



# Turismo

## **Conceptos Generales:**

El turismo a través del tiempo ha demostrado ser una actividad de gran impacto a nivel social, cultural y económico para todos los actores involucrados en su planificación y ejecución. Es un factor de desarrollo que genera empleos, aporta divisas y destina inversión pública y privada, además de tener un efecto directo sobre la descentralización de un país y en el cuidado del medio ambiente. Asimismo, tiene un rol importante en la generación y difusión de cultura, al proveer a las comunidades de un sentido de identidad y pertenencia que las consolida y fortalece, característica que muy pocas actividades productivas poseen.

Si bien, existen definiciones que explican los alcances que esta actividad posee, para comprender su dinámica y funcionamiento debemos comprender los dos elementos que lo componen, y que mediante su interacción generan la actividad turística.

**[A] Demanda Turística.** La cual comprende el total de personas que viaja o desea viajar para usar instalaciones y servicios turísticos ubicados en lugares distintos al de residencia y trabajo de los usuarios. *(Leiva, 1997, 25)*

**[B] Oferta Turística.** Corresponde al conjunto integrado por tres componentes básicos: atractivos turísticos, planta turística e infraestructura. Estos pueden ser puestos en el mercado mediante procesos de gestión, desarrollados por empresarios turísticos, por municipalidades y otros actores. *(Leiva, 1997, 25)*

Si bien la definición de ambos conceptos se ha mantenido en el tiempo, las características y motivaciones para éstas son las que han cambiado y evolucionado a medida que los usuarios se han diversificado. Esto ha tenido como consecuencia directa una modificación y ampliación importante de la actividad turística, expandiendo considerablemente su área de influencia y por lo tanto consolidando su potencial como actividad productiva notable.

## ***Evolución en el tiempo:***

Si bien, en sus comienzos el turismo era una actividad dedicada exclusivamente a las clases altas, hoy en día se ha establecido con fuerza en la clase media, gracias al aumento de las opciones de financiamiento y mejoras importantes en las condiciones de accesibilidad de los centros turísticos. La cultura del ocio se ha instaurado en la vida moderna, siendo considerado ya no sólo como un privilegio de pocos, sino que como una necesidad de todos.

Esto no solo ha acrecentado la cantidad de personas que realizan esta actividad en la temporada estival, sino que también ha generado un nuevo tipo de turismo de mediados de año o fin de semana, los cuales debido a su menor duración se han centrado en destinos nacionales, cercanos a las grandes urbes.

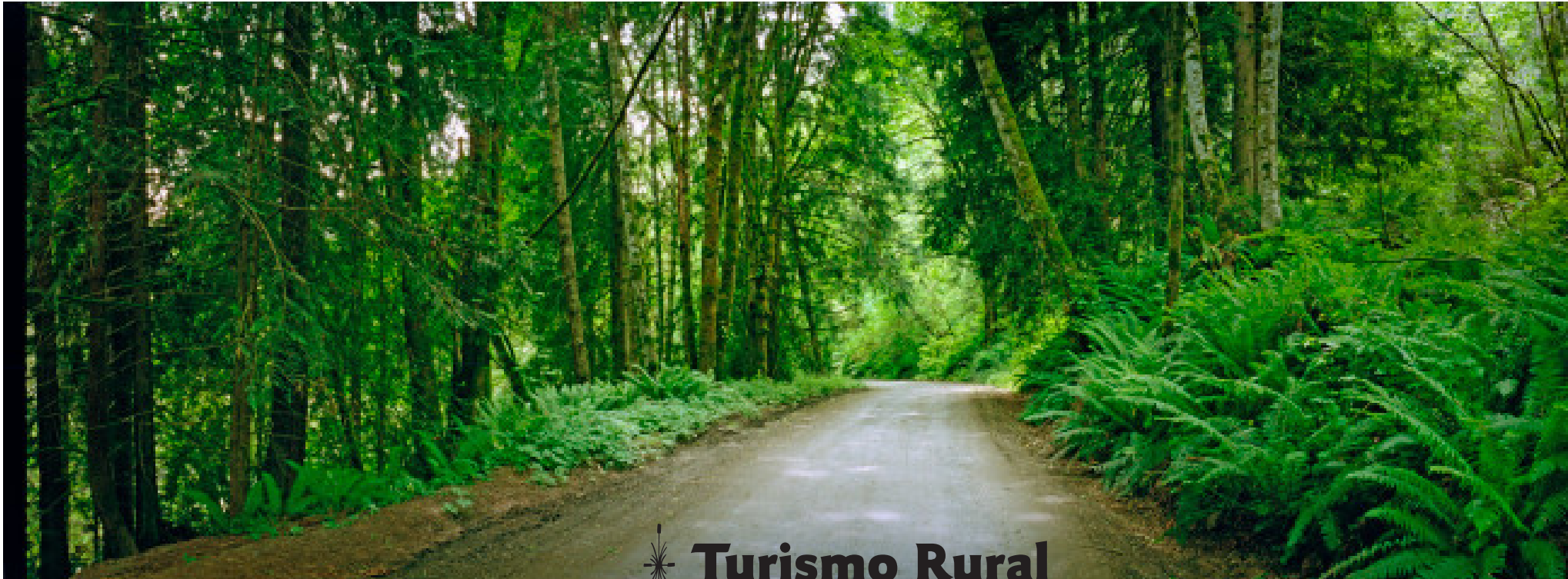
Es así como, al democratizarse el usuario y aumentar en número, la oferta también ha debido sufrir cambios, diversificándose y ofreciendo distintas alternativas que respondan a las necesidades de estos nuevos tipos de turistas, y que se practiquen de una manera mas cuidadosa con el medio social y natural donde se desarrollan, evitando los errores del pasado cometidos en el turismo de sol y playa (que depredo recursos y modifíco los lugares donde se practicaba en pos de satisfacer las necesidades del visitante).

