

RED INTEGRADA DE EMPRENDEDORES LOCALES Y UNIVERSIDAD COMO ESTRATEGIA PARA POTENCIAR EL TURISMO SOSTENIBLE EN LA PROVINCIA DE OSORNO, CHILE

INTEGRATED NETWORK OF LOCAL ENTREPRENEURS AND UNIVERSITY
AS A STRATEGY TO BOOST SUSTAINABLE TOURISM IN THE PROVINCE OF OSORNO, CHILE

Diego Meier¹

Alexis Santibáñez²

Claudio Tobar³

Héctor Pavés⁴

Universidad Santo Tomás, Osorno. Chile⁵

RESUMEN

Se presenta un estudio de caso donde se aplicó una estrategia no tradicional para potenciar un destino de turismo sostenible en la zona norte de la Región de Los Lagos (Chile), a través de la participación activa de los emprendedores locales de turismo en naturaleza, rural y étnico (Mapuche-Huilliche) y una vinculación participante de los profesionales de la Universidad. La estrategia implicó lograr un profundo conocimiento del territorio y vinculación horizontal con emprendedores, formando una red mediante un proceso participativo consensuado, con comunicación constante y fluida. Este enfoque de participación activa y de vinculación proactiva en red horizontal entre emprendedores con especialistas y autoridades promueve un desarrollo local desde sus propias motivaciones y expectativas. Donde a pesar de ser informal el enfoque se mostró eficiente mediante una estrategia pragmática para aportar a la diversificación de la estructura productiva en ambientes rurales complejos.

Palabras clave: Participación activa - Vinculación participante - Desarrollo local.

(1) diegomeierecotrips@gmail.com

(2) alexissantibanez@santotomas.cl

(3) Departamento de Ciencias Básicas, Universidad Santo Tomás, Osorno. Chile. CP 5310431 - Los Carrera 753 - Osorno - Chile.

(4) Bachillerato en Ciencias, Universidad Santo Tomás, Osorno. Chile. CP 5310431 - Los Carrera 753 - Osorno - Chile.

(5) Somos un equipo de la Universidad Santo Tomás (Osorno - Chile) que promueve el desarrollo de turismo sostenible y de los territorios desde los habitantes locales. Nuestra premisa se basa en fortalecer los emprendedores como estrategia de desarrollo desde la base. Proyecto financiado por Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) - Gobierno Regional de Los Lagos - Chile.

ABSTRACT

A case study is presented here. We applied a non-traditional strategy to promote an Ecotourism and Ethnic Tourism destination in the Province of Osorno, Lakes Region (Chile). By strengthening active participation of local entrepreneurs in nature, rural and ethnic tourism (Mapuche-Huilliche) and also with a participant linking with technicians Universidad Santo Tomas Osorno based on local activities. The strategy involved efforts for achieving a deep knowledge of the territory and a horizontal link with entrepreneurs, forming a network through a consensual participatory process. Empowerment through participatory work in network was very effective and where micro-entrepreneurs themselves generated new integrated networks and local attractions. This approach of active participation and proactive network link between entrepreneurs themselves, and with specialists and authorities, promote local development from their own motivations and expectations. As a result, we believe that despite being informal approach was very efficient by a pragmatic strategy.

Keywords: Active participation - Participant linkage - Local development.

INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad productiva con un crecimiento sostenido en los últimos años, en Latinoamérica experimentó un 5,4 % anual entre 2005 y 2010 (OMT 2015). Este crecimiento ha sido acompañado de una diversificación en la motivación para viajar, creciendo exponencialmente aquellas actividades no tradicionales de turismo de experiencia, donde el turista demanda experiencias y vivencias únicas y singulares (UNTWO 2016). En este marco se han potenciado segmentos relacionados a vivencias en naturaleza y a la vida rural en un marco de turismo sostenible (UNTWO 2016).

