del desarrollo de la actividad turística. Cuando la influencia sea interna (factores característicos del territorio) se expresan a través fortalezas y debilidades, en el caso opuesto, o sea, una influencia externa, se expresan a través de oportunidades y amenazas. Se presenta a continuación los principales factores que caracterizan el desarrollo del turismo rural en Chile (Patri, 1999; Martínez, 1999).

⁴ La Universidad de Talca está desarrollando un estudio sobre el impacto del agroturismo en algunas localidades costeras y cordilleranas de la VII Región. La Universidad Austral de Chile en Valdivia, ha realizado algunos estudios en particular sobre estructuras agroturísticas de la Región de Los Lagos. Se han realizados diversos seminarios sobre turismo rural a una escala nacional e internacional (en abril de 1997 un seminario sobre el turismo rural en Chile fue organizado por la Universidad Austral; EuroChile promovió actividades similares en 1997 y 1998; en marzo de 1998 el FIA organizó un seminario internacional de turismo rural en Valdivia; la consultora Ambar organizó un seminario de ecoturismo en octubre de 1998; en septiembre de 1999 en Santiago fue presentado el seminario internacional de turismo rural del Cono Sur organizado por INDAP).

ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (FODA)

Se presenta a continuación algunas fortalezas y debilidades que enfrenta el desarrollo del turismo rural en Chile (Cuadro 1). Modalidades de turismo rural en Chile

Esta modalidad de turismo ha empezado a practicarse en Chile hace unos veinte años, con la experiencia de algunas Posadas Campesinas, la rehabilitación de algunas casas patronales con fines turísticos y con el diseño de algunos circuitos turísticos artesanales. También, en este período se hace más fuerte la atracción para los parques naturales y áreas protegidas.

Las principales formas de turismo rural que se han identificado en Chile son (Szmulewicz, 1997):

- El ecoturismo, que recibe un fuerte impulso a partir de la década de 1980, gracias a los planes de manejo de varios parques nacionales en los que se incorporan áreas para uso recreacional.
- El agroturismo empieza a partir de fines años de la década de 1980 y principios de la de 1990 con la creación de una oferta de hospedajes rurales en las riberas del lago Llanquihue (se habilitan 23 casas que generan una zona modelo, de esta forma de turismo a nivel de medianos productores). Este modelo se amplía a nivel de la agricultura campesina a partir del 1995, con programas de ayuda de INDAP y de SERNATUR y actualmente existen proyectos en diferentes zonas del país.
- El turismo de aventura empieza a mitad de la década de 1990 con algunas empresas que ofrecen excursiones de rafting, mountain bike y cabalgatas, en particular en áreas cercanas a parques nacionales.

El etnoturismo es una modalidad nueva, que aparece en los dos últimos años gracias al creciente interés hacia las comunidades indígenas mapuche y aimará. Dentro de las modalidades de turismo rural se presentan experiencias y proyectos de excursiones rurales, como día de campo y tarde en el campo, localizadas principalmente en los alrededores de áreas urbanas; proyectos comarcales, que consideran servicio de hospedaje, alimentación y actividades recreativas; campamentos ecológicos y granjas escuelas, sistemas que integran la vacación con la educación ambiental; agrocamping; festivales y encuentros campesinos, que presentan las tradiciones musicales y gastronómica.

Actualmente, en el país existe un centenar de proyectos nacionales de agroturismo o turismo rural con características diferentes (Patri, 1999). Hay proyectos en todas las regiones del país, con énfasis en

las IX y X Regiones⁵. En la XII Región han sido habilitadas para recibir turistas varias casas y bodegas de antigua estancias ovejeras. Los dueños son de un nivel social medio alto que cuentan con residencias aptas para recibir visitantes de su mismo nivel (Nuñez *et al.*, 1999). Sin embargo, la mayoría de las personas que viven permanentemente en el sector rural es de condición social baja o medio baja, gran limitación al desarrollo de la actividad turística. Las viviendas a menudo no cuentan con los servicios básicos necesarios para poder hospedar. En línea general, para desarrollar esta forma de turismo es necesario apoyar a los campesinos interesados, orientándolos sobre las posibles fuentes de financiamiento, entregándoles capacitación y asesoría técnica, en temas como construcción, cocina y calidad de los servicios ofrecidos.

Cabe destacar que en la actualidad se observa un incremento de la asociatividad entre particulares y también entre municipalidades, apoyados por organismos públicos. Hay dos redes que operan desde el verano de 1998: Agroturismo Chiloé y la Red de Turismo Rural Caburga Lican Ray. También se pueden mencionar, aunque con un estilo diferente, la Federación Esperanza Campesina, en la precordillera de Linares, y la Red de Paradores Agroturísticos de Curacaví. Numerosos proyectos de redes de agroturismo se encuentran actualmente en estudio por parte de INDAP y SERNATUR en la X Región. También puede citarse el caso de una red de estancias agroturísticas en gestación en Magallanes, en el marco de un proyecto de fomento (PROFO) operado por SERCOTEC (Servicio de Cooperación Técnica) y apoyado técnicamente por EuroChile.

⁵ El SERNATUR clasifica de la siguiente manera los principales tipos de proyectos realizados y en realización de turismo rural (la oferta se relaciona a las diferentes áreas geográficas, pero en general son productos no muy diversificados, donde prevale la combinación paisaje - alojamiento) (Baeza, 1997).

Establecimiento de alojamiento de familias que tienen residencia en zonas rurales.

Establecimiento de alojamientos de familias o empresas que se han instalado en zonas rurales como expansión de un negocio inmobiliario o turístico.

Operación de servicios turísticos de transporte y otros en zonas rurales.

Locales de venta de artesanía y/o gastronomía en zonas rurales.