Producto de esta transformación, y en respuesta a la homogeneización de algunos lugares en donde prevalecen los referentes universales por sobre los particulares, (consecuencia directa de la explosión de las comunicaciones que se experimentó en la década pasada y que aun esta en desarrollo) la atención se centró cada vez con mas fuerza en el rescate y puesta en valor de los elementos naturales y manifestaciones culturales propias de una región, preservando así la identidad del lugar.





Comienza así a desarrollarse un tipo de turismo, en donde el visitante no sólo busca descansar y disfrutar del paisaje, sino que también aprender e interiorizarse de las tradiciones y cultura del lugar que recorre, además de estar en contacto con la naturaleza. Es un turismo asociado frecuentemente con el espacio rural, sustentable, en donde sus acciones están integradas al entorno, junto con la población local y buscando una explotación duradera, evitando un modelo de máxima rentabilidad en el tiempo y en el espacio, propio de la especulación, que tan común ha sido en el turismo convencional.



## Turismo Rural

¿Como definir o agrupar estos “*nuevos*” tipos de turismo en una categoría que permita su estudio y definición?. Miguel del Reguero identifica 7 nuevos productos turísticos en el mercado que tienen como elemento en común llevarse a cabo en el espacio rural.

**1.- Turismo Verde:** Turismo que tiene como objetivo principal conocer espacios naturales poco o nada humanizados.

**2.- Ecoturismo o Turismo Ecológico:** Turismo interesado en visitar espacios naturales protegidos (Parques naturales, parques nacionales, reservas...) y conocer la flora y fauna de los países o provincias visitadas.

**3.- Agroturismo:** Es el conjunto de actividades organizadas específicamente por agricultores (pequeños y medianos) en complemento de su actividad principal, a las cuales se invita a participar a los turistas y que constituyen servicios por los cuales se cobra. Muchas veces confundido con turismo rural.

**4.- Turismo deportivo y de aventura:** Turismo que tiene como objetivo prioritario la practica de algún deporte al aire libre y quizás con cierta dosis de riesgo.

**5.- Turismo cultural:** Turismo común tanto al espacio rural como al urbano, y se basa en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona.

**6.- Turismo alternativo y blando:** Turismo de bajo impacto ambiental, nace como definición por el enfrentamiento con el turismo de masas convencional, duro y de medio-alto impacto ambiental. Es un turismo consciente y responsable, que observa un gran respeto por las características del país anfitrión y por la idiosincrasia de su población. Este tipo de turismo incorpora una nueva ética de turismo y del turista, la sensibilidad hacia la naturaleza, la cultura y las formas de vida de las poblaciones receptoras. *El turismo blando significa descanso y beneficio optimo para la población visitante y la población visitada.*

**7.- Turismo rural:** El turismo rural comparte definiciones con todos estos tipos de turismo, y lo que es mas importante, los engloba como modalidades que no se excluyen sino que se complementan, de tal forma que el turismo en el espacio rural es la suma de los turismos anteriormente descritos.

