

---

## desarrollo productivo

# **E**l turismo rural en Chile. Experiencias de agroturismo en las Regiones del Maule, La Araucanía y Los Lagos.

Jorge Schaerer y Martine Dirven



NACIONES UNIDAS



**Red de Desarrollo agropecuario**

**Unidad de Desarrollo Agrícola**

**División de Desarrollo Productivo y Empresarial**

**Santiago de Chile, noviembre de 2001**



Este documento fue preparado por Jorge Schaerer, Consultor de la Unidad Agrícola y Martine Dirven, Oficial de Asuntos Económicos, División de Desarrollo Productivo y Empresarial.

Las opiniones expresadas en este documento, que no ha sido sometido a revisión editorial, son de exclusiva responsabilidad de los autores y pueden no coincidir con las de la Organización.

---

Publicación de las Naciones Unidas

LC/L.1621-P

ISBN: 92-1-321922-9

ISSN: 1020-5179

Copyright © Naciones Unidas, noviembre de 2001 Todos los derechos reservados

N° de venta: S.01.II.G 160

Impreso en Naciones Unidas, Santiago de Chile

---

La autorización para reproducir total o parcialmente esta obra debe solicitarse al Secretario de la Junta de Publicaciones, Sede de las Naciones Unidas, Nueva York, N. Y. 10017, Estados Unidos. Los Estados miembros y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir esta obra sin autorización previa. Sólo se les solicita que mencionen la fuente e informen a las Naciones Unidas de tal reproducción.

## Índice

---

<b>Resumen</b> .....	5
<b>Introducción</b> .....	7
<b>I. El Agroturismo</b> .....	9
1. Conceptos generales .....	9
2. La estrategia de INDAP.....	15
<b>II. El cluster como herramienta de desarrollo del agroturismo</b> .....	17
1. El complejo turístico (o "cluster").....	17
2. El sector turismo en la economía chilena.....	19
3. Turismo y medio ambiente: una convivencia difícil .....	23
<b>III. Experiencias de agroturismo en la Región del Maule</b> .....	25
1. La Región del Maule (VII Región).....	25
2. La agricultura familiar campesina en la Región del Maule .....	26
3. La precordillera de Linares.....	26
4. La red de turismo rural de Linares .....	26
<b>IV. Experiencias de Agroturismo en la región de La Araucanía</b> .....	33
1. La región de La Araucanía (IX región) .....	33
2. El complejo agroturístico "Rayen Co. ....	34
<b>V. Experiencias de agroturismo en la región de Los Lagos</b> .....	37
1. La región de Los Lagos (X Región) y su potencial .....	37
2. La isla de Chiloé.....	38
3. La red de agroturismo en la isla de Chiloé versus otras alternativas: observaciones y lecciones .....	40

<b>VI. Conclusiones y recomendaciones</b> .....	52
1. Condiciones para el agroturismo.....	52
2. Fortalezas del agroturismo .....	52
3. La aptitud agroturística .....	53
4. Debilidades del agroturismo .....	53
5. Evaluación.....	54
6. El conocimiento y la estrategia .....	54
7. La discusión interinstitucional .....	54
8. La institucionalidad para el fomento del agroturismo campesino .....	55
9. La denominación de origen.....	55
10. La identidad y la participación local.....	55
11. Planificación y desarrollo del agroturismo .....	56
12. La diferenciación .....	56
13. Las normas y el marco legal, reglamentario y tributario .....	56
14. Propuesta tributaria específica .....	57
15. La actividad agroturística como parte del rubro agrícola .....	57
16. El acompañamiento en los trámites.....	57
17. Manejo de la basura .....	58
18. La capacitación .....	58
19. La centralización de la capacitación .....	58
20. Asistencia técnica.....	59
21. Publicidad y promoción .....	59
22. Los servicios de las oficinas municipales de turismo .....	59
23. El pago por los servicios .....	59
24. Los jóvenes y el realismo.....	60
25. Las mujeres .....	60
26. La privacidad.....	60
<b>Bibliografía</b> .....	61
<b>Anexo</b> .....	63
Anexo I Lista de personas entrevistadas en la Región del Maule.....	65
Anexo II Lista de personas entrevistadas en la Región de La Araucanía.....	66
Anexo III Lista de personas entrevistadas en torno a la red de Agroturismo de Chiloé .....	67
Anexo IV Lista de personas entrevistadas en Santiago .....	68
<b>Serie Desarrollo productivo: números publicados</b> .....	69

## Índice de cuadros

Cuadro 1 Chile 1986-1995: estimación del PIB del sector turismo.....	19
Cuadro 2 Chiloé 1995-2005: Proyecciones de Población.....	39
Cuadro 3 Red de agroturismo, Isla grande de Chiloé .....	44

## Índice de gráficos

Gráfico 1 Esquema simplificado de un Cluster turístico.....	18
---	----

---

## Resumen

---

El turismo rural y sus encadenamientos hacia los proveedores de insumos y servicios ha surgido en varios foros como propuesta para diversificar la economía rural y crear empleos e ingresos adicionales. En efecto, las experiencias de turismo rural y agroturismo en Chile han tenido, por lo general, un efecto positivo en los ingresos de las personas que ofrecen sus servicios (alojamiento, merienda, venta de artesanías, música y presentaciones folclóricas, transporte, guía, etc.). Sin lugar a dudas, la actividad tiene un futuro prometedor porque existe un creciente interés de la población urbana a reencontrarse con la naturaleza, la vida rural y las faenas agropecuarias. Sin embargo, muchos lugares potencialmente atractivos están aislados de los circuitos turísticos más visitados, padecen de deficiente infraestructura (caminos, telecomunicaciones, servicios de salud, agua potable) y de servicios turísticos conexos insuficientes (restaurantes, hospedajes, servicios higiénicos, servicios bancarios, señalización). Así mismo, la población local, con mucho esfuerzo pero pocos conocimientos, no logra aprovechar todo el potencial que tiene a la mano, o peor aún, lo echa a perder. El documento tiene un propósito descriptivo y didáctico y está orientado a los distintos profesionales que, sin muchos conocimientos del tema, están llamados a ayudar en la iniciación de actividades de desarrollo de turismo rural y agroturismo. También está orientado a las familias rurales mismas. Después de revisar varias de las acepciones de los términos turismo rural, agroturismo, etnoturismo, ecoturismo, etc., el documento señala órdenes de magnitud del sector turístico chileno y de sus actividades conexos. En base a visitas en terreno, vivencias y entrevistas, los autores llegan a conclusiones que, se espera, serán de ayuda para todos los involucrados en el desarrollo del agroturismo y turismo rural.



## Introducción

---

El turismo rural surge reiteradamente como propuesta en la "visión de ruralidad 2010" para Chile.<sup>1</sup> El turismo rural y sus encadenamientos hacia proveedores de insumos y servicios, es también considerado en los análisis de varios organismos internacionales, como un factor potencialmente importante para la diversificación de la economía rural y para el empleo rural no agrícola (ERNA).<sup>2</sup> El tema del ERNA es muy relevante, pues las labores agrícolas no están creando en las zonas rurales, empleos en cantidad suficiente para absorber el aumento natural de la población rural económicamente activa.

En los últimos años, varios países, tanto en América Latina como en otras regiones del mundo, han hecho esfuerzos para desarrollar y articular el turismo rural en sus variadas formas. Chile no ha sido ajeno a ello, como lo demuestran diversas iniciativas públicas y privadas. De hecho, desde 1995, el Instituto de Desarrollo

---

<sup>1</sup> Resultado del ciclo de talleres para la formulación de propuestas de políticas públicas para la reducción de la pobreza rural organizado por la Red de Cooperación Institucional para Zonas de Pobreza Rural (Prorural).

<sup>2</sup> Es el caso del IFPRI (International Food Policy and Research Institute), de la FAO (Food and Agriculture Organization), del BID (Banco Interamericano de Desarrollo), del banco Mundial, del IICA (Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola) y de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) como se desprende de la organización de los siguientes seminarios: IFPRI: "Strategies for stimulating growth of the rural nonfarm economy in developing countries", Washington, D.C., mayo 1998 y BID/CEPAL/FAO/RIMISP: "Empleo rural no agrícola en América Latina", Santiago de Chile, septiembre 1999.

Agropecuario (INDAP), dependiente del Ministerio de Agricultura, incluye en sus programas el desarrollo del turismo en zona rural como una nueva alternativa de agronegocios para la agricultura familiar campesina. En esta labor, el INDAP ha contado con la colaboración del Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS) y de la Fundación para la Innovación Agraria (FIA) del Ministerio de Agricultura. En el caso particular de la Red de Agroturismo de Chiloé, INDAP ha recibido además el apoyo de Sernatur, de la Fundación con Todos del Obispado de Ancud y del Gobierno Vasco.

Este estudio está dividido en seis capítulos. El primero se refiere a conceptos generales sobre turismo rural, llamado en los años 60: “Turismo Verde”, y sus subdivisiones, con énfasis en el agroturismo. El segundo analiza el fenómeno de “*cluster*”, como herramienta para el desarrollo del turismo rural. El tercero capítulo se refiere a las experiencias de agroturismo en la región del Maule y el cuarto en la de La Araucanía. El quinto aplica a la red de agroturismo en Chiloé un análisis tipo “*cluster*”, (es decir, un estudio de los encadenamientos hacia adelante y hacia atrás que surgen del turismo), incluyendo las sinergías que pueden surgir por la cercanía geográfica de los agentes que participan en él y sus contactos formales e informales. Uno de los énfasis del estudio está colocado en los ingresos generados y si estos permiten a las familias directamente involucradas en la actividad, así como a las que participan a través de los encadenamientos creados, salir de su condición de pobreza o cuasi pobreza anterior. Otro énfasis fué puesto en recoger de algunos de los participantes en experiencias de agroturismo y de otros agentes claves, su opinión sobre las razones de los éxitos (y fracasos) de estas actividades. Finalmente, en el sexto y último capítulo, se presentan algunas conclusiones y recomendaciones para orientar futuras iniciativas, en el campo del turismo rural y del agroturismo en Chile y en otros países.

# I. El Agroturismo

---

## 1. Conceptos Generales

“Turismo” es un término genérico que comprende diversas formas de viaje, estadía y motivaciones para realizarlo. Se entiende por “turismo” el fenómeno social y económico, originado por el viaje y la presencia en un lugar de una o más personas por un período de tiempo, luego del cual regresan a su lugar de origen. Esta es la noción de “*tour*”, de un movimiento circular que involucra tanto elementos individuales como interacciones grupales, relaciones, sentimientos, percepciones, motivaciones, presiones, satisfacciones, etc. Cabe destacar que fué el turismo en zona rural el que dio origen a la industria turística moderna. En efecto, aparte de los peregrinajes religiosos y de la obligada gira cultural a Italia, que desde el siglo XVII era realizada por la elite europea, fueron los escritos de Jean-Jacques Rousseau, describiendo la naturaleza en las riveras del lago Lemán, en la frontera franco-suiza, los que dieron lugar a la afluencia masiva de turistas a esa región. Estos debían alojar y recibir alimentación en las casas de los predios agrícolas, en especial en las grandes residencias, denominadas “*hôtel*” en idioma francés.

El fenómeno turístico se compone básicamente de tres elementos: el ser humano (el autor del acto turístico), el espacio (el elemento físico cubierto por el acto turístico) y el tiempo (el elemento temporal que es consumido al viajar a un lugar y pernoctar en él).

El turismo admite diversas clasificaciones, según la perspectiva que se adopte para realizarlas. Así, de acuerdo a la cantidad de personas involucradas, se habla de turismo individual o grupal; en relación al propósito perseguido, se habla de turismo recreacional, cultural, de negocios, de salud, de deporte y de conferencias. Tomando en cuenta el medio de transporte elegido, el turismo puede ser aéreo, terrestre, marítimo, o fluvial. Según el ámbito geográfico (local o regional), se distingue el turismo doméstico o nacional y el internacional. Dentro del espacio geográfico, se diferencia el turismo urbano del rural. Según la edad del turista, encontramos el turismo juvenil, el adulto y el de tercera edad. Desde la perspectiva del tiempo invertido, el turismo puede ser de excursión por el día, de fin de semana o de vacaciones. El monto del gasto involucrado permite distinguir el turismo de lujo, el turismo de clase media y el turismo social.

En el turismo rural podemos distinguir: el turismo en espacio rural, el agroturismo y el ecoturismo, aunque, como veremos más adelante, desde otras perspectivas, la definición puede abarcar más temas.

Se entiende por turismo en espacio rural el que llevan a cabo residentes urbanos propietarios de residencias secundarias en zona rural, las que ocupan por el fin de semana o lapsos mayores, o bien las alquilan a turistas, así como también el turismo que pernocta en implantaciones de tipo resort, hotel o motel en zona rural.

Por razones económicas, de organización, de volumen, de índole sanitario, o por utilizar redes de proveedores ya conocidos, el turismo en espacio rural suele abastecerse de insumos en las zonas urbanas. Por otra parte, puesto que la propiedad de muchos de los bienes inmuebles utilizados en el turismo en espacio rural, suele estar en manos de residentes urbanos, los beneficios que genera esta actividad emigran fuera del área rural. En consecuencia, su impacto sobre la economía rural es más bien escaso. Además, si bien el turismo en espacio rural crea puestos de trabajo en cantidades significativas, por ello mismo puede competir por la mano de obra en la temporada en que esta es requerida por las labores agrícolas.

El agroturismo en cambio, se refiere al conjunto de servicios requeridos por visitantes y turistas, que desean adquirir la experiencia de conocer en terreno la explotación de forma sustentable de la naturaleza. La participación de los excursionistas o turistas en las labores agropecuarias no es una condición que deba cumplir el agroturismo, sino una opción entre otras alternativas.



Niña urbana “viviendo” la naturaleza, San Antonio, Red de Agroturismo de Chiloé.

El agroturismo se lleva a cabo pernoctando en hogares campesinos habilitados para alojar turistas, o en lugares de camping y caravaning establecidos en predios agrícolas. Para la alimentación los turistas pueden recurrir a hogares y restaurantes rurales o a la preparación propia (picnic o asado), en lugares habilitados para tal fin, adquiriendo para ello parte o la totalidad de sus insumos en almacenes y kioscos rurales. En consecuencia, la mayor parte de los beneficios generados por el agroturismo son percibidos por productores y prestadores rurales de los diversos servicios a los turistas y excursionistas. Esto maximiza el impacto en la economía rural y ciertamente es una actividad que genera ingresos adicionales para las familias campesinas.

El agroturismo es por lo general de carácter grupal (más de una persona). Sus fines son de tipo recreacional, cultural o deportivo. Se lleva a cabo por vía terrestre, es principalmente doméstico, aunque la integración de las vías de transporte entre países tiende a internacionalizarlo. Puede ser de excursión por el día, o turismo por el fin de semana o por la duración de un periodo de vacaciones. Es juvenil o adulto y finalmente es practicado de preferencia por el tipo de turista que pertenece a los grupos C2, C3 y D, según la clasificación socio-económica utilizada en estudios de comercialización. Es decir, atendiendo al monto del gasto que efectúa el turista, se trata de una forma de turismo de tipo medio o social.

El ecoturismo, a su vez, consiste en el conjunto de servicios que permiten al excursionista o turista familiarizarse con la naturaleza en su estado original, esto es, sin intervención humana otra que aquella que hace posible el ecoturismo. Por esta razón, a fin de preservar las características que constituyen el atractivo de las zonas ecoturísticas, la mayor parte de la infraestructura de apoyo al ecoturismo debe estar situada en la periferia de la zona ecoturística.

Cabe tener en cuenta que las actividades ecoturísticas suelen generar pocos ingresos para la población rural, pues este tipo de visitas son realizadas por lo general dentro del día y tanto la comida como el alojamiento, se realizan en implantaciones turísticas de tipo resort, hotel o motel en zona rural, o en ciudades cercanas. El todo es planeado y llevado a cabo por agencias de viaje u operadores turísticos de centros urbanos, que por lo general, emplean poco personal local rural en sus operaciones.

INDAP define el turismo rural como “cualquier actividad turística realizada en un lugar rural”.

Bajo turismo rural, Martínez (1999) distingue al agroturismo, al turismo deportivo, al turismo aventura, al turismo cultural y al ecoturismo.<sup>3</sup> INDAP-X Región y Universidad Austral (1997) incluyen también al etnoturismo y definen el agroturismo como: “turismo en explotaciones agropecuarias, combinando recreación tradicional con contacto con la vida del predio, conociendo el modo de vida rural y las tradiciones campesinas, y donde uno de los principales motivos de las visitas sea el contacto con la explotación agropecuaria, forestal, acuícola y otras formas de producción del mundo rural”.

---

<sup>3</sup> Campanhola y Graziano (1999) incluyen también lo siguiente en el concepto de turismo en el medio rural: termas rurales; centros de convención rurales; lugares para capacitación de ejecutivos; complejos turísticos para deportes naturales; caminatas; visitas a familiares y amistades; visitas a museos, iglesias, monumentos nacionales e históricos; festivales; rodeos y eventos regionales;

En la Unión Europea el porcentaje de ganancias percibidos por el conjunto de la población local es utilizado como criterio diferenciador para el uso de un término u otro. De menor a mayor se tiene entonces: turismo en espacio rural, turismo rural y agroturismo<sup>4</sup> con, en este último caso, el agricultor particular como el mayor receptor de ingresos.

También en la Unión Europea se habla de turismo rural cuando la cultura rural es un elemento importante en la composición de la oferta y, según la actividad específica, se habla de agroturismo, turismo verde, gastronómico, ecuestre, náutico, histórico-cultural, arquitectónico, etc. Son estos elementos los que despiertan el interés de personas que habitualmente viven en el medio urbano y que están dispuestas a invertir parte de su tiempo y recursos en reencontrarse con sus orígenes, o simplemente explorar formas o lugares para vacacionar que se encuentran más allá de su tenor de vida habitual. (Martínez, 1999).

El agroturismo y el turismo en espacio rural, potencian el desarrollo en el área rural de pequeños almacenes de abarrotes y mini-supermercados, así como empleos relacionados con la construcción, mantención, reparación, aseo y cuidado de casas, lavado de ropa, etc.; o en hoteles, albergues, restaurantes, bares, "*shopping centers*", locales de venta de artesanías y una serie de servicios turísticos como guías, alquiler de bicicletas, caballos, botes, etc.. Como ya se mencionó, estas actividades podrían competir en temporada con las labores agrícolas dando origen a un aumento de remuneración del trabajo.

El turismo rural generalmente tiene que conciliar dos objetivos conflictivos entre sí: el desarrollo económico rural y la preservación de los recursos naturales y también culturales locales. Los problemas que pueden surgir con este tipo de actividades son: destrucción del medio ambiente debido a la disposición deficiente de basura y aguas servidas, ruido, depredación del patrimonio natural, su fauna y su flora;<sup>5</sup> degeneración de la cultura local a través de la interacción de la comunidad local con turistas de varias procedencias; aumento del tránsito y de la movilidad de la población; aumento de la demanda por servicios públicos en competencia con los servicios de la comunidad local; inclusión y exclusión de áreas y regiones, llevando al éxodo desde las regiones excluidas; aumento de la criminalidad y del uso de drogas, abandono de las actividades agropecuarias y adopción del agroturismo como única fuente de ingresos familiares; incremento del costo de vida para los residentes locales debido al aumento del precio de bienes y servicios y del valor de la tierra, debido a especulación inmobiliaria. (Campanhola y Graziano, 1999) Con el expreso fin de regular el acceso de turistas y evitar el deterioro del Bosque Nuboso de la Reserva Monteverde, Costa Rica, la comunidad Santa Elena se ha negado a pavimentar 30km de camino montañoso escarpado. (Acuña y Ruiz, 1999)

---

<sup>4</sup> En Austria, la Ley limita a diez la capacidad máxima de turistas que puede recibir el predio; en Bélgica se reconocen tres formas de turismo en el campo: el alojamiento en la finca con ingreso autónomo con un ambiente de por lo menos 12m<sup>2</sup> que comprende cocina, baño y una habitación de al menos 9m<sup>2</sup>, la habitación en la casa personal de los agricultores, la cual tiene que tener cama y baño y el camping en el terreno de la finca; en Francia, para incentivar el agroturismo, los agricultores reciben subsidios y los turistas "bonos de vacaciones"; en Dinamarca existe desde 1988 la Unión Nacional de Agroturismo que reúne a la mayor parte de las fincas activas en este rubro.

<sup>5</sup> En el Caribe, se estima que los cruceros y yates generan 70,000 toneladas anuales de residuos. (Datos de 1995 del PNUMA) En algunas regiones, la demanda de los turistas por alimentos del mar está aumentando la presión sobre los recursos marinos y extensas zonas de manglares han sido destruidas para construcción de hoteles y otras construcciones. El temor a perder ingresos turísticos se ha convertido en el factor principal de preocupación ambiental, promoviendo la construcción de sistemas de saneamiento de aguas servidas, planes de manejo de zonas costeras y desarrollo de áreas protegidas terrestres y marinas. (Balance de la década del Caribe, CEPAL 1999)

Una gran dificultad para la participación de los pequeños agricultores como empresarios turísticos es la necesidad de inversiones iniciales altas. Otras son su falta de tradición en esta área y sus dificultades para planificar y gerenciar. Por esta razón, cuando existe una oportunidad de desarrollo de turismo en áreas rurales, por lo general han preferido vender su propiedad a empresarios urbanos especializados en el rubro del turismo y se han trasladado a otras áreas rurales, o han emigrado a ciudades.