Construcción, ampliación o habilitación de alojamiento en casas de familias no vinculadas a la actividad agropecuaria que ofrecen servicios turísticos y actividades de agroturismo.

Habilitación de alojamiento turístico en casas de familias campesinas.

Cuadro 1. Análisis de las fortalezas y debilidades (FODA) del turismo rural en Chile

Fortalezas y oportunidades	Debilidades y amenazas
· Incremento general de la actividad turística.	· Conocimiento insuficiente en la promoción de las posibilidades turísticas rurales del país.
· Aumento del interés por un turismo alternativo.	· Conocimiento escaso de los proyectos activados y dispersión de la información.
· Diversidad de paisaje.	· Conocimiento escaso de ayudas entregadas por parte de las municipalidades y particulares.
· Espacio rural poco intervenido.	· Débil rol del municipio en áreas con potencial turístico rural.
· Incremento de visitantes a parques y reservas naturales.	· Falta de capacitación de funcionarios públicos y de empresarios agrícola.
· Signos de saturación de algunos de los balnearios tradicionales.	· Falta de parámetros en la calidad de los servicios.
· Presencia de tradiciones folklóricas y culturales.	· Deficiente infraestructura vial y servicios básicos en áreas rurales.
· Cordialidad del habitante rural.	· Carencia de señalización turística.
· Mayor nivel educacional de los jóvenes rurales.	· Inadecuación de normativas sanitarias adaptadas.
· Incorporación de la temática ambiental en la educación.	· Ausencia de una normativa eficiente de regulación del espacio rural.
· Se ha empezado a hablar y escribir sobre el tema.	· Ausencia de canales de comercialización especializados.
· Interés por parte de la investigación universitaria.	· Falta de una visión estratégica de desarrollo integral.
· Integración en aumento de la población hacia la actividad turística.	· Ausencia de una instancia de coordinación y de apoyo al turismo rural.
· Experiencias piloto con participación pública.	· Posible conflictos entre la actividad turística y otros proyectos de inversión.
· Creación de instrumentos de financiamiento.	· La pérdida de las tradiciones locales y la escasa valoración del patrimonio y de la cultura local.
· Comienzo de especialización en algunas regiones.	· La progresiva migración campo – ciudad.

Fuente: ¿¿?

En Chile hay diversos organismos que cuentan con instrumentos de financiamiento aplicable a proyectos de turismo rural o agroturismo. En la actualidad los principales en la diferentes instituciones son:

- INDAP (Instituto de Desarrollo Agropecuario): a través de alianzas estratégicas institucionales, información de mercado, redes interregionales, financiamiento de estudios y proyectos, créditos y capacitación⁶.
- CORFO (Corporación de Fomento de la Producción): a través de proyectos de fomento (PROFOS) y Fondo de Asistencia Técnica (FAT).
- FOSIS (Fondo de Solidaridad e Inversión Social): a través de programas de Formación y Capacitación de Jóvenes, Apoyo Productivo Rural y Asistencia Técnica y Capacitación a Microempresas⁷.
- FIA (Fundación para la Innovación Agraria – Ministerio de Agricultura): a través de sus líneas de trabajo Financiamiento a Proyectos de Innovación Agraria, Giras Tecnológicas y Contratación de Consultores.

⁶ En el año 1996 INDAP financió 24 proyectos por un monto de casi 81 millones de pesos, el año siguiente financió 41 proyectos, por un monto de 212 millones de pesos (Martínez, 1997).

⁷ Desde el año 1996 FOSIS está apoyando directa o indirectamente iniciativas destinadas al fomento del turismo en el país. Se señala que en este arco de tiempo han sido financiados 24 proyectos por una inversión de 104 millones de pesos (Díaz, 1997).

- SERCOTEC (Servicio de Cooperación Técnica).
- SERNATUR (Servicio Nacional de Turismo): desde 1996 existe entre INDAP y SERNATUR un Convenio Institucional de cooperación y asistencia recíproca en el campo del agroturismo. También fueron firmados convenios con FOSIS, CORFO y SERCOTEC.

El resultado de estos programas es que se han establecido diversos mecanismos de articulación interinstitucional, que han facilitado el financiamiento de proyectos de turismo rural. También hay que decir que una parte importante del financiamiento al que pueden recurrir los posibles beneficiarios, corresponde a fondos concursables de distribución regional.

Frente al incremento en la cantidad de proyectos de turismo rural en todo el país y al aumento de los recursos destinados por parte de instituciones públicas, se espera para el futuro una mayor evolución de esta forma de turismo.

En línea general, en los próximos años se puede esperar un nuevo aumento en la cantidad de proyectos presentados por particulares o por agrupaciones de particulares, municipalidades, cooperativas campesinas, centros de capacitación y cooperaciones de desarrollo. También se puede pensar en un aumento del interés por parte de diversas categorías de

agricultores, así como un incremento de las iniciativas de asociatividad. En consecuencia, habrá un aumento de solicitudes de ayuda financiera y técnica para proyectos presentados a los organismos mencionados.

Se puede sugerir la creación de nuevos instrumentos de financiamiento, más adecuados al desarrollo del turismo rural; una especialización en el rubro profesional, con más consultoras especializadas, más profesionales capacitados y, en el ámbito universitario, con la creación de diplomas específicos en el área. Se piensa también en programas de capacitación y de formación a nivel de los funcionarios de los gobiernos regionales y locales con la finalidad de obtener cooperación y participación en la gestión de los proyectos de turismo rural. Se necesita la creación de mecanismos de apoyo técnico especializado para las instituciones locales, como el municipio y las juntas de vecinos, para la formulación de proyectos y gestión del turismo rural. Importantes son las experiencias de intercambios con el extranjero: viajes de estudios, convenios con instituciones, visitas de expertos extranjeros⁸.