El INDAP define entonces al turismo rural como *“La actividad turística que se realiza en un lugar rural, incluyendo las áreas naturales. Tiene como característica integrar a toda la familia campesina resguardando sus costumbres y tradiciones. Generando nuevas alternativas de negocio a través de la cuales las familias campesinas puedan complementar y/o diversificar sus ingresos.”*

### **Objetivos Estratégicos:**

Una vez obtenida una definición un poco mas acotada del término “turismo rural”, es posible definir los objetivos o características básicas de éste, que orienten su planificación y aseguren de alguna manera su buena puesta en práctica. Venacio Bote en su libro “Turismo en Espacio Rural” plantea los siguientes:

- 1.-** *Compatibilizar en el modelo de desarrollo la conservación del territorio y de los ecosistemas y su explotación turística.*
- 2.-** *Buscar un modelo de equipamientos y servicios a pequeña escala y difuso en el territorio, es decir, no concentrado en un solo y gigantesco polo de desarrollo. Esta oferta tendrá que estar muy bien coordinada tanto a nivel local como comercial y de gestión.*





**3.-** Proponer actividades complementarias en contacto con la naturaleza y al aire libre. Fomentando también las actividades de animación socio-cultural, que darán lugar a un fructífero diálogo entre la población local y la visitante.

**4.-** Se pretende que sea una inyección de dinero a las frágiles economías rurales, sin caer por ello en la tentación de que el turismo, como monocultivo, sea la salvación de esas economías agrarias. Se entiende, por el contrario, como una complementariedad de rentas o una diversificación de sus actividades.

**5.-** Se buscara o dará prioridad a los productos de calidad antes que a la cantidad, sin querer decir que sea caro, para minorías selectas.

**6.-** Por la fragilidad del medio humano y ecológico sobre el que se desarrolla debe ser un turismo prioritariamente planificado, para evitar que sus beneficios económicos no supongan altos costos humanos y ambientales (erosión, pérdida de biodiversidad, polución, alteración de tradiciones locales, etc.)

**7.-** Incorporar a sus equipamientos las arquitecturas tradicionales del lugar. Rehabilitar edificios antes que construir nuevos, y en este último supuesto adaptar los materiales, colores o formas a los tradicionales, sin por ello dejar de ser funcionales.



## **Planificación:**

La planificación turística del turismo en el espacio rural supone una metodología común a la de la planificación de cualquier modelo turístico, con la salvedad importantísima de que evalúa los impactos ambientales y sociales de los proyectos turísticos, a fin de conseguir que los productos turísticos finalmente elaborados se adecuen a la filosofía de un turismo duradero, que explote los recursos sin degradarlos. Miguel del Reguero propone la realización de un estudio de campo, que tiene como objetivo inventariar los recursos básicos turísticos de los que dispone un lugar, divididos entre:

- 1.- Recursos naturales**
- 2.- Recursos histórico-artísticos.**
- 3.- Recursos culturales (antropológicos)**
- 4.- Equipamientos turísticos**
- 5.- Infraestructuras y servicios.**

Desglosando estos 5 tipos de recursos, podemos llegar a estudiar, por ejemplo:

### **1.- Naturales:**

- Ríos
- Piscinas Naturales
- Caídas de aguas
- Aguas termales
- Cuevas
- Masas arbóreas
- Fauna
- Flora
- Comunicaciones
- Pistas Forestales

- Senderos
- Vías Pecuarias

## **2.- Histórico-artístico:**

- Arquitectura Local
- Arqueología
- Museos
- Monumentos
- Documentación Histórica

## **3.- Culturales**

- Fiestas Locales
- Artesanía
- Gastronomía
- Leyendas
- Instrumentos musicales tradicionales
- Utensilios (agrícola, domestico, ganadero)
- Documentación grafica (fotos, grabados)
- Juegos y deportes autóctonos

## **4.- Equipamiento Turístico**

- Hospedaje
  - Localización
  - Tipos de establecimientos
    - Hoteles
    - Hostales
    - Residenciales
    - Pensiones
    - Moteles
    - Departamentos
    - Albergues juveniles y de montaña
    - Paradores
    - Casas de Huéspedes

- Hosterías
- Granjas Escuelas
- Camping
- *Aspectos o características*
  - Categoría
  - Capacidad
  - Mano de obra
  - Periodos de ocupación
  - Precios
- Alimentación
  - *Localización*
  - *Tipos*
    - Restaurantes
    - Cafetería
    - Bares
    - Casas de comidas
    - Ventas
    - Autoservicios
    - Bodegas

### **5.- Infraestructura**

- Gasolineras
- Talleres mecánicos
- Bancos
- Librerías
- Comercios
- Farmacias
- Hospitales
- Bibliotecas
- Teatros
- Centros culturales
- Discotecas
- Piscinas, etc...