Campanhola y Graziano (1999) suponen que el agroturismo procura una cantidad limitada de productos turísticos que son genuinos y dispersos territorialmente. Sostienen también que más que otras formas de turismo, el agroturismo tendría efectos positivos sobre el empleo y la generación de ingresos a nivel local, así como la capacidad de crear dinamismo en sectores y actividades con los cuales existen encadenamientos aguas arriba y aguas abajo.<sup>6</sup>

La asociación, que es una característica que ha sido enfatizada para el éxito de las iniciativas de turismo rural, puede concernir a localidades, caseríos y aldeas rurales que posean atractivos turísticos y servicios básicos que las conviertan en áreas interesantes de visitar. Con el desarrollo de equipamiento turístico (hospedaje y alimentación) pueden convertirse en centros de estadía para excursionistas y turistas amantes de la cultura rural y de la naturaleza o a los circuitos o rutas agroturísticas. Estas son áreas relativamente extensas con un camino como columna vertebral y que ofrecen en su alrededor una gama de servicios y actividades de agroturismo, ecoturismo, etnoturismo y de turismo de aventura ya sea de carácter amplio o de carácter temático (la ruta del vino, del oro, del colono, etc.) (INDAP-UACH, 1997)<sup>7</sup>

El FIA (1999) define el agroturismo 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; además es considerado como un turismo diferente, generalmente opuesto a la masificación de flujos. Martínez (1999) a su vez, define agroturismo como aquel que está asociado a la participación activa del turista en actividades agropecuarias (p.ej.: elaboración de mermeladas, ordeñas, cosechas, trillas, etc.) y a la prestación de servicios de alojamiento y gastronomía local dentro de la propiedad agrícola. Como turismo cultural define al que se basa en la utilización de los recursos culturales, históricos, costumbristas de un territorio, orientándose hacia la preservación y mejor conocimiento de los mismos (p.ej.: estudio de culturas indígenas, circuitos históricos, visitas a sitios de interés arquitectónico, etc.). En particular nombra las siguientes características para el turismo rural:

<sup>6</sup> Una experiencia exitosa de agroturismo en Brasil ha sido la de la municipalidad de Venda Nova do Imigrante en el estado de Espírito Santo. A fines de los 80 ya existían algunos hoteles y albergues en las áreas rurales de la región. Algunos agricultores (mayormente caficultores) empezaron a recibir visitas espontáneas de turistas. Poco a poco realizaron que podía constituir una fuente de ingresos y empezaron a organizarse para ello. Los agricultores entendieron que individualmente no podrían lograr que la municipalidad mejorara la infraestructura (mantenimiento de los caminos rurales) y por ende se organizaron. A raíz de esto, hubo mayor interacción entre los agricultores y los hoteles locales, los cuales iniciaron la organización de paseos a las fincas para sus huéspedes y la producción de material impreso informativo. Actualmente 51 fincas están en la ruta turística local y también se han establecido 12 restaurantes regionales. Las visitas a las fincas se organizan a lo largo del año. Los turistas pueden participar en las faenas agrícolas (siembra, cosecha) y también pueden comprar productos en las mismas fincas (quesos, yogurt, ron, café, harina de maíz molida a la piedra, confecciones caseras de dulces, panes, cakes, etc.) lo que puede potenciar su producción. La ruta turística también incluye vistas escénicas. (Campanhola y Graziano, 1999).

<sup>7</sup> Incluyendo: procesamiento casero de alimentos y su venta a los turistas, restaurantes típicos, albergues, visita o participación de los turistas en las faenas agropecuarias (siembra, cosecha, forestación, ordeña, apicultura, etc.) o agroindustriales (conserva de frutas, jugos, quesos, embutidos, destilerías, etc.), clases de artesanía o de cocina (panes, platos y postres típicos), acompañamiento o facilitación a talleres de artesanos o lugares de diversión (excursiones en lancha, cabalgatas, pesca, caza, paseos en tractor, en carruaje, al bosque nativo, escalada en montaña, observación de flora y fauna, baños en aguas termales, ríos y pozas naturales) o de interés (arquitectura típica, iglesias y museos, molinos de agua), promoción colectiva de fiestas religiosas y populares, rodeos y ferias agrícolas, música y bailes típicos, recuento de historias y leyendas tradicionales (*storytelling*).

- de iniciativa local, basándose en la capacidad que tiene el habitante rural para dar a conocer sus aspectos culturales y costumbristas;
- de gestión local, en donde las empresas de pequeños productores agrícolas pueden desarrollar interesantes estrategias de administración de las iniciativas ya que es una actividad a pequeña escala;
- con efectos locales, esto significa que diversifica e incrementa los ingresos de los pequeños productores agrícolas y sus familias como también genera nuevas alternativas de empleo, especialmente para el joven y la mujer rural;
- que valoriza la cultura local y estrecha los vínculos con los turistas que buscan conocer formas de vida distintas a las cuales están habituados lo que provoca en la población residente un sentimiento de orgullo y deseo de preservarlas además de darles un valor económico;
- definido por los paisajes locales, ya que cuenta con un variado número de recursos naturales y socioculturales como amplios espacios de tranquilidad y reposo, paisaje atractivo, patrimonio arquitectónico y urbanístico, etc. (Martínez, 1999).

La fortaleza del turismo rural reside en gran parte en aspectos relacionados con las capacidades del habitante rural para relacionarse con los turistas, es decir, la capacidad de comunicarse con el visitante por medio de palabras y actitudes así como en la capacidad del habitante rural para distanciarse de su propia ruralidad con el propósito de entender mejor lo que de ellos se espera y poder entregarlo sin complejos ni restricciones. (Martínez, 1999) Más allá del turismo, estas nuevas capacidades pueden ayudarlo a relacionarse mejor con el mercado y los distintos agentes que actúan en él y así, vender mejor sus productos u obtener mejor calidad de servicios. Sin embargo, el desarrollo del turismo rural se enfrenta a una serie de obstáculos. Entre ellos está la infraestructura necesaria (alojamiento, caminos, agua potable y entubada, comunicaciones, electricidad, recolección de basura, bomberos y policías, hospitales y equipos de emergencia médica, farmacias, restaurantes, supermercados y otros negocios) que es generalmente precaria o inexistente. Su mejoramiento debiera provenir esencialmente de inversiones del sector público.

Otro obstáculo para el desarrollo del turismo rural es la falta de personal calificado para todo tipo de actividades relacionadas con la actividad turística. Turistas de distinta procedencia y con distintos intereses tienen distintas necesidades y expectativas respecto a las actividades y servicios ofrecidos en el área rural. Los recepcionistas, guías, etc. debieran recibir capacitación para entender estas diferencias culturales y de comportamiento de los turistas. También constituye problema el insuficiente apoyo institucional al desarrollo y la promoción del turismo (políticas, planes, regulaciones y estructura organizacional). Finalmente, existe por parte de las agencias de viaje, una falta de preparación y a veces de interés en promover y vender productos relacionados con el agroturismo, debido al carácter de microempresa de muchas de estas actividades. En vista de todo esto, el éxito del turismo en medio rural a menudo depende de la instalación de una agencia de turismo local, que preste atención a los productos existentes, establezca relaciones más cercanas con los agricultores (pero también con agencias de turismo de ámbito nacional e internacional), que sea más sensitiva a las potencialidades y dificultades locales y explote los distintos nichos de mercado adecuadamente. (Campanhola y Graziano, 1999)

## 2. La estrategia de INDAP

La decisión de INDAP de incluir el fomento del agroturismo entre sus actividades de apoyo a la agricultura campesina se funda en las consideraciones siguientes:

- existe a nivel local, nacional e internacional una creciente demanda por servicios agroturísticos, tanto de parte de visitantes por el día como de turistas que pernoctan en la zona rural;
- las diversas regiones de Chile ofrecen atractivos turísticos notables en su zona rural;
- los servicios requeridos por el agroturismo son complementarios a las labores habituales del campo y no substitutivos de ellas, a diferencia de lo que sucede con implantaciones turísticas de tipo resort en zona rural, cuya demanda por mano de obra es mayor justamente durante la temporada de verano en que esta es requerida en las labores agrícolas;
- el agroturismo genera ingresos adicionales para la familia campesina, que resultan especialmente importantes en el caso de predios de reducida extensión, que por ello no ofrecen otra alternativa para mejorar substancialmente el nivel de vida de quienes viven de su explotación, particularmente en lugares remotos, lo que origina situaciones de pobreza rural;
- el agroturismo fija población en la zona rural pues genera oportunidades de trabajo razonablemente remunerado.

A estas razones del INDAP debemos agregar otras tres:

- el agroturismo permite diversificar la economía rural, con la consiguiente disminución del riesgo;
- el agroturismo permite maximizar el valor agregado de la producción rural, pues llega al consumidor final directamente, o con mínima participación de intermediarios quienes, por estar radicados en la misma zona rural, forman parte del mismo sistema económico;
- el agroturismo permite el desarrollo de una producción agrícola de especialidades asociadas a un lugar de origen específico, lo que permite garantizar una calidad determinada, o una rareza, que se traduce en mayores precios y facilita su comercialización. Este es el concepto de producto del “*terroir*” que se utiliza en viticultura como “Denominación de Origen Certificada o Controlada”, estrategia comercial válida para todo producto del agro, pero que no es debidamente utilizada en Chile, a pesar de emplearse ya denominaciones de origen como las carnes de Osorno, el queso de Chanco, las sandías de Paine, las cecinas de Llanquihue, etc.<sup>8</sup>

En consecuencia, la estrategia del INDAP, al emplear el agroturismo como herramienta de fomento rural responde a elementos críticos tales como: descentralizar el desarrollo; la necesidad de fomentar el desarrollo autosustentado y de involucrar a los pobres rurales en acciones que permitan incrementar su capital social y económico.

---

<sup>8</sup> Este factor es de gran importancia para Chile, debido a su evidente vocación de productor de alimentos, pues hace posible el desarrollo de productos “*boutique*” para la exportación fuera de la zona de producción, e incluso fuera del país, como sucede con numerosos productos de países cuya agricultura emplea con éxito estas técnicas de comercialización, como el caso de la crema de Devonshire, los quesos de Gruyère o Emmenthal, la mostaza de Dijon, etc.

INDAP proporciona a los proyectos agroturísticos apoyo técnico, financiero en gestión y en capacitación. El apoyo técnico se refiere a: la preparación de los términos de referencia y selección de consultores externos; la identificación del producto agroturístico óptimo en función de la demanda y de las posibilidades del campesino; la evaluación técnico-económica del proyecto; y la definición de la estrategia comercial.

El apoyo financiero—que puede ser proporcionado por el FOSIS, dentro de su Programa de Desarrollo Productivo Rural— concierne el: financiamiento para contratar estudios y asesorías; el financiamiento de trámites tales como permisos, cambio de uso de la tierra, iniciación de actividades, etc.; y el financiamiento para la realización del proyecto en términos de construcción, equipamiento, etc.

El apoyo en gestión comprende: la contratación de un gerente; el apoyo en áreas tales como contabilidad, comercialización, comunicación, etc.; y la realización del proyecto y su puesta en marcha.

El apoyo en capacitación es prestado mediante convenios INDAP-SENCE y convenios INDAP-PRODEMU.

Cabe sin embargo tener presente que el agroturismo no constituye una panacea universal para mejorar el ingreso de la población campesina en cualquier zona rural, ya que su masificación o su desarrollo en lugares inadecuados puede dar origen a la destrucción de su atractivo.

En consecuencia, una de las tareas principales del organismo responsable del desarrollo del agroturismo es definir en forma acertada cuales son las áreas rurales en las cuales resulta conveniente y posible llevar a cabo actividades agroturísticas, así como la escala y características de ellas. El inventario de sitios aptos para el agroturismo resulta imprescindible para una correcta asignación de los recursos.

## II El *cluster* como herramienta de desarrollo del agroturismo

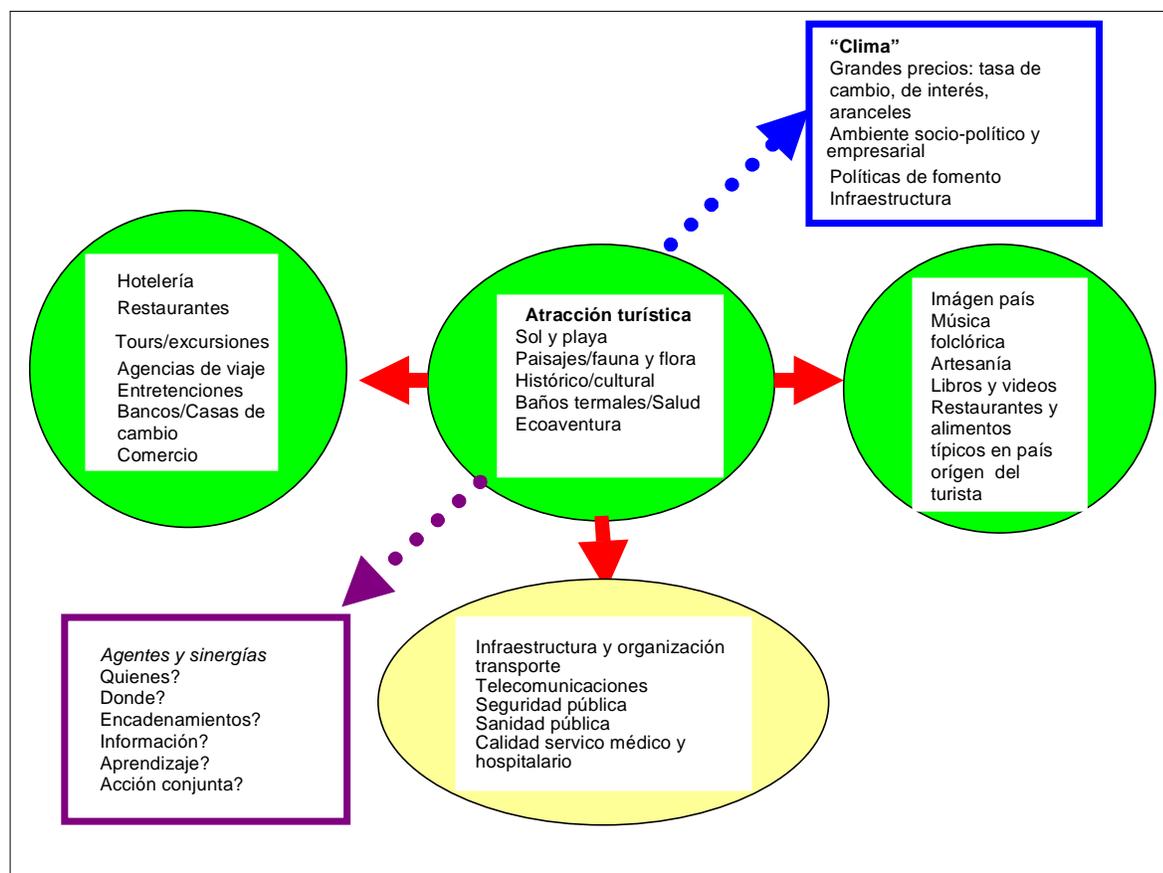
### 1. El complejo turístico (o “*cluster*”)



Es necesario analizar el potencial de desarrollo que presenta el agroturismo en el contexto de un complejo turístico o "*cluster*". Es decir que es necesario hacer un estudio de los encadenamientos hacia adelante, hacia atrás y hacia los lados que surgen del agroturismo, que se pueden fomentar o que sean indispensables para su desarrollo exitoso. También es necesario analizar las relaciones que existen entre los agentes que pertenecen al *cluster* para ver hasta qué punto surgen o se pueden fomentar el traspaso de información, el aprendizaje mutuo y acciones conjuntas, es decir las sinergías que llevarán a un complejo más competitivo. El gráfico 1 ilustra algunos

de los encadenamientos que puede (o debería) tener un complejo turístico. Así, un *cluster* turístico típico basado en “ventajas naturales” como el clima, paisajes atractivos, monumentos históricos, aguas termales, etc. tiene encadenamientos hacia la hotelería, los restaurantes, las agencias de viaje, los bancos y las agencias de cambio, entre otros. En cuanto a las actividades relacionadas con la hotelería se puede mencionar: la construcción y alhajamiento que pueden ser en base a conocimientos, diseños, materiales, mano de obra, etc. local o no; la recepción de los turistas; el servicio de mucamas; el lavado de toallas y sábanas; etc.. Las actividades relacionadas con los restaurantes también tienen que ver con su construcción, instalación y alhajamiento; con el sector agroalimentario, que puede abastecerse a través de compras locales, regionales, nacionales o importadas; con la tradición y formación en gastronomía, etc. El *cluster* turístico tiene también una serie de condiciones que lo hacen más o menos competitivo, atractivo o riesgoso y a los cuales los distintos grupos “meta” de turistas darán más o menos peso, como la seguridad, la salud pública (agua potable, enfermedades contagiosas, calidad de la atención médica y hospitalaria), la infraestructura y el sistema de transportes, las telecomunicaciones, y otros. También existe un “clima” general que permea la economía y la sociedad –y por ende el complejo turístico– como la eficiencia, la puntualidad, el cumplimiento de lo prometido, la amabilidad y hospitalidad entre muchas otras características, y grandes precios macroeconómicos como la tasa de cambio y la tasa de interés, y la estabilidad económica general que influyen sobre la competitividad del *cluster*.

Gráfico 1  
ESQUEMA SIMPLIFICADO DE UN CLUSTER TURÍSTICO



Fuente: Martine Dirven en base a Ramos, 1998

## 2. El sector turismo en la economía chilena<sup>9</sup>

En la actualidad el turismo constituye la mayor partida dentro del comercio internacional y representa alrededor de un 11% del PIB mundial. Se prevé que en los próximos años continúe creciendo a una tasa media anual de un 4%. En Chile sin embargo, según estadísticas oficiales, esta participación en el PIB es menor y sólo representa un 4% del PIB y un 5% del empleo.<sup>10</sup> (cuadro 1).

**Cuadro 1**  
**CHILE 1986-1995: ESTIMACIÓN DEL PIB DEL SECTOR TURISMO**

*(en millones de pesos de 1986)*

Sector/Año	1986	%	%	1995	%	%
Restaurantes	13 651	8.2		31 515	9.6	
Hoteles	9 129	5.5		18 262	5.6	
Transporte ferroviario	8 831	5.3		5 004	1.5	
Transporte caminero	59 338	35.8		92 703	28.3	
Transporte marítimo	33 581	20.3		98 328	30.0	
Transporte aéreo	8 718	5.3		28 219	8.6	
Servicios conexos	12 904	7.8		23 082	7.0	
Cine, radio, etc.	9 673	5.8		15 468	4.7	
Otros esparcimientos	9 962	6.0		15 215	4.6	
<b>PIB turismo</b>	<b>165 787</b>	<b>100.0</b>	<b>4.8</b>	<b>327 796</b>	<b>100.0</b>	<b>4.8</b>
<b>PIB total</b>	<b>3 419 209</b>		<b>100.0</b>	<b>6 800 952</b>		<b>100.0</b>

Fuente: CONSETUR, citado en Valdés y Alvarez (1999)

Aunque el turismo tiene una alta elasticidad/ingreso, parte del crecimiento de los ingresos en Chile se ha traducido en más viajes al extranjero, con lo cual no se ha reflejado del todo en el crecimiento del sector a nivel doméstico. El ingreso de divisas por turismo ha aumentado de manera constante desde hace una década y ha pasado de 183.5 millones de US\$ en 1986 a

1 019.5 millones de US\$ en 1997, representando respectivamente el 4.4% y el 6.6% de las exportaciones totales de ambos años, mientras el número de turistas extranjeros se ha triplicado en la última década llegando a representar 1.6 millones de personas en 1997. Su permanencia promedio ha quedado relativamente incambiada en once días por turista. Gracias a la percepción de estabilidad política de un lado y la inversión extranjera y crecimiento del turismo nacional por el otro, se logró desarrollar una infraestructura básica suficiente para diversificar la oferta. Es esta oferta diversificada que permite distintas experiencias turísticas, la que ha logrado posicionar a Chile como un interesante destino en el extranjero. (Valdés y Alvarez, 1999) Entre 1994 y 1998, el grueso de la inversión turística privada sin embargo se concentró en Santiago (40% de la inversión total) y en la V y VIII Región (10% y 9% de la inversión total respectivamente) (Revista Qué Pasa del 27 de noviembre 1999).

El sector público no ha estado ajeno al desarrollo turístico. Entre los años 1990 y 1996, el Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR), ha invertido en el sector turismo entre el 6.4% y el 15.1% de sus inversiones totales en sectores productivos. De esta inversión, cerca del 60% fue

<sup>9</sup> Si bien la información contenida en esta sección no está muy actualizada, esperamos que de todas maneras dé una idea de los órdenes de magnitud del sector y de su dinamismo.

<sup>10</sup> Considerando una definición extensiva de la actividad turística, suponiendo que está constituido por el 100% del sector restaurantes y hoteles, el 8% del sector comercio, el 25% del sector transporte, el 10% del sector telecomunicaciones y el 2% del sector financiero (CORFO, 1994: "Análisis estratégico del sector turismo en Chile", Serie de Estudios, Subgerencia de Estudios y Programas, Gerencia de Desarrollo, citado en Valdés y Alvarez, 1999)

en construcción e infraestructura, 17% en capacitación y asistencia técnica, 14% en investigación, innovación y asistencia tecnológica, y 9% en estudios. A pesar de esta significativa inversión pública en turismo, el sector privado tiene una percepción de poco interés del sector público en su desarrollo. Esta percepción puede deberse, entre otros motivos, al presupuesto de Sernatur que no alcanza a financiar sus 180 funcionarios, sus actividades y las campañas de promoción tanto internas como externas que su director estima necesarias.<sup>11</sup> (Diario El Mercurio, 11 de febrero 2000, cuerpo B) Cabe hacer notar, sin embargo, que el sector público contribuye conjuntamente con el sector privado a un fondo de promoción del turismo, que es administrado por una corporación privada.

Es importante resaltar el hecho de que el efecto del sector sobre la economía local, sobre la economía nacional y sobre la cantidad y tipo de encadenamientos puede ser muy distinto según el tipo de turismo. El tamaño de los complejos turísticos, de los hoteles y restaurantes y el tramo socioeconómico de turistas hacia el cual están orientados tiene fuertes impactos sobre las estructuras de costo, los márgenes de ganancia, los encadenamientos con la economía local, la creación de empleo directo e indirecto, etc.. Así mismo, los requerimientos de inversiones en infraestructura varían mucho según la envergadura prevista para la actividad turística.<sup>12</sup> A menor escala, mayores suelen ser los encadenamientos con la economía local.<sup>13</sup>

El Travel and Tourism Intelligence<sup>14</sup> estima que se emplean 0.98 personas por habitación en un hotel de 5 estrellas y 0.3 en un hotel de 1 estrella.<sup>15</sup> Sobre esta base, para Chile, se calculó que en los hoteles clasificados por estrella trabajaban en 1996 más de 8 600 personas (para un total de 11 500 habitaciones y 24 300 camas). La Asociación Gremial de Hoteleros de Chile por su parte estima que existen unas 80 000 camas en hoteles que no están clasificados por estrellas y que estos generarían un empleo adicional de unas 24 000 personas. (Valdés y Alvarez, 1999).

De los 1.8 millones de turistas que ingresan anualmente a Chile, 47% son argentinos, 10% son peruanos, 8.5% son bolivianos; de los turistas de países no limítrofes, 12% son europeos, 7.5% estadounidenses y 5% brasileños. (Diario El Mercurio, 11 de febrero 2000, cuerpo B). En

---

<sup>11</sup> En la X Región por ejemplo, donde todos los municipios menos uno se declararon con potencial turístico, Sernatur tiene solo un técnico y sin vehículo.