Una estrategia de desarrollo de turismo rural requiere una acción conjunta del sector público, privado y de la comunidad. Al Estado le corresponde las funciones relacionadas con la entrega de servicios básicos, mejoramiento de la infraestructura, equipamiento. El medio rural no está en condiciones de ejecutar solo una estrategia de turismo rural sin la ayuda estatal.

Dado que los atractivos turísticos de un territorio están relacionados principalmente con los recursos naturales, paisajísticos y culturales, resulta fundamental la estructuración de una política coordinada de ordenación territorial, con la finalidad de optimizar el uso del espacio rural para fines turísticos. Además, es necesario el establecimiento de un reglamento o marco común para el desarrollo de la actividad turística en el medio rural.

PROPUESTA DE DESARROLLO TURÍSTICO A ESCALA COMUNAL

Para realizar una propuesta de desarrollo turístico hay que determinar primeramente la meta que se pretende lograr, para lo cual puede comenzarse respondiendo a las siguientes preguntas:

- ¿Por qué fomentar el turismo rural?
- ¿Por qué en este determinado territorio?
- ¿Qué tipo de estrategia se debe adoptar?
- ¿Qué efectos, sean positivos o negativos, puede tener la promoción del turismo rural en esta área?

- ¿Cuáles deberían ser los criterios prioritarios en su promoción?

Conscientes de todos los elementos y de las condiciones básicas que debe poseer un territorio y sus actores sociales para implementar un proyecto turístico, el elemento que se considera fundamental, es la voluntad de promover acciones concretas de desarrollo, fundadas sobre los recursos materiales y culturales del sector rural. Las orientaciones más recientes en el tema del desarrollo rural, tienden a aumentar el peso asignado a las capacidades de los actores locales de proyectar acciones conjuntas de desarrollo. Además, se tiende a impulsar las metodologías de acción y de fomento o de las formas decisionales y operativas conjuntas, entre sujetos públicos y privados, lo cual puede representar una fortaleza en el desarrollo del territorio; ello se presenta como una nueva forma de operar en el territorio, por medio de la colaboración entre los diferentes sujetos. El objetivo esperado es el de impulsar acciones y organizar un núcleo de trabajo que pueda, en el futuro, integrar los intereses de los sujetos públicos y privados del territorio o de la comuna objeto de estudio y crear una situación en la cual se pueda valorizar y conjugar los elementos del paisaje, de la producción y de las tradiciones del área.

El proyecto de desarrollo del turismo rural debe contar de dos partes: en la primera se analiza el potencial turístico del territorio y de los recursos humanos; y en la segunda se implementan las actuaciones concretas.

En relación con los recursos humanos y naturales disponibles a nivel comunal, se requiere organizar un sistema de producción reticular para crear o acrecentar la sinergia entre los diversos sujetos. El objetivo general es crear una situación de ocupación y de rédito gracias a una valorización de las tradiciones productivas y; en general, de los recursos locales. Bajo este perfil, que se define como de desarrollo social, desde el punto de vista de la organización, es necesario que se accione una estructura para favorecer el contacto entre todos los sujetos que participen en los proyectos de desarrollo rural, en general y de turismo rural en particular. La función de la estructura operacional debería ser la de organizar y responsabilizar el trabajo de los diversos sujetos que colaboran a las iniciativas.

La implementación de un proyecto de turismo rural, necesita un tiempo de acción más o menos largo. Se debe cumplir dos exigencias de base:

- Pensar en acciones y lograr objetivos que sean coherentes con las características del territorio y con las expectativas de los actores locales, lo cual requiere de tiempos medianamente largos y sobre todo poco visibles.
- Concebir acciones que sean inmediatamente visibles en el territorio para lograr un progresivo

⁸ A este propósito hay que mencionar que el SERNATUR ha realizado diversos estudios orientados al desarrollo del turismo en localidades rurales, contando también con aportes obtenidos a través de un convenio de colaboración con la Unión Europea.

consenso de parte de los potenciales usuarios, lo cual es importante para despertar el interés local en relación con las nuevas expectativas.

Previamente, es necesario tener un conocimiento detallado del área y de los actores sociales, para no incurrir en el riesgo de llevar a cabo acciones inconsecuentes en el largo plazo. El sistema de información geográfico permite disponer de la información necesaria para llevar a cabo los planes de desarrollo del turismo rural. Lo que es recomendable es seguir una línea que complementa y que siga paralelamente las actividades de conocimiento del territorio; y con esto se entiende no sólo el ámbito físico, sino también los recursos humanos (deseos y aspiraciones de la población local, preocupaciones), con algunas acciones inmediatamente visibles.

Con antelación a la preparación de proyectos específicos deberían planificarse encuentros comunales orientados a la difusión y sensibilización de conceptos relativos al medio ambiente y al turismo rural en sectores comunitarios, así como la formación de grupos de trabajo específicos.

Es importante dividir el trabajo en subproyectos y en acciones piloto de corto período, lo cual es útil para verificar en terreno la capacidad de trabajo del grupo de estudio. Se identifican tres etapas: la formación de la estructura operacional; la definición de los proyectos; y la actividad de selección de los sujetos. Y, se repite, porque se cree fundamental, que los sujetos no son solamente particulares, más bien organizaciones e instituciones, de tal manera que sea posible acrecentar los recursos humanos y aumentar la visibilidad del proyecto total. Los diversos proyectos deben desarrollarse con la colaboración de todos los sujetos que se complementan paso a paso en terreno, pudiendo ser iterativamente modificados y profundizados, pues no se debería imponer una solución solamente de escritorio. En una primera etapa los proyectos son sólo un conjunto de ideas y de iniciativas que necesitan ser mejoradas.