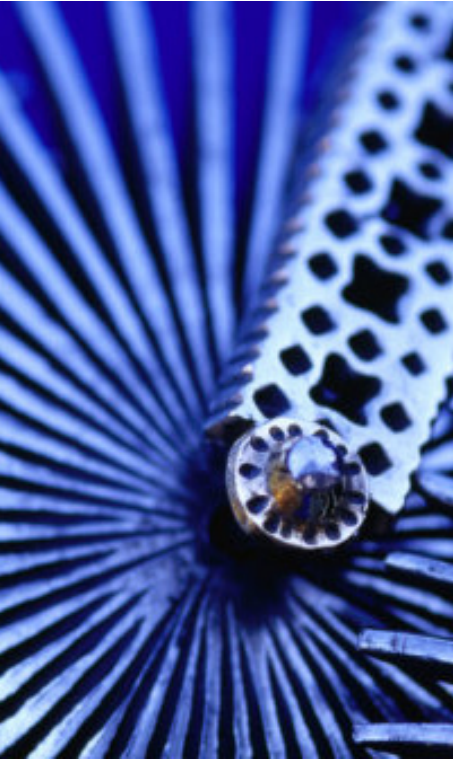


## **Turismo en la VI Región**

21

La actividad en la region de O'Higgins ha tenido un crecimiento sostenido durante los ultimos años, del orden del 10% anual, recibiendo en promedio 106.000 turistas por año (distribuidos en 30% Colchagua, 40% Cachapoal y 30% Cardenal Caro), de los cuales el 10% corresponde a visitantes extranjeros, quienes en un 60% visitan el valle de Colchagua.

Si bien, el tipo de turismo desarrollado en la region es variado (playa, montaña, nieve, campo) el area que ha mostrado un mayor desarrollo y proyeccion tanto nacional como internacional es, sin lugar a dudas el turismo rural.



**Estas cifras solo vienen a confirmar la tendencia antes expuesta, posicionando al Valle Central como el gran destino del turismo rural en Chile.**

Esta característica ha sido reconocida por las instituciones relacionadas con el tema hace ya bastante tiempo, diseñando políticas y destinando recursos para fomentar iniciativas que apunten a la consolidación de esta cualidad.

Según el “Plan Maestro de Turismo para la Sexta Región” elaborado por la Universidad Católica, “...el Área Turística del Valle Central Sur es quizás la zona de mayor relevancia en la conformación de la identidad regional misma. La zona colchagüina, ha sido por tradición denominada zona huasa en el país, sin quitarle el mérito a otras zonas similares. Esta área, concentra el folclore nacional, la tradición ligada al campo chileno; la artesanía del huaso; y pueblos de tradición y patrimonio arquitectónico. Debiera constituirse en un área del patrimonio nacional confirmando su fuerte identidad nacional.”

Con este mismo espíritu, el Servicio Nacional de Turismo elaboró en Noviembre del año 2000 una “Política Regional de Turismo Región de O’Higgins”, documento en el cual se define la misión estratégica e imagen objetivo para la región. Según este plan, los principios que darían sentido a las acciones estratégicas para desarrollar el turismo en la región son los siguientes:

**I.- Contribuir a la integración regional. La actividad turística a diferencia del resto de las actividades productivas, se dispersa en el espacio, permitiendo un desarrollo territorial más equilibrado, contribuyendo a la disminución de la desarticulación regional.**

**2.-** Contribuir a la identidad regional. Esta misión deriva de una realidad que el turismo potencia y que tiene que ver con la tradición, el folclore, el patrimonio arquitectónico, sitios históricos, monumentos históricos, artesanía, etc.

**3.-** Contribuir a la producción regional. El turismo es una actividad característicamente exportadora y por tanto tiene una capacidad para multiplicar los efectos endógenamente.

