



Informe Final

**Elaboración de un Manual de Procesos Metodológicos
para la Realización de Proyectos y Productos en
Turismo Cultural**

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

ID: 1725-134-LE11

Octubre 2011



PATRIMONIA
CONSULTORES

Identidades creativas y desarrollo

Contenido

PRESENTACIÓN	4
I. ESTUDIO SOBRE TURISMO CULTURAL, APRENDIZAJE COMO MARCO CONCEPTUAL PARA LA GUÍA	5
1. TURISMO CULTURAL PATRIMONIAL, DEFINICIONES GENERALES Y CLASIFICACIONES	5
1.1 TURISMO CULTURAL, DEFINICIONES GENERALES Y CLASIFICACIONES	5
2. ENFOQUE SOSTENIBLE DEL TURISMO CULTURAL	11
2.1 EL DESARROLLO SOSTENIBLE, DEFINICIONES GENERALES	11
2.2 ALCANCES DEL TURISMO CULTURAL SUSTENTABLE	12
3. ANÁLISIS CADENA PRODUCTIVA DEL SECTOR TURÍSTICO Y PATRIMONIAL	16
3.1 CADENA PRODUCTIVA DEL TURISMO	16
3.2 CADENA PRODUCTIVA DEL PATRIMONIO CULTURAL	18
3.3 ASOCIATIVIDAD ENTRE LOS SECTORES DEL PATRIMONIO Y EL TURISMO	21
4. ESTUDIO CASOS COMPARADOS SOBRE TURISMO, CAPITAL HUMANO Y SOSTENIBILIDAD	24
4.1 CASOS COMPARADOS	24
4.2 REVISIÓN CONCEPTUAL Y METODOLÓGICA SOBRE TRANSFERENCIA Y APRENDIZAJE EMPRESARIAL	34
II. FORMULACIÓN TÉCNICA DE LA GUÍA METODOLÓGICA PARA PROYECTOS Y PRODUCTOS DE TURISMO CULTURAL	44
1. ESTRATEGIA METODOLÓGICA GENERAL PARA LA FORMULACIÓN DEL INSTRUMENTO “GUÍA”	44
1.1 SOBRE LOS OBJETIVOS Y PROPÓSITO DEL INSTRUMENTO	44
1.2 SOBRE LOS DESTINATARIOS Y BENEFICIARIOS DEL INSTRUMENTO	44
1.3 SOBRE LA ESTRATEGIA PEDAGÓGICA GENERAL DE LA GUÍA	45
1.4 SOBRE LA IMPORTANCIA DEL ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO EN EL TERRITORIO	46
1.5 SOBRE LA VINCULACIÓN ENTRE METODOLOGÍAS EMPRESARIALES Y TEMAS PATRIMONIALES	47
2. FORMULACIÓN DE GUÍA METODOLÓGICA PARA PROYECTOS Y PRODUCTOS DE TURISMO CULTURAL. CONTENIDOS TEMÁTICOS	48
2.1 CONTENIDOS TEMÁTICOS DE LA GUÍA METODOLÓGICA	48
2.2 CAPÍTULO I. CONCEPTOS GUÍA PARA EL FOMENTO DEL TURISMO CULTURAL Y LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO	50
2.3 CAPÍTULO II. PRIMEROS PASOS PARA LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE TURISMO CULTURAL	52
2.4 CAPÍTULO III. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS CULTURALES	54
2.5 CAPÍTULO IV. DISEÑO DE PLANES DE NEGOCIO PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS CULTURALES	55
2.6 CAPÍTULO V. RECOMENDACIONES OPERATIVAS PARA DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS BASADOS EN LA VIVENCIA CULTURAL Y EL GOCE DE LA NATURALEZA.	57
3. DISEÑO Y APLICACIÓN PILOTO DE LA GUÍA METODOLÓGICA	58
3.1 DISEÑO METODOLÓGICO PRUEBA PILOTO	58
3.2 RESULTADOS APLICACIÓN PILOTO.	63
3.2.1 PILOTAJE COMUNA DE CHANCO	64
3.2.2 PILOTAJE COMUNA DE PANGUIPULLI.	70
3.3 CONCLUSIONES Y PROPUESTAS DE AJUSTE GUÍA	79
III. ANEXOS	80

1. **PRODUCTO FINAL: MANUAL DE PROYECTOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS CULTURALES**
80
2. **ANÁLISIS DE LA INCORPORACIÓN DE 7 ASPECTOS DEL "PRODUCTO ENTREGABLE" _ 81**

Presentación

El texto que sigue contiene los productos correspondientes al informe Final del estudio "Elaboración de un manual de procesos metodológicos para la realización de proyectos y productos en turismo cultural", encargado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y ejecutado por Patrimonia Consultores.

Los productos son los siguientes:

1. Estudio sobre turismo cultural, aprendizaje como marco conceptual para la Guía

Correspondiente a la revisión de estudios e información secundaria tendiente a elaborar un marco conceptual sobre definiciones generales y clasificaciones de turismo cultural patrimonial, las implicancias del enfoque sustentable en el turismo y la relación entre la cadena productiva del sector turístico y el sector patrimonial.

Asimismo, se desarrolló un estudio de casos comparados de manuales sobre turismo, con la finalidad de identificar estrategias de transferencia de conocimiento, formación de capital humano e incorporación de elementos de sustentabilidad en el negocio turístico.

2. Formulación técnica de la guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural

Este apartado da cuenta del proceso de elaboración de la guía, aquellas reflexiones, enfoques, estrategias y contenidos que fueron revisados y considerados en su formulación técnica. En este contexto se describe la estructura de la guía, sus contenidos temáticos, la estrategia pedagógica y los recursos didácticos utilizados.

3. Producto Final. Manual de proyectos y productos turísticos culturales

El Manual se entrega adjunto a este informe en versión PDF y en formato gráfico editable en programa In Design.

Sobre este tema, se hace hincapié que para efectos de la publicación del Manual, el CNCA deberá evaluar la inclusión de ejemplos de tipologías de turismo cultural y el uso de fotografías complementarias, para evitar problemas legales a posteriori, dado que la consultora no gestionó permisos de uso ni pagos por derecho de autor, en razón a que el encargo inicial del estudio no incluía el diseño y/o diagramación de la guía, por lo tanto, no regulaba los elementos que serían parte de ésta.

4. Análisis de Incorporación de 7 aspectos del producto entregable

En esta presentación queremos hacer referencia a la forma de abordar y atender aquellos elementos consignados como integrantes del producto "manual de turismo cultural" tal como lo identifica la cláusula segunda del contrato suscrito; a saber:

- 1.- Reconocimiento y valoración del paisaje cultural.
- 2.- Metodología de trabajo en el marco del manejo sustentable de los recursos.
- 3.- Procedimiento metodológico para la elaboración de productos de turismo cultural.
- 4.- Normativa vigente para salvaguarda de patrimonio cultural.
- 5.- Normativa vigente para servicios.
- 6 - Planes de manejo de los recursos.
- 7.- Estrategia de negocio.

La exigencia para este informe final lo constituyen todos los numerales anteriores. En tal sentido y como estos elementos no representan productos entregarles todos ellos, ya que algunos son principios o criterios, mientras que otros constituyen secciones del proceso metodológico de formulación de la Guía, se procedió a generar un capítulo Anexo que mantiene la estructura de la oferta técnica presentada, expresando el cumplimiento e incorporación de los aspectos en la Guía.

Viña del Mar, 24 de Octubre 2011

I. Estudio sobre turismo cultural, aprendizaje como marco conceptual para la Guía

1. Turismo cultural patrimonial, definiciones generales y clasificaciones

1.1 Turismo cultural, definiciones generales y clasificaciones

1.1.1 Concepto de Turismo Cultural

La diversidad de variables que intervienen en el fenómeno del turismo, y concretamente el turismo cultural, hace muy complejo establecer una única definición conceptual y operativa. No obstante, para establecer ciertas orientaciones y esclarecimiento es necesario partir de la base, en este sentido la conceptualización del término Turismo Cultural congrega dos ámbitos fundamentales que se vinculan a aspectos económicos e identitarios, en primer lugar, el "Turismo", y, en segundo lugar, la "Cultura". Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2001) el Turismo "comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos"¹.

Por su parte, el concepto "Cultura" es muy amplio y obedece a diversas perspectivas y enfoques, como tantas culturas y personas existen. Sin embargo, en general se le asocia con un conjunto de modelos o patrones complejos que incluyen tradiciones, costumbres, normas, creencias, valores, símbolos, significados y objetos o herramientas materiales que son utilizados y compartidos por las personas que integran un determinado grupo social o comunidad, otorgándoles una identidad común. En su definición institucional, la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y Cultura) postula que la Cultura corresponde a un "conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ello engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias" (UNESCO; 1996:1)²

De este modo, el turismo cultural abarca las actividades y experiencias culturales que atraen y fomentan el turismo como una forma de significa sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, así como del entorno local y de los aspectos que determinan su identidad y carácter (OMT "Turismo: Panorama 2020, Volumen 7, Año 2002")³. Congruentemente, para el ICOMOS (Consejo Internacional de Monumentos y Sitios) el turismo cultural abarca "*los desplazamientos de personas por motivos esencialmente culturales como los viajes de estudio, tours culturales o artísticos, por festivales y otros eventos culturales, visitas a lugares y monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el folklore o el arte, y las peregrinaciones*"⁴. Estas definiciones, si bien contribuyen a resaltar la cultura como foco central del turismo, desconocen la dimensión económica compleja que subyace en esta actividad, en términos de oferta y demanda de bienes y servicios

¹ OMT, OCDE, EUROSTAT, ONU (2001) Cuenta Satélite del Turismo, recomendaciones sobre el Marco Conceptual. Publicación de las Naciones Unidas: Luxemburgo, Madrid, París, Nueva York.

² Citado en: CNCA (2008) Estudio de identificación y caracterización de recursos institucionales, normativos y financieros disponibles para el desarrollo del turismo cultural en Chile. Corporación Chile Ambiente: Santiago de Chile.

³ Citado en: CNCA (2008) Estudio de identificación y caracterización de recursos institucionales, normativos y financieros disponibles para el desarrollo del turismo cultural en Chile. Corporación Chile Ambiente: Santiago de Chile.

⁴ Ídem (2).

culturales y patrimoniales, así como la rentabilización económica y el impacto que puede generar en el ámbito productivo local.

La UNESCO en su definición sobre Turismo Cultural sí considera los aspectos culturales, económicos y sociales que dan cuenta en esta actividad, cuando señala que corresponde a "*dimensión cultural en los procesos socioeconómicos para lograr un desarrollo duradero de los pueblos*" como un "*modelo de desarrollo humano integral y sostenible*". Es considerada una "*actividad que, no sólo contribuye al desarrollo económico, sino a la integración social y al acercamiento entre los pueblos; siendo el turismo cultural una modalidad en la que convergen políticas culturales y turísticas, portador de valores y respeto por los recursos, tanto culturales como naturales*"⁵. Se revela que el turismo es una actividad que tiene implicancias en diversas áreas, tales como en el área social, dado que está dirigido a satisfacer las necesidades e intereses de las personas; en el ámbito económico, es capaz de generar ingresos y rentabilidad en torno a bienes culturales a favor de la comunidad local; en política, porque permite responder a los lineamientos y planes de desarrollo a nivel nacional, regional y comunal; y en el área cultural, porque permite conocer los modos de vida de personas de diferentes realidades geográficas; y finalmente puede constituir un medio de formación, teniendo impacto en el área educativa, en la medida que sea una aporte al aprendizaje de la multiculturalidad.

Además, esta conceptualización de turismo cultural, resalta el elemento de sostenibilidad incorporado en la definición, lo cual contribuye a que la planificación de la actividad turística cultural se desarrolle en torno al equilibrio del ámbito económico, social y ecológico. Si el turismo es abordado con un enfoque sostenible permite aprovechar y a la vez enriquecer el patrimonio cultural, dado que transversalmente, identidad y patrimonio juegan un rol significativo en el turismo cultural, siendo factores de distinción y valoración importante para el turista o visitante a la hora de escoger un destino. Asimismo, promueve una valoración interna de la cultural local, de su patrimonio histórico, monumental, artístico y natural, otorgando la oportunidad que la población reconozca su identidad y desee proyectarla a sus visitantes reforzando los valores culturales de la comunidad, además de potenciar la creación de fuentes de trabajo e ingresos derivados del turismo.