Los tres subproyectos que deben elaborarse son los siguientes:

1. Valorización del paisaje. Se tiene que profundizar el conocimiento de los elementos singulares del área y analizar las posibilidades de valorización y conservación. La definición de las especificidades del territorio puede representar un elemento de fuerza para el desarrollo turístico de la zona.
2. Promoción. Se debe definir los elementos que caracterizan al área y aumentan la posibilidad de valorización, tales como la arquitectura particular y los productos locales. Se trata de identificar

elementos característicos y típicos, con el fin de favorecer un enriquecimiento de la imagen del área y refuerzan su visibilidad en relación con la población local y no local.

3. Desarrollo turístico. Se habla de aprovechamiento del área. Este proyecto debe estimular todas las iniciativas para intensificar el aprovechamiento del área para el turismo rural.

Como complemento de lo anterior, debe desarrollarse un subproyecto relacionado con la artesanía, el cual debe tender a la reorganización de profesiones artesanales presentes en el área. Una acción interesante a desarrollar podría ser la de programar actividades de formación y de orientación sobre los antiguos trabajos artesanales de la zona. Debe activarse también cursos de breve duración para favorecer el acercamiento de los jóvenes a los trabajos de la tradición local.

El producto turístico que se quiere promocionar debe reunir una serie de requisitos esenciales tales como (Calatrava y Ruiz, 1993):

- Mantener y fomentar un equilibrio entre los sistemas ecológicos, cultural y socioeconómico del territorio.
- Aportar a la comunidad local una fuente de ingreso suplementaria.
- Contribuir a la diversificación de las actividades económicas mediante el incremento de la oferta de servicios y de productos locales y la generación de nuevas formas de empleo.
- Ser un promotor de infraestructuras y servicios también para los residentes.
- Intentar una revitalización de las actividades económicas locales.
- Cooperar en la articulación de una política de ordenamiento territorial en las áreas rurales.

El análisis del territorio o de la comuna es fundamental para cualquier proyecto de turismo, de manera de evitar efectos negativos, como podría ser una sobreestimación de la dimensión turística que lleva a situaciones de estancamiento y de retroceso. Se pueden presentar situaciones tales como degradación ambiental y pérdida de autenticidad. También la falta de planificación y de objetivos precisos puede ser causa de fracaso de los proyectos de desarrollo turístico, aun cuando la zona cumpla con otros requisitos en relación con recursos naturales y recreativos. La clientela del turismo rural busca la autenticidad y el contacto humano, la sociabilidad. Es un tipo de visitante que prefiere las pequeñas estructuras y busca la manera para entrar en contacto con el habitante de la zona: un mercado, una feria, el café.

Cuadro 2. Objetivos y orientación de las acciones en un proyecto de turismo rural

Objetivos	Orientación de las acciones
Aprovechamiento de los recursos turísticos	
1. Investigar sobre el potencial ambiental y cultural que represente un atractivo turístico	Desarrollar estudios de inventario del potencial del área
2. Promover una política de conservación ambiental	Incitar a las autoridades locales a dotarse de esquemas de protección y de revalorización
3. Transformar el potencial en producto turístico	<ul style="list-style-type: none"> a. Programas de revalorización de recursos naturales b. Aplicación de planos paisajísticos c. Creación de itinerarios y circuitos turísticos, dotados de señalizaciones d. Considerar el patrimonio cultural y tradicional (fiestas, rodeos, otros)
4. Involucrar a la población en el proceso de revalorización de los recursos naturales	Organizar encuentros y seminarios de sensibilización y de formación con los habitantes
Servicios de hospedaje y de gastronomía	
1. Fomentar construcciones que cuiden el estilo y las decoraciones, constituyendo un paisaje de valor y de calidad rural	Estructurar una asistencia técnica para la ayuda al estilo arquitectónico
2. Desarrollar un estilo de acogida y un entorno cultural	Preparar programas de formación a la población en acogida turística
3. Promover la utilización de productos locales	<ul style="list-style-type: none"> a. Disponer de programas de formación de cocina tradicional b. A un nivel más elevado pensar en programas de cooperación entre productores y dueños de restaurantes
a. Intentar la creación de una red, con acciones de animación y de promoción	Organizar una asociación por sectores
b. Organizar una promoción con folletos de los hospedajes que se construirán en la comuna	
Organización de actividades para el tiempo libre	
1. Ofrecer una gama de actividades de ocio, de animación, deportivas y culturales, relacionadas con el medio y con la imagen del territorio	Preparación de un plan de formación a la población local
2. Predisponer una forma de asociacionismo dentro de la oferta de actividades	<ul style="list-style-type: none"> a. Creación de agrupaciones que se complementen en la oferta de actividades b. Desarrollo de productos que combinen acogida con actividades recreacionales
Información y promoción turística	
1. Ofrecer un servicio de acogida	Desarrollar un centro de información sobre las posibilidades de alojamiento, de restauración, de actividades recreacionales, de los recursos y atractivos de la comuna en su complejo
2. Disponer de documentación de información para ofrecer	Preparar folletos ilustrativos
3. Lograr que la comuna esté presente en el mercado del turismo	Creación de un grupo de promoción
Garantizar calidad turística al visitante	
1. Desarrollar una cultura de calidad en el producto turístico	<ul style="list-style-type: none"> a. Crear programas de formación sobre la calidad para todos los actores que participan en el proyecto b. Predisponer planes de calidad donde se identifiquen objetivos y procesos de revisión

Fuente: La Autora

MARCO DE ORIENTACIÓN DE LOS OBJETIVOS Y DE LAS ACCIONES EN EL DESARROLLO DE UN PROYECTO TURÍSTICO RURAL EN EL ÁMBITO LOCAL

Para desarrollar un proyecto local de calidad en el sector turístico, es necesario tener un marco de

orientación de los objetivos y de las acciones. En el Cuadro 2 se individualizan cinco categorías principales y por cada uno se investiga sobre los objetivos que se deberían alcanzar y sobre la orientación de las acciones.