En Latinoamérica se visualiza un gran potencial para el desarrollo de segmentos de turismo rural y de naturaleza, debido al importante patrimonio, destacando los recursos naturales y culturales locales (OMT 2005). Chile no es ajeno a este contexto y ha experimentado un crecimiento sostenido de visitantes tanto a nivel internacional como nacional, solo en 2015 creció un 21,8% (SERNATUR 2016). A su vez, ha aumentado exponencialmente el mercado de los segmentos vivenciales en ambientes rurales y naturales como el Ecoturismo, Turismo Rural y Enoturismo (SERNATUR 2016).

Este auge es visto en Chile, y en otros países de Latinoamérica, como una oportunidad de crecimiento económico no tradicional para áreas rurales con potencial turístico, poco desarrollo económico formal y alto grado de vulnerabilidad, sobre todo para comunidades indígenas y pobladores rurales (Pilquiman y Skewes 2010, Herrera Muñoz 2009). Sin embargo, a pesar del potencial en Latinoamérica se identifican importantes brechas con respecto a otros mercados turísticos, que en términos de OMT (2005) "...ralentizan su desarrollo,

entre los que cabe destacar, las deficiencias del capital humano y la calidad en el servicio y, sobre todo, las dificultades de partida (infraestructura básica, comunicaciones, desarrollo del tejido empresarial y otras) que muestran gran parte de estos países.”

En los últimos años se han destinado recursos y estrategias estatales, de ONG's y universidades para promover el desarrollo de turismo en base al potencial identificado, a las políticas de desarrollo rural y a las brechas turísticas identificadas (Gobierno de Chile 2016, Herrera Muñoz 2009). Sin embargo, la gran mayoría de los esfuerzos no han producido el resultado esperado, no se ha logrado establecer el destino, y lo propuesto se desvanece cuando finalizan las subvenciones (Durston 2001).

Las expectativas generadas y sus escasos resultados producen muchas veces que los emprendedores locales se desanimen y perciban al turismo como una carga en vez de una herramienta para la sostenibilidad, profundizando la crisis de pequeños productores en los sectores rurales (Pilquiman y Skewes 2009, com. pers.). Una de las principales dificultades para lograr un desarrollo sostenible, desde los propios habitantes locales, es que las estrategias del Estado y ONGs para promover el desarrollo de áreas con necesidades, se basan normalmente en concepciones tradicionales donde se “imparten” conocimientos y regulaciones (top-down), las cuales no han sido efectivas en Chile y en Latinoamérica (Ministerio de Agricultura 2013, Pilquiman y Skewes 2009). Muchas veces, se generan conflictos locales al efectuarse esfuerzos externos en comunidades que ya presentan una variedad de formas de cooperación propias campesinas (Durston 2002).

La zona norte de la Región de Los Lagos (Chile), considerada de las áreas más pobres de Chile, actualmente presenta un incipiente desarrollo turístico, sin embargo posee un gran potencial para convertirse en un destino de Ecoturismo y Enoturismo (Santibañez et al, 2014). Los segmentos identificados con potencial favorecen a los pobladores rurales y comunidades Mapuche-Huilliches, donde ellos mismos deberían ser los emprendedores turísticos. Sin embargo, al igual que lo ocurrido normalmente a nivel nacional e internacional, hasta el presente los esfuerzos estatales y privados no han logrado los resultados esperados (Gore Los Lagos – Proyecto Red 2014).

Como una estrategia novedosa para un desarrollo y consolidación del destino Ecoturístico y Enoturístico, académicos y profesionales de la Universidad Santo Tomás sede Osorno, nos propusimos afrontar los principales desafíos relacionados a promover la generación de una oferta turística rural a través de fomentar la asociatividad entre emprendedores, pero también en vinculación con la universidad y autoridades, mediante un paradigma de participación activa de los emprendedores y una observación participante de los profesionales encargados de promover el desarrollo turístico. Presentamos aquí la experiencia del caso.

MATERIALES Y MÉTODOS

Área de Estudio

La Región de Los Lagos se extiende entre la latitud 40°13'S y el 44°3'S y entre longitud 74°49'W a 71°34'W, desde el Océano Pacífico hasta la Cordillera de los Andes. Comprende 48.584,5 Km² de superficie, que administrativamente se distribuyen en cuatro provincias. La provincia de Osorno, se encuentra al norte de la región, la cual está conformada por siete comunas (San Pablo, Osorno, Puyehue, Puerto Octay, San Juan de la Costa, Río Negro, Purranque) y es donde nos enfocamos en este trabajo (Figura 1).