1.1.2 Tipos de Turismo Cultural

A modo de análisis, en este apartado comentaremos aquellas tipologías de turismo cultural más reconocidas⁶, de manera de precisar y comprender las características que poseen y la relación que establecen con las motivaciones y demandas de los turistas. Es relevante destacar que estas tipologías no agotan las clasificaciones de turismo cultural, dado que en el último tiempo han emergido un sin número de propuestas turísticas que tienen a especializar y segmentar la oferta. Por lo tanto, si el manual quisiera destinarse a otros públicos o especializarse en una determinada oferta, es recomendable eliminar o incluir tipologías según sean los requerimientos a atender.

⁵ UNESCO (1982) Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales. citado en CNCA (2008) Estudio de identificación y caracterización de recursos institucionales, normativos y financieros disponibles para el desarrollo del turismo cultural en Chile. Corporación Chile Ambiente: Santiago de Chile.

⁶ Estas tipologías de turismo cultural fueron desarrolladas en la Guía y formaron parte de las pruebas piloto ejecutadas en Chanco y Panguipulli.

1.1.2.1 Turismo de Intereses Especiales

Este tipo de turismo hace referencia a tipos de viajes basado en motivaciones específicas más allá de los objetivos habituales de los viajes turísticos o vacaciones. En este sentido se caracteriza por presente valor agregado centrado en la autenticidad de la oferta, no ser masivo y mantener un fuerte componente de sustentabilidad ambiental, cultural y social. Asimismo, se observan tres componentes básicos en esta tipología turística:

- La motivación del turista para visitar el lugar
- Zona específica donde pretende desarrollar esta actividad (zonas naturales, rurales, indígenas, urbanas, culturales, etc.)
- La actividad de responsabilidad y cuidado con los recursos culturales y naturales que intervienen en su visita turística.

El Turismo de Intereses Especiales (TIE) está orientado fuertemente a turistas que buscan conocer rasgos específicos de la zona visitada, además de demandar servicios acordes con dicha especialidad⁷, dando cuenta de un mercado con elevada segmentación y flexibilidad de la demanda.

De este modo, el TIE corresponde a actividades vinculadas al disfrute y contacto con la naturaleza y las expresiones culturales, basada en una visión de desarrollo sustentable. Algunos de estos tipos de turismo corresponden a: Ecoturismo, Turismo Aventura, Turismo Cultural, Turismo indígena, Turismo Científico, entre otros.

1.1.2.2 Turismo comunitario

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) lo describe como: *"Toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes"*.⁸

El Turismo Comunitario constituye una alternativa de desarrollo económico en las comunidades indígenas, rurales y campesinas, permitiendo generar ingresos complementarios a sus actividades económicas tradicionales, manteniendo un enfoque sostenible de los recursos naturales y culturales presentes en la localidad (Sendero de Chile, 2010)⁹. Esta tipología de turismo se caracteriza principalmente por el control que ejerce la comunidad local en la propuesta de atractivos turísticos, la planificación, programación de las actividades turísticas y la prestación de servicios, así como de los beneficios que se generan.

Los rasgos particulares que caracterizan esta forma de turismo son:

- Una participación activa de la población local en todas las etapas del proceso de planificación y prestación de servicios turísticos.
- Los beneficios económicos se reparten en los miembros de la comunidad o son destinados a planes y programas comunitarios.
- Ofrece la posibilidad generar diálogos interculturales
- Respeto al medio ambiente y procurar el equilibrio ecosistémico
- Respeto a la identidad, cultura y patrimonio de los pueblos y comunidades

⁷ SERNATUR- Departamento de Planificación (2008) Glosario de Términos Técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile. Boletín Turístico N°1/2008. Publicaciones Gobierno de Chile: Santiago

⁸ Redturs. Declaración de Otavalo. Turismo Comunitario sostenible, competitivo y con identidad cultural. Otavalo, Provincia de Imbabura, Ecuador, 14 de septiembre de 2001.

⁹ www.senderodechile.cl/portal/turismo-comunitario/

El turismo comunitario promueve la autenticidad de las actividades turísticas al ser desarrolladas por la comunidad anfitriona, posibilitando un intercambio cultural real con el visitante, en virtud que pueda profundizar en las tradiciones, costumbres y formas de vida del pueblo visitando. De este modo el producto turístico principal corresponde a la convivencia en comunidad, disfrutando in situ de su cultura y patrimonio.

1.1.2.3 Etnoturismo o Turismo indígena

El Etnoturismo es una variante del turismo cultural por su directa relación con el patrimonio cultural y natural presente en pueblos y espacios de carácter ancestral, principalmente del mundo indígena y la valoración de sus tradiciones, costumbres y formas de vida. Según la OMT (1966:88) el turismo étnico es aquel *"de visita a los lugares de procedencia propia o ancestral, y consiste por lo tanto en visitas motivadas por el deseo de reencontrarse con sus raíces, ya sea en los lugares donde se pasó parte de su vida o aquellos donde vivieron los antepasados de la familia"*¹⁰. Algunos de los productos etnoturísticos más destacados son: artesanías, festividades, gastronomía, folklóricas.

Esta tipología de turismo nace como una alternativa económica complementaria a la actividad agrícola propia de las comunidades indígenas y rurales, promoviendo el microemprendimiento local de carácter asociativo entorno a la identidad étnico-cultural y los productos turísticos que pueden derivar de ello. Estas iniciativas turísticas tienen como finalidad principal beneficiar económicamente a aquellos pueblos o etnias que viven en situación de pobreza y requieren diversificar sus actividades productivas, por otro lado, se genera de manera indirecta un beneficio de tipo socio-cultural, en la medida que se refuerza la autoimagen como pueblo, su identidad y la valoración de su cultura y patrimonio.

Otro componente esencial del Etnoturismo corresponde a una visión sustentable de uso y manejo de los recursos culturales y naturales involucrados en la actividad turística. Este aspecto se refuerza aún más con la participación activa de la población local en la planificación y prestación de servicios turísticos étnicos y con la conciencia ambiental y respetuosa de los ciclos de la naturaleza que han desarrollado los pueblos indígenas desde épocas ancestrales.

1.1.2.4 Turismo Urbano

Según la Organización Mundial de Turismo¹¹ este turismo consiste en visitas realizadas a centros urbanos de distintas dimensiones, vale decir, desde grandes a pequeñas ciudades, con el fin de conocer o visitar lugares de interés, entre ellos se consideran los parques, museos, edificios históricos, comercios, etc.

El Turismo Urbano implica diversos tipos de actividades turísticas según los intereses y motivaciones de los visitantes. Entre ellas destacan las actividades de visita a museos, monumentos y exposiciones de arte con el propósito de enriquecimiento cultural. Otra tipología corresponde a las actividades con motivos profesionales, donde encontramos la visita a ferias, congresos, simposios, etc. Finalmente, observamos las visitas con propósitos recreativos, tales como la asistencia a parques temáticos, conciertos, obra de teatro, entre otros.

¹⁰ CNCA (2010) Fundamentos Teóricos y Políticos para la Elaboración del un Plan Nacional de Turismo Sustentable para Chile. Consultoría desarrollada por DUOC UC, Valparaíso.

¹¹ SERNATUR- Departamento de Planificación (2008) Glosario de Términos Técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile. Boletín Turístico N°1/2008. Publicaciones Gobierno de Chile: Santiago

La oferta turística está determinada principalmente por empresas y proveedores, tales como tour operadores, hoteles, restaurantes, agencias de viajes, rent a car, líneas aéreas, productoras de eventos; por su parte las instituciones públicas aparecen, en este subtipo de turismo con más protagonismos, entre las que destacan los gobiernos locales y regionales departamentos de turismo, de urbanismo, de cultura, de patrimonio, asociaciones del sector privado; la población urbana local es un factor interviniente en esta modalidad, será pasivo respecto de su intencionalidad de favorecer el turismo pero es uno de los activos de base que requiere esta industria; finalmente, como industrias complementarias deben considerarse a la inmobiliaria, las productoras de eventos y la industria del ocio y la entretención¹².

1.1.2.5 Turismo Rural

El turismo rural comprende toda actividad turística o de recreación, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan alejarse de la rutina y el bullicio de las mismas, a través de unas vacaciones en el campo, en contacto con los habitantes de la localidad y la naturaleza. Además se constituye como una actividad productiva alternativa que permite mantener una fuente de ingresos complementarios a los tradicionalmente dependientes del sector primario.

INDAP define el turismo rural como "cualquier actividad turística realizada en un lugar rural"¹³. Este tipo de turismo "supone el desarrollo de alojamientos de estilo local en los pueblos tradicionales o en sus inmediaciones donde puedan pernoctar los turistas, disfrutar de la cocina local, y observar y compartir las actividades populares" (OMT, 1999)¹⁴.

El término turismo rural se utiliza cuando la cultura rural es un componente clave del producto ofrecido, vale decir, el rasgo distintivo de los productos del turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local¹⁵.

1.1.2.6 Agroturismo

El Agroturismo deriva del turismo rural por estar fuertemente vinculado al paisaje y tradiciones rurales, no obstante, esta tipología de turismo cultural se especifica en el desarrollo de actividades vinculadas al mundo agrario, centrado particularmente en el proceso productivo agropecuario, dando a conocer in situ el cultivo de la tierra, cosechas, formas de riego, entre otras¹⁶. Asimismo, el *FIA (Fundación para Innovación Agraria. Min. Agricultura, 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 flujos¹⁷.

¹² CNCA (2010) Fundamentos Teóricos y Políticos para la Elaboración del un Plan Nacional de Turismo Sustentable para Chile. Consultoría desarrollada por DUOC UC, Valparaíso.

¹³ www.indap.cl

¹⁴ SERNATUR- Departamento de Planificación (2008) Glosario de Términos Técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile. Boletín Turístico N°1/2008. Publicaciones Gobierno de Chile: Santiago de Chile.

¹⁵ Fuente: Román M. y Ciccorella M. (2009) Turismo Rural en la Argentina, concepto, situación y perspectivas. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA): Buenos Aires.

¹⁶ Schaerer, J. y Dirven M. (2001) El turismo rural en Chile. Experiencias de agroturismo en las Regiones del Maule, La Araucanía y Los Lagos. ECLAC CEPAL

¹⁷ CNCA (2010) Fundamentos Teóricos y Políticos para la Elaboración del un Plan Nacional de Turismo Sustentable para Chile. Consultoría desarrollada por DUOC UC, Valparaíso

Según la Organización Mundial de Turismo (1996)¹⁸ las diferencias del Agroturismo con el Turismo Rural es que el primero se centra en los procesos y formas de explotaciones agrarias, tales como granjas y zonas de cultivo particularmente de tipo artesanal. Además parte del producto turístico consiste en dar alojamiento y alimentación a los visitantes, de tal modo, darles la oportunidad con que se familiaricen con los trabajos agrarios, haciéndolos participes en todo momento.

1.1.2.7 Turismo Ecológico o Ecoturismo

Es una tipología de turismo cultural que se distingue por su énfasis en la conservación de la naturaleza, la educación, la responsabilidad del viajero y la participación activa de la comunidad. Se hace evidente que el aumento del turismo en zonas naturales frágiles puede tornarse en amenaza a la integridad de los ecosistemas y de las culturas locales, si no se lleva a cabo conforme a una planificación y administración apropiada. El número creciente de visitantes a áreas frágiles desde el punto de vista ecológico puede provocar una considerable degradación del ambiente.

La Sociedad Internacional de Ecoturismo (2007) define ecoturismo como "*un viaje responsable a áreas naturales que conservan el ambiente y mejoran el bienestar de la población local*"¹⁹, caracterizándose por la presencia de turistas con una alta conciencia ambiental, dispuestos a aprender y promover actividades relacionadas con la naturaleza, centrado principalmente en actividades de pequeña escala como excursiones, caminatas, cabalgatas, etc. que reduzcan en lo posible su impacto sobre el medio ambiente. También presenta un componente educativo y científico, radicado en la visita a áreas naturales con la finalidad de observar, estudiar, tomar muestras de la flora, fauna o algún otro elemento biológico.