Además, se pueden individualizar otras acciones o ideas para desarrollar el producto turístico:

- En el ámbito de un plan de comunicación y promoción, éste se caracteriza por la elaboración de instrumentos gráficos y luego un plan de señalización.
- Establecimiento de un programa de formación de guías.
- Creación de infraestructuras livianas.
- Hermoseamiento de las casas, de los diferentes despachos.

Transformación de viejos talleres, granjas en pequeños museos etnográficos rurales y de artesanía.

COOPERACIÓN

El elemento que se considera fundamental para el buen éxito a nivel local de un desarrollo turístico, es el establecimiento de la cooperación, clave de los procesos de innovación en el medio rural y base para la constitución de la estructura operacional de la cual se ha hablado. La cooperación local consiste en la construcción de una red de relaciones y de solidaridad en un territorio, con el fin de valorizar al máximo su potencial y enriquecer las acciones sectoriales con una reflexión transversal, intersectorial (European Commission–AEIDL, 1997). La cooperación local es importante no sólo para lograr beneficios económicos, también como voluntad de construcción o de redescubrimiento de un vínculo social, de una búsqueda de identidad. No se entiende cooperación como sinónimo de participación de todos los agentes de un territorio, sino más bien como expresión de un grupo de agentes que, gracias a su conocimiento del área, al espíritu emprendedor, están capacitados para organizar una actividad colectiva.

Las formas bajo las cuales se presenta la cooperación varían en función de diferentes elementos, tales como el contexto en el que nace, los objetivos, la cultura del territorio (prácticas institucionales, ejercicio de la ciudadanía). Puede ser vista como una nueva manera

de enfocar el desarrollo; claramente sólo se puede lograr como objetivo a largo plazo. La cooperación se articula en torno a una idea y una estrategia compartida; puede empezar con la función de gestión concertada y evolucionar hacia un papel mayor de animación.

Tomando como ejemplo las cooperaciones locales existentes en Europa (European Commission–AEIDL, 1997), se presentan tres tipos de estrategias correspondientes a tres objetivos iniciales propios:

1. Las cooperaciones locales creadas por iniciativas de personas, individualmente, que desean intervenir en la realidad social y económica del territorio. Se orientan principalmente hacia cuestiones sociales, como renovación de la identidad o de la cultura.
2. Las cooperaciones locales creadas por iniciativas de empresas o de organismos profesionales, tales como asociaciones de productores. Están orientadas hacia la acción económica y la promoción de proyectos en este ámbito.
3. Las cooperaciones locales creadas por iniciativas de poderes públicos, que en áreas difíciles suplen a una iniciativa privada escasa o inexistente. Actúan en el ámbito del equipamiento e infraestructura.

En los tres casos señalados se individualizan dos lógicas de cooperación evolutivas: una cooperación de gestión, que tiene una lógica técnico – económica y de proyecto; generalmente nace de una oportunidad coyuntural tal como un programa específico y cuyo objetivo se relaciona con la atribución y el gasto de una asignación financiera; y una cooperación de animación del desarrollo local vinculada a un territorio, que se apoya en una estrategia movilizadora y con la finalidad de sensibilizar a la ciudadanía (Cuadro 3).

Cuadro 3. Características de las lógicas de cooperación

	Cooperación de gestión	Cooperación de animación
Objetivos	Obtener y repartir una asignación financiera	Identificar y movilizar los agentes sociales
Lógicas	Presentar un expediente elegible como procedimiento	Ampliar la base del desarrollo
Resultados esperados	Realizar un programa	Innovar y dinamizar
Apertura	Cooperación cerrada	Apertura razonada entorno a ideas y temas

Fuente: basado en el modelo de AEIDL (1997)

La tendencia general es la ampliación de la cooperación que reúne agentes privados y públicos, debido a la búsqueda de una ampliación del ámbito de competencias y de sensibilidades. La cooperación con buen éxito, a largo plazo, se presenta como el aspecto dinámico de una estrategia de desarrollo (Cuadro 4).

Los entes públicos se integran a partir de la tercera fase y los promotores de un proyecto particular a partir de la cuarta fase. La cooperación se ve así ampliando progresivamente para responder a las diferentes necesidades que se presentan: la utilidad, para alcanzar los objetivos fijados, la eficacia para implementar las acciones previstas y la adaptación a la evolución requerida por la estrategia. La segunda y la quinta fase del desarrollo no son directamente productoras y su interés se descubre a lo largo del tiempo; la finalidad es evitar el hacer cosas sin saber el porqué hacerlas.

La idea de base es que la cooperación en el ámbito local se presente como motor de innovación, se trataría de asociar conocimientos especializados y socios diferentes respecto de los aspectos económicos (empresas), sociales y de interés general para la ordenación y el equipamiento del territorio (poderes locales).

Cuadro 4. Etapas de estrategia de desarrollo en la cooperación

Etapa	Actividad
1	Iniciar, detectar, movilizar.
2	Reflexionar, situarse, proponer.
3	Validar, programar, financiar.
4	Montar, realizar, seguir.
5	Evaluar, apropiarse, relanzar.