La provincia de Osorno presenta cuatro ambientes bien diferenciados, a) al oeste la Cordillera de los Andes, con importantes volcanes, valles boscosos, lagos y Parques Nacionales, b) una zona central llana, denominada Valle Central, c) la Cordillera de la Costa, entre el valle central y el océano, una sierra paralela a los Andes más baja con un bosque de aspecto selvático llamado "Selva Valdiviana" y d) una franja costera denominada "Costa de Osorno" principalmente con acantilados y algunas playas que se forman en ríos que desembocan en el mar (Figura2).

La mayor densidad de población se concentra en el sector llano del Valle Central donde se encuentra la ciudad de Osorno y la mayor actividad productiva principal, que es la ganadería y en menor medida la agricultura, especialmente en el valle central (fuente: www.bancodatosene.ine.cl). Hacia la Cordillera de los Andes existen algunas actividades relacionadas al turismo como termas, un centro de ski, o pueblos veraniegos en lagos. Hacia la cordillera de la Costa la actividad principal es la forestación con Pinos y Eucaliptos y una economía de subsistencia. En algunos sectores de la franja Costera hay actividad pesquera y marisquera artesanal (fuente: www.goreloslagos.cl).

La población rural corresponde aproximadamente a un 40% en toda la provincia, donde la mayor proporción corresponde a productores de pequeña y mediana escala. En los sectores más extremos de la provincia, zona Andina y Cordillera de la Costa especialmente, la población rural alcanza un 80% donde la mayoría de los habitantes son de ascendencia Mapuche – Huilliche, y su economía rural es de subsistencia en variedad de rubros (fuente: www.goreloslagos.cl, www.bancodatosene.ine.cl).

Existe una problemática en el contexto rural que a pesar de existir grandes potencialidades en el territorio (recursos marinos, forestales, agropecuarios, culturales, turísticos) no logran asegurar la subsistencia de quienes habitan en dicho contexto, especialmente en familias rurales y Mapuche-Huilliches, lo que se manifiesta por las constantes migraciones dentro y fuera de sus espacios, normalmente hacia centros urbanos, ocurriendo a veces retorno, y otras sin retorno (Fundación para la Superación de la Pobreza 2013).

El paisaje social-cultural local "original" ocurría mediante múltiples procedimientos que se sustentaban en labores agropecuarias (con alto grado de au-

tosuficiencia), en lo comunitario desde las estrategias para trabajar la tierra y el mar (ej. la minga), hasta conocimientos y prácticas culturales vinculantes (ritos mágicos asociados a la fertilidad del mar y la tierra, no exclusivos del mundo indígena), matriz histórica que generó una gran base cultural local (Fundación para la Superación de la Pobreza 2013)

El proceso de migración y cambio de la matriz socio-productiva produce una desvinculación entre las personas y comunidades, surgiendo nuevas relaciones organizacionales de carácter oportunista, basadas esta vez predominantemente con una economía de mercado que se tornó como el modelo de vida rector y gestor de las transformaciones sociales (culturales, económicas). Estos problemas son generalmente abordados desde la institucionalidad comunal bajo modalidades de asistencialismo, acrecentando aun más el problema pues debilita la capacidad endógena de mejorar la situación comunitaria y familiar, volviendo la sustentabilidad en un fenómeno sostenido artificialmente (Fundación para la Superación de la Pobreza 2013).

Sin embargo, a pesar de las dificultades para los habitantes locales, en este proceso de transformación socio-productivo también está ocurriendo en la última década un proceso de valoración de la cultura local, tornándose en un valor ya no solo como un medio de vida, sino como un referente cultural identitario (Fundación para la Superación de la Pobreza 2013).