<sup>12</sup> La experiencia en Costa Rica ha mostrado claramente que el turismo natural a pequeña y mediana escala es la alternativa más viable para zonas rurales deprimidas, en la medida que demandan inversiones en infraestructura al alcance de las disponibilidades presupuestarias, generan créditos económicos y sociales inmediatos y aseguran un desempeño ambientalmente más sostenible del sector. (Acuña y Ruiz, 1999)

<sup>13</sup> Por ejemplo, en Vermont, Estados Unidos (donde el esquí es la actividad más importante), se calculó que de un total de 84 mil empleos creados gracias a la actividad turística, 71% lo fueron como efecto directo (es decir, el cambio en la producción debido al cambio en la demanda para el bien mismo), 11% como efecto indirecto (es decir, el impacto secundario causado por los cambios en la necesidad de insumos de las actividades directamente afectadas) y 18% como efecto inducido (es decir, el causado por los cambios en los gastos de los hogares debido al empleo generado por los efectos directos e indirectos), mientras del total de 3 700 millones de US\$ anuales de producto de la industria turística, el 59% respondió a efectos directos, el 17% a efectos indirectos y 24% a efectos inducidos. La mitad de los alojamientos son pequeños (menos de 10 habitaciones), pero los grandes (50 y más habitaciones) generan 76% de las "noches alojadas". Los de tamaño mediano tienen la mayor tasa de ganancia (20%) seguidos por los grandes y finalmente por los pequeños. Mayor el hotel, mayor parte de sus gastos van a pago de salarios (aunque para cada millón de US\$ de ventas, los pequeños generan 82 empleos, los medianos 51 y los grandes 46). Los multiplicadores para la economía local son menores para los grandes (1.9 *versus* 2.5 para los pequeños) porque los grandes compran más bienes y servicios fuera del área. La tasa de ocupación (*occupancy rate*) varía desde los más grandes a más pequeños de 54% a 30%. (Lin et al., 1999).

<sup>14</sup> Travel and Tourism Intelligence (1996): "Prospects for tourism in South America" citado en Valdés y Alvarez (1999)

<sup>15</sup> En cambio, un proyecto de asistencia técnica de la Comisión de la Comunidad Europea y el Instituto Costarricense de turismo calcularon 1.2 empleos directos en alojamiento creados por cuarto para 1998 (Acuña y Ruiz, 1999).

promedio, en 1998, los turistas extranjeros gastaron 52 US\$/día (entre 35 US\$/día por los ciudadanos Peruanos y 86 US\$/día por los de Estados Unidos) con una estadía promedio de 12 días (entre 8 días por los bolivianos y 19 días los del "resto de países"). La distribución de estos gastos fueron un 36% en alojamiento, 26% en alimentos y bebidas, 15% en transporte local, 15% en compras y 8% en otros. Los motivos de viaje en 1998 fueron: 70% turismo, 9.5% visita familiar, 1.5% compras, 2.1% seminarios y congresos, 6.1% negocios y 10.8% no especificado. (Revista Qué Pasa del 27 de noviembre 1999). Según Martínez (1999), los turistas extranjeros demandan playa (un 60%, en especial los argentinos, peruanos y bolivianos), desierto, patagonia, centros invernales, cruceros, lagos y campo. 53% de los turistas chilenos escogen la playa y 29% el campo o los lagos del sur. En los estratos socioeconómicos medios y medios-altos de Santiago, el campo, los lagos y los parques nacionales representan respectivamente 21%, 16% y 3% de los destinos turísticos. (FIA, página en Internet).

En 1997 se realizaron 191 eventos internacionales (142 seminarios, 27 conferencias y 22 congresos) con un total de 33 mil participantes, principalmente en Santiago. Además hubo ferias y convenciones. Este tipo de actividades ha crecido fuertemente en los últimos años y requiere de un nivel significativo de competitividad. A nivel Latinoamericano, Chile ocupa el tercer lugar en este tipo de eventos, con 7.9% del total, mientras Argentina tiene 15.6% del total y Brasil 17% del total regional. Estos eventos contribuyen a reducir la estacionalidad turística ya que en Chile, solo el 2.8% se realizó durante el primer trimestre del año, que es el que concentra el turismo por vacaciones. (Valdés y Alvarez, 1999).

En 1995 habían unos 14 500 restaurantes, bastante menos que en 1991. (cifras del Instituto Nacional de Estadísticas) En vista del crecimiento sostenido del producto del sector, se puede inferir que el tamaño promedio ha aumentado y que probablemente requiere de una mano de obra más especializada. El número de agencias de viaje (1 157 en 1994) en cambio aumentó fuertemente en estos años, en especial las mayoristas pero sufrió los efectos de la "crisis asiática" en 1998-99 y enfrenta otras dificultades a raíz de la reducción de la comisión pagada por las líneas aéreas a principios de 2000. Las agencias de viaje están fuertemente concentradas en la capital (89% de las mayoristas y 54% de las minoristas). Tanto el transporte aéreo nacional como el internacional se han cuadruplicado en los diez años hasta 1997. En cambio, el número de pasajeros transportados por autobuses interprovinciales creció hasta 1993 y disminuyó después para situarse en 51 millones en 1996, debido entre otros a la reducción de las tarifas aéreas nacionales las cuales transportaron 3 millones de pasajeros en este año, y al aumento del parque automotriz privado. En 1997 habían 1 326 sucursales de instituciones financieras a través del país, 44.5% de las cuales en la Región Metropolitana. El número total de cajeros automáticos en 1997 fue de 1 704, 55.6% de los cuales en la Región Metropolitana (Valdés y Alvarez, 1999).<sup>16</sup> De hecho, la falta de facilidades para pago (aceptación de tarjetas de crédito, cajeros automáticos y cambio de divisas) es una de las limitaciones identificadas por el foro de desarrollo productivo de turismo de la Región de La Araucanía (IX).

En vista de estas cifras, la formación no parece recibir la atención o despertar el interés necesario. En efecto, en 1996 egresaron 211 alumnos de la carrera de gastronomía, 2 030 de administración en turismo y hotelería y 1 093 técnicos en turismo y hotelería, o sea un total de 3

---

<sup>16</sup> En términos de población, la Región Metropolitana representa el 40% de la población total del país.

334 egresados. En idiomas egresaron 238 alumnos. Adicionalmente, entre 1991 y 1998 se capacitaron un total de 146 personas provenientes de un total de 98 empresas por medio de la franquicia SENCE. (Valdés y Alvarez, 1999) Existen sin embargo muchas iniciativas, algunas recientes como la de la Fundación Empresarial Comunidad Europea Chile, la cual firmó un convenio de cooperación con la Universidad de La Frontera (Temuco) y el alcalde de Pucón en octubre 1999 para poner en marcha, en la sede de la Universidad en Pucón en el año 2000, el Instituto Eurochileno de Turismo (Itur) con el fin de: dar formación, capacitación y perfeccionamiento a nivel de diplomado, pregrado universitario y postítulo, en temas de gestión turística, hotelera y gastronómica basados en la transferencia de experiencia, tecnología, técnicas de gestión empresarial, etc. europeas para la industria turística moderna. Su objetivo es llegar a ser el principal referente académico del sector turístico, hotelero y gastronómico del Cono Sur. La Fundación de Desarrollo Educacional La Araucanía (Fudea) colaborará en las primeras etapas y, en etapas posteriores se espera contar con la colaboración del empresariado del sector. (El Diario Austral, 24 de octubre 1999). Por su parte, el Fondo de Innovación Agropecuaria (FIA) organizó en marzo 1999 en Valdivia, y con el apoyo de la Universidad Austral y de Sernatur, el Seminario Internacional: "Perspectivas de desarrollo del agroturismo y turismo rural en Chile" con participación de 140 personas de los Ministerios de Agricultura, de Economía y de Bienes Nacionales, de municipalidades, de ONG, de Universidades, de organizaciones campesinas, además de empresarios y agricultores, y el Instituto de Turismo de la Universidad Austral está planeando un nuevo evento para noviembre del 2001.

Actualmente en Chile, el servicio de alojamiento en casas de campo es regulado por las normas generales de construcción, de higiene y de todas aquellas que se aplican a un establecimiento que atiende público y expende alimentos y bebidas. Esta ha sido una de las dificultades con las cuales han topado varias iniciativas de turismo rural.<sup>17</sup> En 1967 la Comisión Provincial de Turismo de Osorno realizó una encuesta que mostró que los turistas en medio rural buscaban la calma, el contacto con la naturaleza, la calidad estética del entorno y la alimentación fresca y sana. Sus principales quejas se referían a deficiencias de los servicios sanitarios, malos caminos secundarios y falta de infraestructura como senderos turísticos para caminantes y de entretención como piscina o lugar de baño habilitado con tal fin.

Existen una serie de organismos activos en el campo turístico, la mayoría de los cuales sin embargo no tiene relación con el agroturismo. Estas son Achet: Asociación de Turismo receptivo y emisor; Opce: Asociación de Organizaciones de Congresos, Ferias y Exposiciones; Cata: Asociación de Agencias de Turismo Aventura; Achiga: Asociación de Gastronomía (principalmente de Santiago); Hoteleros de Chile: Asociación de Hoteles (principalmente de Santiago); Hotelga: Federación de Hotelería y Gastronomía (a nivel nacional); Armasur: Asociación de Embarcaciones de Turismo; Atico: Asociación y Empresas de Tiempo Compartido; Achila: Asociación Chilena de Líneas Aéreas; Cámaras de Turismo o de Comercio y Turismo Regionales. Por el lado del Gobierno, la promoción turística se hace principalmente por Prochile y Sernatur. (Valdés y Alvarez, 1999).

---

<sup>17</sup> Luís Martínez, INDAP; varias de las presentaciones regionales en el Taller de Prorural, Las Vertientes, 27 y 28 de diciembre 1999; participantes de la Red de Agroturismo de Chiloé.

### 3. Turismo y medio ambiente: una convivencia difícil



Restaurante campesino, Vega del Río Ancoa

Para sostenerse en el tiempo, la actividad agroturística tiene que tener una relación de equilibrio con su entorno. Así, la presión natural que ejercen personas foráneas sobre un área y sus recursos tanto naturales como culturales, debe ser tal que no sobrepase la capacidad de ésta para perpetuarse, ya que la pérdida de las condiciones naturales de la región, que justificaron el interés turístico traerá como consecuencia la pérdida de su atractivo y el desvío de las corrientes de viajeros hacia otros destinos menos alterados. De ahí que se debe hablar de turismo rural integrado, tanto al ambiente natural como al entorno cultural en que este se desenvuelve y sustentable, porque contribuye a preservar un modo de vida y los recursos existentes para el uso de generaciones futuras. (INDAP-UACH, 1997)

Los parques nacionales en Chile cubren el 19% del territorio nacional con más de 14 millones de hectáreas. La tendencia es mantener y consolidar los 32 parques nacionales, 47 reservas naturales y 13 monumentos naturales que actualmente forman el Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado (Snaspe) e incorporar nuevas con el enfoque de conservar áreas representativas de la diversidad biológica.<sup>18</sup> En los años ochenta, la Conaf encargó un estudio a la Universidad de Chile el cual determinó que existen 85 ambientes que, por sus peculiares características, merecen ser conservados en áreas silvestres protegidas. De estos 85, Conaf ya tiene incorporado a 66. En 1995, Conaf con Sernatur estudiaron la posibilidad de desarrollar actividades de ecoturismo al interior de los parques nacionales y llegaron a determinar que de las 92 áreas silvestres protegidas, 40 cuentan con un potencial turístico significativo.<sup>19</sup> El parque que actualmente recibe más visitantes es el Vicente Pérez Rosales, con 180 mil visitantes al año. Le siguen Puyehue, Torres del Paine, Isla de Pascua, Conguillio y la reserva Río Clarillo. En 1998 el

<sup>18</sup> En Brasil, un plan de turismo de gran envergadura para la Amazona implica la creación de 20 parques y áreas de protección ambiental (aprobado en octubre de 1999 con financiamiento del BID) fue considerado como la mejor vía para preservar esta zona y promover su desarrollo sostenible.

<sup>19</sup> En Costa Rica, los parques naturales se han convertido en la segunda industria del país y la promoción del turismo con base en áreas protegidas es uno de los pilares de la estrategia turística de este país. Esta exitosa experiencia se está extendiendo a toda la región centroamericana tomando como base el Corredor Biológico Mesoamericano que integra las áreas naturales protegidas de los siete países. Otra propuesta para aumentar la competitividad de la región centroamericana es la iniciativa del Certificado de Turismo Sostenible.

total de visitantes al sistema de parques nacionales fué cercano al millón con un crecimiento anual de 4% desde 1990. (Marcela Rocío Suarez, El Mercurio, cuerpo F, 28 de noviembre 1999)<sup>20</sup>.

El 30 de octubre 1999 Conaf presentó la tercera etapa del "Programa Parques Nacionales para el Ecoturismo" que busca estimular la inversión privada al interior de los parques chilenos. Uno de los aspectos que más interesa a Conaf es que cada proyecto considere la participación de las comunidades insertas o aledañas a los parques.<sup>21</sup> (Marcela Rocío Suarez, El Mercurio, cuerpo F, 28 de noviembre 1999).

---

<sup>20</sup> En 1992, Conaf hizo una licitación para la inversión privada pero no hubo interesados, porque las condiciones exigían la (poca realista) devolución a Conaf de las instalaciones a los cinco años. Por otro lado, mostró poca capacidad de negociación con Explora en el parque Torres del Paine en cuanto a la integración arquitectónica del hotel con su entorno natural. (Conversación con Maximiliano Cox, entonces asesor principal del proyecto CEPAL/Ministerio de Agricultura/INDAP: "Análisis y evaluación de instrumentos diseñados por el Ministerio de Agricultura para la superación de la pobreza rural").

<sup>21</sup> Angel Laso, Jefe Nacional de Ecoturismo de la Conaf, fue en misión técnica (organizada por el FIA y el PNUD) a Costa Rica. En todas las experiencias exitosas de Costa Rica (y también de otros países) la valoración que hace la comunidad local y su compromiso con el parque, así como su participación en la prestación de servicios a los visitantes, es vital para que se conserve como tal.

### **III Experiencias de agroturismo en la Región del Maule**

---

#### **1. La Región del Maule (VII Región)**

La Región del Maule posee una superficie de 30 325 Km<sup>2</sup> y presenta la tasa de ruralidad más alta del país. De las 936 141 personas que habitan en la región, el 59.8% (500 995 personas) vive en los sectores rurales y el 40.2% (355 995 personas) en las zonas urbanas.

En los últimos años la población regional ha descendido gradualmente. En 1960 esta alcanzaba al 7.6% de la población nacional; en 1982 al 6.4% y en 1992 llegaba sólo al 6.3% .

El PIB regional agropecuario representa el 32.5% del PIB regional total y aporta el 15% de PIB sectorial agropecuario nacional.

La agricultura constituye la principal actividad económica regional, pues la industria y los servicios están fuertemente vinculados a la actividad agrícola de la región.

El sector silvoagropecuario es intensivo en el uso de mano de obra, generando el 37% del empleo regional. La industria manufacturera, fuertemente agroindustrial, representa el 21.6% del PIB regional y genera el 12.3% del empleo de la región.

## **2. La agricultura familiar campesina en la Región del Maule.**

La Región del Maule se ubica en el Valle Central, que entre el Valle del río Aconcagua y el río Bio Bio muestra una gran homogeneidad geográfica y cultural, de raigambre europea.

La fruticultura de la Región del Maule ocupa el cuarto lugar en el país, con 28 000 hectáreas (has) plantadas. Por otra parte, esta región es la primera productora nacional de manzanas, viñas, parronales y cerezas. Los cultivos tradicionales e industriales ocupan 170 000 has. De esta manera, la región del Maule es la primera productora del país en rubros como arroz, remolacha, maravilla, garbanzo y tabaco. El sector forestal dispone de una superficie de bosques artificiales de 380 000 has, con un potencial de 1 000 000 has. La región dispone de 400 000 has, bajo riego que constituyen el 30% de la superficie total de riego del país. Hay una marcada concentración productiva en cultivos anuales, especialmente en trigo, remolacha, arroz, maíz, porotos y manzanas, que ocupan el 71% de la superficie cultivada regional.

El 90% de las propiedades rurales corresponde a predios menores de 10 has de riego básico, marcando un fuerte predominio del minifundio, debido a subdivisión familiar a través del tiempo.

## **3. La precordillera de Linares.**

En el territorio precordillerano de Linares se distinguen tres áreas geográficas definidas por su pertenencia a diferentes sistemas orográficos y vías de acceso. Estos constituyen circuitos agroturísticos que presentan atractivos de igual naturaleza, por lo que dan origen a la oferta de un mismo tipo de producto agroturístico. Estas áreas son: la Vega del Río Ancoa, la Vega de Salas y la Vega del Río Achibueno, en las que se ha desarrollado una Red de Turismo Rural. Esta cuenta con el apoyo de la Federación Esperanza Campesina, que le presta servicios en las áreas contable, jurídica, técnica y de comercialización.

## **4. La red de turismo rural de Linares**

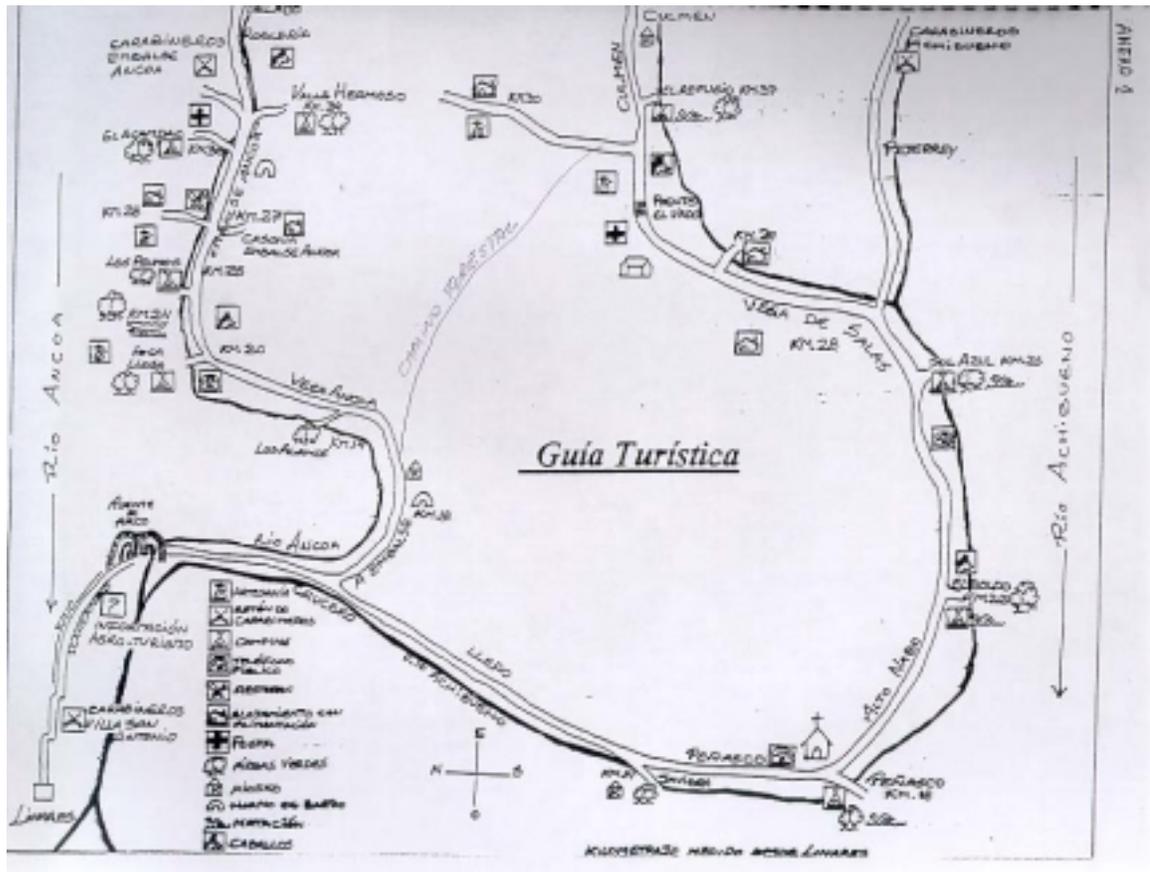
La Red de Turismo Rural de Linares se ha estructurado como una organización a pesar de dificultades iniciales. Pronto conformará una empresa con personalidad jurídica.

El trabajo de campo comprendió los tres circuitos mencionados. Estos fueron visitados en conjunto con el personal de INDAP responsable de la supervisión de los diversos proyectos. Esta colaboración fue esencial para el éxito del estudio.

La cercanía de estos circuitos a un gran centro poblado, como es la ciudad de Linares, adquiere fundamental importancia en cuanto a la posibilidad de contar con visitantes por el día.

También debe tenerse en cuenta que los tres circuitos de agroturismo en la precordillera de Linares deben, en un futuro cercano, verse beneficiados por su cercanía a polos de desarrollo turístico tales como las Termas en Panimávida y Quinamávida, o a los lagos Machicura y Colbún, así como a la ruta del vino en Villa Alegre. Estos lugares están todos situados en un radio de menos de treinta kilómetros de Linares. En el largo plazo, el mejoramiento del paso Pehuenche o

del Maule (2 553 mts), que permite el transporte terrestre entre Linares y la República Argentina, tendrá también un efecto cierto sobre el agroturismo campesino de la región.



Cabe agregar que la ciudad de Linares se ve descuidada y su acceso es deficiente en comparación con Curicó y Talca, las otras ciudades principales de la Región del Maule situadas sobre la carretera longitudinal sur, cuya doble vía a Santiago está próxima a habilitación. Esta situación perjudica el desarrollo del agroturismo en la zona de Linares.

Por su naturaleza, los proyectos visitados comprenden facilidades para la restauración (picnic o merienda campesina), incluyendo la construcción de hornos de barro mejorados tecnológicamente con el propósito de obtener productos de mejor calidad y mayor eficiencia en el uso de la leña, alojamiento en zona rural (camping, cabañas o anexos al hogar campesino), equipamiento recreacional (piscina, juegos infantiles y de adultos, cabalgatas, etc.) y suministros de insumos (almacenes y kioscos campesinos, amasanderías, crianza de cabras, huertos, etc.), así como un balneario popular, con un total de aproximadamente 40 proyectos, que representan una inversión de alrededor de 30 millones de pesos.

La labor de INDAP y de otras instituciones asociadas en el mejoramiento de la economía campesina en la región del Maule, se ha traducido en valiosas transferencias de tecnología, como los ya mencionados hornos más eficientes en el uso de la leña. También el apoyo crediticio y el otorgamiento de algunos subsidios, está plenamente justificado por el positivo impacto que el

desarrollo del agroturismo ha producido, en términos de mejoramiento del nivel y calidad de vida de pequeños campesinos, cuya posibilidad de desarrollo era limitada por la pequeñez de sus predios, que no permiten obtener producciones agrícolas que resulten económicamente viables.