Fuente: basado en el modelo de AEIDL (1997)

ACTORES SOCIALES

Se define el actor social como: personas, organizaciones e instituciones que influyen en el curso de los advenimientos a través de sus decisiones y acciones. El conjunto de los actores forma una "constelación de actores", lo que tipifica las relaciones de poder en un área. La composición de los actores, sus intereses y sus posibilidades de influencia determinan el impacto global de las actividades individuales.

Se distinguen en dos categorías los actores sociales para el desarrollo turístico rural: la estructura administrativa y los actores directos.

Bajo la primera categoría están las instituciones:

- Municipalidad.
- Estructuras de apoyo (INDAP, FOSIS, CORFO, entre otros).
- Oficinas de turismo.
- Organismos turísticos (SERNATUR).

A nivel local, generalmente se regula el uso del suelo, el suministro de servicios básicos de modo de lograr una coordinación inmediata entre los diferentes sectores; a nivel regional se busca resolver temas de infraestructura, de transporte, de comunicaciones, y también lograr acciones de promoción e inversiones; el último nivel, el nacional, se ocupa de una promoción externa, de una normativa, del marco económico, financiero, fiscal y laboral para asistir la competitividad de las empresas. Se puede añadir también un nivel supranacional que sirve como información estadística internacional.

Los organismos de administración se ocupan de promocionar los programas de apoyo al turismo rural; deben elaborar un marco normativo que regule todo el proceso; y establecer líneas básicas a seguir en el desarrollo de proyectos. La administración tiene que establecer normas y reglamentos de desarrollo turístico a fin de evaluar y controlar el impacto ambiental de las actividades; implementar normas de construcción que obliguen a seguir un estilo arquitectónico tradicional; también elaborar reglas uniformes en el aspecto de la gestión del negocio turístico y de control de calidad. Claramente un papel importante de la administración pública es el de hacer entender a la población local el significado del tipo de proyecto, las contribuciones que puede aportar en el entorno medio ambiental y en el ámbito económico y social. Así como promover la conservación y la revitalización del patrimonio cultural.

Otro grupo de actores indispensable es el de "los expertos" en promoción y planificación del proyecto turístico: conocedores de la zona, profesionales del turismo rural y de medio ambiente, expertos en comunicación y en motivación. Los conocedores de turismo rural permiten saber si el área es apta para este tipo de desarrollo; y enseguida seleccionar los recursos, estableciendo una planificación de la oferta, de la comercialización y de la distribución. Se controla además la rehabilitación o la construcción de los alojamientos y el diseño del paisaje en general.

Bajo la segunda categoría están las organizaciones gremiales del sector turismo y relacionados:

- Hoteleros.
- Dueños de restaurantes o de locales comerciales de venta de comida.
- Estructura agroturística.
- Productores y transformadores de productos locales.
- Servicio de actividades de tiempo libre.
- Pequeños productores agrícolas y familia.
- Artesanos.
- Grandes productores.
- Choferes de autobuses, de taxis y de colectivos.
- Turistas (actuales y potenciales).

EL PAPEL DEL MUNICIPIO Y EL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

La Municipalidad es una corporación de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuya finalidad es satisfacer las necesidades de la comunidad local y asegurar su participación en el progreso económico, social y cultural de la comuna (Artículos 107, inciso segundo de la Constitución Política y 1. inciso segundo de la Ley 18.695). Entre las funciones compartidas, aquéllas que la municipalidad puede ejercer directamente o con otros organismos de la Administración del Estado, está el turismo. Respecto de esta función se deben coordinar y sujetarse a los planes nacionales y regionales del Servicio Nacional de Turismo, pero no están impedidas de desarrollar sus propios proyectos turísticos dentro de su territorio.

El turismo puede generar un aumento de los recursos financieros del municipio mediante la llegada de una mayor cantidad de turistas y nuevas inversiones en el sector rural aún no aprovechado. En nuestra opinión, el del Municipio es fundamental en la conducción del proceso de desarrollo turístico de su territorio. Se le reconocen al menos cuatro tareas esenciales (Gómez, 1998):

1. Valoración de los recursos y generación de productos turísticos.
2. Participación de la comunidad.
3. Conservación de los recursos turísticos.
4. Promoción de la oferta y la imagen del destino turístico.

En la valoración de los recursos, a la Municipalidad competen algunas gestiones tales como: identificar y evaluar los recursos naturales y culturales; desarrollar proyectos; monitorear en forma permanente el estado de los atractivos turísticos naturales y culturales; aplicar normativas de uso de suelo destinadas a compatibilizar la localización de actividades turísticas con otras actividades productivas; realizar mejoramiento de infraestructura que vaya en beneficio del turismo; fomentar la asociatividad entre los empresarios turísticos y comerciantes locales y estimular la participación de la comunidad. La promoción de los atractivos turísticos comunales, deben ser dados a conocer por la autoridad local en conjunto con los actores privados.

La Municipalidad tendrá que impulsar el diseño de un Plan Comunal de Desarrollo Turístico, que implica un proceso de planificación de carácter participativo. Se individualizan las siguientes etapas (Leiva, 1998):

ASOCIACIÓN

La Municipalidad podría desarrollar una estructura organizativa que coordine y supervise la integración de los actores privados y públicos involucrados en el

proceso turístico. La asociación es un elemento determinante para la búsqueda de estrategias de desarrollo y la Municipalidad podría asumir el papel de líder de todos los actores involucrados o ser uno de los actores principales.

La estructura organizativa o como ya se ha definido, operacional, podría crear un comité de desarrollo turístico que tenga conocimiento de todas las actividades desarrolladas en la zona, formales e informales, vinculadas al turismo y a la recreación, tales como sean bares, pensiones, artesanías, etc.