Actividad Turística

La Región de Los Lagos presenta un escenario privilegiado para el desarrollo de diferentes actividades asociadas al turismo de intereses especiales. Aunque actualmente se evidencia un marcado desbalance en las diferentes provincias de la región, siendo la zona central sobre el Lago Llanquihue (Puerto Varas) se encuentra consolidada como destino turístico en naturaleza a nivel internacional (Gore Los Lagos – Proyecto Red 2014, SERNATUR 2016). Mientras que en otras provincias de la Región, aunque con un gran potencial, el turismo se resume básicamente a tránsito de pasajeros a otros destino. Tal es el caso de la Provincia de Osorno, con escasa oferta turística principalmente enfocada en el tránsito y en servicios para visitantes de Argentina de compras de retail, termas-spa de alta gama y gastronomía (fuente: www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas).

Por otro lado, se desprende en la región que del total de las empresas registradas alrededor el 90% son microempresas, sin embargo solo participan en un 8,9% de las ventas totales (SERCOTEC 2012). Marcando claramente la estructura de la economía hacia grandes empresas, situación que también se repite en el mercado turístico, aunque algo mas diluido (fuente: www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas).

MÉTODOS

Estrategia de Trabajo

Formalmente para la implementación del proyecto se plantearon actividades y etapas, que pueden considerarse como relativamente estándar para un programa de Desarrollo Turístico Local (Giroto y Del Giorgio Solfa 2009, Swarbrooke 1999, Lane 1994), aunque adaptado a la realidad regional.

a- Estudio Técnico Base - Prospección

En una primera etapa se planteó conocer el territorio y las realidades locales, contactarnos con los emprendedores turísticos rurales en sus lugares y también con los referentes de turismo de las comunas de la provincia. En esa etapa, realizamos una selección de emprendedores rurales de turismo rural, étnico y ecoturismo. El principal criterio es que tenían que haber concretado algún paso en su emprendimiento turístico, es decir no sólo tener la intención o una idea por desarrollar un emprendimiento.

b- Generación de una red

Con los emprendedores seleccionados, se buscó formalizar una red que se denominaba "Red de Turismo Integrado y Ecodesarrollo". Bajo la premisa de que el modelo de generación de una red plantea una dinámica de trabajo asociativo y sinérgico, permitiendo potenciar y consolidar a mediano plazo un destino turístico. Debido a ello, se planteó formalizar una Red mediante su personalidad jurídica y registro en el Estado, promoviendo la gestión organizacional mediante un diseño de organización definiendo roles, responsabilidades, funciones y procedimientos.

c- Capacitación a los Actores Involucrados en la Red de Turismo Integrado y Eco-desarrollo

Se efectuó un importante esfuerzo en familiarizar a los emprendedores con conceptos básicos y sus aplicaciones en aspectos asociados a la gestión de calidad turística (atención al cliente, administración, contabilidad, presentación del producto, idiomas, estrategias de venta) y manejo informático (correo electrónico, internet, blog, facebook, mercado público). La premisa fue desarrollar capacidades y competencias necesarias para la gestión de los emprendimientos turísticos, en los miembros de la Red.

d- Giras Tecnológicas a experiencias exitosas

Como estrategia de Benchmarking para los emprendedores planificamos un recorrido por tres destinos posicionados en Argentina, visitando experiencias exitosas de turismo en naturaleza y étnico, buscando que los emprendedores de la red incorporen nueva información que les permita mejorar sus servicios y productos turísticos, como una suerte de capacitación en terreno.

e- Generación de Rutas Turísticas

En base a la información recopilada durante los recorridos en terreno y considerando los segmentos de Eco y Etnoturístico, se definieron rutas turísticas zonales integrando a emprendedores seleccionados. Se buscó potenciar un producto con diferentes actividades relacionadas en cada zona de la provincia de Osorno.

f- Difusión

Se planteo una estrategia de difusión de la Red y de los productos diseñados durante el proyecto, especialmente utilizando la web, redes sociales y periódicos locales.