Por su lado, el FOSIS ha asignado créditos por un monto total de 18.3 millones de pesos al conjunto de los tres circuitos de la precordillera de Linares.

### **a) El circuito agroturístico de la Vega del río Ancoa**

Esta zona se desarrolla en una extensión de alrededor de veinte kilómetros a lo largo de la ribera sur del río Ancoa, desde la bifurcación del camino en Crucero, a aproximadamente diez kilómetros de la ciudad de Linares, hasta el embalse del río Ancoa en construcción desde hace muchos años. La distancia máxima a la ciudad de Linares, es de treinta y cinco kilómetros, encontrándose sitios de agroturismo campesino desde alrededor del kilómetro dieciocho. El camino que articula el circuito es ripiado pero de buena calidad.

El circuito se caracteriza por la presencia de numerosos pequeños predios agrícolas, con un entorno limitado por el río Ancoa por el norte y por el sur cerros bajos con densa vegetación nativa, que incluye formaciones arbóreas en las que se encuentran especies que se asocian más bien con la flora austral, como el copihue. Dentro del potencial de desarrollo de este circuito cabe mencionar el embalse en construcción a unos treinta y ocho kilómetros de la ciudad de Linares, más arriba del cual se ha construido un hotel de montaña, bien habilitado, que posee un difícil camino de acceso, pero ofrece servicio de transporte propio desde la ciudad de Linares.

El grueso de los visitantes del circuito de la Vega del Río Ancoa proviene de la ciudad de Linares, aunque algunos turistas llegan desde Santiago y últimamente, incluso, de Argentina.

La ocupación de los recursos agroturísticos campesinos por visitantes de Linares permite contar con una cierta estabilidad de la demanda a lo largo del año. En cambio, la demanda por parte de los demás turistas es fuertemente estacional y todo permite asumir que así lo será en el futuro. Este factor debe ser tenido en cuenta al planificar inversiones en este sector.



Restaurante campesino, Vega del Río Ancoa

No cabe duda que, en atención a lo anterior, la oferta de facilidades para quienes pernoctan debe privilegiar el camping, pues la construcción de cabañas, teniendo en cuenta la magnitud de la inversión, las limitaciones de precio y la baja tasa promedio de ocupación a lo largo del año, hace dudoso su interés económico. Se advierten deficiencias en materia de señalización, recomendándose el uso de las señalizaciones normalizadas internacionalmente, que son de uso mundial en las actividades turísticas.

En la parte alta del río Ancoa, en el sector El Peumo, a unos cuatro kilómetros antes de llegar al caserío cercano al embalse en construcción, se produce una hermosa poza entre altos roqueríos con un entorno boscoso. Este sitio constituye un atractivo turístico cierto, por su valor como paisaje y como balneario natural.

Se advierte por una parte un loable interés de parte de los operadores de sitios de agroturismo campesino por ofrecer el producto más conveniente para atraer a visitantes y turistas pero, por otra parte, son también notorias las deficiencias en la gestión de ellos, porque no han tenido ningún acceso a capacitación y carecen de conocimientos elementales. Así, por ejemplo, no hay zonificación que permita racionalizar el uso del terreno y orientar las inversiones y trabajos que deben llevar a cabo en materia de servicios sanitarios, equipamiento recreacional, estacionamiento de vehículos, arborización, preservación de la privacidad, tratamiento de la basura, etc. Es más, en la inmediata vecindad de la poza, se advierte una serie de construcciones descontroladas, erigidas sin preocupación alguna respecto a su localización y las características de este importante activo agroturístico. Esta situación revela la carencia de un plan de gestión de los recursos turísticos que oriente a la Municipalidad de Linares al otorgar permisos de construcción.

No hay utilización de elementos diferenciadores que resultan esenciales para la construcción de una imagen atractiva para cualquier destinación agroturística. Esta diferenciación no se obtiene en el estilo de las construcciones, en el empleo de elementos de construcción abundantes en el lugar, como las piedras del lecho del río, ni en la gastronomía, pues carece de especialidades culinarias propias. Sin embargo observamos que en el sector de El Peumo se anunciaba un festival de folklore musical típico de las zonas rurales de la provincia de Linares.

La falta de poblamiento de alevines en los ríos de la región impide el desarrollo de la pesca deportiva, atractivo turístico cierto, estrechamente ligado a actividades de agroturismo campesino y que fue la manera como se inició la pesca deportiva en la Región de Los Lagos. Incluso para el consumo por parte de los turistas como atractivo culinario, hace falta el poblamiento de alevines.

Un producto agroturístico que se encuentra en incipiente estado de desarrollo es el de las cabalgatas. Esta es una actividad promisoriosa en una región que cuenta con hermosos paisajes de montaña, bosques y valles. El fomento de las cabalgatas requiere de caballos de paso del tipo “cuarto de milla”, ya que el caballo chileno que predomina en la zona no parece adecuado para jinetes inexperimentados y es muy alto para montarlo. También requiere de guías experimentados, certificados por INDAP u otra institución.

Los proyectos aprobados por el INDAP, FIA y FOSIS en este circuito comprenden:

- a) habilitación de camping;
- b) construcción de cabañas;
- c) habilitación de casona rural;
- d) habilitación de kioscos campesinos;

- e) equipamiento recreacional (piscina, si no hay posibilidad de baño en el río);
- f) habilitación de lugares para merienda campesina;
- g) crianza de chivos para satisfacer la demanda de la restauración local.

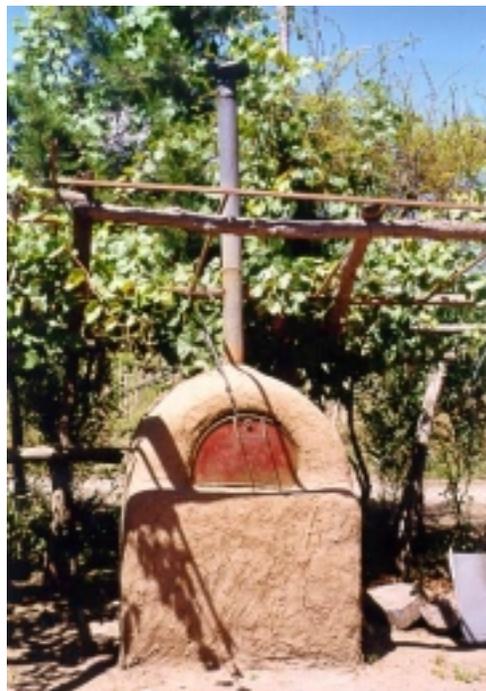
## **b) El circuito agroturístico de la Vega del río de Salas**

Este circuito es más agreste y más alejado de la ciudad de Linares que el anterior. Su extensión es de aproximadamente unos cuarenta kilómetros hasta el lugar llamado Culmen y se estructura mediante un camino ripiado de buena calidad desde que se separa del camino ribereño del río Ancoa, aproximadamente en el kilómetro veinticinco. En cambio, el camino que articula éste con el circuito de la Vega del río Achibueno muestra deficiencias debidas a problemas de suelo que serán difíciles de subsanar. Por esta razón, creemos que el acceso lógico al circuito agroturístico de la Vega de Salas es el camino construido por una empresa forestal por encima de las colinas que separan a la Vega de Salas de la Vega del río Ancoa. Este evita los obstáculos que presenta el camino ribereño del río Achibueno, es más corto en aproximadamente un treinta por ciento, y ofrece una hermosa vista sobre las Vegas en ambos flancos del camino y sobre la Cordillera de Los Andes, en la cual destaca el Volcán San Pedro (3 621 mts), tras el cual, cercana a la frontera con Argentina, se encuentra la Laguna del Maule, lugar de nacimiento del importante río que da su nombre a la región. Sin embargo, este camino de la empresa forestal requiere de una revisión de su trazado al bajar a la Vega de Salas, pues presenta curvas y pendientes muy pronunciadas, que le tornan peligroso para la circulación de vehículos que no sean parte del débil tráfico originado por las actividades forestales de la empresa, que lo construyó como acceso a sus plantaciones de pino insignie, que ya constituyen otro atractivo turístico de la zona.

La Vega de Salas, en el sector de Culmen, constituye un valle estrecho, que limita el número de proyectos que se pueden desarrollar allí sin provocar la destrucción de lo que justamente constituye su atractivo mayor. Existen también buenas pozas en el río que conforman balnearios naturales. Otro atractivo del lugar es su cercanía a los primeros contrafuertes de la Cordillera de Los Andes, que ofrecen magníficos paisajes y posibilidades de cabalgata y *trekking*, si fuese posible atravesar áreas hoy privadas.

Existe un camping que adolece de las mismas deficiencias observadas en el Circuito de la Vega del río Ancoa. A pesar de ello, el lugar es ciertamente atractivo por su entorno boscoso y está situado a orillas del río de Salas, el cual debe atravesarse por un pequeño puente que separa el área de estacionamiento de vehículos, junto al camino, de la zona de camping que se encuentra en la ribera sur.

Otros proyectos visitados en este circuito consisten en la habilitación de dos lugares para merienda campesina orientada a visitantes. El primero, ubicado en las cercanías de Culmen es de difícil acceso. Actualmente su acceso es más fácil desde el camino de la empresa forestal. Este lugar constituye una buena parada para cabalgatas turísticas. El segundo está ubicado en la parte baja de la Vega, que es muy ancha. Su atractivo está constituido por las labores agrícolas que se desarrollan en sus alrededores.



Parador campesino, Vega de Salas, Red de Turismo Rural de Linares

Finalmente se visitó un lugar en el cual existe una poza de barro muy fino, que conviene analizar para saber si puede ser utilizado para tratamientos dermatológicos, o incluso para baños de barro.

En este circuito hay antecedentes de problemas de contaminación de aguas de río con orina y cadáveres de ratas, lo que ha dado origen incluso a un caso mortal. Esto induce a pensar en la conveniencia de introducir algún tipo de control natural, como la lechuza, que además es un ave que resulta llamativa para visitantes y turistas.

### **c) El circuito de la Vega del río Achibueno**

Este circuito se desarrolla a lo largo de la ribera norte del río Achibueno, en una extensión de aproximadamente veinte kilómetros, a contar del cruce cercano al puente de arco sobre el río Ancoa y hasta el lugar denominado Pejerrey. El camino de acceso posee un tramo de aproximadamente siete kilómetros, en las cercanías de Alto Nabo, que presenta problemas de mala calidad del suelo en laderas, de afloramiento de agua y de erosión por lluvias por lo que es prácticamente imposible mantenerlo en buena forma. Esto puede ahuyentar automovilistas, limitando las posibilidades de desarrollo tanto de este circuito como del de la Vega del río Salas.

Ignoramos si el valor de la producción agrícola justifica las fuertes inversiones en obras de infraestructura que serían requeridas para solucionar los problemas de este camino. Las solas actividades agroturísticas ciertamente no constituyen una justificación suficiente.

En el lugar denominado Sol Azul (Km. 25 desde Linares), se ha habilitado bien un camping, que posee un extenso terreno contiguo a una amplia poza en el río Achibueno, de buena profundidad para diversos tipos de baños, rodeada de bellos roqueríos. Como en el caso general de

los camping habilitados en estos tres circuitos, hay muchos aspectos de su instalación y operación que deben ser mejorados mediante adecuadas asesorías, con lo cual su atractivo se incrementaría.

En el lugar denominado El Bordo (Km. 22) se visitó un camping muy bien habilitado, que constituye un verdadero modelo en su género, por la atención prestada a la belleza y el desarrollo de un estilo campestre que hace uso de materiales locales, como la piedra y la madera, lo que permite una feliz inserción en el entorno. Su ubicación en la ladera de una colina mirando hacia el oriente, permite una visión panorámica amplia de la Vega del río Achibueno y más allá, así como una vista abierta sobre la puesta del sol. La elección de este lugar para instalar un camping dotado de quinchos, de un kiosco campesino y de las facilidades requeridas por turistas y visitantes no podía ser mejor.

Finalmente se visitó un balneario popular en el lugar llamado Peñasco, que presenta todas las virtudes y defectos de este tipo de implantación turística y cuyas características—netamente comerciales— son ajenas a las actividades de agroturismo campesino. Sin embargo, el camping habilitado allí sí cumple con los propósitos de INDAP y del FOSIS. Llama la atención que dicho camping paga arriendo por el terreno que ocupa en el lecho seco del río. Parece conveniente revisar la situación legal de este caso en cuanto se refiere a la propiedad.

## **IV Experiencias de Agroturismo en la región de La Araucanía**

---

### **1. La región de La Araucanía (IX Región)**

Hasta la segunda mitad del siglo XIX la región de La Araucanía constituía una verdadera frontera con la que el Valle Central limitaba por su extremo sur. Pocos lugares en el mundo pueden compararse en belleza con la región de La Araucanía (IX Región) y con su vecina región de los Lagos (X Región). Perfectos conos volcánicos blanqueados por glaciares se yerguen junto a lagos de aguas azules, bosques vírgenes y siempre verdes terrenos agrícolas.

La IX Región organizó el Foro de Desarrollo Productivo de Turismo (noviembre de 1998) según cinco áreas de potencial turístico y problemas específicos: el área de Nahuelbuta, el área precordillerana, el área de Temuco centro, el área costera y el área lacustre. Llama la atención que muchos de los problemas identificados para cada área son parecidos (y también similares a problemas encontrados en otras partes de este y otros países) y por lo tanto requieren para su solución de un esfuerzo a otro nivel que el de la región. Los problemas más mencionados son, entre otros: la señalización deficiente,<sup>22</sup> la atención poco amable de los

---

<sup>22</sup> Incluso en un lugar turístico de tanta tradición como es Frutillar (X Región) la señalización que indica la entrada desde la carretera Longitudinal Sur (donde la velocidad permitida es de 100 km/hora) se encuentra en la bifurcación misma.

carabineros, infraestructura turística mínima en cuanto a restaurantes y hospedajes con aspecto acogedor y cocina, baños y cuartos limpios, etc. También menciona la necesidad de incentivar una conciencia turística regional y situar al turismo como uno de los sectores más importantes de la economía de La Araucanía.

La Asociación Pre-Cordillera, integrada por las municipalidades de Padre las Casas, Melipeuco, Cunco y Vilcún iniciaron una gira en septiembre 1999 al sur de Francia y al norte de España, para conocer distintas iniciativas de agroturismo en esos países, con el propósito de desarrollar un programa de agroturismo para la región. Esta iniciativa se llevó a cabo con financiamiento del FIA, de los municipios y de los participantes (incluyendo a representantes de los municipios, del Sernatur, el Seremi de Agricultura y agricultores). (El Diario Austral, 24 de octubre 1999).

Una atracción turística importante de la región de La Araucanía es la rica cultura mapuche, con su peculiar música, típicamente asiática, vestimentas, joyas, idioma y tradiciones.

## **2. El complejo agroturístico “Rayen Co.”**

El trabajo de campo encomendado se refirió a una destinación agroturística: Rayen Co. cercana a Vilcún, en la Región de La Araucanía.

El agrocamping Rayen Co está situado en la localidad de Los Tilos, sobre el camino Codinhue, a cuatro kilómetros del pueblo de Vilcún, cabecera de la comuna del mismo nombre, y a aproximadamente cuarenta y dos kilómetros de la ciudad de Temuco, capital de la Región de La Araucanía. La ubicación del agrocamping sobre la ruta que conduce al Parque Nacional Conguillío y al refugio situado en la ladera del Volcán Llaima (3 125 mts), a unos 30 kilómetros, permite incorporar estos a los atractivos del agrocamping.

El Parque Nacional Conguillío (creado en 1950) protege mas de 60 000 has de lagunas, quebradas y selvas de vegetación autóctonas, situadas en los alrededores del volcán. Incluye la Reserva Los Paraguas, creada para proteger el pino araucaria (Pehuen).

En un radio de menos de 100 kilómetros, por hermosos caminos en la precordillera, ripiados de buena calidad y con algunos tramos pavimentados, se encuentra una de las principales destinaciones turísticas del país, como es el área de los lagos Colico, Caburga y Villarrica. Su cercanía a un gran centro poblado como es la ciudad de Temuco, cuarta en población en el país, es de fundamental importancia en cuanto se refiere a visitantes por el día.

En este agrocamping se ha tenido especial preocupación en el diseño y construcción, incorporando materiales de construcción locales y logrando una arquitectura que se integra muy bien en el entorno. De hecho, constituye un modelo en su género. Sólo cabe mejorar el diseño de la planta de las cabañas, ya que destina demasiado espacio para los dormitorios y poco para el área de estar, que puede ser requerida en días de lluvia, aparte de la necesaria convivencia luego del atardecer.



Cabaña del Camping Rayen Co, Vilcún

Las actividades recreacionales que ofrece son las de participar en las actividades agropecuarias, disfrutar del equipamiento turístico muy bien concebido y caminatas en un medio rural boscoso, de especies nativas, junto a un río de baja profundidad (Quepe), que permite practicar la pesca deportiva de truchas. En el predio mismo existen numerosas especies exóticas que serán reemplazadas por especies nativas.

La infraestructura existente incluye:

- área de camping con seis sitios, lavadero y servicios higiénicos;
- piscina con baños y camarines;
- cafetería de 48 m<sup>2</sup> totalmente equipada;
- seis sitios para picnic;
- un quincho de 48 m<sup>2</sup> equipado;
- juegos infantiles;
- una lechería;
- dos cabañas totalmente equipadas para seis personas cada una;
- un minizoológico de animales típicos de una explotación agrícola y otros tales como conejos, gallinetas, etc.

El proyecto ha contado con los siguientes subsidios de parte de INDAP:

Programa praderas	\$ 249 063
Programa BOGAN (Bono Ganadero)	756 000
Concurso nacional de proyectos	1 323 000
Total	<u>2 328 063</u>

Las otras ayudas que ha proporcionado INDAP a este proyecto consisten en un curso de capacitación en turismo rural en Santiago y apoyo en la comercialización (creación de marca, folletería, participación como expositor en Nuevo Mundo Rural 1999 y publicidad a través de la guía de turismo rural editada por INDAP).



## V Experiencias de agroturismo en la Región de Los Lagos

---

### 1. La región de Los Lagos (X Región) y su potencial

Con sus zonas boscosas, lagos y ríos, glaciares y ventisqueros y también volcanes, la zona sur de Chile ofrece tanto al turista nacional como al extranjero un paisaje impactante así como una variada gama de atracciones, como ecoaventura (*trekking*, excursiones, pesca deportiva, deportes náuticos, *mountain bike*, esquí en nieve) y una variada oferta de baños termales. Esto le dan características únicas dentro del turismo latinoamericano. La Isla Grande de Chiloé se destaca además por su geografía, con gran cantidad de pequeñas islas y canales aptos para la navegación, por su singular arquitectura habitacional, sus iglesias, su gastronomía y su parque nacional. Además constituye una de las puertas de entrada para acceder a la Carretera Austral y a Chiloé Continental, con sus fiordos y ventisqueros. (Valdés y Alvarez, 1999).

El desarrollo turístico tiene una larga trayectoria en el sur del país y ya en 1939 la CORFO diseñó un plan de desarrollo integral para la zona de Puerto Varas y el eje Puerto Varas/Bariloche, con construcción de hoteles, vías de transporte (tren, caminero, aéreo), fomento de la caza, de la pesca, del esquí y de las áreas de Parques Nacionales. La Empresa Nacional de Ferrocarriles no fue ajena a este desarrollo con la construcción de hoteles a lo largo de su recorrido.

En Chiloé, en los años 60, fue el Gobierno de Alessandri el que inició la construcción del Gran Hotel de Ancud, con especial énfasis en utilización de técnicas, materiales y mano de obra local para los muebles y frazadas. Siguió con la construcción del Gran Hotel de Castro pero en vista de las dificultades de abastecimiento en cantidad, características y calidad requerida con lo cual se topó con la experiencia en Ancud, el alhajamiento del hotel de Castro fue menos auténtico.

Más recientemente, el Plan Maestro de Desarrollo Turístico de la Región de los Lagos desarrollado por Sernatur destaca: 72 lagos y lagunas, 31 playas y 18 sitios para pesca deportiva; 15 áreas termales, 29 playas de mar con 5 áreas aptas para pesca deportiva; 18 ríos con 14 saltos de agua y 12 sitios para pesca deportiva; 15 islas, 4 archipiélagos y 10 canales; 11 fuertes, 24 iglesias, 12 museos y 8 ferias artesanales; además de varios eventos como el festival costumbrista de Castro<sup>23</sup>, las Semanas musicales de Frutillar, el Concurso de Pintura de Valdivia y su río, la Noche Valdiviana, la Fiesta de nieve en Antillanca y la Fiesta de la cerveza en Llanquihue. Los principales centros de servicios de la región que cumplen un rol como distribuidores de turistas son: Valdivia, Osorno, Puerto Varas y Puerto Montt. (INDAP-UACH, 1997)

El mayor porcentaje de los visitantes se dirige a la provincia de Llanquihue (40%), a Valdivia y Osorno (ambos 25%), mientras Chiloé y Palena en conjunto solo reciben 10% de las llegadas. Los chilenos se quedan en promedio 8.5 días en la región y los extranjeros (en su mayoría argentinos) 7.2 días, aunque los hoteles de la región registren solo 2 días de permanencia en promedio, con 60% del flujo de visitantes concentrado entre diciembre y marzo. En los predios agroturísticos sin embargo, la permanencia de los turistas chilenos sería de 3.6 días y de los extranjeros de 2.5 días. De estos, 22% no tenía información sobre los establecimientos antes de llegar y la mitad de los demás habían recibido antecedentes de amigos o parientes. Al igual que en Europa, los turistas entrevistados enfatizaron la recepción cálida, el lugar, la tranquilidad, pero no el interés para ver o participar en faenas agropecuarias o pesqueras. (INDAP-UACH, 1997)

A fines de 1996 el INDAP-X Región y el Instituto de Economía Agraria de la Universidad Austral firmaron un convenio para definir los lineamientos estratégicos del turismo rural en la décima región con los objetivos de establecer un modelo operativo para el diseño de un circuito de turismo rural; establecer lineamientos estratégicos para orientar los estudios o proyectos en ejecución; y realizar seminarios de promoción y formación. El proyecto finalizó en noviembre 1997 con la realización de un seminario sobre turismo rural en Puerto Varas y otro en Futrono. Participaron en él un especialista italiano en el tema (Adriano Ciani), Pablo Smulewicz Espinoza, Director del Instituto de Turismo de la UACH y Edgardo Oyarzún Méndez, Director de la Escuela de Turismo de la UACH.