ANÁLISIS DE TEMAS

Después será necesario iniciar un proceso de discusión y de análisis acerca de las propuestas con todos los actores involucrados. Se trata de un trabajo orientado a establecer prioridades y definir cursos de acción.

Las técnicas para esta etapa son múltiples: consultas abiertas a la comunidad, reuniones con grupos representativos de la localidad (Juntas de vecinos y Centros de madres), análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

PLANIFICACIÓN

La etapa de la formulación concreta del plan de desarrollo turístico implica la definición de objetivos específicos; el planteamiento de acciones a lograr en un determinado plazo; la especificación de las estrategias. Esto se traducirá en proyectos concretos, asignación de recursos humanos y financieros. Los objetivos deben reflejar las aspiraciones de los actores involucrados, contando sobre un análisis de las fortalezas y debilidades. Los objetivos serán inmediatos o de corto plazo (algunos años), de mediano plazo (de 2 a 5 años) y de largo plazo (10 años o más). Las estrategias, conjunto de intencionalidad para potenciar las oportunidades y afrontar los problemas, pueden referirse a diferentes aspectos: la promoción turística, la capacitación de los recursos humanos, el fomento productivo.

IMPLEMENTACIÓN

Sucesivamente, el Municipio diseñara los procedimientos administrativos que permitan una gestión asociativa con los actores sociales, lo que implica establecer acuerdos para delimitar responsabilidades para la ejecución de los programas que corresponderá impulsar y financiar a cada una de las partes. Será ausplicable la creación de una unidad (departamento u oficina) que asumiera la función de impulsar e integrar los proyectos y las acciones del plan de desarrollo turístico. Por consiguiente, se deberá nombrar al interior de la Municipalidad un equipo coordinador.

SEGUIMIENTO

La etapa de seguimiento implica el registro de todas las actividades realizadas y sus efectos, para que, si es necesario, contando con toda la información, se pueda readecuar las estrategias de acción.

EVALUACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN

La evaluación permitirá analizar el grado de cumplimiento de los proyectos y será necesaria para proponer eventuales modificaciones. Para tal fin será necesario seleccionar indicadores cuantitativos y cualitativos para medir los resultados, por ejemplo: factores de desarrollo turístico (desarrollo de nuevos atractivos y actividades, desarrollo de servicios, etc.); impactos ambientales y socioculturales (identificación de algún problema ambiental, grado de participación de la comunidad local a la actividad turística, etc.); impactos económicos (empleos directos e indirectos, inversión turística, etc.).

El Plan de desarrollo turístico debe ser un instrumento integral en la relación con el conjunto de actividades desarrolladas en una comuna; debe facilitar la coordinación de las acciones que el Municipio quiera impulsar; debe ser el resultado de un proceso de negociación y de consenso con la comunidad, con las instituciones públicas y privadas relacionadas con el sector turístico y, con los empresarios turísticos. El Plan debe contar con un análisis de factibilidad técnica, económica y ambiental; y debe ser coherente con otros instrumentos de alcance nacional, regional y local.

La Municipalidad se debe encargar de promocionar la oferta turística, definir la imagen del destino turístico e incentivar las acciones de promoción de los atractivos turísticos de la comuna por parte de los privados.

Resumiendo, en línea general, la Municipalidad puede emprender acciones promocionales y de coordinación para el desarrollo de su territorio. Ella está en posición de individualizar modelos de participación de sus habitantes, dispone de toda la información de la Comuna, puede promover proyectos relacionados con la cultura local. La Municipalidad puede ser considerada como una verdadera “Agencia para el desarrollo local”, que simultáneamente capacite a la población y sea capaz de realizar programas y proyectos basados en necesidades y solicitudes reales. Los papeles esenciales son de negociador con el sector privado, estableciendo pautas de colaboración; de planificador de consenso con las fuerzas sociales; y de agente de fomento de inversiones públicas y privada en su territorio.

ORGANIZACIONES COMUNITARIAS

Las organizaciones comunitarias (Junta de vecinos, Centro de madres, Centro-talleres, Centro de padres, Club de rodeo, Club deportivo) son sin fines de lucro, constituidas en forma legal o con funcionamiento de hecho. Están constituidas por personas para lograr objetivos comunes y promover valores e intereses específicos de la comunidad. Pueden tener un papel importante en el desarrollo del turismo rural, divulgando informaciones acerca de los proyectos de financiamiento público, de las potencialidades del territorio, ser centros de capacitación y de formación y centros consultores. Los Centros de madres y los Centros-talleres, por ejemplo, pueden participar en el desarrollo turístico con la comercialización de productos típicos alimenticios elaborados o no elaborados, productos de artesanía de vestuario o de decoración; los Clubes deportivos y de rodeo pueden organizar actividades recreativas y culturales y ocuparse de la promoción.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El desarrollo de un proyecto de turismo rural, en un territorio determinado, requiere cumplir con un método específico, el cual consta de las siguientes etapas:

- Caracterización del territorio desde la perspectiva turística, que considere: elementos físicos, equipamiento, instalaciones e infraestructura.
- Evaluación e individualización de las áreas de mayor potencial turístico, de los puntos fuertes y débiles.
- Caracterización de los actores sociales.
- Individualización de los actores internos y externos al territorio potenciales participantes en el proyecto (contempla también el análisis de la oferta turística).
- Análisis de la demanda turística real y potencial.
- Relación de las informaciones con el proyecto de negocio.
- Propuesta de un plan vitrina o piloto.

El turismo rural presenta condiciones y requisitos básicos para su implementación, que se han resumido en: territorio atractivo; voluntad de los actores rurales; procesos de formación y capacitación; organización o estructura asociativa; existencia de un producto viable; mercado y marco institucional favorable. Además, el turismo rural se estructura y se desarrolla considerando prioritariamente los intereses locales.