ESTRATEGIA PLANTEADA

El enfoque metodológico utilizado se presenta como una aproximación novedosa para el potenciar el desarrollo turístico sostenible de emprendedores rurales. La premisa aquí fue que los emprendedores se fortalezcan vinculándose en forma estrecha en base a sus motivaciones y que a su vez, dispongan de herramientas efectivas que les permitan solucionar sus problemas específicos bajo la asesoría y el acompañamiento de la parte técnica. Para ello, la estrategia utilizada se basó principalmente en dos conceptos: la participación activa y la vinculación participante, que se explican a continuación:

a- Participación activa de los emprendedores

En el marco del turismo sostenible, se plantea que necesariamente para su desarrollo es obligatoria la participación activa de la sociedad y los emprendedores, además debe existir una integración entre el estado y los privados. Incluso en este sentido, se plantea que el desarrollo de la "industria turística sustentable" debe proteger la comunidad y el ambiente, donde se requiere a la participación de la comunidad en la planificación, las decisiones de manejo y control del destino (OMT 2005, UN Research Institute for Social Development 1994, Jeannotte 2003). Sin embargo, esto no es fácil y se requiere crear mecanismo para que esta situación sea posible (Swarbrooke 1999). Comúnmente se considera en el desarrollo sustentable la participación social como una aceptación de la sociedad hacia un emprendimiento o de un proyecto, a través de referentes, denominado "responsabilidad social" del desarrollador (estado, empresa, etc.) (IISD 2004)

En esta propuesta se decidió promover una participación activa "real" de los emprendedores para el desarrollo del turismo sostenible. Para ello, gran parte de los recursos (tiempo y fondos) y esfuerzo del grupo de trabajo se orientó a establecer vínculos estrechos y constantes entre los propios emprendedores y con los profesionales; se buscó poner a disposición de la gente involucrada toda, la información y avances del proyecto; se promovió conectar con los esfuerzos que el estado o las instituciones gubernamentales están ha-

ciendo al respecto en la zona de interés.

La estrategia de la universidad, como promotor del proyecto, implicó consensuar herramientas entre los diversos actores para el desarrollo del turismo en la provincia en conjunto y promover activamente la vinculación en red. Por otro lado, la vinculación de la universidad con los emprendedores también significó que estudiantes universitarios se vinculen en el acompañamiento mediante registro de información en visitas de campo y soporte en todo lo relacionado al desarrollo turístico de los emprendimientos.

Por otro lado, esta estrategia no podría ser estática, sino que debía ser flexible e ir generando ajustes a la planificación original en base a las decisiones consensuadas entre los diferentes actores involucrados en una estrategia de "vinculación horizontal" emprendedores-instituciones-universidad.

b- Vinculación participante

Se tomaron herramientas estratégicas del paradigma de la Observación Participante de la Etnografía, es decir estar involucrados con la población en estudio, buscando vivenciar personalmente el día a día, participar en sus costumbres (Boivin et. al 2008, Velasco y Diaz de Rada 1997, Atkinson y Hammersley 1998). Esta estrategia de "vinculación participante" en turismo implica conocer muy bien la realidad territorial, participando en actividades cotidianas y del servicio turístico que cada emprendedor ofrece normalmente. Se debe fomentar y mantener un fluido contacto con las personas que son parte de la red. Para lograr esta vinculación, se propuso invertir gran parte de los esfuerzos iniciales en su desarrollo, donde fue necesario sustituir la generación de intervenciones puntuales o de visita esporádica, por una periódica y de mayor duración para la generación de confianzas mutuas.

RESULTADOS

Existe una paradoja en numerosos destinos emergentes, tal es el caso de la provincia de Osorno, donde a pesar de existir gran potencial para un turismo sostenible en los segmentos de turismo en naturaleza, rural y étnico y con emprendedores proactivos; la tendencia actual aunque incipiente es hacia un turismo masivo, que brinda escasas herramientas y posibilidades a los microempresas locales. Además que la tendencia descontextualiza la realidad cultural y natural local afectando los valores propios de la región.

A continuación resultados y experiencias aprendidas de la estrategia en red participativa utilizada para fomentar el desarrollo del turismo sostenible en emprendedores rurales de la Provincia de Osorno, Chile.

Situación actual del turismo rural

Identificamos un gran potencial turístico en relación a ofertas de actividades en naturaleza, rural y especialmente étnico. Sin embargo, salvo algunos casos puntuales, la gran mayoría de la oferta es incipiente y normalmente informal.