## **2. La Isla de Chiloé**

Chiloé tiene una historia y un desarrollo peculiar al ser isla con condiciones agroclimáticas bastante rudas, haber sido divisada en 1540 y conquistada por los Españoles en 1567, haber sido invadida por corsarios holandeses en 1600 y nuevamente en 1643, haber tenido una fuerte presencia jesuita desde 1608 hasta su expulsión en 1767, haberse desarrollado en forma virtualmente aislada del resto de Chile y de la Corona en los siglos XVII y XVIII y luego

---

<sup>23</sup> Según Paul Landon, este atraería unas 40 mil personas cada año

reincorporada en 1767 y haber sido el último reducto de resistencia a favor de la Corona española hasta 1828. Su población es mestiza entre los habitantes originales (esencialmente Chonos, Mapuche/Huilliche y, en menor medida, Caucahues) y los españoles y holandeses. Su cultura (mitos, cocina, música, arquitectura) es característica y fuertemente influenciada por el mar, la agricultura y su historia peculiar.

La población de la isla de Chiloé crece más rápidamente que el promedio del país y que la X Región de la cual forma parte, pero con concentración hacia los municipios más poblados y en especial Quellón, mientras la población decrece en los municipios de Quemchi, Curaco de Vélez y Puqueldón (cuadro 2).

Cuadro 2

**CHILOÉ 1995-2005: PROYECCIONES DE POBLACIÓN**

	1995	2000	2005	Cambio previsto 2005/2000 (en %)
<b>Total país</b>	<b>14 210 429</b>	<b>15 211 308</b>	<b>16 136 137</b>	<b>6.1</b>
X Región	1 004 929	1 061 496	1 115 447	5.1
Chiloé	140 320	151 706	163 186	7.6
Castro	32 019	33 696	35 080	4.1
Ancud	41 662	46 581	51 468	10.5
Quemchi	8 115	8 030	7 926	-1.3
Dalcahue	8 403	9 126	9 813	7.5
Curaco de Vélez	3 014	3 002	2 992	-0.3
Quinchao	9 127	9 173	9 218	0.5
Puqueldón	4 273	4 219	4 196	-0.5
Chonchi	11 274	11 896	12 452	4.7
Queilén	5 136	5 243	5 321	1.5
Quellón	17 297	20 740	24 720	19.2

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas (1996): Chile: estimaciones de población por sexo, regiones, provincias, comunas 1990-2005

Se estima que en 1999, Chiloé atrajo unos 200 mil turistas, es decir, algo más que su población residente. Tiene por lo tanto una infraestructura turística importante aunque, por lo general, de pequeño tamaño individual (hoteles y restaurantes familiares, cabañas, piezas en casas particulares). Quizá por ello el destino “Chiloé” no es considerado como muy atractivo para las agencias de viaje. En efecto, las distintas empresas turísticas promocionan Chiloé sin mayor destacamiento. El costo de los “paquetes” ofrecidos (y por lo tanto el público meta) es bastante modesto en comparación con muchas de las demás alternativas (con la excepción de Pehuén Turismo que claramente se dirige a un tramo distinto de turistas). Varias de las alternativas ofrecidas incluyen sólo un día o dos en Chiloé como parte de un viaje más largo en el sur del país.

Existen una serie de iniciativas recientes de agroturismo impulsadas por entidades gubernamentales, ONG, particulares o los propios habitantes. Entre ellos:

- a) El Centro de Turismo Campesino de Ahui, en Ancud, intenta desarrollar una cooperativa de turismo campesino con apoyo del FOSIS,<sup>24</sup> para recibir huéspedes que

<sup>24</sup> Otras iniciativas agroturísticas del Fosis a través de su Programa de Desarrollo Productivo Rural en la X Región han sido: Construcción de un restaurante y una agencia de servicios turísticos, 10 beneficiarios de la Asociación de pequeños productores agroturísticos “Sol naciente de Puca”, aporte del Fosis de \$5 millones, y otros aportes por \$1 556 000; Región Metropolitana: Granja

- participen en las tareas cotidianas de pequeños agricultores, pescadores y recolectores marinos; (INDAP-UACH, 1997)
- b) En la comuna de Chonchi, en el marco del proyecto UNIR de la UACH, se diseñaron circuitos agroturísticos para el sector; (INDAP-UACH, 1997)
  - c) La iniciativa del Bosque Modelo, apoyada por una ONG, tenía ya un año de funcionamiento en 1999 con énfasis en el rescate cultural de la comunidad; la recuperación del material genético de la papa chilote; la confección de mermeladas con frutas nativas, etc. (información verbal de Paul Landon, Tierradentro);
  - d) Los programas orientados a turistas de los habitantes de Piñuil para que visiten las pingüineras (con conexión a e-mail para las reservas);
  - e) La nueva orientación hacia el turismo del grupo folclórico de Los Petanes;
  - f) Los canteros de piedra de Cancahua en Yuste que se diversificaron desde la construcción de hornos tradicionales para embarcaciones hacia la la confección de baldosas, pastelones, escultura de personajes mitológicos chilotes y, finalmente, hacia un complejo agroturístico con restaurante, cabañas y local de venta (Paul Landon);
  - g) Entre las instituciones que mostraron interés en eventualmente organizar actividades de fomento del etnoturismo (turismo en el que las propios indígenas son quienes se convierten en los actores de su cultura, mostrándose al visitante y, en este proceso, revitalizarla) en Chiloé estuvieron: el Consejo de Caciques de la Buta Hullimapu Chilhüe, la Municipalidad de Quellón, la Fundación con Todos, el INDAP, la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena, el FOSIS y el Bosque Modelo de Chiloé (Ulloa, 1999);
  - h) La Red de Agroturismo de la Isla de Chiloé que exponemos en mayor detalle a continuación.

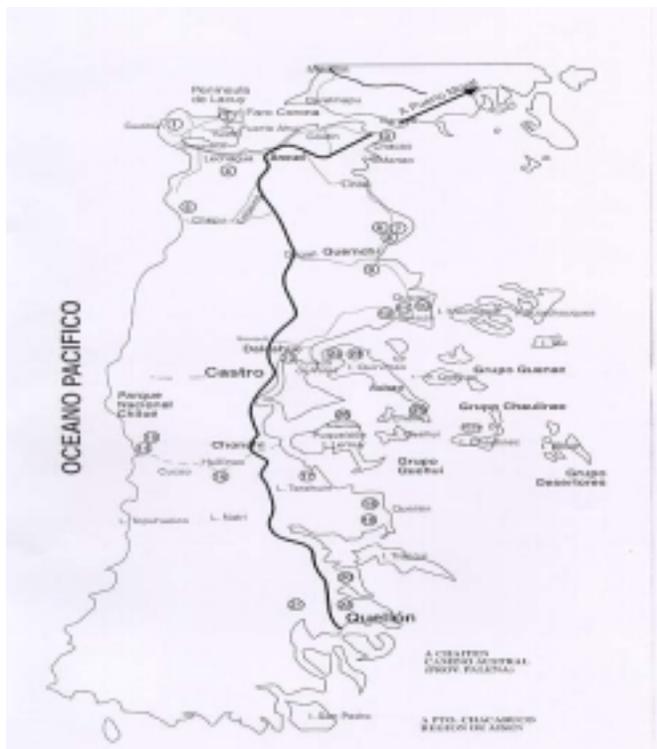
### **3. La red de agroturismo en la Isla de Chiloé versus otras alternativas: observaciones y lecciones**

Legalmente, la Red es una Asociación Gremial que tiene su RUT (Rol Unitario de Tributación) y cada participante es como una sucursal de la asociación, cuya contabilidad se lleva en forma centralizada y que, por considerarse una asociación sin fines de lucro, no paga impuestos excepto el Impuesto al Valor Agregado.

---

Demostrativa Tío Nono, 6 beneficiarios de la Unidad vecinal No 9 - Sol de Septiembre, aporte Fosis \$7 953 000, otros aportes \$5 152 000; Centro Agroturístico "El Labrador de Lonquén", 5 beneficiarios del Grupo productivo "Asociación El Labrador", aporte Fosis \$10 084 200, otros aportes \$6 308 600. (Inserto Fosis, El Mercurio, 9 de diciembre 1999)

## a) La idea de formar una red y los objetivos de las instituciones participantes



La idea de hacer algo relacionado con agroturismo con campesinos de Chiloé surgió en conversaciones del entonces Ministro de Agricultura, Emiliano Ortega, con el Obispo de Ancud, ciudadano español quien conocía algunas experiencias de agroturismo en España y Francia. Ambos también conocían a funcionarios y representantes del Gobierno Vasco y tomaron contacto con ellos. La Red de Agroturismo de Chiloé se concretó con el apoyo del Gobierno Vasco y la contratación de un experto, Miguel Rey, y de varias instituciones nacionales: INDAP, Sernatur, FOSIS, FIA y la Fundación con Todos del Obispado de Ancud.

Uno de los objetivos fundamentales del Obispado de Ancud era la promoción de contactos entre campesinos y turistas en una relación de igual a igual, a través de la cual, por un lado, el lugareño se diera cuenta que una serie de conocimientos y prácticas suyas no son de conocimiento universal y despiertan interés entre los visitantes y que, por el otro, le permitiera abrirse al mundo de manera más personalizada y real que a través de, por ejemplo, la televisión. Además, se esperaba que el interés mostrado por el visitante terminaría por hacer que el campesino revalorizara su propia cultura y conocimientos y, a raíz de ello, incluso hiciera esfuerzos por recuperar prácticas en vía de desuso.

Los objetivos de INDAP y también del experto español contratado por el proyecto, estaban en la misma línea, pero más centrados en iniciar una experiencia piloto, y que los participantes incursionen en actividades rurales no agrícolas y a través de ellas, aumenten su ingreso. El INDAP ha apoyado desde entonces muchas iniciativas en agroturismo y hecho una gran labor de difusión

de información a través de varios folletos, su página web y la publicación de la Guía Chilena de Turismo Rural entre otros.

El FIA también tenía como objetivo el iniciar una nueva línea de trabajo a través de este proyecto piloto y, desde 1998, lleva a cabo actividades relacionadas con la innovación en agroturismo, buscando generar un espacio de reflexión interinstitucional. Para el FIA los participantes tienen que ser productores agropecuarios y tener como horizonte el seguir en esta actividad, tomando al agroturismo como una actividad complementaria pero de calidad y llenando todos los requisitos legales (SII, Ministerio de Salud, SAG, CONAMA, etc.).

El objetivo del Fosis en el ámbito del turismo rural es generar empleo para sus beneficiarios—gente pobre—en zonas promisorias para el turismo. Ha financiado varios proyectos aislados y también algunos programas piloto de turismo rural en la I, X y XI Región. El proyecto de la Red de Chiloé sin embargo no sirvió de ejemplo para estos programas.

Sernatur por su parte tenía como objetivos ofrecer una nueva opción turística de tipo alternativo; incorporar más habitantes de Chiloé en la actividad turística, generando nuevas fuentes de ingresos para ellos; a través de ello, poner un mayor énfasis en el cuidado del medio ambiente y; fortalecer la identidad chilote y tender a que los habitantes de Chiloé mantengan su forma de ser.<sup>25</sup>

Varios de los integrantes de la Red iniciaron su participación con expectativas de aumentar sus ingresos y aprovechar el proyecto para mejorar sus condiciones de vida (ya que gracias al proyecto casi todos ahora tienen WC, calefont, ducha y teléfono fijo o celular lo que aún no es la norma en la Isla).<sup>26</sup> Por otro lado, varios entraron con sentimientos encontrados respecto al contacto con los turistas y al hecho de compartir con ellos sus casas, sus comidas y sus faenas agropecuarias u otras actividades de interés del turista. La experiencia que algunos puedan haber tenido con mochileros, nunca fue de la intensidad ni proximidad que ahora se esperaba, salvo que, por mutua simpatía u otra circunstancia extraordinaria, se haya dado espontáneamente.

## **b) Logro de los objetivos**

El proyecto buscó resultados rápidos. Se hizo una campaña para despertar el interés de los potenciales participantes por los medios de comunicación, por visitas puerta a puerta, etc. pero no se hicieron muchos esfuerzos para llegar a un perfil óptimo de la familia participante (ni tampoco respecto al perfil del turista potencial y lo buscado por él). En contra de la opinión de INDAP, no se invirtió mucho tiempo en métodos participativos. El resultado es que de las 26 familias iniciales, sólo participaban 19 a fines de 1999. De éstas, algunas abandonaron por razones de enfermedad, otros porque sus circunstancias cambiaron,<sup>27</sup> otros porque, al final, no se convencieron de la bondad del emprendimiento y del tipo de dedicación que requiere y otros todavía, porque no tuvieron confianza en la gestión de la primera administración del proyecto.<sup>28</sup> Algunos de los que

---

<sup>25</sup> Una visita a la oficina de Sernatur en Santiago en 2000 mostró que no destacaban el agroturismo (y tampoco ninguna otra forma de turismo) y, aunque tenían los folletitos tamaño carta de visita impresos por el INDAP, no le daban mucha circulación. Tampoco habían recibido mucha demanda por esta forma de hacer turismo.

<sup>26</sup> En efecto, según la encuesta Casen (Encuesta de caracterización socioeconómica nacional) de 1998, en la Comuna de Ancud (para el conjunto de los sectores urbanos y rurales), el 49% de los hogares no tenía WC conectado al alcantarillado o fosa séptica; el 81% no tenía calefont; el 68% no tenía teléfono.

<sup>27</sup> Ofrecimiento de trabajo como cuidador de fundo, por ejemplo.

<sup>28</sup> A nuestro juicio, la falta de confianza surgió, entre otros, por una falta de comprensión cabal de cómo los fondos del proyecto iban a ser repartidos entre la remuneración del personal técnico y administrativo y la compra de equipos para su funcionamiento por un

participaron y luego se retiraron han tenido dificultades con el reembolso del crédito que solicitaron a INDAP para hacer las transformaciones requeridas.

Varios participantes se unieron al proyecto sin estar muy convencidos que la iniciativa funcionaría. El hecho de apresurar la publicidad antes de que las casas estuvieran totalmente listas para recibir a los turistas de cierta manera ayudó “a que se creyeran el cuento” (sic). En la primera temporada (1998), durante el mes de enero, hubo muy pocos turistas y varios participantes pensaron que la iniciativa no despegaría. La mayoría, sin embargo, trabajó a capacidad casi llena durante todo el mes de febrero de este primer año. Desde entonces, los resultados de enero están algo mejores y algunos han tenido turistas en diciembre, marzo y otras épocas del año. Los más exitosos –ubicación, reputación adquirida, teléfono– ya tenían varias reservas hechas en diciembre 1999 para enero y febrero 2000 así como clientes que han regresado varias veces. Así mismo, por lo menos la señora Maldonado –quien tiene su casa a pocos kilómetros de Ancud, tiene la reputación de ser una buena cocinera y de una compañía muy agradable– organiza almuerzos para grupos (para cumpleaños, fiestas de fin de año, etc.) incentivada por su experiencia de recibir gente a raíz del proyecto y también gracias a los contactos que logró establecer como consecuencia del proyecto y su labor de presidenta.

En las cuatro casas que visitamos,<sup>29</sup> la recepción fue muy cálida y familiar. El hecho de entrar (a la casa, sentarse en la cocina, etc. seguramente ayuda a que la relación sea más de igual a igual (tal como lo buscaba el proyecto) e incluso de “dependiente/visitante” a dueño de casa.

La participación en faenas agrícolas o por lo menos a conocer el predio y las actividades que en él se desarrollan, se dió espontáneamente sólo en una de las casas. También el ofrecimiento de visitar lugares de interés cercanos sólo surgió espontáneamente en una de las casas y, después de inquirir, en otra. Es un tema al cual los participantes en iniciativas de agroturismo debieran prestar más atención, ya que la participación en actividades ligadas al agro o la pesca son parte del atractivo especial que tienen y, por lo tanto, deberían ser –sin falta– ofrecidas. Además, una de las maneras cómo la Fundación por Todos del Obispado de Ancud veía que se llegaría a una relación más de igual a igual era justamente a través de la participación del turista en actividades agropecuarias (con la demostración de sus torpezas y falta de conocimientos frente a las destrezas y conocimientos de la familia anfitriona).

Haciendo un cálculo burdo respecto a los ingresos, podríamos postular que las casas tuvieron 100% de ocupación en febrero, 30% en enero y nada el resto del año y que los gastos para alojamiento son \$ 1 000 por alojado (electricidad, jabón para lavado de toallas, sábanas y frazadas, productos de aseo, reemplazo de toallas y sábanas después de unas temporadas, etc.) más \$ 500 por alojado para el desayuno. Con un cobro de \$ 6 000 por noche<sup>30</sup>, esto deja unos \$ 4 500 por alojado, menos cerca de \$1 000 de Impuesto al Valor Agregado (IVA). Salvo unas pocas excepciones, las casas tienen capacidad para por lo menos 3 alojados, es decir que la ganancia neta por temporada por concepto de alojamiento sería como mínimo \$ 420 000. Si a esto se suma lo que se ganaría para la cena suponiendo que la mitad de los alojados optan por cenar y suponiendo que de los \$ 3 000 cobrados se gastan \$ 2 000 en la preparación (leña, víveres, etc.), esto dejaría \$ 1 000 por cena menos casi \$500 de IVA,

---

lado, y el financiamiento de algunas inversiones, compra de equipos y gastos de los participantes, por el otro. Esta comprensión es probablemente difícil de mejorar mucho por el costo (difícilmente imaginable para alguien que depende del día a día para sus ingresos) de proyectos de ésta índole.

<sup>29</sup> Incluyendo la casa de un ex-integrante de la Red que se retiró junto con un vecino, a raíz de opiniones coincidentes y sus dudas sobre la primera administración. Opiniones que intercambiaron con franqueza, por la confianza que se tenían.

<sup>30</sup> Valores de diciembre 1999.

es decir unos \$ 60 000 adicionales (siempre en el caso de tres alojados por día durante febrero y tres alojados por 10 días en enero). En total entonces se llegaría a un ingreso monetario adicional (muy **grosso modo**) de \$ 480 000 por año (o sea \$ 40 000 por mes, concentrado en los meses de febrero y enero), lo que, comparado con el ingreso mensual promedio autónomo de los hogares de la comuna de Ancud (urbano y rural) de \$ 283 521 en noviembre 1998 (equivalentes a unos \$ 290 000 de fines de diciembre 1999) no deja de ser.<sup>31</sup> Además, el agroturismo provee ingresos no ligados a los riesgos agropecuarios y por lo tanto reducen el riesgo total. Otra manera de medir los resultados del proyecto en cuanto a los ingresos de los participantes es que casi todos ellos han reembolsado los créditos de INDAP, varios de ellos de manera anticipada.

Otra manera aún de medir el éxito del proyecto desde el punto de vista de los participantes es que varios tenían, al inicio de la tercera temporada (diciembre 1999), más (o menos) capacidad de alojamiento que al inicio. Para los 19 que quedaron en la red, se puede ver un aumento de 57 a 61 habitaciones y de 104 a 109 camas entre fines de 1998 y fines de 1999. Contando sólo los 11 para los cuales se tiene información desde el primer folleto,<sup>32</sup> se ve una progresión de habitaciones desde 31 a 34 a 36 y de camas desde 56 a 64 a 65. (cuadro 3)

**Cuadro 3**  
**RED DE AGROTURISMO, ISLA GRANDE DE CHILOÉ**

Hogar	Fines de 1999			Fines de 1998			1998		
	Nº Habitaciones	Nº Camas	Nº Baños	Nº Habitaciones	Nº Camas	Nº Baños	Nº Habitaciones	Nº Camas	Nº Baños
Bahamonde-Villegas	4	8	1	4	8	1	3	6	2
Saldivia-Huentelicán	3	6	1	2	4	1	2	?	1
Maldonado-Dimpter	4	9	3 <sup>a</sup>	3	9	1	3	7	2
Hernández-Zuñiga	3	6	1	2	4	1	?	?	?
Miranda *	2	4	1	2	3	1	2	3	1
Dougnac-Cordaro	7	15	3	7	15	2	5	?	?
Soto-Vásquez	4	7	1	3	6	1	3	6	1
Montaña-Vásquez	4	8	1	4	8	1	3	6	1
Ulloa-Bahamonde*	3	3	?	3	3	?	?	?	?
Oyarzún-Barrientos	3	6	1	3	6	1	2	4	1
Gamín-Bahamonde	3	6	?	3	6	?	?	?	?
Pérez-Díaz(Dético) *	3	4	1	3	5	1	4	6	1
Santana-Vargas	3	4	1	3	4	1	2	4	1
Güilquiruca-Barrientos*	2	2	?	2	2	?	?	?	?
Cárcamo-Cárcamo	4	6	1	4	6	1	4	6	1
Pérez-Pérez	2	4	1	2	4	1	3	6	1
Pérez-Díaz (Chepu)	3	5	1	3	5	1	2	2	1
Nauto*	3	4	1	3	4	1	?	?	?
Teiguel-Vargas	1	2	1	1	2	1	?	?	?
Vargas	-	-	-	2	4	?	?	?	?
Díaz-Cárcamo	-	-	-	-	-	-	?	?	?
Paillaleve-Quinan	-	-	-	-	-	-	?	?	?
Álvarez-Ojeda	-	-	-	-	-	-	2	4	1
Sanchez-Álvarez	-	-	-	-	-	-	2	4	1
Vera-Oyarzún	-	-	-	-	-	-	2	4	1
Sotomayor-Barría	-	-	-	-	-	-	3	6	1
<b>Total</b>	<b>61</b>	<b>109</b>		<b>57</b>	<b>104</b>				

**Fuente:** a) Folleto en elaboración, Fundación con Todos, Obispado de Ancud; b) Folleto "Agroturismo en Chiloé", Asociación Gremial Agroturismo en Chiloé; c) Folleto Sernatur "Isla Grande de Chiloé - Agroturismo"

**Notas:** a/ dos de los tres baños sin embargo están lejos del área de los dormitorios

\*: teléfono pendiente

<sup>31</sup> En la Comuna de Ancud, el ingreso promedio autónomo mensual de los hogares no pobres fue de \$347 659, de los pobres \$ 103 105 y de los indigentes \$ 40 001 (en pesos de noviembre 1998), "Casen 1998", tomo IV, Ministerio de Planificación y Cooperación, División Social, noviembre 1999.

<sup>32</sup> Sernatur (1998): Agroturismo - Isla Grande de Chiloé

### c) Los encadenamientos actuales y su potencial futuro

Parte del orgullo del chilote rural es hacer él mismo sus cosas. Esto se aplica a la construcción de la casa, la fabricación diaria de pan, la utilización de verduras de la propia huerta e invernadero<sup>33</sup> y, en varios casos, leche, queso y carne<sup>34</sup> para el autoconsumo, además de la venta y la fabricación de mermeladas caseras elaboradas con fruta propia o silvestre. En varias casas, las cortinas (de los cuartos y de baño) y otros adornos (cuadros, manteles y otros) son trabajo de la mujer u otros miembros de la familia. Los encadenamientos a través de un consumo adicional u otros tipos de consumo debido a la incursión en la actividad turística entonces existen pero son mucho menores que para un turismo de igual escala en un entorno menos orientado al autoconsumo o de un turismo de escala mayor donde la familia ya no puede dar abasto a los requerimientos de la actividad con su propia producción y trabajo.