Según SERNATUR (2008)²⁰ el crecimiento del Turismo Ecológico crea oportunidades significativas para la conservación y para beneficio de las comunidades locales, dado que genera ingresos sumamente necesarios para la protección de los parques nacionales y otros paisajes naturales, recursos que no podrían obtenerse de otras fuentes. Además, el ecoturismo puede ofrecer una alternativa viable de desarrollo económico a las comunidades locales que cuentan con escasas opciones de generación de ingresos. Asimismo, puede transformarse en un canal para la educación, divulgación y activismo entre los visitantes, transformándolos en agentes de conservación más entusiastas y eficaces.

Algunas de las actividades del Ecoturismo son:

- Visita guiadas a entornos naturales, en lo posible, con guías locales.
- Observaciones e interpretación de la naturaleza: Observatorios de flora y fauna
- Fotografías de la naturaleza y cultura local.
- Actividades de educación ambiental.
- Actividades de turismo aventura de bajo impacto en entornos naturales: kayak, trekking, buceo, etc.
- Otras actividades con un fuerte componente ambiental y cultural.

1.1.2.8 Turismo Patrimonial

Corresponde al desplazamiento de personas motivadas por el interés especial que suscitan los recursos patrimoniales de un lugar o zona específica. En general existe una tendencia a vincular o confundir el turismo patrimonial y el turismo cultural ya que su relación es muy estrecha. Sin embargo, turismo

¹⁸ SERNATUR- Departamento de Planificación (2008) Glosario de Términos Técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile. Boletín Turístico N°1/2008. Publicaciones Gobierno de Chile: Santiago de Chile.

¹⁹ The International Ecotourism Society. Disponible en: http://www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4835251/k.A114/Our_Mission.htm

²⁰ SERNATUR (2008) Guía Buenas Prácticas para un Turismo Sustentable. Publicaciones Gobierno de Chile: Santiago.

cultural abarca un concepto más amplio que turismo patrimonial (Ashworth, G.J. 2005)²¹, éste último se centra principalmente en los bienes y expresiones patrimoniales como motivación turística.

De acuerdo a la UNESCO²² "el patrimonio cultural es el legado que recibimos del pasado, lo que vivimos en el presente y lo que transmitimos a futuras generaciones". Este legado puede ser de carácter material e inmaterial, manifestándose en monumentos, edificios, festividades, ritos, costumbres, valores, tradiciones, lenguajes, artesanías, sitios de valor históricos, estético, científico, arqueológico, etnológico, antropológicos, etc. Asimismo, para ICOMOS²³ (Consejo Internacional de Monumentos y Sitios) el patrimonio es amplio e incluye los paisajes, los sitios históricos, los emplazamientos y entornos construidos, así como la biodiversidad, los grupos de objetos diversos, las tradiciones pasadas y presentes, y los conocimientos y experiencias vitales. Esta definición institucional incorpora los elementos tangibles, intangibles y dinámicos del patrimonio.

Según la Carta Internacional sobre Turismo Cultural (ICOMOS, 1999) el turismo es una actividad que, si es bien gestionada, facilita el intercambio cultural, refuerza positivamente la conservación del patrimonio natural y cultural, y además puede constituir el factor de desarrollo económico de las comunidades. De esta manera, el turismo patrimonial debería aportar beneficios a la comunidad anfitriona y motivar el cuidado de sus bienes culturales y las tradiciones vivas mediante un compromiso entre la ciudadanía, los empresarios turísticos y las entidades públicas relacionadas en post de gestionar los sitios patrimoniales para un uso turístico sustentable, aumentando su protección en beneficio de las generaciones futuras.

1.1.2.9 Turismo Religioso

Este tipo de turismo está relacionado con los flujos de personas que se desplazan por motivaciones de carácter religioso, destacando las romerías o peregrinaciones que los fieles realizan a lugares considerados santos o con alto valor espiritual.

Algunas de las actividades del Turismo religioso corresponden a²⁴:

- *Recorridos a los Santuarios*: Los santuarios que se encuentran inmersos en una poblaciones urbanas, muchas veces se suman a la vida cotidiana de la población local como una recinto religioso más o inclusive un monumento.
- *Recorridos por Templos con Valor Histórico*: Existe una diversidad de construcciones de carácter religiosa con un alto valor cultural, que considera temas de historia del arte y temas religiosos.
- *Recorridos por Fiestas Populares*: En diversos lugares, la tradición y la religiosidad popular se encuentran tan arraigadas, que han creado un sin número de expresiones de fervor y arte popular únicos.

2. Enfoque sostenible del turismo cultural

2.1 El desarrollo sostenible, definiciones generales

El desarrollo sostenible se define como "la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades" (Informe Brundtland, 1987)²⁵.

²¹ citado en CNCA (2008) Estudio de identificación y caracterización de recursos institucionales, normativos y financieros disponibles para el desarrollo del turismo cultural en Chile. Corporación Chile Ambiente: Santiago de Chile.

²² UNESCO (1982) Conferencia Mundial sobre Patrimonio Cultural. México

²³ ICOMOS (1999) Carta Internacional sobre Turismo Cultural. La Gestión del Turismo en los Sitios del Patrimonio Significativo. México.

²⁴ SERNATUR- Departamento de Planificación (2008) Glosario de Términos Técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile. Boletín Turístico N°1/2008. Publicaciones Gobierno de Chile: Santiago de Chile.

Planeación

El primer eslabón de la cadena productiva del turismo comprende las actividades de planeación. En esta instancia se inicia el proceso con la definición por parte del turista, de cuáles son sus necesidades, gustos y deseos para realizar actividades en su tiempo libre.

Aparecen en esta etapa algunos servicios que son importantes para el turista, como son los intermediarios entre los que destacan las Agencias de Viajes y los Tour Operadores quienes cumplen 3 roles principales que son

-Asesorar; entregar información al turista acerca de cómo organizar su itinerario en función de sus necesidades y recursos disponibles.

-Mediar; comercializar servicios que el turista requerirá para desarrollar su itinerario (eslabones posteriores en la cadena)

-Producir; generar ofertas de paquetes y productos turísticos para poner a disposición del turista

Por otro lado, las nuevas tecnologías y herramientas de información como internet y la Web, permiten al turista obtener accesibilidad (ya sea comercial o de información) lo que facilita el proceso de planeación.

Transporte

El turismo conlleva desplazamiento, por lo cual el transporte es un proceso fundamental dentro de esta cadena. Aparecen aquí distintos tipos y medios de transporte sobre los cuales el turista puede decidir. El medio de transporte a utilizar dependerá de algunos factores claves como son: el precio, el tiempo del viaje, la comodidad y la frecuencia. Los medios de transporte pueden ser aéreos en sistemas regulares (líneas aéreas) por demanda (charters), terrestres (ferroviarios y rodovianos), marítimos, fluviales o lacustres.

Además del medio de transporte que utilizará en sus desplazamientos, aparecen factores asociados a los destinos de emisión y recepción de turistas, como son la infraestructura de soporte para los respectivos medios de transporte a utilizar. Como ejemplo; aeropuertos, puertos de arribo, carreteras, transporte público.

Alojamiento

El proceso de pernoctación es una necesidad básica para el turista. Es el servicio que entrega el descanso, resguardo y organización diaria. Además, es la instancia que entrega la diferenciación entre el turista y el excursionista, ya que este último sólo realiza actividades por menos de 24 hrs.

Entre los servicios más destacados aparecen hoteles, hostales, moteles, albergues, camping, moteles, entre otros.

Alimentación

Otro de proceso básico en el desarrollo de la cadena productiva del turista lo constituyen los servicios de alimentación. Entre estos servicios aparecen restaurantes, cafeterías, fuentes de soda, locales de comida rápida, entre otros.

Actividades

Corresponde a las actividades que el turista elige para realizar en su itinerario y que pueden estar directamente relacionadas con el tipo de turismo que éste realice.

La naturaleza del turismo que desarrolle guardará relación con sus motivaciones personales y gustos. Algunas de las tipologías más conocidas son el turismo de sol-playa, turismo cultural, turismo ecológico, turismo rural, entre otros.

Aún cuando el visitante realice actividades vinculadas a la tipología de turismo que desarrolla, existen muchas otras actividades y servicios que constituyen una oferta complementaria que favorecen el aumento del gasto y la estadía, factores claves en para los lugares donde se realiza turismo.

Cada una de etapas o eslabones de la cadena estarán evaluadas en base a dos grandes variables importantes para el turista, estas son:

-La Experiencia Previa que tiene el turista; que actúa como un filtro a la hora de decidir por un servicio u otro.

-Las Expectativas; que estarán construidas en base a la experiencia que tenga y la información que haya obtenido (puede estar influenciado por instancias de promoción)

Superestructura del turismo

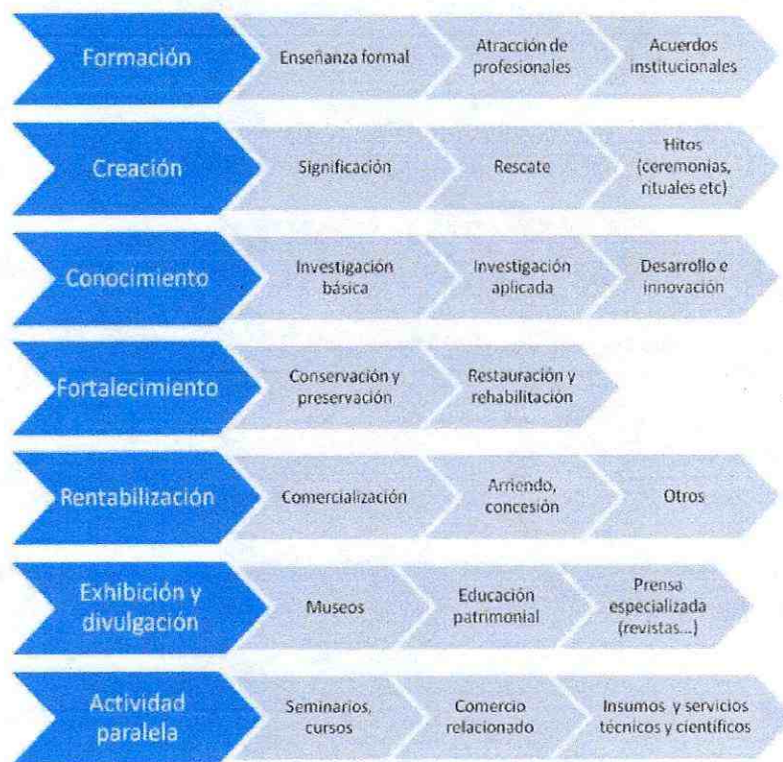
Finalmente, aparece el concepto de Superestructura del turismo, que corresponde a todas aquellas entidades públicas y privadas que aportan en el desarrollo de la actividad en aspectos como Promoción, Difusión, Fomento, Financiamiento, etc. Algunas de estas entidades a nivel público son los organismos especializados del estado (en Chile SERNATUR, CORFO, SERCOTEC, etc.). A nivel privado las Agrupaciones, Corporaciones, Gremios, Asociaciones y otros que intervienen en uno o más sectores.

3.2 Cadena Productiva del Patrimonio Cultural

En el caso del patrimonio (bienes patrimoniales) intervienen los siguientes procesos:

Eslabón de la cadena

Ejemplos



Fuente: Patrimonia Consultores

Formación

Consiste en todas las actividades de formación perfeccionamiento de capacidades para el tratamiento del patrimonio, a saber:

- Competencias y capacidades humanas (capital humano)
- Fondos y recursos para el patrimonio (capital financiero)
- Métodos y acuerdos institucionales para abordar el patrimonio (instituciones, fundaciones etc.)

Ejemplos de instancias formadoras (preferentes) son: las universidades, colegios y escuelas, centros de investigación o tecnología, sector público, emprendedores.

También existen en espacios comunitarios formación en la expresión de la transmisión cultural, oralidad y otras formas espontáneas generadoras de competencias y capacidades.

Creación

Corresponde al proceso de formación de patrimonio y que también puede expresarse como las actividades tendientes a colocar en el mercado y el medio social un nuevo bien patrimonial o a aumentar la cantidad de un determinado objeto patrimonial, ya sea sobre un hallazgo como por ejemplo en el ámbito arqueológico o desde alguna otra disciplina o campo de la acción humana.