El desarrollo turístico debe compatibilizarse con otras actividades productivas, dando lugar a un desarrollo productivo regional, generando encadenamientos relevantes con el resto de la economía.

Teniendo como objetivos estratégicos y líneas de acción a seguir, lo siguiente:

**[A] Mejoramiento integral de la oferta turística regional**

1.- Mejorar la oferta existente.

- Identificando los problemas básicos en el desarrollo del turismo en la región y definiendo acciones para su solución.

- Fomentando la asociatividad empresarial

- Fomentando el rol que la educación tiene en la sensibilización y la generación de conciencia e identidad turística en la comunidad regional y en cada uno de los actores (población regional, sector público y privado).

- Disponiendo de información, indicadores y estudios necesarios para planificar, evaluar y orientar acciones de intervención para la puesta en valor y posterior explotación de recursos potenciales.





## *2.- Ampliar la oferta regional*

- Orientando acciones para la ampliación de la oferta turística regional.*
- Promoviendo la oferta en sintonía con la imagen*
- Impulsando el crecimiento y diversificación de la actividad turística, en un marco de sustentabilidad y conservación del medio ambiente*

### **[B] Promoción y comercialización turística regional.**

- 1.- Fortalecer la imagen regional del destino turístico*
- 2.- Promover el incremento de la demanda y la desestacionalización de la misma, para que la actividad turística en la región sea permanente y estable.*

### **[C] Desarrollo institucional y político.**

- 1.- Fortalecimiento del sector privado y sus vinculaciones.*
- 2.- Fortalecimiento de las instancias de coordinación pública*
- 3.- Contribuir con el desarrollo socioeconómico comunal, otorgando a los municipios un rol protagónico en el desarrollo turístico regional.*
- 4.- Fortalecer la institucionalidad pública regional encargada del sector turismo.*



Iniciativas como La Ruta del Vino, el Tren del Vino, el Museo de Colchagua, Fiestas de la Vendimia, etc, son resultados de esta planificación (o han sido apoyadas por esta con fondos para su mantención y desarrollo) respondiendo así a este crecimiento sostenido de la actividad turística rural. Es mas, durante el año 2007 se ejecutaron 10 proyectos relacionados con la mejora del equipamiento hotelero de calidad en la zona.

### ***Espacio rural: soporte o escenario?***

Estas iniciativas, sin embargo, se alimentan de una red creada por y para ellas, orientada a la recreación de costumbres –que sin duda las pone en valor- pero con un tono ficticio, comercial y sin un real impacto en la comunidad. Al visitante se le ofrece una maqueta del mundo rural, en el cual las actividades a realizar están planificadas en torno a él y su itinerario, lo que genera una inevitable estacionalidad (característica común a la gran mayoría de las actividades productivas relacionadas con el turismo) obstaculizando la creación de vínculos reales entre la comunidad y sus revaloradas costumbres.

Esto resulta contradictorio, ya que el objetivo principal del Turismo Rural es justamente fomentar la conservación de costumbres y manifestaciones culturales, para así devolverlas a sus exponentes, pero finalmente lo que se ha creado son escenografías estilizadas según los requerimientos del turista. Las iniciativas no tienen un proyecto a largo plazo que permita que esta reincorporación se haga de manera progresiva y constante, reestructurando los órdenes antiguos para acoger la modernidad.



***¿Cómo se ofrece entonces, cultura, tradiciones y turismo desde un punto de vista actual, pero rescatando los valores tradicionales y la identidad de un lugar?***

Se ha señalado en muchas ocasiones que la real importancia del patrimonio cultural yace justamente en lo intangible, en las relaciones humanas, en lo que da vida y caracteriza un lugar. Si bien, es importante que el patrimonio arquitectónico sea conservado y puesto en valor como parte trascendental de este Patrimonio Cultural, éste sólo adquiere su real importancia cuando es entendido bajo un contexto cultural y social, que pasa a ser tan importante como el edificio que acoge estas actividades. Se crea así una conexión emocional entre el edificio y la comunidad, se le devuelve un referente y se reincorpora al repertorio cultural, social y económico de una zona.

***¿Cuál es el rol de la arquitectura entonces en esta restitución de referentes culturales? ¿Se remite únicamente a la reconstrucción y rehabilitación de edificios?***

***¿Cómo se reconstruyen estructuras sociales, lazos y vínculos?***