El acento del proyecto en recibir a la gente en el hogar y hacerlos participar de la vida familiar, es decir (cuando no afuera entonces) primordialmente en la cocina, hace posible que la mujer siga con sus actividades en la cocina, mientras atiende al turista. Esto permite a la familia—y especialmente a la mujer—a mantener su ritmo de actividades con sólo una carga razonable de trabajo adicional.

La posibilidad de encadenar con servicios turísticos (pesca, cabalgatas, visitas guiadas al bosque nativo, sitios históricos u otros atractivos locales) proporcionados por familias vecinas no es muy frecuente aún por varios motivos. Un motivo, es que en varios lugares, los vecinos no son tan cercanos (ni físicamente ni con lazos de amistad) y si bien a veces miran con curiosidad la experiencia agroturística, no parecen animarse —ni han sido invitados— a participar realmente de ella. Otros han expresado un temor a una carga de trabajo adicional demasiado grande. También existe una percepción sobre los costos y los precios que no ayudan en esta posible relación.<sup>35</sup> La presidente de la Red (la señora María Luisa Maldonado) sin embargo dijo que tratarían de hacer mayores esfuerzos en esta línea a futuro.

Tampoco ha sido fácil arreglar la vinculación de los servicios de la Red con otros servicios de turismo. La señora Maldonado, cuya casa y predio están cerca de Ancud y accesibles por la Panamericana con un tramo mínimo de camino ripiado en buen estado, había contactado la Hostería de Ancud (reconocido como uno de los —si no él— mejor establecimientos turísticos de la Isla) para ofrecer a sus clientes la posibilidad de hacer una excursión a su predio con almuerzo allá. Con la administración previa, toparon con el precio que la Hostería quería cobrar por la visita (encontrado inaceptablemente alto por parte de la familia Dimpter-Maldonado). Con la presente administración se llegó a un arreglo y ya han recibido la visita de varias familias por intermedio de la publicidad y eventual organización de transporte que les hace la Hostería. La señora Maldonado ha incentivado a otros participantes de la Red de ponerse en contacto con agencias turísticas, hoteles, etc. cercanos a su predio (esencialmente Castro) pero sin muchos resultados a la fecha.

<sup>33</sup> Todos los visitados tenían su propio invernadero

<sup>34</sup> Extrañamente, ninguna de las casas visitadas parecía tener pollos

<sup>35</sup> Por ejemplo, en una de las familias donde alojamos, el dueño no nos podía acompañar a pescar porque tenía otras obligaciones, pero no nos quiso llevar a donde su vecino porque este cobraba \$ 4 000 (unos 8 US\$ en este entonces), lo que encontraba absolutamente excesivo: “¡a este precio uno puede mejor ir a comprar el pescado!” (sic)

A medida de que la actividad agroturística se fortalece y se mercantilizan las actividades que actualmente se hacen en el predio (pan, mermeladas, quesos, faenamiento de animales, construcción, labores domésticas varias, etc.) se establecerán más encadenamientos pero, al mismo tiempo, se reducirá la “autenticidad” de la oferta campesina.

A medida que se quiebren algunas barreras de desconfianza (hacia el turista, hacia el servicio que puede prestar el vecino u otra entidad turística y su costo), también se establecerán mayores encadenamientos.

#### **d) El perfil y la vocación de las familias participantes**

En palabras de Luís Martínez del INDAP, las familias que participan de la Red pertenecen al “top” de los clientes de INDAP y sólo necesitaban de un “empujoncito” para incursionar en el agroturismo. Después de las inversiones necesarias para participar en el proyecto (por los requerimientos sanitarios del Ministerio de Salud entre otros), el grupo participante en la Red efectivamente se destaca respecto a la población de Chiloé y, más aún, de Chiloé rural como ya se vió arriba al comparar con las condiciones de los hogares de Ancud según la Casen de 1998.

De hecho, los participantes de una reunión convocada a fines de 1999 para recoger opiniones sobre el tema “agroturismo” en Chiloé<sup>36</sup> formularon serias dudas respecto a la posibilidad de que hogares pobres o indigentes participen exitosamente en actividades de agroturismo en el corto a mediano plazo y sin una inversión fuerte en capital físico y en capacitación.

Las especificidades del esquema propuesto entre otros para la Red de Agroturismo de Chiloé (alojamiento en la propia casa, participación de los turistas en la vida y trabajo familiar –comidas, faenas agropecuarias, pesca, artesanía–, etc.) requieren por parte de la familia en su conjunto una vocación particular de servicio, de apertura hacia e interés por el foráneo y sus idiosincrasias, de compartir espacios e intimidades de la familia, de adecuarse al ritmo de los turistas durante un mes o más al año, etc.. De lejos no todas las familias tienen estas características y sería importante informarles bien de lo que se requiere y eventualmente hacer un perfil psicológico de los miembros de la familia para ver sus aptitudes para enfrentar este tipo de turismo antes de que se embarquen.

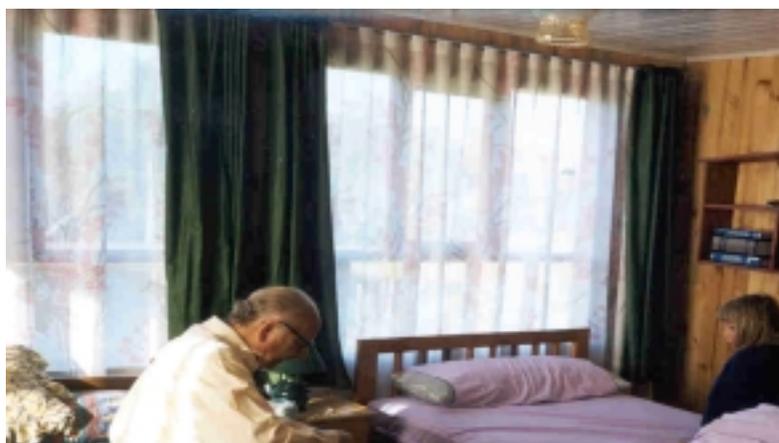
#### **e) El perfil del turista**

El hecho de tener la oportunidad de compartir no sólo las faenas agropecuarias o pesqueras, sino también la vida familiar y, en especial, compartir el área de dormitorios y el baño (en casas de madera que crujen) requiere del turista un interés y perfil especial.

De la revisión de uno de los “libros” que cada participante tiene que hacer llenar con los datos de los turistas (ninguno nos pidió estos datos a nosotros) aparecen: estudiantes chilenos y extranjeros (mexicanos en este caso), dos veces dos parejas de jubilados chilenos, algunos extranjeros (americanos, franceses, italianos) y, el resto (cerca de la mitad) profesionales chilenos, preponderantemente historiadores, sociólogos, antropólogos, y también abogados y algunos médicos y enfermeras.

---

<sup>36</sup> Representantes en la X Región del Ministerio de Agricultura, Indap, Sernatur, Fosis, Corfo, Prorural, etc.



Cuarto para huéspedes, Red de Agroturismo de Chiloé, Pulelo, sector de Chacao.

#### f) Participar de una red, la capacidad de liderazgo y las sinergias

Sólo algunos de los participantes en la Red de Agroturismo de Chiloé se conocían antes del inicio del proyecto (vecinos o familiares). Tuvieron pocas reuniones grupales antes de tener que decidir formar una asociación gremial para, entre otros, hacer varias gestiones ante autoridades como el Ministerio de Salud y el Servicio de Impuestos Internos.

El término “Red” no parece muy claro. ¿Se trata de un recorrido que el turista eventualmente hace en un cierto orden? ¿Se trata de un sinónimo para grupo con algunas características compartidas y con sentido de solidaridad? O, como lo define el FIA ¿se trata de una organización voluntaria con imagen corporativa común y con un contrato triangular “cliente-agricultor-red” con deberes y obligaciones de respeto de normas definidas, lo que hace más fiable el producto?

Sin ninguna duda, la Presidente actual de la Red (hija de comerciante, terminó la enseñanza media, ama de casa hasta iniciar el proyecto) es una dirigente nata que, además, tiene muchas facilidades de comunicación con las autoridades. Claramente, la Asociación Gremial ha prosperado bajo su presidencia, gracias a su dinamismo aglutinador y sus gestiones (la Red obtuvo un premio y tres de sus integrantes viajaron a España para ver experiencias de agroturismo allá; presentó un proyecto al FIA y lo ganó con lo cual obtendrá unos 30 millones de pesos con el fin de establecer un secretariado para hacer las reservas, difundir información, publicar folletos y un libro que recopila las impresiones de los turistas y de los integrantes de la Red en los primeros dos años de su funcionamiento). De hecho, notamos un cierto arrepentimiento en uno de los ex-integrantes de la Red por haberse salido durante la gestión del presidente anterior, el cual, según varias opiniones, no tuvo la fuerza de oponerse a algunas propuestas y gestiones de las entidades que apoyaron al proyecto pero que no contaron con la aprobación real de los integrantes de la Red.

En las palabras de la actual presidenta: “ahora que los integrantes de la Red están desarrollando poco a poco lazos de amistad, las cosas van a ir mejor y será más fácil de actual como Uno”.

El lugar más céntrico para las reuniones es Castro. Sin embargo, es difícil reunir a todos los participantes y siempre hay alguno que, por una u otra razón, falta. Los participantes que tienen teléfono también se comunican bastante por esta vía.

Sería interesante pensar en la organización de una reunión sobre agroturismo con la participación por un lado de los que integran las iniciativas apoyadas por INDAP, el FIA, el Fosis, las iniciativas que han surgido solas y, por el otro, de las organizaciones (Fundación Chile, FIA, Sernatur, CORFO, AGRARIA, los municipios, Prorural, etc.) que están apoyando ya el rubro o piensan apoyarlo en el futuro, además de algunos ex-turistas, para tener la posibilidad de intercambiar experiencias e ideas. El énfasis debería estar en el intercambio entre los “campesinos” y los ex-turistas que tienen experiencias ya vividas y tener los demás (los de las instituciones) como observadores.

### **g) El papel de la mujer y de los jóvenes**

Como la idea detrás del proyecto era fomentar la interacción entre las familias anfitrionas y los turistas, las comidas y conversaciones post-comidas se hacen por lo general en la cocina. Esto tiene la gran ventaja para la mujer que puede seguir con la mayor parte de sus quehaceres domésticos (cocinar, hacer mermeladas, pan y dulces, eventualmente planchar, etc.) mientras atiende a los turistas y los acompaña. Al mismo tiempo, esto hace que la mujer sea un eje muy importante en la interacción, además de que gran parte del trabajo adicional causado por los turistas (cocina, lavado de platos, mayor producción en el huerto, limpieza de habitaciones, lavado de sábanas) también recae sobre ella.

Los estudios sobre agroturismo y las personas entrevistadas que pertenecen a instituciones, recalcan todos el gran potencial que ofrece la actividad agroturística para dar nuevas alternativas de empleo y remuneraciones para los jóvenes. En nuestra pequeña muestra, sin embargo, no encontramos indicios para tal optimismo. El turista seguramente ofrece la oportunidad de salir de la rutina y aislamiento del campo y entre los niños y adultos jóvenes encontramos mucha apertura para conversar (o jugar en el caso de los más pequeños), pero –a la escala de las actividades actuales– no observamos (ni nadie nos mencionó) una participación activa que podría justificar el no empleo en otra actividad o la no migración.

### **h) La Red comparada con otras alternativas para el turista**

El recorrido por la Isla Grande de Chiloé se hizo a fines de diciembre y, por lo tanto, los precios no son los precios de la plena estación turística. En los dos casos de arriendo de cabaña con capacidad de 4 o más personas en los alrededores de Castro (con equipamiento comparable aunque más amplio, en mejor estado y con acceso directo al lago en uno de los dos casos) el precio fue \$ 20.000 (¡sin boleta!). Esto compara bastante bien con 3 veces \$6.000 en el caso del alojamiento en las casas de la red incluyendo desayuno). También existen hoteles familiares que ofrecen alojamiento con desayuno para un precio similar. Los \$3.000 por persona para almuerzo o cena cobrados en la Red resultaron bastante menos caros que las alternativas (no necesariamente comparables) en restaurantes, pero similares o más caras que una comida preparada en la cabaña. Es decir que los precios de la Red son bastante comparables con los de otras alternativas. De hecho, en Europa el precio no es la razón para escoger el agroturismo como alternativa de vacaciones y, por el tipo de gente que se interesa por el tema en Chile y sus comentarios, tampoco parece ser el elemento decisivo en Chile, aunque, obviamente, los precios tienen que seguir situándose cercanos a los de las alternativas más comparables.

Sin duda, para el turista, la sensación de libertad de movimiento y ritmo familiar es mayor en una cabaña que en el tipo de alojamiento ofrecido en la Red. En contrapartida, la convivencia con las familias en torno a la mesa y en torno a algunas faenas agropecuarias fué una experiencia muy rica e interesante, mientras que en el caso de las cabañas el intercambio con el personal fue solo lo funcional. En los restaurantes, por lo general, tampoco hubo intercambio con el personal, excepto en Cucoa donde éramos los únicos clientes en un restaurante/albergue familiar con huerto propio y pudimos enterarnos de su funcionamiento, del tipo de turistas que vienen, de las relaciones que establecen entre ellos, etc. Este mismo intercambio probablemente puede obtenerse en varios de los hoteles familiares también.

Como el participar en (o por lo menos observar) faenas agropecuarias es una de las “ventajas comparativas” o especificidades del agroturismo, esto debería ser –sin falta– parte del “paquete” ofrecido. Sin embargo, si en unas de las familias visitadas esto se produjo totalmente espontáneamente, en el caso de otra hubo que pedir si era posible ver los animales (con una respuesta positiva inmediata) mientras en la tercera hicieron “oreja sorda” a nuestras insinuaciones.

### **i) Continuidad de la Red o lo indispensable de una publicidad bien hecha**

Según Szmulewicz et al, 1997 (citado en INDAP-UACH, 1997) el 30% de los estratos medios y altos de Santiago había escuchado hablar del agroturismo y el 9% había tomado sus vacaciones alguna vez en alguna iniciativa agroturística. Al tiempo, 17% de los santiaguinos utilizan agencias de viaje para sus viajes internos y 7% utilizan guías turísticas para planificar sus viajes. La información y publicidad a través de estas vías por lo tanto permitiría el acceso a cerca de un cuarto de la población santiaguina.

La publicidad (sobre todo para el agroturismo que casi por definición está apartado de las grandes arterias de tránsito o aglomeraciones turísticas) es imprescindible. La red ha tenido el apoyo primero de Sernatur con la publicación de un folleto en 1998 y luego del Obispado de Ancud, con la publicación de un segundo folleto.<sup>37</sup>

INDAP ha hecho mucho para la difusión del agroturismo en general (entre otros: la organización de un seminario internacional en 1999; calendarios con fotos y explicaciones) y de las iniciativas específicas (unas 100 en todo Chile a principios de 2000) a través de información en un sitio Web, un folleto, cartoncitos atractivos del tamaño de una tarjeta de visita con indicaciones someras de cómo llegar a cada lugar, la habilitación de toda un área en la exposición Mundo Rural en la Estación Mapocho y, en 2001, la publicación de una guía del agroturismo chileno.

La Red de Agroturismo de Chiloé tiene un logo –la de Caburga tiene otro– que ha sido colocado en postes con indicaciones del camino a seguir en las bifurcaciones, cuando uno ya se está acercando a una casa que participa en la Red.<sup>38</sup>

<sup>37</sup> En este sin embargo aparecen números de teléfono errados al lado de cada descripción del integrante de la Red y es sólo al final del folleto que se encuentra la lista con los números correctos.

<sup>38</sup> Tiene que ser un mecanismo de atracción de turistas bastante efectivo, ya que algunos que se retiraron formalmente de la Red siguen indicando el camino de su casa con el logo.

Para que las iniciativas se puedan sostener en el tiempo, los esfuerzos de difusión y publicidad tienen que ser continuos y diversificados a la vez. Al mismo tiempo, debe haber material publicitario en un lugar centralizado (como Sernatur o las oficinas de información turística de los municipios) y permanente (como el Turistel y la guía publicada por INDAP). También es necesario volver a publicitar el agroturismo en los medios de comunicación masiva<sup>39</sup> cada año cerca del momento en los cuales la mayoría de los chilenos planifican sus vacaciones,<sup>40</sup> con claras indicaciones de donde obtener más información. Así mismo, habría que hacer un esfuerzo por distribuir información en los aeropuertos, terminales de autobuses, gasolineras, hoteles, aparthotel, empresas de arriendo de automóviles, y otros, sobre las posibilidades de agroturismo en lugares cercanos.

## **j) Posibilidades de incorporar nuevos “productos turísticos”**

Chiloé es conocida por su rica historia y los muchos cuentos, leyendas y personajes míticos típicos de la zona. Sin embargo, cuando uno viaja por la Isla, esta riqueza no es tan evidente. Es decir que hace falta a nivel municipal y otro a sacarle más partido. No obstante, en una de las casas nos mostraron con orgullo un libro sobre la historia de los inmigrantes a la Isla, donde los antepasados de la familia que nos recibía también estaban relatados. A lo mejor, se podría hacer un esfuerzo y dotar cada casa que participa en la Red de una serie de materiales histórico/literarios con relación a la zona e incentivar a los dueños de casa a compartir este material y sus propios conocimientos al respecto con los turistas, si estos se muestran interesados.

Además de que cada casa que participa en la Red debiera –sin falta– ofrecer la posibilidad de que los turistas puedan observar o participar en las labores agropecuarias y de la casa (confección de pan, mermeladas, comidas típicas, artesanías, etc.) también se podría organizar el intercambio de información –dentro la Red y entre los vecinos<sup>41</sup>– sobre alguna faena de interés el mismo día o en unos días más, para que el turista pueda decidir ir a verla. Así mismo, la época del año más probable en las cuales se realizan las diversas faenas (y festivales, rodeos, ferias costumbristas, etc.) en cada zona podría ser incluida en los folletos de publicidad<sup>42</sup> así como organizar campañas publicitarias en torno a estas fechas.

## **k) La capacitación**

Es necesario conocer mejor la disposición que tienen los turistas de pagar a la familia anfitriona por los servicios que van más allá del alojamiento y la comida (acompañamiento a excursiones, uso de caballos, botes, etc.) y determinar “precios justos” (conciliando el valor dado a estos servicios por los turistas y los valores que le asignan las familias anfitrionas) para cada uno. En seguida, es necesario capacitar a las familias sobre cómo abordar este tema (respecto a sus propios valores y en su relación con el turista) ya que varios confesaron que el momento de cobrar, incluso para el alojamiento y las comidas, les causa una angustia que no han logrado superar.

---

<sup>39</sup> Como, el noticiario de la televisión y otros programas de televisión o radio, la Revista del Sábado, del Domingo y la Revista Ya del Diario El Mercurio, y otros.

<sup>40</sup> Desde fines de diciembre hasta mediados de febrero.

<sup>41</sup> Por el tipo de propiedades y su tamaño, la variedad y la frecuencia de faenas especiales son bastante limitadas.

<sup>42</sup> INDAP, acertadamente, incluyó este tipo de información en su Guía Chilena del Turismo Rural.

Como un mayor énfasis en la historia, cuentos y leyendas de la zona ha sido mencionado entre las posibilidades de ofrecimiento de nuevos productos, habría que hacer un esfuerzo de capacitación en esta línea, sea con los participantes actuales en iniciativas agroturísticas sea a través de (o complementado con) un énfasis mayor en estos temas en el curriculum de la escuela rural.

De manera más inmediata, habría que hacer un esfuerzo para conocer y comparar las experiencias que han tenido hasta ahora las distintas iniciativas de agroturismo en Chile<sup>43</sup>. Además de la idea de organizar una reunión en la cual los mismos participantes sean los protagonistas (ver bajo el punto “sinergías”), se podría pensar en la organización anual de foros, grupos de trabajo y módulos de capacitación en torno a temas propuestos por los mismos participantes. No hay duda que para una actividad como el agroturismo, de incursión relativamente reciente para la mayoría de las familias participantes, y sometida a una demanda pero al mismo tiempo una competencia y exigencias crecientes, el tema de la capacitación es crucial y seguirá siéndolo por un largo tiempo más.

---

<sup>43</sup> Esto no se produjo espontáneamente en la exposición Mundo Rural 1999 en la Estación Mapocho, a pesar de la cercanía física – compartiendo un mismo mesón-, entre otros por falta de tiempo.



## **VI. Conclusiones y recomendaciones**

---

### **1. Condiciones para el agroturismo.**

Por lo general, la mayoría de turistas prefieren zonas que ofrezcan una gama interesante de oportunidades recreativas y no sectores donde se presenta un servicio en forma aislada, y también áreas que cuentan con buenas vías de acceso y de telecomunicaciones, con agua potable y energía eléctrica y no demasiado alejadas de centros urbanos que cuenten con servicios de salud y transporte. (INDAP-UACH, 1997) Esto pone varias alternativas de agroturismo en desventaja. Al mismo tiempo, a igualdad de atractivos turísticos, las inversiones tienden a concentrarse en las regiones mejor dotadas de infraestructura (en cantidad y calidad). Es necesario entonces identificar en cada región la ventaja comparativa de cada atractivo turístico, diferenciar el producto y seleccionar la escala apropiada y, en base a ello, identificar las necesidades en infraestructura, las mejoras que deben ser introducidas, su costo y, finalmente, evaluar la viabilidad de un desarrollo agroturístico en una zona determinada.

### **2. Fortalezas del agroturismo.**

Entre las fortalezas del agroturismo en este momento están: el creciente interés de la población urbana de reencontrarse

con la naturaleza y con los contenidos de la “vida campesina” que, en Chile está en los recuerdos de niñez de muchos (experiencia propia, visita a abuelitos y otros familiares o amigos, etc.) y, por lo tanto, toca una fibra muy emocional; la conciencia que tienen los habitantes rurales, las distintas autoridades y ONG respecto a las posibilidades que les ofrece el turismo rural como generador de ingresos adicionales, lo que resaltó muy claramente en los distintos foros de desarrollo regional, en los seminarios de Prorural, etc.; la demanda de infraestructura y de servicios de apoyo que genera el agroturismo y que favorece el bienestar de las familias directamente involucradas y también de la población lugareña; el mercado alternativo que representa para productos elaborados por la familia rural que, en condiciones normales, son poco competitivos y no logran el acceso a los mercados formales.