Los procesos de significación y re-significación cultural son otras fuentes crecientes de generación. Aplica el caso del patrimonio de pueblos, localidades o etnias frecuentemente marginadas de los procesos de significación identitaria nacional o macro territorial (país, región etc.).

Los actores preferentes son: Ciudadanía, instituciones públicas y privadas, investigadores, etc.

Conocimiento

Corresponde a la actividad de generación del conocimiento científico, técnico y vivencial (experiencia) en materia de patrimonio. Abarca todos los demás eslabones como generador de las técnicas y métodos utilizados.

Su principal mecanismo de generación es la investigación, en la forma de catastros, inventarios y producción de expedientes cae en este eslabón de la cadena.

Fortalecimiento del Bien

Corresponde a una actividad productiva en el sentido que agrega valor a un patrimonio preexistente.

También puede denominarse "Puesta en Valor". Consiste en todas las acciones que fortalecen la condición patrimonial de un bien en concordancia con los procesos dinámicos de significación y resignificación a los que está sometido.

Actores son los agentes promotores de dicha puesta en valor. En muchas ocasiones se trata de especialistas temáticos (disciplinarios) que actúan sobre cada ámbito patrimonial.

Las actividades técnicas de conservación y preservación caen en este eslabón de la cadena.

Deben incluirse las acciones correspondientes a "acondicionamientos del territorio" y efectos directos sobre el mismo producto de las intervenciones en el patrimonio cultural, tales como cambios o ajustes en los usos del suelo; plusvalías asociadas; utilización (en su evaluación negativa o positiva) de los recursos del territorio; modificaciones de los flujos en el territorio de influencia del bien cultural y las consecuentes adecuaciones en la accesibilidad.

Por la cantidad de actividades propias y su dimensión territorial, no se descarta que pueda constituir un eslabón diferenciado en la cadena.

Rentabilización económico social

Corresponde a todas los procesos productivos que generan beneficios sociales e ingresos económicos a partir del tratamiento de los bienes patrimoniales como insumo o recurso productivo.

Aplican en este caso, las acciones de:

- Comercialización de bienes y servicios
- Exhibición del patrimonio en la forma de oferta del tipo circuitos de turismo u otras
- Arriendo, concesión, derechos de imagen u otros mecanismos de utilización del activo patrimonial

Actores preferentes de este eslabón son los gestores patrimoniales, corporaciones privadas y empresas.

Exhibición y divulgación de los bienes patrimoniales

Corresponde a las actividades mediante las cuales los bienes patrimoniales son dispuestos para el conocimiento, goce y vivencia de distintos usuarios.

Este eslabón atiende uno de los aspectos consustanciales del patrimonio cultural y que se refiere a la accesibilidad a la que están sometidos los bienes públicos.

Aplican en este caso, acciones de interpretación, didáctica y en general los empeños de musealización de los bienes patrimoniales, incluidas algunas acciones de digitalización orientadas a la exhibición.

Actividad paralela (o transversal)

Se trata de las relaciones transversales del sector con otras industrias o actividades sociales y económicas para las cuales el patrimonio no es un insumo **directo** de producción pero sí una fuente de generación de valor a través de encadenamientos y externalidades muy fuertes. Ejemplos de esta actividad son:

- Empresas generadoras de insumos para la investigación (herramientas de restauración, químicos, materiales especiales, etc.)
- Industria del comercio secundario en torno a sitios patrimoniales (alojamientos, restaurantes, etc.)
- Servicios de transporte
- Prensa especializada
- etc.

3.3 Asociatividad entre los sectores del patrimonio y el turismo

Se procede a realizar un breve análisis que toma los elementos de las "cadenas de producción" de ambos sectores, explicitada en el apartado anterior y a plantear algunos elementos de las relaciones recíprocas entre ambos.

3.3.1 Algunas especificidades culturales del sistema turístico.

Adentrándose en las motivaciones que estimulan la realización del desplazamiento y el consumo de productos y servicios turísticos, el turismo cultural se presenta como aquella actividad en la cual se le

permite a las personas contemplar y experimentar las diferentes formas de vida y prácticas humanas y, como consecuencia, comprender sus costumbres, tradiciones, sus pensamientos expresados en lugares históricos, arqueológicos, arquitectónicos o de otra significación cultural.

Analizando la cadena productiva del turismo desde la perspectiva del turismo cultural, es posible observar algunas condiciones que se dan en los distintos eslabones de esta cadena, en relación a las motivaciones, preferencias y comportamiento del turista.

3.3.1.1 El turista como consumidor de atractivos culturales. La cultura como entorno

Desde una primera mirada básica del desarrollo de la cadena productiva, el turista consumirá ciertos servicios y productos que utilicen atractivos de carácter cultural. En este caso, la cultura pasa a ser un recurso del cual el turista hace uso, por tanto el componente cultural queda en el eslabón de "actividades" de la cadena productiva.

Un ejemplo que clarifica esta manera de analizar el desarrollo productivo, es aquel turista que mientras está de vacaciones en la costa (playas) realiza actividades como visita de museos o sitios patrimoniales. Desde esta mirada el componente cultural viene a ser parte de la oferta complementaria.

Mirando los eslabones de la cadena, tendremos el turismo cultural visto como "actividades" relacionadas con atractivos y recursos culturales. Desde esta perspectiva la cadena productiva del turismo corresponde a un proceso estándar, donde sólo en el eslabón de las "actividades" aparece el consumo cultural.

3.3.1.2 El turista motivado por la cultura. La cultura como factor de satisfacción

Desde una mirada más cercana a las motivaciones que estimulan el desplazamiento, es posible observar la cadena productiva del turismo desarrollada en base a la lógica de la experiencia final, donde la suma de las experiencias vividas en cada uno de los servicios y productos consumidos es el resultante de lo que el turista calificará. Si su motivación principal es la cultura, intentará consumir servicios que puedan satisfacerlo y aumentar lo que en definitiva compone su experiencia final.

En este caso vemos al turista que organiza su viaje (planeación) desde la lógica de sus motivaciones, por tanto la cadena productiva completa será parte del componente cultural.

Un turista motivado por viajar a un destino patrimonial, intentará estar lo más cerca posible del atractivo por tanto los servicios que consuma intentará que ofrezcan también un componente cultural. Así tendremos turistas que almuerzan en restaurantes típicos o característicos, incluso alojando en establecimientos de éstas características (por ejemplo hoteles patrimoniales).

Entendiendo esta segunda mirada, veremos una cadena productiva que se basa en la motivación de carácter cultural, por ende, si bien se mantiene igual en su lógica productiva, se ve afectada en la decisión de consumo, ya que cada componente de ella puede ser un insumo que aumente su satisfacción (contribuya a satisfacer su necesidad).

3.3.2 Algunas especificidades turísticas del manejo patrimonial.

El "ajuste turismo" que pueda practicarse del manejo patrimonial, sobre todo para los fines prácticos como los que persigue este estudio, puede apoyarse en algunas conceptualizaciones y herramientas de planificación que comentamos a continuación.

3.3.2.1 Planes de manejo.

Los planes de manejo (planes rectores o planeas maestros en otras denominaciones) son una herramienta de planificación que contiene el conjunto de actuaciones a realizar en torno a un bien patrimonial, a lo largo del ciclo de vida y etapas de proyecto.

Históricamente el concepto de Plan de Manejo surge asociado a la planificación del uso, preservación o aprovechamientos de recursos naturales y administración de espacios protegidos. Es en este último ámbito en donde el concepto ha sido profusamente utilizado por planificadores de sistemas de conservación de áreas protegidas naturales. A partir de la consolidación del patrimonio cultural como ámbito público de desarrollo, gestión y conservación, se incorporó este concepto, homologándose a diversas denominaciones como plan director, plan de desarrollo arqueológico, entre otros.

En sus aplicaciones a sistemas culturales, tienen recurrentemente los siguientes ámbitos o programas, y que adquieren importancias relativas ya se trate de un área protegida, monumento, paisaje, bien intangible, itinerario cultural u otro:

- Investigación: disciplinaria arqueológica, arquitectónica, otra (normalmente producen inventarios registros, catalogaciones); sociocultural y de patrimonio vivo asociado
- Conservación (restauración, preventiva, otras).
- Interpretación, educación, difusión y comunicaciones.
- Capacitación y Formación.
- Desarrollo turístico (a veces denominado uso público que incluye usos más amplios)
- Infraestructura y Equipamiento.
- Monitoreo y Vigilancia.
- Desarrollo local.
- Conectividad, Intercambio cultural.

Bajo este paradigma, será en el Programa de Desarrollo Turístico desde donde se realicen los principales actos de planificación e implementaciones en donde se encadenen ambas "industrias", por lo que sería materia de conocimiento y diálogo recíproco entre quienes manejan procesos y proyectos de manejo patrimonial y aquellas entidades vinculadas a la planeación turística.

Bajo este modelo también encontramos situaciones en los que un bien patrimonial, objeto de manejo y de cierta envergadura, incorpora y ejecuta actividades turísticas como el caso de espacios del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Estado.

Sin embargo, la reciente expansión de los conceptos "creativos", aplicados tanto a la industria creativa como al turismo, imponen el desafío de incorporar a la demanda (al turista, en este caso) a los procesos vinculados a la producción y al manejo de la oferta, y no sólo como destinatarios del producto o servicio final. Dado que este enfoque se orienta a la vivencia y experiencia del visitante, podemos encontrar casos en que los turistas son llamados a participar en tanto tales en procesos de investigación, actividades de conservación y otros momentos de la producción del bien patrimonial.

Bajo esta nueva mirada, los programas de un Plan de manejo y los eslabones de la cadena de producción del patrimonio, se combinan de manera más compleja y espontánea.

3.3.2.2 Valor de uso indirecto

La teoría económica reconoce varias formas de atribución y asignación de valor para los bienes patrimoniales: valor de uso directo, valor de uso indirecto, valor de no uso, valor de opción. Nos

referiremos a la segunda de ellas brevemente, ya que es la que captura buena parte de las actividades y comportamiento turísticos.

El valor de uso indirecto deriva del uso del bien por visitantes de paso. Este valor de uso no tiene resultados económicos directos, estando su único provecho reservado a los visitantes que "se aprovechan" de la belleza del lugar o del bien (valor estético y de ocio).

Serán los productos o servicios turísticos los que harán uso (para los visitantes) de los bienes patrimoniales, por lo que su diseño deberá considerar motivaciones y preferencias, por un lado, mientras que la propia visita y este "uso indirecto" será el que deba evaluarse en su cantidad y forma para evitar un deterioro o depreciación del bien (metodologías de carga o afines), tarea importante para ambos, agentes turísticos y patrimoniales.

3.3.2.3 La puesta en valor

Consiste en todas las acciones que fortalecen la condición patrimonial de un bien en concordancia con los procesos dinámicos de significación y re significación a los que está sometido, y en tal sentido constituye un buen ejercicio de aproximación entre oferta (patrimonial) y demanda (turística). Es una actividad productiva en el sentido que agrega valor a un patrimonio preexistente y contribuye a su ajuste y pertinencia con las preferencias socioculturales y de consumo vigentes.

En este caso, quienes actúan en el eslabón del "fortalecimiento del bien" deberán dialogar y tener a la vista los factores motivaciones y las preferencias de consumo turístico que movilizan a los visitantes, de manera de ajustar procesos de conservación y de exhibición con dichos preceptos.

Lo habitual es que quienes actúan desde la esfera económico turística desconocen los procesos técnicos de manejo y puesta en valor y se inclinan hacia los procesos de diseño de la oferta de consumo, desaprovechando opciones de complementariedad y muchas veces trasgrediendo asuntos de conservación; mientras que quienes lo hacen desde la dimensión patrimonial en ocasiones desmerecen la actividad turística o bien adscriben la puesta en valor a la conservación y la necesidad de preservar los bienes.

4. Estudio casos comparados sobre turismo, capital humano y sostenibilidad

4.1 Casos comparados

Para el diseño del Manual de Turismo Cultural fue requisito revisar casos a nivel nacional e internacional de guías o manuales turísticos, de tal forma que nos permitieran identificar aquellas estructuras y contenidos tendientes a orientar dicho encargo.