Un proyecto de turismo rural será exitoso si:

- Representa el resultado de un trabajo participativo.
- Contempla la creación de una estructura de animación sociocultural.
- Se identifican diversas etapas de desarrollo.

- Se logra activar procesos de cooperación entre sujetos públicos y privados.

Un proyecto de turismo rural deberá integrarse a un plan de ordenación territorial. La intención es fundamentalmente la de definir a escala local una unidad de ideas sobre la ordenación de un área.

Frente al peligro de disgregación de las comunidades rurales se presenta la exigencia de crear o de recrear un bloque social, fundado sobre el sentido de pertenencia a un área, a sus valores y a sus tradiciones; capaz de darse reglas y procedimientos para valorizar el territorio y precisar acciones claras y con un acercamiento participativo.

BIBLIOGRAFÍA

- ABOIM, S. 1997. Spazio rurale come spazio turistico: il ritorno del mito bucolico. *Sociologia Urbana e Rurale*, (52–53): 187–205, Milano, Italia.
- BARRERA, E. 1999. Rutas gastronómicas. En: Indap, 1999. Turismo rural. El llamado de la tierra; Santiago, Chile, pp. 87–94.
- BONNESOEUR, S. y S. BLANGY. 1999. La evolución, la organización y la comercialización del agroturismo en Francia, Ministerio Agricultura y Pesca, Región de la Champagne–Arenne. En: Seminario Internacional: Agroturismo en Chile: perspectivas de desarrollo (25 – 26 de marzo 1999), Valdivia, Chile.
- BOTE, V. 1988. Turismo en espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local; Editorial Popular, S.A., Madrid, España.
- BOULLÓN, R. 1985. Planificación del espacio turístico; Editorial Trillas, Mexico.
- CALATRAVA, J. y P. RUIZ. 1993. El turismo. ¿Una oportunidad para zonas rurales desfavorecidas? Una forma de turismo de tener en cuenta: el agroturismo; *Leader Magazine* N. 4, España.
- EMBATUR. 1994. Turismo rural. Manual operacional; Instituto Brasileiro de turismo, Ministerio da Indústria do Comércio e do turismo, Brasília, Brasil.
- EUROPEAN COMMISSION–AEIDL 1997.
- FIA (Fundación para la Innovación Agraria). 1998. El agroturismo en Chile: situación y perspectivas. En: Primera Mesa de Trabajo en Agroturismo (17 de febrero de 1998), Santiago, Chile.
- GROLLEAU, H. 1993. La emoción en primer lugar; *LEADER Magazine* N. 4, España.
- LANASPÉZE, J. 1993. El turismo al servicio del desarrollo rural. La comercialización del turismo rural: la experiencia de LEADER I; Cuadernos LEADER, Centro de animación Leader, España.
- LANE, B. 1991. A philosophy for rural tourism. Rural Tourism Unit, University of Bristol. Walsh Printer, Roscrea, Co. Tipperary, Ireland.
- LEADER II. 1996. Lo sviluppo rurale. Turismo, agriturismo, prodotti agroalimentari; Quaderno Informativo N. 4, Istituto Nazionale di Economia Agraria, Roma, Italia.
- LEIVA, P. 1998. Descripción del Deterioro Ambiental y calidad de Vida en un Sector Rural de la Provincia Húmeda de Verano Fresco. Estudio de un Caso en la Colonia Paillaco. Tesis de Grado, Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal, Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago, Chile
- MARTÍNEZ, L. 1999. El turismo rural: la tarea de Indap. En: INDAP, 1999. Turismo rural. El llamado de la tierra. IV Seminario Internacional de Turismo Rural del Cono Sur, Santiago, Chile, pp. 27–44.
- MOLINA, S. 1997. Turismo y ecología; Editorial Trillas, Mexico.
- NUÑEZ, I. 1997. Ordenamiento territorial a escala predial en la ecorregión de Los Lagos. Implementación de Agroturismo; Santiago, Chile. Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica de Chile, Facultad de Agronomía.
- NUÑEZ, I., J. GASTÓ, N. PORCILE y P. HIRSCH–REINSHAGEN. 1997. Ordenamiento del espacio rural, uso múltiple y evaluación de impacto ambiental. Desarrollo de una tecnología para el desarrollo de estructuras y funciones a escala predial y comunal. Proyecto Fondecyt N° 1971200.
- PAS (Programa de Acción Solidaria). 1996. Manual de procedimiento ecoturístico. Franja costera Provincia de Cardinal Caro, VI Región, Chile.
- PATRI, J. 1999. Agroturismo: una opción innovadora para el sector rural; Fundación para la Innovación Agraria – Ministerio e Agricultura, Santiago, Chile.
- POTTSTOCK, S., A. CORRALES y A. SCHWARTZMANN. 1997. Metodología para la identificación, formulación y evaluación del proyecto de inversión en el sector turismo; ILPES, Santiago, Chile.
- RUIZ, P. 1994. Perspectivas y nuevas orientaciones del turismo rural. En: Ramos, E.; Ceña, F., Hacia un nuevo sistema rural; Junta de Andalucía y Universidad Internacional Antonio Machado, Sevilla, España, pp. 495–515.
- SZMULEWICZ, P. y S. CONSTABEL. 1997. Principios de turismo rural; Universidad Austral de Chile, Valdivia, Chile.
- SZMULEWICZ, P., 1997. Agroturismo y turismo rural en Chile; Actas del seminario de Olmué,

Pablo Szmulewicz Espinosa Editor, Valdivia, Chile.

TÖREY, S. 1993. Ecoturismo: los riesgos y oportunidades de “vender naturaleza”; Ambiente y Desarrollo, pp. 11–17.