¡Sólo para la foto! excepto por Harry Dimpter Jr., San Antonio, Red de Agroturismo de Chiloé.

### 3. La aptitud agroturística.

Los elementos o ingredientes que predisponen al desarrollo agroturístico, que constituyen sus atractivos fundamentales son:

- Buen clima;
- Bellos paisajes naturales;
- Buenas entretenimientos como natación y pesca en playas o ríos, piscinas, caminatas, equitación, juegos típicos (rayuela, rana, bochas), deportes como volleyball, badminton, paleta, tenis, etc.);
- Cultura (arte, historia, artesanía, folklore, etc.);
- Gastronomía;
- Accesibilidad;
- Facilidades adecuadas para merienda (picnic), restauración campesina o alojamiento campesino (camping, *caravaning*, cabañas, piezas para alojados);
- Hospitalidad (actitud amistosa hacia los turistas).

### 4. Debilidades del agroturismo.

Entre las debilidades están: por un lado, la inexistencia de un marco legal específico y apropiado para las microempresas turísticas rurales, lo cual impone exigencias a menudo difíciles de cumplir y que –por lo menos un estrato de– turistas no busca, ya que lo que busca es una experiencia “auténtica”; por el otro, y para el turismo algo más masivo, la falta de vías de acceso

adecuadas a los sectores turísticos rurales;<sup>44</sup> la carencia de los servicios básicos en las zonas rurales; la insuficiente infraestructura local relacionada con la actividad turística local; la limitada capacidad financiera de los productores; la necesidad de capacitación en el negocio agroturístico; las dificultades para la asociación; el desconocimiento de la demanda; la carencia de paquetes turísticos que incluyan al sector y de sistemas de comercialización; la aparición de ofertas competitivas más cercanas a los centros urbanos que son menos “auténticas” pero que igualmente satisfacen una demanda (no tan sofisticada) por agroturismo.

## 5. Evaluación

No cabe duda que cualquier análisis de los resultados de la inversión en agroturismo realizada por INDAP y FOSIS es favorable no sólo en términos de desarrollo social, sino también de retorno económico. Sin embargo, se advierte margen para mejorar eficiencia y eficacia en las labores de fomento del agroturismo.

## 6. El conocimiento y la estrategia.

Existe consenso que el agroturismo es incipiente en el país y que la expertise es limitada en las distintas entidades que de alguna manera han estado involucradas en esta actividad hasta la fecha. También muchos de los participantes están muy conscientes que son todavía muy “*amateur*” en esta nueva actividad. Al mismo tiempo existe insuficiente difusión –y por ende muy poco conocimiento– de lo que sí ya existe (estudios, material de seminarios y otras publicaciones, evaluaciones de los programas ya en marcha, etc.). Por esto mismo y por las limitaciones propias del medio rural y de sus habitantes, el medio rural no se encuentra en condiciones para ejecutar por sí solo una estrategia turística, que además mantenga el equilibrio entre el entorno ecológico y el sistema socioeconómico. Lo mismo es válido a nivel de la mayoría de las municipalidades e incluso regiones.

## 7. La discusión interinstitucional.

Por otro lado existe toda una discusión–inconclusa a nivel de las distintas entidades– respecto a donde debe estar el énfasis del desarrollo agroturístico, o sea, si el agroturismo ofrece una oportunidad para la diversificación de las actividades de los productores agropecuarios, si es una oportunidad para el desarrollo rural (y por ende no necesariamente estrictamente ligado a productores agropecuarios y a su continuidad como tales) o si se trata más bien de una diversificación de la oferta turística, con lo cual es el servicio al turista el que prima. La consecuencia es que –por lo menos a nivel nacional– después de un inicio en conjunto en la experiencia piloto de la Red de Chiloé, el INDAP, el FIA, Sernatur y Fosis han tomado posiciones –casi ideológicas– distintas, lo que los lleva a desarrollar líneas de trabajo (programas, proyectos, seminarios, publicaciones) cada uno por su cuenta y mirar en menos las experiencias desarrolladas por los demás.

---

<sup>44</sup> Por ejemplo, en los casos de Cucao (Parque Nacional) o Tenaún (pueblito pesquero) es necesario viajar más de 25 km de camino ripiado (en buen estado sí) para llegar al lugar.

## **8. La institucionalidad para el fomento del agroturismo campesino.**

Las peculiaridades del agroturismo permiten diferenciarlo claramente de otras ramas de la industria turística. Existe ya un cuerpo sistematizado de conocimientos en la materia, que es objeto de estudios especializados en numerosos países en los cuales el agroturismo se ha constituido en un mecanismo de desarrollo rural, como es el caso de Italia, Francia, Canadá o los EE.UU. Como consecuencia, existe también en esos países una institucionalización de la actividad agroturística entendida como un mecanismo de fomento rural, que se traduce en la existencia de organizaciones e instituciones específicamente relacionadas con el agroturismo, en especial el agroturismo campesino, tanto a nivel local como regional, nacional e internacional, que se interrelacionan entre sí y con instituciones que agrupan actividades que se llevan a cabo en la zona rural, como la pesca y la caza deportiva, el camping, el *caravaning*, el *trekking*, etc. Luego, el desarrollo del agroturismo requiere de una estructuración que incluya una entidad especializada en él, que se relaciona con organismos similares, de otros países, tales como en Francia, la Asociación Nacional para la Formación en Turismo Rural (AFRAT), la Asociación Nacional de Turismo Ecuestre (ANTE), la Asociación para el Turismo en Espacio Rural (TER), etc., que focalizan la definición de políticas, de objetivos, de proyectos, la asignación de recursos y el control de su empleo, así como analizar sus resultados. En nuestro parecer tal organismo, por la naturaleza de sus actividades, debe estar radicado en el Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP). Al contar con tal organismo, los responsables del fomento del agroturismo campesino se beneficiarían con valiosas transferencias de tecnología provenientes de organismos nacionales e internacionales interesados en el agroturismo.

## **9. La denominación de origen.**

Un sistema de denominaciones de origen es importante para el fomento de especialidades culinarias que agregan valor al producto, al permitir mejorar y controlar su calidad. La Unión Europea ha definido la denominación de origen como: “el nombre de una zona geográfica definida que se asocia a un producto agrícola o alimenticio originario de ese lugar y cuya calidad o características se deben fundamentalmente al medio geográfico, con sus factores naturales y humanos, y cuya producción, transformación y elaboración se realizan principalmente en la zona señalada”. Chile cuenta con numerosos alimentos y bebidas asociadas a zonas geográficas específicas, como las aceitunas de Azapa, los dulces de La Ligua, las longanizas de Chillán, las tortas de Curicó, etc. Sin embargo la carencia de un sistema de protección de la denominación de origen, como la que se aplica al pisco o a los “vinos asoleados”, impide que quienes han construido el prestigio de tales productos se beneficien de ello.

## **10. La identidad y la participación local.**

Basado en las experiencias internacionales y en el sentido común, está claro que las nociones de territorio y de identidad local son fundamentales para el desarrollo del agroturismo y también la participación de la población local en la toma de decisiones. Es necesario un ordenamiento territorial (planos reguladores que den realce a la imagen global de la zona y sus paisajes) complementado por instrumentos financieros para su implementación así como para la inversión en áreas recreacionales, la habilitación de terrenos para camping, etc., y un subsidio habitacional rural que contemple la calidad de la arquitectura característica de cada localidad (arreglo de habitaciones, acondicionamiento de fachadas). También son necesarios esfuerzos tendientes a

revalorizar el patrimonio cultural de oficios tradicionales locales, de ferias, de fiestas costumbristas, etc. y es necesaria la integración de esta oferta, tanto a nivel local como entre varias localidades y publicitarla.

## **11. Planificación y desarrollo del agroturismo.**

A fin de evitar la degradación del patrimonio agroturístico, este debe ser protegido y valorizado mediante una adecuada regulación que oriente a quienes hacen un negocio de las actividades agroturísticas y se requiere de una mejora en materia de planificación de la destinación agroturística, en la implementación y gestión de los servicios agroturísticos y en su comercialización. Así, por ejemplo, para los lugares destinados al camping es imprescindible empezar por la zonificación, por un plan de uso del espacio. Este permite orientar la inversión en infraestructura pues indica cual es la cabida óptima, con la cual se relaciona la disponibilidad de servicios higiénicos, accesos, estacionamientos, arborización, setos vivos para proteger la privacidad, etc. Al planificar una destinación agroturística también es necesario definir los elementos que la caracterizan, que la diferencian de las otras destinaciones agroturísticas que poseen sus propios atractivos. Esta diferenciación hace un enorme aporte al fomento de la cultura, entendida como el conjunto de los esfuerzos que lleva a cabo el ser humano para adaptarse a las características del medio en el cual transcurre su existencia y que se traduce en un folklore, arte y gastronomía particular.

## **12. La diferenciación.**

La diferenciación es imprescindible para facilitar la comercialización de una destinación agroturística. Obtener tal diferenciación obliga a preservar los atractivos turísticos naturales o que se deben a la acción del ser humano, y a desarrollar otros tales como: especialidades gastronómicas locales, asociadas con los productos agropecuarios y pesqueros propios del lugar; un estilo arquitectónico característico que guarda relación con el clima y el entorno del lugar y hace uso de materiales de construcción que se encuentran en el lugar, elementos del folklore en áreas como vestuario, música y danzas típicas del lugar, habilidades tales como el bordado, la talla en madera, tejidos con técnicas y diseños exclusivos, para usos diferentes como cojines, cubrecamas, alfombras, frazadas, ponchos, decoración mural, etc.

## **13. Las normas y el marco legal, reglamentario y tributario.**

El desarrollo del agroturismo requiere de la definición de normas específicamente pensadas para la actividad, que regulen la concesión de licencias para el ejercicio de actividades agroturísticas, complementado por un sistema de inspecciones a nivel municipal, regional o nacional con el fin de garantizar que la legislación y las normas se cumplen. Esto se hace necesario asimismo para mejorar la relación entre la calidad y el precio del producto ofrecido, eventualmente a través de un sello de calidad o un sistema de “estrellas”. También requiere del desarrollo de una política de marcas (*trade marks*) para productos y servicios de origen agroturístico, individualmente o colectivamente, dependiendo de la estrategia buscada. Sin embargo, no parece conveniente someter las iniciativas de agroturismo llevadas a cabo por campesinos al mismo nivel de exigencias y cumplimiento obligatorio para empresas mayores, como iniciación de actividades, patente municipal, controles del Servicio Nacional de Turismo, emisión de boletas, cambio de destino del uso de la tierra, etc.. De hecho, a fines de los años sesenta, cuando se dieron en Chile

los primeros pasos en cuanto a desarrollo del agroturismo, se creó la figura jurídica del “Albergue Campesino”, el cual quedaba sujeto a un nivel realista de exigencias en cuanto a protección del consumidor y cumplimiento de obligaciones tributarias. Así, el “Albergue Campesino” estaba exento de la obligación de llevar contabilidad, de emitir boletas, de iniciación de actividades otra que el rubro agrícola, estaba acogida al régimen tributario de presunción de venta para el total de las actividades agrícolas de las que el agroturismo era parte, etc.

#### **14. Propuesta tributaria específica.**

Los ingresos que las actividades agroturísticas proporcionan al campesino son demasiado reducidos como para justificar el pago mensual del IVA. Por ello debieran quedar sujetos al régimen impositivo de pequeños comerciantes declarando y pagando cada tres meses. Quedarían sujetos a la obligación de llevar sólo un libro para el registro de las adquisiciones materiales o de servicios que dan derecho a crédito fiscal, tanto como las ventas y servicios prestados, debiendo conservar la documentación de respaldo. Como débito fiscal tendrían una cuota expresada en UTM fijada de acuerdo a la cifra de negocios del año tributario inmediatamente anterior.

#### **15. La actividad agroturística como parte del rubro agrícola.**

Resulta absurdo desde cualquier punto de vista que una actividad agroturística en pequeña escala, como son las llevada a cabo por campesinos, no substitutiva de sus actividades agrícolas habituales, sino complementaria de ellas, obligue a tramitar y obtener una autorización de cambio de uso de la tierra. La iniciación de actividades para el rubro agrícola debería bastar para llevar a cabo actividades agroturísticas pues éstas deben ser consideradas como una actividad agrícola más. Por lo mismo debiera estar exento del pago de la patente respectiva y sólo debiera quedar sujeto a los controles que se refieren a protección del consumidor, como son, por ejemplo, las normas referidas al procesamiento y expendio de alimentos. Una modificación del uso de la tierra para destinarla a una actividad que no sea agrícola, automáticamente priva al agricultor de su condición de tal, convirtiéndolo en comerciante para todos los fines legales.

#### **16. El acompañamiento en los trámites.**

Como el cumplimiento de las normas actuales (en especial las de Salud e Higiene Ambiental, pero también las del Servicio de Impuestos Internos) han sido detectados como fuertes cuellos de botella (entre otros por los participantes de la Red de Agroturismo de Chiloé, pero también en los proyectos incentivados por Prorural) un acompañamiento de los (potenciales) participantes en actividades de agroturismo para ayudarlos a llenar los requisitos es indispensable.<sup>45</sup> También se requiere de apoyo a instituciones locales (municipios, organización de agricultores, juntas de vecinos, etc.) para la formulación de proyectos, ejecución de obras, tramitación de permisos y gestión comercial de turismo rural, priorizando estos proyectos que se articulen en redes y comercialicen en conjunto, entre otros para homogeneizar la oferta.

---

<sup>45</sup> La propuesta de los responsables de varias de las regiones donde opera Prorural era más bien tratar de negociar con los funcionarios del servicio de Salud para que relajen sus exigencias.

## 17. Manejo de la basura.

A fin de evitar la presencia de roedores, situación común en las zonas rurales, que en Chile se ve agravada actualmente por la presencia del virus hanta, es imprescindible hacer un buen manejo de la basura. Luego, no deben utilizarse bines de madera descartados, o contenedores de plástico que puedan ser perforados por los roedores como recipientes para la basura. En la zona rural se debe utilizar recipientes metálicos o de plástico resistente y con tapa.

## 18. La capacitación.

Es necesario hacer un gran esfuerzo de capacitación a varios niveles. Esto incluye la formación vocacional y profesional por un lado y, por el otro, un amplio programa de capacitación en distintos aspectos del turismo rural: gestión de establecimientos agroturísticos campesinos; legislación aplicada a las actividades agroturísticas campesinas; productos agroturísticos campesinos; animación cultural y deportiva para el agroturismo campesino; cocina campesina; *housekeeping* de establecimientos agroturísticos campesinos; guías de agroturismo pedestre y ecuestre; etc., con el objeto de estimular e incorporar capacidades en las personas que trabajan en esta actividad o que ven en ella una interesante posibilidad de diversificar sus ingresos: creadores de empresas, guías de grupos, personal de acogida, artesanos, organizaciones de agricultores y, en general, toda la comunidad local, incluyendo a los funcionarios de los gobiernos regionales y locales, con el fin de tener su apoyo y participación en la gestión del turismo rural. Así mismo, es necesario dar mayor énfasis en las disciplinas de historias y costumbres locales, folklore, medio ambiente, gastronomía local, botánica, etc. en las escuelas rurales.

## 19. La centralización de la capacitación.

Si bien las iniciativas de educación y capacitación pueden ser tomadas a nivel regional o municipal, muchas de las deficiencias detectadas para que las familias que se desempeñan en el rubro de agroturismo lo puedan hacer con más éxito (gerencia, conocimientos específicos para el rubro turismo, nociones elementales de paisajismo y de diseño exterior e interior de casas y cabañas, capacidad de hacer trámites legales, colaboración con vecinos u otras empresas que trabajan en rubros complementarios, etc.) y de las deficiencias detectadas a otros niveles (señalización en rutas secundarias y sitios turísticos, actitud de funcionarios públicos y carabineros hacia los turistas, higiene y servicios en los pequeños dispendios de alimentos y restaurantes, etc.) de hecho son problemas detectados a lo largo del país y, por esto y por el hecho de los conocimientos todavía incipientes en el rubro, podrían ser más eficientemente encarados desde una perspectiva nacional a nivel de contenidos y métodos (videos y material didáctico) –recogiendo también experiencias internacionales–, sin perjuicio de que la capacitación a nivel de la ejecución se haga a nivel local. Es imprescindible producir manuales simples de gestión de empresas agroturísticas en cuanto se refiere a animación, contabilidad, *housekeeping* y cocina. Estos manuales deben formar parte de un programa de capacitación en agroturismo.

## 20. Asistencia técnica.

Dado que, en general, los proyectos en agroturismo campesino se refieren a inversiones de reducido monto, que las transferencias tecnológicas requeridas son de diversa naturaleza y que éstas requieren de una formación y experiencia aplicada al caso específico del agroturismo, es

improbable encontrar personal experto calificado, si no es en una entidad especializada que, en el caso de ser privada, requerirá de subsidios, ya que no podría traspasar a sus usuarios el total de sus costos. En consecuencia, parece conveniente que INDAP se dote de un pequeño equipo de expertos, que puedan proporcionar asesoría a proyectos en cualquier parte del país, ya sea en el estudio de su factibilidad, su planificación y/o su realización.

## **21. Publicidad y promoción.**

Una publicidad y divulgación de información bien hechas y sistemáticas hacia los clientes actuales y potenciales son fundamentales para el éxito de las iniciativas de agroturismo ya que, por las características que le son propias, las actividades de turismo rural y, más aún de agroturismo, tienden a estar dispersas en el territorio y no a lo largo de los caminos más comunmente recorridos. Así se requiere de la edición de guías o folletos especiales para divulgar las actividades de turismo rural (alojamiento, actividades, fechas especiales, recursos naturales y culturales), condiciones bajo las cuales se desarrollan y el camino a seguir para llegar hasta ellas. Complementariamente, recomendamos la incorporación de esta información en guías existentes de amplia divulgación como el Turistel por ejemplo. Es necesario distribuir estos folletos en las agencias de viaje (internacionales, nacionales y locales), hoteles y hospedajes que tienen como clientes al tipo de turistas hacia los cuales se dirige la oferta o que podrían interesarse en este tipo de oferta y también en las oficinas de información turística a la entrada al país (aeropuertos, puestos fronterizos, terminales de autobuses), en las gasolineras, en los parques nacionales, así como en las distintas localidades mismas donde existe la posibilidad de participar en actividades agroturísticas. Hacer regularmente reportajes en la prensa escrita y televisiva también es importante. De hecho, en los últimos años, INDAP en particular ha hecho esfuerzos notables en esta línea, incluyendo la publicación de una guía del agroturismo chileno y el uso de Internet, el cual ya se ha constituido en un medio excelente de promoción de ventas de servicios agroturísticos campesinos.

## **22. Los servicios de las oficinas municipales de turismo.**

Las informaciones que entrega la oficina municipal de turismo debe referirse no sólo a la oferta de servicios agroturísticos o urbanos de restauración y alojamiento, sino también a los atractivos turísticos de la comuna, actividades culturales y deportivas programadas, entretenciones disponibles, medios de transporte, etc. Luego, con apoyo estatal y con parte de los recursos que el estado destina al fomento del turismo, actualmente fuertemente orientado a la promoción en el extranjero, las municipalidades debieran desarrollar una red de oficinas de informaciones turísticas interconectadas por medio de la computadora, a fin de facilitar el desarrollo de las actividades turísticas en beneficio de todos.

## **23. El pago por los servicios.**

Sentimos que había una cierta reticencia (mutua) en “monetizar” las transacciones (pago por alojamiento y comidas y, mucho más aún por los otros servicios). De hecho, nunca nos quedó claro si se esperaba o no que pagáramos algo (y cuanto) para el acompañamiento a la pesca, caminatas, cabalgatas, etc. Una mayor formalización de este tema en los folletos o con algún material escrito en las casas, sería útil para ambas partes.

## 24. Los jóvenes y el realismo.

Muchas de las esperanzas para el desarrollo del agroturismo y de recomendaciones para capacitación y formación vocacional en agroturismo y turismo rural están especialmente centrados en la juventud rural y, en particular, en los hijos de los agricultores familiares. Sin embargo, salvo excepciones, a nuestro juicio<sup>46</sup> para los jóvenes debe ser considerada más como una actividad interesante de verano, durante las vacaciones escolares, o una actividad complementaria a otra y no como una actividad principal ya que ni los ingresos generados, ni el tiempo empleado en ella, la hacen tal.

## 25. Las mujeres

Otra es la opinión respecto a las mujeres que pasan de ser ama de casa –más algunas actividades agropecuarias– a tomar la mayor parte del trabajo y de la gestión de las actividades agroturísticas que se realizan en su casa. En muchos de los casos, también han sido ellas que han instado a la familia a abrirse a la actividad y que han hecho los trámites necesarios para participar de ellas, incluyendo la participación activa en las asociaciones que se han formado.

## 26. La privacidad

Por último, quisieramos terminar con una reflexión respecto a la manera como se ha conceptualizado hasta el momento el agroturismo en Chile por parte de las entidades que han estado involucradas en su desarrollo. De cierta manera, han querido que el turista conozca y se integre de la manera más auténtica posible en la vivencia diaria de las familias campesinas. Y esto ha conllevado que su alojamiento se ha planificado muchas veces en la casa misma, por lo general en el área de dormitorios de la familia. Nuestro juicio, por la vivencia misma que tuvimos y por las opiniones recogidas sobre el tema con profesionales santiaguinos de distintas disciplinas –que, según los estudios hechos a la fecha, son el “grupo objetivo” más importante– esto representa una inconveniencia mayor que genera una sensación de falta de privacidad y libertad de movimientos que finalmente genera tensión en vez del relajamiento buscado en las vacaciones. Nuestro juicio es que el alojamiento de los turistas en cabañas o, alternativamente en una ala separada de la casa y manteniendo todas las demás cosas iguales (como el compartir las comidas y la sobremesa) –y de hecho fortaleciendo el ofrecimiento de observación o participación en las faenas agropecuarias, pesqueras o caseras– se obtendría un resultado similar de convivencia, mientras se evitaría algunas de las inconveniencias (también para la familia anfitriona) sin incurrir en costos muy superiores, ni desvirtuar la idea de fondo.