Para efectuar este estudio de casos no parecía aconsejable la selección de guías y manuales al azar, sino que fue necesario atender a criterios de selección básicos que permitieran diversificar la muestra para abarcar ampliamente los aspectos más relevantes del fenómeno turístico.

4.1.1 Criterios de selección

Se realizó una búsqueda en Internet de Guías y/o Manuales de Turismo que respondieran al menos a uno de los siguientes elementos:

- Se refieran al turismo cultural o a alguna variante del turismo de intereses especiales, en el sentido que el atributo turístico de base esté vinculado a la cultura o el patrimonio natural.

- Que su orientación sea a la de fortalecer capacidades en el empresariado en sus distintas formas, ya sea para la capacitación, para el emprendimiento u otra;
- Que en su conjunto las Guías identificadas sean diversas en las tipologías de turismo cultural, y no estén concentradas por ejemplo todas en turismo cultural urbano.

4.1.2 Casos seleccionados³³

En el presente apartado se realiza una breve descripción de aquellos manuales y/o guías de turismo que fueron seleccionadas para su posterior análisis:

Caso 1. "Una guía simple para la certificación del Turismo Sostenible y el Ecoturismo".

Elaborada por el Centro de Ecoturismo y Desarrollo Sustentable en conjunto con Rainforest Alliance y La Sociedad Internacional de Ecoturismo.

Caso 2. "Buenas prácticas para Turismo Sostenible".

Elaborada, el año 2005, por Rainforest Alliance con el apoyo del Programa de Turismo del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) siendo publicada inicialmente en Estados Unidos e Inglaterra.

Caso 3. "Guía Muestra para la Identificación y Diseño de Productos de Turismo Cultural de las Ciudades Mexicanas Patrimonio de la Humanidad: Guanajuato, Morelia, Querétaro y Zacatecas".

La guía fue elaborada por la Secretaria de Turismo del Gobierno de México (SECTUR) y su primera edición fue publicada el año 2003 en el marco del Programa Nacional de Turismo 2001-2006.

Caso 4. "La Empresa Turística de Base Natural. Guía para el éxito".

Elaborado por Strom Thurmond Institute, de la Universidad de Clemson en Carolina Sur, y el Consorcio South Carolina Sea Grant. Fue editado en Portland, Oregon.

Caso 5. "Manual de emprendimiento cultural". Manual para la implementación de procesos de emprendimiento y creación de industrias culturales

Esta guía fue elaborada el año 2010 por Ministerio de Cultura de Colombia tendiente al cumplimiento de las directrices indicadas en el Plan Nacional para la Artes 2006-2010, de modo de propender la articulación de agentes y organizaciones culturales para dinamizar el sector económico y el desarrollo cultural del país.

Caso 6. "Manual de Buenas Prácticas para Turismo Sostenible. Hacia un turismo responsable"

En el año 2006 la Comisión de Promoción del Perú (PromPerú) y Asociación Peruana de Turismo de Aventura y Ecoturismo (APTAE) desarrollaron esta guía con el patrocinio internacional de Rainforest Alliance.

Caso 7. "Araucanía sin fronteras. Manual para el emprendedor turístico"

La confección de esta guía constituye un proyecto financiado por el Fondo de Desarrollo Institucional (FDI) del MINEDUC que fue desarrollado por alumnos de la Universidad de La Frontera para la difusión del Turismo Mapuche y el Agroturismo de la Región de la Araucanía

³³ Nota de la entrega del informe final. Se anexan a la entrega ejidal del informe final de los archivos de documentación de los casos seleccionados. Salvo el Manual de Capacitación: "Desarrollo y Comercialización de Productos Turísticos" de ACHET porque está en formato papel y es propiedad del CNCA.

Caso 8. "Manual de Sensibilización de Turismo Pesquero Sostenible: Técnicos, Formadores y Asesores"

Esta guía fue confeccionada el año 2007 por el Instituto de Turismo Responsable de España, en el marco del Proyecto Sagital 2005-2007 (Servicios de Adaptación para la Gestión de Iniciativas Turístico-pesqueras en Áreas Litorales) una iniciativa del Fondo Social Europeo. El programa está dirigido a impulsar nuevas alternativas productivas y laborales en el sector pesquero, estimulando y apoyando la adaptabilidad de los trabajadores y las empresas del sector pesquero.

Caso 9. "Manual de Buenas Prácticas Guías de Turismo y Operación Turística"

Elaborado por Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú (MINCETUR) el año 2007 en el marco del Plan Nacional de Calidad Turística del Perú-CALTUR y el Plan Estratégico Nacional de Turismo PENTUR, que tiene como objetivo en el corto plazo elevar la satisfacción de los turistas y consolidar el posicionamiento del país como un destino turístico latinoamericano reconocido por su calidad en la oferta.

Caso 10. Manual de Capacitación: "Desarrollo y Comercialización de Productos Turísticos"

Elaborada el año 2011 por la Asociación Chilena de Empresas de Turismo (ACHET) en el marco del Programa de Difusión Tecnológica "Nivelar los Sistemas de Gestión y Operación en la Industria Turística", Apoyado por InnovaChile de CORFO y SERNATUR.

4.1.3 Elementos de Análisis

El objetivo central del estudio de casos es extraer lecciones generales de cómo el turismo cultural genera un modelo de desarrollo sostenible; y lecciones específicas referidas a los cuatro componentes que se pretenden abordar en la confección de la Guía, a saber:

- Propósitos y objetivos del instrumento
- Destinatarios y beneficiarios del Instrumento, en sus diversas tipologías
- Contenidos temáticos del instrumento
- Plan de uso del instrumento, que incluye estrategia de transferencia y condiciones de aplicación

El siguiente cuadro comparativo revela el análisis de estos cuatro componentes en cada uno de los casos analizados.

Manuales	Propósitos y objetivos del instrumento	Destinatarios y beneficiarios del instrumento	Contenidos temáticos del instrumento	Plan de uso y estrategia de transferencia.
<p>Caso 1. "Una guía simple para la certificación del Turismo Sostenible y el Ecoturismo".</p>	<p>El propósito central de esta guía es orientar conceptualmente a pequeños y medianos empresarios turísticos en los procesos y tipos de certificación en Turismo Sostenible.</p>	<p>La guía está pensada para ser utilizada por:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pequeños medianos empresarios turísticos - Académicos, consultores, etc. 	<p>Los principales campos de información son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conceptualización del Turismo, sostenibilidad y certificación - Tipologías de certificación - Orientaciones sobre cómo obtener certificaciones. - Glosario de términos de certificación. 	<p>El Manual es de auto aplicación, de uso libre y universalista, pues no restringe, ni recomienda la forma en que puede utilizarse.</p> <p>No menciona la forma en que fue distribuido, ni socializado el documento.</p>
<p>Caso 2. "Buenas prácticas Turismo Sostenible".</p>	<p>Esta guía es una herramienta que permite a los empresarios turísticos adoptar prácticas y principios de la gestión del turismo sostenible</p> <p>El propósito central es orientar y/o educar al empresario para minimizar los impactos negativos y maximizar los beneficios de la actividad turística en el entorno sociocultural, ambiental y empresarial.</p> <p>También funciona como instrumento para seleccionar proveedores o socios turísticos con base en los criterios de sostenibilidad. Asimismo, es una herramienta para quienes buscan obtener la certificación turística para garantizarles a los viajeros que su empresa implementa buenas prácticas ambientales y sociales.</p>	<p>La guía está pensada para ser utilizada por:</p> <ul style="list-style-type: none"> - empresarios turísticos interesados en mejorar su desempeño en sostenibilidad y acceder a este nicho de mercado (turismo sostenible) - Profesionales y asesores para orientar su trabajo en el sector turístico 	<p>La guía está organizada alrededor de la gestión empresarial, y se presentan recomendaciones y acciones prácticas para los tres ejes de la sostenibilidad, a saber:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ámbito Económico o empresarial - Ámbito Sociocultural - Ámbito Ambiental <p>La guía brinda una motivación para actuar, proporciona recomendaciones concretas para implementar las buenas prácticas y destaca los beneficios que se obtienen con ellas. Se demuestra, mediante ejemplos reales la facilidad para aplicar dichos cambios en la gestión.</p>	<p>El Manual es de auto aplicación, de uso libre y universalista, pues no restringe, ni recomienda la forma en que puede utilizarse.</p> <p>No menciona la forma en que fue distribuido, ni socializado el documento.</p>
<p>Caso 3: "Guía Maestra para la Identificación y Diseño de Productos de Turismo Cultural de las Ciudades Mexicanas"</p>	<p>La elaboración de esta guía apunta a construir una herramienta que permita visualizar los pasos y puntos a considerar en el diseño y desarrollo de productos turísticos novedosos en las ciudades, en los que se destaquen su riqueza cultural y patrimonio monumental y manifestaciones</p>	<p>El uso de esta herramienta metodológica se orienta a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Operadores y agentes de viaje locales - Autoridades estatales y municipales 	<p>La guía aborda los siguientes contenidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Propone una metodología para el diseño del producto turístico cultural. Ésta considera la identificación del cliente y del producto; preparación del producto; evaluar costos de inversión y retorno; análisis de 	<p>El Manual es de auto aplicación y uso libre o universalista, pues no restringe, ni recomienda la forma en que puede utilizarse.</p> <p>Sólo como elemento diferenciador, la guía</p>

<p>Patrimonio de la Humanidad: Guanajuato, Morelia, Querétaro y Zacatecas”.</p>	<p>artísticas. Mediante este esfuerzo, la guía pretende apoyar el desarrollo de productos turísticos, que por su naturaleza, originalidad, peculiaridad o por ser únicos, sean susceptibles de integrarse a la oferta de productos de turismo cultural, con diferenciación y valores propios de cada una de las ciudades. Esta es una tarea que requiere la voluntad, esfuerzo y trabajo conjunto de las autoridades, prestadores de servicios turísticos, gestores de la cultura, asociaciones civiles y comunidad receptora.</p>	<p>- Todos aquellos actores directa e indirectamente involucrados en la actividad turística y cultural</p>	<p>factibilidad, entre otros. Ofrece ejemplos de productos turísticos culturales, dando énfasis al contexto cultural y territorial al que se insertan estos productos. Estos territorios mexicanos son: Guanajuato, Morelia, Querétaro, Zacatecas. Finalmente desarrolla un conjunto de recomendaciones o lineamiento de acción para el desarrollo de productos turísticos culturales.</p>	<p>ofrece una pauta de identificación de productos culturales que pueden ser completadas por los usuarios de manual, de modo que sea enviado a la Secretaría de Turismo Mexicana para ser incorporado como ejemplo en próximas ediciones del manual, bajo la premisa que el documento debe construirse de manera conjunta y participativa. No menciona la forma en que fue distribuido, ni socializado el documento.</p>
<p>Caso 4 “La Empresa Turística de Base Natural. Guía para el éxito”.</p>	<p>La guía se centra en ofrecer orientaciones metodológicas para la creación de empresas turísticas de naturaleza o ecoturismo. Se centra particularmente en los primeros pasos a seguir para la etapa de formación de una empresa de esta índole, interviniendo de manera escueta la etapa de operación, monitoreo y autoevaluación.</p>	<p>Las recomendaciones de la guía están destinadas a personas o asociaciones interesadas en formar pequeñas empresas turísticas Sin necesidad de poseer experiencia empresarial en el sector.</p>	<p>La guía aborda los siguientes bloques temáticos: - Cómo planear y desarrollar una empresa de base natural, considera entre otros elementos: consultar a profesionales; definir su servicio; identificación de los costos de iniciación de empresa, etc. - Cómo desarrollar políticas y procedimientos administrativos. - Cómo desarrollar un plan de operaciones. - Cómo desarrollar estrategias de mercadotecnia</p>	<p>El Manual es de auto aplicación, de uso libre y universalista, pues no restringe, ni recomienda la forma en que puede utilizarse. No menciona la forma en que fue distribuido, ni socializado el documento.</p>
<p>Caso 5 “Manual de emprendimiento cultural”.</p>	<p>Esta Guía tiene como objetivo poner a disposición lineamientos metodológicos que permitan a los empresarios de la cultura formalizar sus actividades a partir de procesos de crecimiento y sostenibilidad económica, con la finalidad de implementar procesos de emprendimiento, creación,</p>	<p>El manual se dirige a: - Creadores y cultores - Agentes y gestores culturales - Empresarios de la cultura - Organizaciones del</p>	<p>El texto ofrece información sobre temas administrativos, procesos de introducción a mercados, plan de negocios, herramientas de mercadeo, innovación, protección de derechos de autor, fuentes de financiación y un formato básico para presentación de proyectos y planes de negocios. Además promueve el emprendimiento en</p>	<p>El Manual es de auto aplicación, de uso libre y universalista, pues no restringe, ni recomienda la forma en que puede utilizarse. No menciona la forma en que fue distribuido, ni</p>

	fortalecimiento, y financiación de industrias culturales, y circulación de artistas y productos.	sector cultural	red y la asociatividad con miras a facilitar su acceso a canales de financiamiento y la inserción en nuevos mercados locales e internacionales.	socializado el documento.
<p>Caso 6 "Manual de Buenas Prácticas para Turismo Sostenible".</p>	<p>A través de este manual se desea proveer herramientas para gestionar la sustentabilidad en el turismo, además de desterrar la creencia de que sólo el ecoturismo tiene que ver con sostenibilidad, cuando la realidad es que toda actividad turística puede y debe ser sostenible.</p> <p>La implementación de las Buenas Prácticas propuestas en la guía, pretende corregir o mejorar la actual gestión operativa de las empresas, a fin de prevenir o minimizar los posibles impactos negativos que puede generar la actividad turística, optimizando la calidad de los servicios ofrecidos al visitante.</p>	<p>Una guía para pequeño y mediano empresario de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hospedaje - guía turísticos - Tour operador - Transportista <p>Secundariamente puede ser utilizado por:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Autoridades locales y comunidades interesadas en desarrollar turismo sostenible 	<p>Los contenidos temáticos abordados en la guía son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planificación del turismo sostenible: indica los pasos necesarios para identificar los principales riesgos ambientales y sociales de su actividad, definir su política de sostenibilidad, elaborar sus planes de acción y llevar sus registros. - Implementación del turismo sostenible en los 3 ejes: ambiental, socioeconómico y turista. - Monitoreo, revisión y mejora continua de la aplicación de buenas prácticas, de tal modo de comprobar su efectividad, con miras al constante mejoramiento. <p>Los contenidos de cada sección del Manual se estructuran de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es? Detalla el contenido o enuncia una definición conceptual • ¿Por qué? Precisa la motivación o causa de la buena práctica. • ¿Sabía qué? Provee información interesante. • ¿Qué se ha aprendido? Señala las lecciones aprendidas. • ¿Cómo? Indica el paso a paso de la implementación. 	<p>El Manual es de auto aplicación, pero presenta un conjunto de recomendaciones para facilitar su uso:</p> <p>Para iniciar la lectura debe partir por el Capítulo 1 "Planificación" para evaluar los impactos de su empresa. Continuar con el capítulo III de "Recomendaciones Específicas". Las recomendaciones que requieren profundizadas le llevarán a otra sección del manual a través de la indicación del número de página ubicado entre paréntesis.</p> <p>Luego avanza al Capítulo II de "Implementación", donde se presentan ejemplos de buenas prácticas. Y Finalmente, la sección "Monitoreo, revisión y mejora continua", permite detectar errores y establecer correcciones que lo conduzcan a una mejora continua de sus servicios.</p>
<p>Caso 7 "Araucanía sin Fronteras, Manual para el</p>	<p>Esta guía está orientada a que los emprendedores conozcan las alternativas para la formalización de sus</p>	<p>El Manual está destinado a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Micro y pequeños empresarios 	<p>El Manual se centra en presentar los conceptos, procedimientos metodológicos y cadena de trámites a realizar para que los</p>	<p>El Manual es de auto aplicación, de uso libre y universalista, pues no</p>

<p>emprendedor turístico"</p>	<p>iniciativas, a fin de resguardar la calidad de sus servicios y permitir su funcionamiento legal, sin perder las características diferenciadores que son el sello del turismo de La Araucanía, en especial, el que promueve la preservación de la cultura mapuche.</p>	<p>turísticos</p> <ul style="list-style-type: none"> - comunidades indígenas y rurales interesadas en el emprendimiento en el sector turístico 	<p>emprendedores del sector turístico tramiten la formalización de micro y pequeñas empresas. Para ello otorga la información específica de dos tipos de tramitaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tramitación para formar Microempresas Familiares (MEF) - Tramitación tradicional (TRAT) <p>Algunos de los elementos que aborda son: las autorizaciones sanitarias, iniciación de actividades en SII, inscripción en registro municipal, timbraje de documentos, patente comercial, entre otros.</p>	<p>restringe, ni recomienda la forma en que puede utilizarse.</p> <p>No menciona la forma en que fue distribuido, ni socializado el documento.</p>
<p>Caso 8 "Manual de Sensibilización Turismo Pesquero Sostenible: Técnicos, Formadores y Asesores"</p>	<p>La idea central del Manual es proporcionar un conjunto de conceptos y pautas de sostenibilidad generales y específicas relacionadas con las actividades del turismo pesquero, fomentando un comportamiento medioambiental responsable y la conservación y mejora del patrimonio natural, paisajístico y cultural.</p> <p>Además constituye una herramienta metodológica de apoyo para el Programa SAGITAL, destinado a transferir capacidades de adaptabilidad a los trabajadores del sector pesquero artesanal para desarrollar actividades turísticas pesqueras con alternativa laboral y productiva</p>	<p>El manual está dirigido particularmente a técnicos, formadores y asesores vinculados a Programa SAGITAL (Servicios de Adaptación para la Gestión de Iniciativas Turístico-pesqueras en Áreas Litorales).</p>	<p>La guía aborda cuatro temas centrales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Conceptualización sobre Desarrollo Sostenible, Turismo Sostenible y Turismo Pesquero Sostenible. 2. Presentación y descripción de las actividades y servicios de Turismo Pesquero sostenible, tales como comercio pesquero, artesanía, centros de interpretación, rutas, buceo, etc. 3. Presentación de Pautas de Sostenibilidad Generales, a saber: conservación y mejora del patrimonio natural, paisajístico y cultural; contribución al desarrollo socioeconómico del destino; gestión de la energía, recursos naturales y residuos; etc. 4. Pautas de sostenibilidad específicas para el turismo pesquero, entre ellas se cuenta: la atención de los clientes; el control de las actividades turístico pesqueras; ahorro energético de las embarcaciones, consumo de productos ecológicos; gestión de residuos pesqueros; cumplimiento de normas de seguridad; otros. 	<p>El Manual está pensado para ser utilizado por los técnicos, formadores y asesores del Programa SAGITAL que a su vez serán los encargados de transferir conocimientos y capacidades a los beneficiarios del mismo programa, representados por agrupaciones y organizaciones de pescadores artesanales, artesanos, hoteleros escuelas de buceo, que se ubiquen en litorales costeros.</p>

<p>Caso 9 "Manual de Buenas Prácticas de Turismo Operación Turística"</p>	<p>La elaboración de este manual busca brindar una información clara y precisa al Guía de Turismo sobre las tareas que le corresponde realizar, sus responsabilidades y deberes u obligaciones claves, proporcionándole las herramientas adecuadas para la prestación de servicios con calidad, de manera que cuente con una guía de acción basada en normas de competencia laboral y de calidad turística, que pueda aplicar en diferentes situaciones laborales y le permita ser capaz de desempeñarse de manera eficiente.</p>	<p>Esta guía fue elaborada para ser utilizada principalmente por:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Operadores turísticos - Guías Turísticos - Encargados de transporte de turistas. 	<p>Los contenidos temáticos abordados en la guía fueron los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Principios de atención al turista, donde se considera como elemento central el comportamiento, demandas y necesidades del turista a la hora de ofrecer un servicio de calidad. - Funciones específicas de los empleos y/o roles que desempeñan los diversos actores que participan en la atención al turista, entre ellos se cuentan el Guía turístico, el trasladista o encargado de transporte, el tour conductor, etc. que la mayoría de las veces es una o dos personas compartiendo roles. - El bloque de Ética Profesional ofrece los principios básicos y recomendaciones específicas a considerar en el momento de interactuar con los turistas, especialmente al momento de ofrecerle y operar un determinado servicio. 	<p>Este Manual es de auto aplicación. Adicionalmente tiene como complemento una Cartilla de Autoevaluación, que permitirá al Guía de Turismo efectuar una autoevaluación sobre la implementación y aplicación de las buenas prácticas recomendadas en el manual.</p> <p>Dicha Cartilla se entrega al momento de comprar el Manual. No se ofrece en la descarga libre del documento vía web.</p>
<p>Caso 10. Manual de Capacitación y Desarrollo Comercialización de Productos Turísticos"</p>	<p>El manual está enfocado a aquellas empresas- Productos y/o Servicios Turísticos- que deseen conocer y aplicar la forma más eficiente de venta de sus productos y servicios.</p> <p>En este contexto, la guía busca transferir conceptos, formatos, procedimientos y procesos para que el mercado turístico Chileno se fortalezca, crezca y diversifique, mejorando la calidad de sus servicios.</p>	<p>La construcción del Manual está orientada al uso por parte de los asociados de ACHET (Asociación Chilena de Empresas de Turismo), entre ellos se cuentan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agencias de viajes • Tour operadores <p>Además de Empresarios turísticos en general que deseen hacer uso de la guía</p>	<p>El Manual de Capacitación presenta cinco capítulos:</p> <p>En el primer capítulo, se introduce al lector los conocimientos básicos que constituyen un "Producto Turístico", además se dan a conocer herramientas para facilitar el diseño del producto y la presentación de él ante los agentes intermediarios de la cadena de comercialización.</p> <p>El segundo capítulo trata principalmente sobre las diferentes tipos de tarifas y los términos contractuales que forman parte del acuerdo comercial y privado con la cadena de comercialización.</p>	<p>El Manual es de auto aplicación, de uso libre y universalista, pues no restringe, ni recomienda la forma en que puede utilizarse.</p> <p>La Socialización de la guía fue realizada mediante charlas y actividades vinculadas al Programa ACHET sobre Difusión Tecnológica "Nivelar los Sistemas de Gestión y Operación en la Industria Turística". Con la</p>

			<p>El tercer capítulo propone cuales son las Condiciones Generales y Políticas contractuales sugeridas que debieran estar consideradas en un contrato inicial, en la relación comercial entre el producto y/o servicio turístico con el Mayorista (Tour Operador).</p> <p>El cuarto capítulo, detalla los procedimientos, en cuanto a reservas y formatos de cotizaciones relevantes para gestionar las negociaciones y las ventas de un producto y/o servicio turístico a través de un mayorista (Tour Operador).</p> <p>El quinto capítulo del manual, muestra cómo aplicar las herramientas de promoción disponibles de manera que sean un apoyo a la gestión empresarial del producto y/o servicio turístico.</p> <p>Finalmente, se presenta un Glosario de términos utilizados en la guía y un Directorio de las Empresas Participante en el Programa de modo de potencial la generación de redes de negocio turístico.</p>	participación principal de socios de esta entidad gremial.
--	--	--	--	--

4.1.3.1 Lecciones y elementos transversales identificados en el análisis de casos

La revisión de diversos manuales vinculados a temáticas turísticas y culturales, se observa un conjunto de elementos propios del contenido, plan de uso y estrategia de transferencia que presentan las guías. Particularmente se observaron los siguientes temas:

- **Ausencia de una visión territorial en la inserción del producto turístico**

El análisis da cuenta de una distancia entre el producto turístico o idea de negocio que se pretende generar versus el territorio donde se efectuará dicho emprendimiento o mejorará el servicio ya existente. Es decir, las guías-manuales no consideran las condiciones turísticas del territorio al momento de insertar un producto turístico sustentable, en cuanto a los servicios y recursos humanos disponibles para recibir flujos de turistas, tales como conectividad, rutas, servicios de salud, hospedajes, seguridad etc.