---

<sup>46</sup> Faiguenbaum (2001) llega a una conclusión similar



## Bibliografía

---

- Acuña, Marvin y Keynor Ruíz (1999): “Contribución del desarrollo turístico sobre el empleo rural no agrícola en Costa Rica”, mimeo, Centro Internacional de Política Económica para el Desarrollo Sostenible, Universidad Nacional, Costa Rica.
- Campanhola, Clayton y José Graziano da Silva (1999): *Tourism in the rural area as a new opportunity for small farmers*, Texto para discusión No 72, Instituto de Economía, Universidad Estatal de Campinas, Brasil.
- Faiguenbaum, Sergio (2001): “El programa de turismo rural de Indap. Un caso de empleo e ingresos rurales no agrícolas inducidos por políticas públicas.”, mimeo, versión de abril.
- Fundación para la Innovación Agraria (1999): *Agroturismo en Chile: situación y perspectivas*, Documento de Trabajo, mayo, Ministerio de Agricultura, Santiago, Chile.
- Foro de Desarrollo Productivo Región de La Araucanía (1998): “Análisis de limitantes para la competitividad turística, una visión territorial – Areas Nahuelbuta, precordillerana, Temuco centro, costera y lacustre”, mimeo.
- INDAP-X Región y Universidad Austral de Chile (1997): “Definición de lineamientos estratégicos de turismo rural para la décima región de Los Lagos”, mimeo, Valdivia, Chile
- Lin, Tun, Catherine Halbrendt, Chyi-lyi Liang, Nancy Wood (1999): "The impact of the tourism sector on the Vermont economy: the input-

- output analysis", mimeo, presentado en la conferencia anual de la Asociación de Economistas Agrícolas Americana (AAEA), Nashville, Estados Unidos, 8-11 de agosto 1999.
- Martínez Figueroa, Luís (1999): "El turismo rural: la tarea de INDAP", *Turismo rural - el llamado de la tierra*, 4to seminario internacional de turismo rural del Cono Sur, INDAP, Santiago.
- Ramos, Joseph (1998): *Una estrategia de desarrollo a partir de complejos productivos (clusters) en torno a los recursos naturales*, CEPAL, LC/R.1743/Rev.1, Santiago, Chile.
- Región de La Araucanía, Ministerio de Economía y Servicio Nacional de Turismo (1998): "Política regional de turismo – propuesta", Chile.
- Schaerer, Jorge (1966): "La Planificación del Desarrollo del Turismo en la Provincia de Osorno", Chile.
- Servicio Nacional de Turismo (1998): *Isla Grande de Chiloé – Agroturismo*, Santiago, Chile
- Ulloa Cortés, Manuel (1999): "Programa tentativo de la primera mesa de etnoturismo en Chile", mimeo, Ancud, Chile.
- Valdés, Sebastián y Roberto Alvarez (1999): "Análisis del cluster turismo en Chile", mimeo, CEPAL/Ministerio de Economía, Santiago, Chile

## **Anexos**

---



## Anexo I

### Lista de personas entrevistadas en la Región del Maule

Susan Canales, asesora  
Sergio Cerda, camping Valle Hermoso  
Angel Muñoz, crianza de chivos  
Orfilia Fuentes, horno de barro  
Abelardo González, camping Los Peumos  
María Hernández, kiosko campesino  
Victor Muñoz, cabalgatas turísticas  
Gerardo Navarrete, camping El Acampao  
Eufracia Urrutia, restaurante campesino  
Remigio Urbina, crianza de chivos  
Lucinda Vásquez, horno de barro  
Magali Escanilla, camping La Ribera de Ancoa  
María Cáceres, Camping El Peumo  
Claudio Valverde, cabaña  
Jorge Alarcón, camping Sol Azúl  
María Bravo, camping El Peñasco  
Ester Bustamante, kiosko campesino  
Mirta Castillo, almuerzos campestres  
Dionisio Cerda, camping El Refugio  
Sra De La Cerda, kiosko campesino  
Margarita Muñoz, casona de campo  
María Gonzalez, artesanía en crochet  
Petrona Vásquez, almuerzos campestres, cabalgatas  
Armando Zurita, camping El Boldo  
Carmen Zurita, almuerzos campestres, cabalgatas  
Raúl Fuentes, cabalgatas turísticas.

## **Anexo II**

### **Lista de personas entrevistadas en la Región de La Araucanía**

Cristián Celis, profesional de apoyo de la oficina de INDAP en Vilcún  
Roberto Murria, Jefe de Area, INDAP Loncoche  
María Cristina Brand, encargada de comunicaciones de INDAP IX Región  
Carlos Trecaman, Proyecto Rayen Co  
Elusita Cayunao, Proyecto Rayen Co

## Anexo III

### **Lista de personas entrevistadas en torno a la red de Agroturismo de Chiloé**

Ariela Bahamonde, Amador Villegas e hija, Pulelo, participantes de la Red de Agroturismo de Chiloé

Harry Dimpler, María Luísa Maldonado e hijos, San Antonio-Río Chepu, participantes de la Red de Agroturismo de Chiloé

María Gabriela Soto e hijos, Tenaún, participantes de la Red de Agroturismo de Chiloé

Oxiel Sanchez, Cucao, ex-participante de la Red de Agroturismo de Chiloé

Rafael Montaña, sindicato de pescadores de Tenaún, ofrece alojamiento en su casa, no participa de la Red de Agroturismo de Chiloé

Javier de la Calle, Director General, Fundación con Todos, Ancud

Luís Enrique Villalobos, Seremi Agricultura X Región

Antonio Gallardo, Prorural X Región

Ignacio Molinas, Prorural X Región

Santiago Mejías, Fosis X Región

Freddy Cornejo, Dirección Regional Sercotec X Región

Ricardo Salinas, INDAP X Región

Jaime Andrade, Sernatur X Región

## **Anexo IV**

### **Lista de personas entrevistadas en Santiago**

Maritza Andrade, FOSIS  
Francine Brossard, FIA  
Pedro Escandón, Sernatur  
Paul Landon, Tierradentro  
Luís Martínez, INDAP

y

Fabiola González, Etnoturismo, Arica



NACIONES UNIDAS



Serie

desarrollo productivo

## Números publicados

- 50 El impacto de las transnacionales en la reestructuración industrial en México. Examen de las industrias de autopartes y del televisor, Jorge Carrillo, Michael Mortimore y Jorge Alonso Estrada, Red de inversiones y estrategias empresariales, (LC/G.1994), 1998. [www](#)
- 51 Perú: un CANálisis de su competitividad internacional, José Luis Bonifaz y Michael Mortimore, Red de inversiones y estrategias empresariales, (LC/G.2028), 1998. [www](#)
- 52 National Agricultural Research Systems in Latin America and the Caribbean: Changes and Challenges, César Morales, Agricultural and Rural Development, (LC/G.2035), 1998. [www](#)
- 53 La introducción de mecanismos de mercado en la investigación agropecuaria y su financiamiento: cambios y transformaciones recientes, César Morales, Red de desarrollo agropecuario, (LC/L.1181 y Corr.1) 1999. [www](#)
- 54 Procesos de subcontratación y cambios en la calificación de los trabajadores, Anselmo García, Leonard Mertens y Roberto Wilde, Red de reestructuración y competitividad, (LC/L.1182-P) N° de venta: S.99.II.G.23 (US\$10.00), 1999. [www](#)
- 55 La subcontratación como proceso de aprendizaje: el caso de la electrónica en Jalisco (México) en la década de los noventa, Enrique Dussel, Red de reestructuración y competitividad, (LC/L.1183-P) N° de venta: S.99.II-G.16 (US\$ 10.00), 1999. [www](#)
- 56 Social dimensions of economic development and productivity: inequality and social performance, Beverley Carlson, Restructuring and Competitiveness Network, (LC/L.1184-P) Sales N°: E.99.II.G.18, (US\$10.00), 1999. [www](#)
- 57 Impactos diferenciados de las reformas sobre el agro mexicano: productos, regiones y agentes, Salomón Salcedo Red de desarrollo agropecuario, (LC/L.1193-P) N° de venta: S.99.II.G.19 (US\$10.00), 1999. [www](#)
- 58 Colombia: Un CANálisis de su competitividad internacional, José Luis Bonifaz y Michael Mortimore, Red de inversiones y estrategias empresariales, (LC/L.1229-P) N° de venta S.99.II.G.26 (US\$10.00), 1999.
- 59 Grupos financieros españoles en América Latina: Una estrategia audaz en un difícil y cambiante entorno europeo, Alvaro Calderón y Ramón Casilda, Red de inversiones y estrategias empresariales, (LC/L.1244-P) N° de venta S.99.II.G.27 (US\$10.00), 1999. [www](#)
- 60 Derechos de propiedad y pueblos indígenas en Chile, Bernardo Muñoz, Red de desarrollo agropecuario, (LC/L.1257-P) N° de venta: S.99.II.G.31 (US\$10.00), 1999. [www](#)
- 61 Los mercados de tierras rurales en Bolivia, Jorge A. Muñoz, Red de desarrollo agropecuario, (LC/L.1258-P) N° de venta S.99.II.G.32 (US\$10.00), 1999. [www](#)
- 62 México: Un CANálisis de su competitividad internacional, Michael Mortimore, Rudolph Buitelaar y José Luis Bonifaz, Red de inversiones y estrategias empresariales (LC/L.1268-P) N° de venta S.00.II.G.32 (US\$10.00), 2000. [www](#)
- 63 El mercado de tierras rurales en el Perú, Volumen I: Análisis institucional, Eduardo Zegarra Méndez, Red de desarrollo agropecuario, (LC/L.1278-P) N° de venta: S.99.II.G.51 (US\$10.00), 1999 [www](#) y Volumen II: Análisis económico Eduardo Zegarra Méndez, Red de desarrollo agropecuario, (LC/L.1278/Add.1-P) N° de venta: S.99.II.G.52 (US\$10.00), 1999. [www](#)
- 64 Achieving Educational Quality: What Schools Teach Us, Beverley A. Carlson, Restructuring and Competitiveness Network, (LC/L.1279-P) Sales N° E.99.II.G.60 (US\$10.00), 2000. [www](#)
- 65 Cambios en la estructura y comportamiento del aparato productivo latinoamericano en los años 1990: después del “Consenso de Washington”, ¿Qué?, Jorge Katz, Red de reestructuración y competitividad, LC/L.1280-P) N° de venta S.99.II.G.61 (US\$10.00), 1999. [www](#)
- 66 El mercado de tierras en dos provincia de Argentina: La Rioja y Salta, Jürgen Popp y María Antonieta Gasperini, Red de desarrollo agropecuario, (LC/L.1300-P) N° de venta S.00.II.G.11 (US\$10.00), 1999. [www](#)
- 67 Las aglomeraciones productivas alrededor de la minería: el caso de la Minera Yanacocha S.A., Juana R. Kuramoto Red de reestructuración y competitividad, (LC/L1312-P) N° de venta S.00.II.G.12 (US\$10.00), 2000. [www](#)

- 68 La política agrícola en Chile: lecciones de tres décadas, Belfor Portilla R., Red de desarrollo agropecuario (LC/L.1315-P) N° de venta S.00.II.G.6 (US\$10.00), 2000. [www](#)
- 69 The Current Situation of Small and Medium-Sized Industrial Enterprises in Trinidad & Tobago, Barbados and St.Lucia, Michael Harris, Restructuring and Competitiveness Network, (LC/L.1316-P) Sales N° E.00.II.G.85 (US\$10.00), 2000.
- 70 Una estrategia de desarrollo basada en recursos naturales: Análisis *cluster* del complejo de cobre de la Southern Perú, Jorge Torres-Zorrilla, Red de reestructuración y competitividad, (LC/L.1317-P) N° de venta S.00.II.G.13 (US\$10.00), 2000. [www](#)
- 71 La competitividad de la industria petrolera venezolana, Benito Sánchez, César Baena y Paul Esqueda, Red de reestructuración y competitividad, (LC/L.1319-P) N° de venta S.00.II.G.60 (US\$10.00), 2000.
- 72 Trayectorias tecnológicas en empresas maquiladoras asiáticas y americanas en México, Jorge Alonso, Jorge Carrillo y Oscar Contreras, Red de reestructuración y competitividad, (LC/L.1323-P) N° de venta S.00.II.G.61 (US\$10.00), 2000.
- 73 El estudio de mercado de tierras en Guatemala, Jaime Arturo Carrera, Red de desarrollo agropecuario, (LC/1325-P) N° de venta S.00.II.G.24 (US\$10.00), 2000. [www](#)
- 74 Pavimentando el otro sendero: tierras rurales, el mercado y el Estado en América Latina, Frank Vogelgesang, Red de desarrollo agropecuario, (LC/L1341-P) N° de venta S.00.II.G.19 (US\$10.00), 2000. [www](#)
- 75 Pasado y presente del comportamiento tecnológico de América Latina, Jorge Katz, Red de reestructuración y competitividad (LC/L.1342-P) N° de venta S.00.II.G.45 (US\$10.000), 2000. [www](#)
- 76 El mercado de tierras rurales en la República Dominicana,, Angela Tejada y Soraya Peralta, Red de desarrollo agropecuario (LC/L.1363-P) N° de venta S.00.II.G.53 (US\$10.00), 2000. [www](#)
- 77 El mercado de tierras agrícolas en Paraguay, José Molinas Vega, Red de desarrollo agropecuario, (LC/L.1367-P) N° de venta S.00.II.G.145 (US\$10.00), 2000.
- 78 Pequeñas y medianas empresas industriales en Chile, Cecilia Alarcón y Giovanni Stumpo, Red de reestructuración y competitividad, (LC/L.1368-P) N° de venta S.00.II.G.72 (US\$10.00), 2000. [www](#)
- 79 El proceso hidrometalúrgico de lixiviación en pilas y el desarrollo de la minería cuprífera en Chile, Jorge Beckel, Red de reestructuración y competitividad, (LC/L.1371-P) N° de venta S.00.II.G.50 (US\$10.00), 2000. [www](#)
- 80 La inversión extranjera en México, Enrique Dussel Peters, Red de inversiones y estrategias empresariales, (LC/L.1414-P) N° de venta S.00.II.G.104 (US\$10.00), 2000.
- 81 Two decades of adjustment and agricultural development in Latin America and the Caribbean, Max Spoor Agricultural and Rural Development, (LC/L.1380-P) Sales N° E.00.II.G.54 (US\$10.00), 2000. [www](#)
- 82 Costa Rica: Sistema Nacional de Innovación, Rudolph Buitelaar, Ramón Padilla y Ruth Urrutia-Alvarez, Red de reestructuración y competitividad, (LC/L.1404-P) N° de venta S.00.II.G.71 (US\$10.00), 2000. [www](#)
- 83 La formación de un cluster en torno al turismo de naturaleza sustentable en Bonito, MS, Brasil, Red de desarrollo agropecuario (LC/L.1633-P) N° de venta S.01.II.G. (US\$10.00), 2001.
- 84 The transformation of the American Apparel Industry: Is NAFTA a curse or blessing, Gary Gereffi, Investment and Corporate Strategies, (LC/L.1420-P) Sales N° S.00.II.G.103, (US\$10.00), 2000.
- 85 Perspectivas y restricciones al desarrollo sustentable de la producción forestal en América Latina, Maria Beatriz de Albuquerque David, Violette Brustlein y Philippe Waniez, Red de desarrollo agropecuario, (LC/L.1406-P) N° de venta S.00.II.G.73 (US\$10.00), 2000.
- 86 Mejores prácticas en políticas y programas de desarrollo rural: implicancias para el caso chileno, Maximiliano Cox, Red de desarrollo agropecuario, (LC/L.1509-P) N° de venta S.00.II.G.47) (US\$10.00), 2000
- 87 Towards a theory of the small firm: theoretical aspects and some policy implications, Marco R. Di Tommaso y Sabrina Dubbini, Restructuring and Competitiveness Network, (LC/L.1415-P) Sales N° E.00.II.G.86 (US\$10.00), 2000. [www](#)
- 88 Desempeño de las exportaciones, modernización tecnológica y estrategias en materia de inversiones extranjeras directas en las economías de reciente industrialización de Asia. Con especial referencia a Singapur Sanjaya Lall, Red de inversiones y estrategias empresariales, (LC/L.1421-P) N° de venta S.00.II.G.108 (US\$10.00), 2000.
- 89 Mujeres en la estadística: la profesión habla, Beverly Carlson, Red de reestructuración y competitividad, (LC/L.1436-P) N° de venta S.00.II.G.116 (US\$10.00), 2000.
- 90 Impacto de las políticas de ajuste estructural en el sector agropecuario y agroindustrial: el caso de Argentina, Red de desarrollo agropecuario, G. Ghezán, M. Materos y J. Elverdin, (LC/L.1618-P). N° de venta S.01.II.G.158 (US\$10.00), 2001.
- 91 Comportamento do mercado de terras no Brasil, Red de desarrollo agropecuario, G. Leite da Silva, C. Afonso, C. Moitinho (LC/L.1484-P) N° de venta S.01.II.G.16 (US\$10.00), 2000.
- 92 Estudio de caso: o mercado de terras rurais na regio da zona da mata de Pernambuco, Brasil, M. dos Santos Rodrigues y P. de Andrade Rollo, Volumen I, Red de desarrollo agropecuario, (LC/L.1447-P) N° de venta S.00.II.G.127 (US\$10.00), 2000 [www](#) y Volumen II, M. dos Santos Rodrigues y P. de Andrade Rollo, Red de desarrollo agropecuario (LC/L.1447/Add.1-P) N° de venta S.00.II.G.128 (US\$10.00), 2000. [www](#)

- 93 La participación de pequeños productores en el mercado de tierras rurales en El Salvador, H. Ever, S. Melgar, M.A. Batres y M. Soto, Red de desarrollo agropecuario, (LC/L.1448-P) N° de venta S.00.II.G.129 (US\$10.00), 2000. [www](#)
- 94 El impacto de las reformas estructurales en la agricultura colombiana, Santiago Perry, Red de desarrollo agropecuario, (LC/L.1449-P) N° de venta S.00.II.G.130 (US\$10.00), 2000. [www](#)
- 95 Costa Rica: el nuevo marco regulatorio y el sector agrícola, Luis Fernando Fernández Alvarado y Evelio Granados Carvajal, Red de desarrollo agropecuario (LC/L.1453-P) N° de venta S.00.II.G.133 (US\$10.00), 2000. [www](#)
- 96 Cuero, calzado y afines en Chile, László Kassai, Red de reestructuración y competitividad (LC/L. 1463-P) N° de venta S.00.II.G.143 (US\$10.00) 2000. [www](#)
- 97 La pobreza rural una preocupación permanente en el pensamiento de la CEPAL, Pedro Tejo, Red de desarrollo agropecuario, (LC/L.1454-P) N° de venta S.00.II.G.134 (US\$10.00), 2000. [www](#)
- 98 Incidencia de las reformas estructurales sobre la agricultura boliviana, Fernando Crespo Valdivia, Red de desarrollo agropecuario, (LC/L.1455-P) N° de venta S.00.II.G.135 (US\$10.00), 2000. [www](#)
- 99 Mudanças estruturais na agricultura brasileira: 1980-1998 boliviana, Guilherme Leite da Silva Dias y Cicely Moitinho Amaral, Red de desarrollo agropecuario, (LC/L.1485-P) N° de venta S.01.II.G.17 (US\$10.00), 2001. [www](#)
- 100 From Industrial Economics to Digital Economics: An Introduction to the Transition, Martin R.Hilbert, Restructuring and Competitiveness Network Sales, (LC/L.1497-P) Sales N° E.01.II.G.38 (US\$ 10.00) [www](#)
- 101 Las nuevas fronteras tecnológicas: promesas, desafíos y amenazas de transgénicos, César Morales, Red de desarrollo agropecuario, (LC/L. 1590-P) N° de venta S.01.II.G.132 (US\$ 10.00) 2001.
- 102 El mercado vitivinícola mundial y el flujo de inversión extranjera a Chile, Sebastian Vergara, Red de reestructuración y competitividad, (LC/L. 1589-P) N° de venta S.01.II.G.133 (US\$ 10.00) 2001. [www](#)
- 103 Regímenes competitivos sectoriales, productividad y competitividad internacional, Red de reestructuración y competitividad Jorge Katz y Giovanni Stumpo (LC/L.1578-P) N° de venta S.01.II.G.120 (US\$10.00), 2001. [www](#)
- 104 Latin America on its Path into the Digital Age: Where Are We?, Martin R.Hilbert, Restructuring and Competitiveness Network, (LC/L 1555-P) Sales N° E.01.II.G.100 (US\$ 10.000), 2001. [www](#)
- 105 Estrategia de desarrollo de clusters basados en recursos naturales: el caso de la bauxita en el norte de Brasil, Jorge Chamí Batista, Red de reestructuración y competitividad, (LC/L.1570-P) N° de venta S.01.II.G.113 (US\$ 10.00) 2001. [www](#)
- 106 Construcción de ambientes favorables para el desarrollo de competencias laborales: tres estudios sectoriales, Red de reestructuración y competitividad, Mónica Casalet, (LC/L.1573-P) N° de venta S.01.II.G.116 (US\$ 10.00), 2001. [www](#)
- 107 La competitividad internacional y el desarrollo nacional: implicancias para la política de IED en América Latina. Michael Mortimore, Sebastián Vergara, Jorge Katz, Red de reestructuración y competitividad, (LC/L.1586-P) N° de venta S.01.II.G.130 (US\$ 10.00), 2001.
- 108 América Latina en el proceso de internacionalización de las empresas finlandesas, Kent Wilska, Ville Tourunen, Red de reestructuración y competitividad, (LC/L. 1599-P) N° de venta S.01.II.G.140 (US\$ 10.00), 2001.
- 109 Colombia: Alcances y Lecciones de su experiencia en Reforma Agraria,, Alvaro Balcazar, Nelson López, Martha Lucía Orozco y Margarita Vega, Red de desarrollo agropecuario (LC/L.1602-P), N° de venta S.01.II.G.142 (US\$ 10.00), 2001
- 110 El mercado de tierras en México, Roberto Escalante, Red de desarrollo agropecuario (LC/L.1604-P), N° de venta S.01.II.G.144 (US\$ 10.00), 2001
- 111 Fusiones y adquisiciones transfronterizas en México durante los años noventa, Celso Garrido, Red de reestructuración y competitividad (LC/L.1622-P), N° de venta S.01.II.G.161 (US\$ 10.00), 2001.
- 112 El turismo rural en Chile. Experiencias de agroturismo en las Regiones del Maule, La Araucanía y Los Lagos, Jorge Schaerer y Martine Dirven, Red de reestructuración y competitividad (LC/L 1621-P), N° de venta S.01.II G.160 (US\$ 10.00), 2001

- El lector interesado en números anteriores de esta serie puede solicitarlos dirigiendo su correspondencia a la Unidad de Inversiones y Estrategias Empresariales de la División de Desarrollo Productivo, CEPAL, Casilla 179-D, Santiago, Chile. No todos los títulos están disponibles.
- Los títulos a la venta deben ser solicitados a la Unidad de Distribución, CEPAL, Casilla 179-D, Santiago, Chile, Fax (562) 210 2069, [publications@eclac.cl](mailto:publications@eclac.cl).

 Disponible también en Internet: <http://www.eclac.cl>

Nombre: .....
Actividad: .....
Dirección: .....
Código postal, ciudad, país: .....
Tel.: ..... Fax: ..... E.mail: .....