Asimismo, ignoran un aspecto esencial e relevante del turismo cultural, que corresponde a la coherencia entre el producto turístico creado y la identidad del territorio, su valor patrimonial y modos de vida de la comunidad anfitriona. Salvo el Caso N° 3 "Guía Maestra para la Identificación y Diseño de Productos de Turismo Cultural de las Ciudades Mexicanas Patrimonio de la Humanidad: Guanajuato, Morelia, Querétaro y Zacatecas", que otorga un alto grado de importancia al territorio cultural y turístico donde se inserta el producto y/o negocio turístico, principalmente porque se especifica en ciudades con alto valor patrimonial e identidad cultural, donde el territorio emerge como un aspecto que delimita fuertemente el diseño de productos turísticos

En otra arista poco considerada en una mirada territorial, corresponde al ámbito actoral comunitario, institucional y privado en torno al sector turístico cultural, dado que la consolidación de un territorio como zona turística parte de la voluntad, esfuerzo y trabajo conjunto de las autoridades, prestadores de servicios turísticos, gestores de la cultura, asociaciones civiles y comunidad receptora, especialmente en pequeñas localidades donde se desarrolla el Enoturismo, Agroturismo, Turismo Rural, que requiere una trama social fortalecida de modo que exista una interrelación entre los servicios ofrecidos y que realmente presente el componente cultural asociado.

- **Turismo Cultural centrado en la oferta**

La mayoría de las guías parten de la base que la mejora de la oferta turística, esencialmente en la calidad de servicio, la implantación de principios de sustentabilidad y certificaciones de producción limpia, impactaría directamente en la demanda, vale decir, los turistas se interesarían más en visitar y consumir servicios turísticos de la zona en la medida que se fortalezca. Si bien estas mejoras en la oferta contribuyen a vigorizar y tender al crecimiento de la industria turística, no es suficiente para impactar en la demanda, ya que, igualmente, deben considerarse de manera más específicas las necesidades, expectativas y demandas de los visitantes en torno a un recurso cultural turístico.

El turismo cultural centrado en la oferta, se observa en un permanente reforzamiento de la acción empresarial y una visión conservacionista del recurso turístico utilizado, lo cual tiende a trabar la interacción del turista con el medio, además de olvidar elevada segmentación y flexibilidad de la demanda turística actual, en el sentido, que las motivaciones de los visitantes varían constantemente en función de sus intereses personales, sociales, culturales, económicos y, por supuesto, del modo en que podrán disfrutar de la localidad visitada y los recursos culturales y naturales que esta posee.

- **Planes de uso y Estrategia de Transferencia poco claros**

En términos generales, las guías manifiestan sus propósitos de uso y la población objetivo a la que está orientado el documento, entre ellos se cuentan: micro y pequeños empresarios turísticos, gestores culturales, asesores, consultores, comunidades rurales e indígenas, etc. No obstante, olvidan un conjunto de elementos que permitirían un uso eficiente de esta herramienta metodológica, dentro de ellos se observa una ausencia de la realidad y segmentación de los usuarios del manual, entre otras cosas no considera la forma más apropiada en que debe ser utilizado en función del estado de emprendimiento del usuario, el contexto territorial turístico donde se insertaría el producto.

De este modo, los manuales se presentan como documentos, en su mayoría, de auto aplicación, libre uso, pues no restringe la forma en que puede utilizarlo el lector. Manteniendo una lógica de uso universalista de las guías-manuales dentro de la población atendida. Por otra parte, gran parte de las guías no mencionan el modo en que fue distribuido y socializado el documento. Podemos destacar el Caso 10 Manual de Capacitación: "Desarrollo y Comercialización de Productos Turísticos" que señala que la guía fue socializada mediante charlas y actividades vinculadas al Programa ACHET sobre Difusión Tecnológica "Nivelar los Sistemas de Gestión y Operación en la Industria Turística" dirigidas principalmente a socios de la entidad gremial ACHET.

- **Valoración de elementos didácticos de la guía**

Referente a la diagramación y elementos didácticos de las guías, podemos apreciar que gran parte de ellas utiliza múltiples recursos gráficos, como ilustraciones, esquemas, iconos, etc. que llaman la atención del lector, haciendo más amable y atendible los contenidos. Asimismo, muchos se preocupan de utilizar un lenguaje acorde al nivel sociocultural de los usuarios a los cuales está orientada la guía, de modo de hacerla más comprensible y cercana.

Sin embargo, en relación a la interacción del lector con el texto se observa un déficit en términos de solicitudes de ejercicios prácticos y reflexivos, propuestas de formularios y planillas sobre las temáticas tratadas en los capítulos, de modo, que los conceptos aprendidos tengan aplicación práctica a la realidad de cada usuario, haciendo más eficaz el uso del manual.

4.2 Revisión conceptual y metodológica sobre transferencia y aprendizaje empresarial

Basados en los 10 casos presentados precedentemente, se realizó un segundo bloque de análisis o revisión con el objeto de extraer sugerencias u orientaciones conceptuales y pedagógicas que nutrieran la formulación técnica del manual.

A partir de su propuesta conceptual, metodológica y gráfica de cada manual, dicha revisión se centró en 3 dimensiones o criterios de análisis:

1.- Coherencia del Instrumento

Dimensión que busca evaluar la coherencia interna básica de un texto tipo manual o guía de auto aprendizaje, entendida como la relación entre el perfil del usuario o destinatario del instrumento y el adecuado o funcional tratamiento de los contenidos según el mismo perfil o tipología de usuario identificado.

2.- Condiciones de Transferencia

Dimensión orientada a evaluar si la base metodológica que faculta la transferencia o traspaso de información en el texto, presenta una estructura y profundidad con capacidad para generar y organizar condiciones óptimas de aprendizaje conceptual y guiaje práctico. Para ello, se requiere la presencia de al menos los siguientes aspectos: i) un fin o propósito claro al interior del instrumento, ii) la delimitación de un enfoque o fundamentación sobre los cuales se desarrolla la propuesta formativa y, iii) orientaciones de forma y contenido para su interpretación.

3.- Estrategias Didácticas.

Dimensión que pretende identificar aquellos elementos o herramientas didácticas que faciliten y/o dificulten el proceso de transferencia, el cual debe acercarse a las necesidades propias del formato guía o manual, en tanto, herramienta de autoformación y/o soporte a la re-creación de saberes y experiencias. Las observaciones, se registran bajo la categoría i) Fortalezas o ii) Debilidades del instrumento

Manuales	Coherencia del Instrumento	Condiciones de Transferencia	Estrategias Didácticas
<p>Caso 1. Una guía simple para la certificación del Turismo Sostenible y el Ecoturismo”.</p>	<p>La propuesta del instrumento, es capaz de atender a las necesidades de ambos usuarios directos (empresarios interesados en certificación y asesores o consultores); por cuanto se estructura en 2 niveles:</p> <p>Nivel 1: Destinado a la comprensión global y conceptual del proceso.</p> <p>Nivel 2. Destinado a la aplicación del proceso y obtención de certificación.</p>	<p>Orientado al proceso y mecanismos de certificación, desde un enfoque de eficiente empresarial y mejoría del producto.</p> <p>Expone un “estado del arte” de la certificación.</p> <p>Desarrolla contenidos bien seleccionados.</p> <p>Realiza un tratamiento sintético, organizado de lo general a lo específico y mixturando lenguaje técnicos con descriptivo.</p> <p>Para su cabal comprensión, obliga a los usuarios del nivel 1, (especialmente pequeños empresarios), a conocer y comprender previamente diversos conceptos y procesos complejos</p>	<p>Fortalezas</p> <p>Texto sintético (30 pág., aproximado), y de ágil lectura.</p> <p>Parte con reseña conceptual, le sigue aplicabilidad.</p> <p>Advierte sobre las limitaciones de la certificación, reduciendo riesgos de sobre expectativas respecto de lo que promueve.</p> <p>Ofrece referencias para la búsqueda de mayor información.</p> <p>Entrega glosario de términos relacionados</p>
			<p>Debilidades</p> <p>Relato semi impersonal.</p> <p>Ausencia de fotografías, imágenes, recuadros, tablas de síntesis, u otro recurso didáctico que refuerce la comprensión y facilite el análisis y la síntesis.</p> <p>Déficit de ejercicios de aplicación práctica que orienten secuencialmente la acción del destinatario principal.</p> <p>No presenta instrumento o pauta de autoevaluación de la situación de la empresa respecto de la certificación.</p> <p>No presenta instrumento o pauta de planificación para la acción.</p> <p>Los ejemplos son altamente genéricos, no favorecen el análisis a partir de situaciones concretas o definidas, ni la síntesis integrativa orientada a plan o propuesta propia.</p> <p>Sin referencia a proceso de testeo o retroalimentación por parte de los usuarios directos.</p>

<p>Caso 2 "Buenas prácticas para Turismo Sostenible"</p>	<p>Conjuga 2 tipos de usuarios o beneficiarios: (1.- empresarios turísticos interesados en adoptar prácticas de turismo sostenible y 2.- profesionales y asesores). Si bien el instrumento presenta una propuesta de contenidos, organización y diagramación de permite fácil acercamiento al primer tipo de usuarios, no cubre satisfactoriamente las necesidades del segundo tipo.</p>	<p>Enfocado a la gestión empresarial, con énfasis en la consistencia de la oferta turística sostenible. Expone una base conceptual relativa al turismo sostenible, y a partir de la identificación de los 3 ámbitos o ejes que lo soportan, expone contenidos bien seleccionados. Estandariza la secuencia metodológica para el tratamiento de los distintos contenidos y los organiza en 5 aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introducción. Descripción global – Meta. Conceptos claves. - Define sintéticamente el ámbito y concepto a tratar. - Establece importancia de implementar el contenido tratado. - Orienta sobre acciones a seguir por el usuario/empresario. - Describe beneficios de aplicación de la base temática o Turismo Sostenible. 	<p>Fortalezas Relato cercano y en perspectiva de orientación o sugerencia. Lenguaje simple, acorde especialmente con el beneficiario</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Utiliza íconos para reforzar ideas y centrar la atención. Utiliza el color como recurso didáctico que distingue los 3 ámbitos que aborda. Su estructura permite una lectura o relectura selectiva, de acuerdo a los interés y/o necesidades del lector. Presenta ejemplos de aplicabilidad desarrollados por pares (otras empresas del rubro). Mantiene tono movilizador, basado en exposición de beneficios para la empresa, y recomendaciones concretas y de relativa simplicidad en su implementación. Ofrece referencias para la búsqueda de mayor información. (Textos y páginas web) Entrega glosario de términos relacionados. Ofrece una reseña de organizaciones que trabajan en la innovación y/o transformación de las prácticas empresariales vinculadas a negocios turísticos. 	<p>Debilidades Ausencia de fotografías, imágenes, recuadros, tablas de síntesis, u otro recurso didáctico que refuerce la comprensión y facilite el análisis y la síntesis. Déficit de ejercicios de aplicación práctica que orienten secuencialmente la acción del destinatario principal. No presenta instrumento o pauta de autoevaluación de la situación de la empresa respecto de las buenas prácticas de TCS. No presenta instrumento o pauta de planificación para la</p>
---	--	---	---	--

<p>Caso 3 "Guía Maestra para la Identificación y Diseño de Productos de Turismo Cultural de las Ciudades Mexicanas Patrimonio de la Humanidad: Guanajuato, Morelia, Querétaro y Zacatecas".</p>	<p>Define 3 tipos de usuarios. Los 2 primeros, aunque responden a categorizaciones simples, desarrollan funciones altamente diferenciadas al interior de la cadena productiva; por lo cual requieren otras herramientas. En el tercer tipo de usuarios, se agrupa una gran diversidad de actores con intereses, funciones, y nivel de desarrollo muy disímil.</p>	<p>Dirigido a la identificación y diseño de nuevos productos turísticos culturales, con un enfoque mixto hacia el establecimiento de planes de negocio. Estable el marco de referencia para la acción. Declara 4 propósitos u objetivos (4), con un nivel de desarrollo desigual al interior del instrumento. . Especialmente el segundo y cuarto objetivo se desdibujan de manera importante a lo largo del manual. Entrega datos analizados o semianalizados de los usuarios de TC (perfil).</p>	<p>acción. Sin referencia a proceso de testeo o retroalimentación por parte de los usuarios directos.</p> <p>Fortalezas Entrega instrucciones de uso generales. Dispone inicialmente de un breve glosario de terminología utilizada en el instrumento. La metodología para el diseño de un nuevo producto, enfatiza en el carácter cultural de los mismos. Representa una buena guía para la identificación de productos. Organiza la aplicabilidad del instrumento por territorios específicos (4 ciudades), facilitando así el análisis de contexto y las perspectivas de desarrollo.</p> <p>Debilidades Documento muy extenso (174 pág.), y monótono en su diseño y diagramación. No utiliza ningún recurso gráfico ni pedagógico que facilite, centre, refuerce o motive la lectura. Si bien propone ejercicios de reflexión a partir de conceptualizaciones expuestas; son de dominio complejo en general y no cuentan con un especialmente espacio reservado al interior del instrumento. Entrega pautas o formularios; sin embargo, éstos carecen de la calidad básica de un manual; tal es que sean auto explicativos. Sin referencia a proceso de testeo o retroalimentación por parte de los usuarios directos.</p>
--	---	--	---

<p>Caso 4. "La Empresa de Base Natural. Guía para el éxito".</p>	<p>Identifica como usuario al emprendedor en turismo de base natural (en formato individual o colectivo), que se encuentra en fase de despegue. Por su contenido y profundidad, el instrumento se relaciona adecuadamente al perfil que persigue.</p>	<p>Busca orientar la delimitación o mejora de un producto, a través de un plan de negocios para pequeñas empresas. Está fuertemente centrado en la oferta, bajo la perspectiva de la mercadotecnia; sin embargo, la profundidad de sus contenidos no permite abordar la planificación del negocio. Orienta para un análisis simple de las condiciones que presenta el territorio; para prospectar inserción del producto como para la búsqueda de alianzas Representa un puntaje de acciones básicas a implementar, no presenta desarrollo conceptual que permita al usuario profundizar en el ámbito del turismo cultural. Incorpora elementos regulatorios del negocio.</p>	<p>Fortalezas Relato cercano y en perspectiva de orientación o sugerencia. Aunque utiliza un lenguaje simple, accesible para usuarios sin experiencia previa en el rubro. Uso de fotografías que ilustran el turismo de base natural. Incentiva al usuario que visite y/o dialogue con otros emprendimientos similares en etapa más avanzada, para capturar aprendizajes directos. Realiza una simple caracterización de los potenciales clientes (consumidor activo o pasivo v/s no consumidor activo o pasivo). Presenta listado de tareas a realizar por el usuario para facilitar mínimamente su iniciativa (checklist). Presenta tabla para calcular costos de iniciación</p> <p>Debilidades Aunque se declara que es un instrumento básico - para orientar los primeros pasos - presenta una extensión excesivamente breve (19 páginas), reduciendo el tratamiento ajustado de contenidos mínimos. No dispone de formularios tipo. En su reemplazo, aconseja escribir / poner en papel las respuestas o reflexiones que surgen de la lectura. Ausencia de otros elementos didácticos que refuercen los aprendizajes o reflexiones. No presenta bibliografía complementaria. Sin referencia a proceso de testeo o retroalimentación por parte de los usuarios directos.</p>
---	---	---	--

<p>Caso 5 de emprendimiento cultural".</p>	<p>Aunque relacionados, pretende ser un instrumento que atienda las necesidades de 4 usuarios o beneficiarios específicos. Por sus contenidos y profundidad, el instrumento no se relaciona adecuadamente con los perfiles de usuarios que persigue. Se traduce más bien en una guía - con aspectos transversales y de contenidos mínimos - útil para los encargados de llevar a cabo posteriores procesos formativos dirigidos a los diversos actores vinculados al emprendimiento cultural.</p>	<p>Orientada a la elaboración de planes de negocio, como parte inicial del proceso de creación e implementación de industrias culturales. Declara 3 grandes objetivos, que no logran expresarse en el instrumento; por su largo alcance y diversidad de competencias (1.- fomentar el emprendimiento en red y la asociatividad; 2.- Fortalecer su poder de negociación; 3.- Promover el ejercicio de sus derechos como creadores y trabajadores de la cultura) Expone sintéticamente el marco normativo e institucional que sustenta la política nacional en emprendimiento cultural. Presenta definiciones y componentes de la política para el emprendimiento cultural. Alcanza mayor profundidad en el sistema y fondos de financiamiento.</p>	<p>Fortalezas Utiliza fotografías de expresiones culturales para pasar de un contenido a capítulo a otro. Utiliza el color para resaltar textos al interior de una misma página. Entrega definiciones básicas al inicio del texto, lo que contribuye a la comprensión y/o extrapolación de lo expuesto. Utiliza pautas de aplicación, que permiten al usuario ejercitar a partir de una descripción inicial. Anexa formularios tipo para presentación de proyectos a fondos de financiamiento. Anexa formato para plan de negocios semicompletado, con el propósito de contextualizar a los usuarios en los aspectos genéricos del mismo.</p> <p>Debilidades A pesar de lo extenso del texto (128 págs.), no alcanza a transferir contenidos específicos requeridos por cada destinatario. Se observa un abultado, y en ocasiones reiterativo tratamiento de temáticas; especialmente las referidas a directrices políticas del plan nacional. No distingue claramente los capítulos o partes que lo conforman; y su titulado no es auto explicativo. Lo anterior, no facilita la lectura y/o relectura, si se atribuye que un manual es un material de trabajo de consulta recurrente o en diálogo con el usuario. No contiene bibliografía específica que permita profundizar contenidos. Sin referencia a proceso de testeo o retroalimentación por parte de los usuarios directos.</p>
<p>Caso 6 "Manual de Buenas</p>	<p>Aunque dirigida a una diversidad importante de usuarios, la</p>	<p>Instrumento orientado a la formulación e implementación de</p>	<p>Fortalezas Entrega instrucciones de uso.</p>

<p>Prácticas para Turismo Sostenible".</p>	<p>generalidad del texto permite atender ciertos tópicos o criterios que les son comunes. (Guía, tour operador, hotelero, transportista y autoridades locales).</p>	<p>una política de sostenibilidad en la empresa turística, con enfoque hacia al mejoramiento de la calidad del producto</p> <p>Entrega algunas definiciones de base para introducir la lectura.</p> <p>En el eje planificación, incorpora la dimensión geografía física y humana presente en los territorios, a partir de la diferenciación de macro sectores de intervención (costa, sierra y selva).</p> <p>El instrumento se estructura en 3 capítulos centrales, los que se presentan con desigual desarrollo conceptual, y centrado en la exposición de consejos útiles bien organizados.</p> <p>Representa un compendio de buenas prácticas medioambientales, aplicables a la cualquier tipología de turismo, y que en general requiere de un usuario conocedor del tema o con disposición y condiciones para informarse por otro canal.</p>	<p>Redactado en un lenguaje simple.</p> <p>Sus páginas iniciales, presentan un discurso motivador para la implementación del mismo.</p> <p>Cada sección está organizada en función del mismo conjunto de interrogantes.</p> <p>Mixtura el uso de colores e iconos por unidad temática.</p> <p>Utiliza fotografías y grabados como apoyo a los contenidos.</p> <p>Incluye recuadros con preguntas ampliadas del tipo ¿sabía que?</p> <p>Anexa glosario técnico.</p> <p>Debilidades</p> <p>Letra pequeña y bajo interlineado.</p> <p>Su estructura lógica o secuencial no facilita la lectura ni la aplicabilidad de los contenidos. Los capítulos 1 y 2 (de carácter genéricos) están interrumpidos por el N° 3, de carácter específico.</p> <p>Solo el capítulo introductorio ofrece pauta de registros para evaluación interna.</p> <p>Incluye directorio intranet, donde se privilegia la diversidad temática antes que la profundidad de las áreas relacionadas (como certificación turística, compostaje y lombricultura, Saneamiento y productos ecológicos, listado de empresas recicladoras entre otros).</p> <p>El 35 % del manual está destinado a anexos (35 de 100 páginas) de diversa índole y relativa utilidad para un abanico amplio de usuarios.</p> <p>Sin referencia a proceso de testeo o retroalimentación por parte de los usuarios directos.</p>
<p>Caso 7 "Araucanía sin Fronteras, Manual para emprendedor turístico"</p>	<p>Dirigido a emprendedores del Turismo Mapuche y el Agroturismo; sin embargo, su cobertura (pequeña envergadura) y nivel de desarrollo (incipiente); requieren</p>	<p>Orientada a mejorar la calidad y competitividad de la oferta turística mapuche y rural, a través de la formalización de la iniciativa y su correspondiente tramitación requeridos (documentos</p>	<p>Fortalezas</p> <p>Presenta diagramas de fácil comprensión y seguimiento.</p> <p>Utiliza fotografías y color como marcador de atención.</p> <p>Texto sintético, que alcanza a exponer sus contenidos.</p>

	de un manual que supere la lógica de instructivo que éste privilegia.	instituciones participantes) Organiza los pasos a seguir en las distintas instancias involucradas. Diferencia globalmente las actividades, y antecede una breve descripción. Presenta lógica más de instructivo que de manual de auto aprendizaje para optimizar la oferta turística cultural.	<p>Debilidades Aunque está redactado en lenguaje simple, accesible al usuario, no considera lengua mapuche. Transfiere sólo procedimientos, no contenidos que refuerzan la planificación ni la implementación de iniciativas de turismo indígena en la zona. Dedica importantes páginas a describir el origen, objetivos y participantes del fondo que da origen al documento. Sin referencia a proceso de testeo o retroalimentación por parte de los usuarios directos.</p>
<p>Caso 8 de "Manual Sensibilización de Turismo Pesquero Sostenible"</p>	Estando dirigida a usuarios intermedios con conocimientos en el área; opera como una pauta global para el trabajo de asesoría y formación.	Enfoque orientado al proceso de turismo sostenible, con aplicaciones hacia productos que diversifican el rubro pesquero. Realiza un tratamiento sintético y bien organizado de los contenidos, con una estructura interna que va de lo global a lo particular. Parte con una breve reseña conceptual que delimita el actuar; le sigue una descripción de las diversas actividades asociadas al rubro y que se vinculan con el proyecto. Expone con claridad un conjunto de criterios o pautas de sostenibilidad a implementar.	<p>Fortalezas. Redactada en lenguaje simple, lo que facilitaría el acercamiento a usuarios no expertos. Utiliza fotografías y color en su diagramación. Ofrece diagramas simples o auto explicativos. Instrumento sintético, representativo de una hoja de ruta para el trabajo técnico al interior del proyecto. Ofrece una base documental generada en el marco del proyecto, donde se incluyen manuales específicos.</p> <p>Debilidades No presenta orientaciones o herramientas para la factibilización en terreno de las pautas o criterios de sostenibilidad que promueve. La transferencia de contenidos es de alcance reducido, en tanto sus usuarios son profesionales del área. Sin referencia a proceso de testeo o retroalimentación por parte de los usuarios directos.</p>

<p>Caso 9 "Manual de Buenas Prácticas Guías de Turismo y Operación Turística"</p>	<p>Entrega contenidos específicos acorde con las 3 tipologías de usuarios que define el manual, en tanto RRHH vinculado al guiaje turístico.</p>	<p>Orientado a la gestión del servicio, con énfasis en la satisfacción del turista. Parte con un desarrollo o fundamento conceptual inicial, sigue con una caracterización general del turista y al buen guía turístico. El texto se organiza sobre los 3 actores del proceso de guiaje (Guía, Trasladista, Tour conductor o coordinador); para quien define funciones y competencias requeridas. En su conjunto, representa un compendio de buenas prácticas aplicables al trabajo de guiaje turístico.</p>	<p>Fortalezas. Incluye dibujos y colores para mantener y guiar la atención lectora. Relato cercano y en perspectiva de orientación o sugerencia. Lenguaje simple, acorde con el beneficiario. Su estructura permite una lectura o relectura selectiva, de acuerdo a los interés y/o necesidades del lector. Entrega glosario técnico. Contiene cartilla de autoevaluación (la cual se incluye con la compra del manual)</p> <p>Debilidades La diagramación del texto es monótona, con escaso interlineado. No ofrece bibliografía complementaria. Se limita al modelo de guiaje turístico urbano, en lógica de "paquete turístico" Siendo un texto no extenso, destina el 15% de sus páginas para anexos, que aunque relacionados, son de fácil accesibilidad vía web. Sin referencia a proceso de testeo o retroalimentación por parte de los usuarios directos.</p>
--	--	--	---