Reconocimos 109 propuestas de turismo rural en diferentes etapas de desarrollo, aunque la mayoría no se encontraba formalizada ante el estado (76%). Es importante destacar que la gran mayoría de ellos habían participado en algún proyecto o curso de formación relacionado al turismo (90%). Sin embargo se sentían inseguros y desconfiados de lo realizado, sin poder traspasar la etapa de "idea inicial" de su actividad a la de "producto turístico" a pesar de esfuerzos realizados. Esto generó una profunda frustración, y una percepción de una "carga" impuesta, que debió ser trabajada y enfrentada por nuestro grupo de trabajo. Por otro lado, observamos que cada emprendedor, sea incipiente o con años de turismo, no estaba vinculado con otros en la oferta y en muchos casos incluso desconocía que productos ofrecían emprendedores de la misma zona, evidenciando una profunda falta de asociatividad.

Participación activa y Vinculación participante

La etapa de prospección tuvo una duración de aproximadamente 3 meses de intensivo acercamiento debido a la extensión del territorio (siete comunas y 9.223,7 km²), complejidad de accesos, complejidad en las comunicaciones y debido a un proceso de vinculación gradual para lograr establecer las confianzas necesarias. No obstante este proceso de vinculación se fue extendiendo a lo largo del tiempo ya que los recorridos a los territorios fueron constantes a lo largo de todo el proyecto.

Del total de emprendedores identificados (109) logramos un fortalecimiento y conformación de una vinculación en red con 40 de ellos. El proceso de fortalecimiento de participación activa y de vinculación participante implicó mucho esfuerzo y tiempo del equipo (aprox. un 40% de los recursos), sin embargo generó una vinculación muy estrecha entre los emprendedores y también con el equipo técnico. Esta relación cercana se fortaleció con talleres participativos en las diferentes comunas, cursos de capacitación, visitas en cada emprendimiento, actividades vinculantes como una Feria de Turismo en la ciudad de Osorno y un viaje para conocer emprendimientos exitosos a destinos turísticos de Argentina.

En todas las etapas se promovió una circulación constante de información y de consulta, se promovió estrecha vinculación horizontal entre emprendedores y con los referentes técnicos, promoviendo estrecha confianza. Generando ajustes y cambios a la planificación previa del proyecto. De este proceso uno de los principales resultados fue un re-empoderamiento de los emprendedores a sus proyectos particulares. Ajustando aquellas deficiencias identificadas, pero en base a sus motivaciones y expectativas. *"No entendía el turismo y hasta ahora no había sido turista en otros lugares. Ahora se de que se trata y empiezo a elegir como trabajar, ajustándolo con mis otras actividades"* (Nora Mellillanca com. pers. 2014).

Formalización de una Red

Uno de los objetivos principales del proyecto consistía en establecer for-

malmente una Red de Turismo Integrado de la zona norte de la Región de Los Lagos (Provincia de Osorno). A modo de convertirse en una corporación regional, nodoo Red que *"promueva servicios turísticos diferenciados y de calidad a turistas nacionales y extranjeros, estableciendo alianzas con distintos actores del emprendimiento turístico, trabajando por la comunidad con un compromiso de desarrollo social por el emprendimiento y la innovación del turismo regional"* (Santibañez et al. 2014). Esta red fue formalizada y hemos realizado numerosos esfuerzos en lograr que genere una dinámica propia, más allá de la promoción y empuje de los referentes de la Universidad. Sin embargo, la experiencia adquirida demostró que no es efectiva a una escala regional (provincial) una vinculación formal, rígida, preformada. Resultando ser altamente demandante de esfuerzos y tiempo por los emprendedores. Probablemente sea más eficiente promover la vinculación participante y de empoderamiento en una estructura de red laxa, no rígida y más allá de estructuras formales. Las cuales podrían eventualmente formalizarse una vez potenciado el empoderamiento, no al revés (Szarka 1994). Esta situación no formal ocurrió naturalmente, y sin previa planificación a escala local con algunos emprendedores. Donde ellos mismos generaron redes locales de tres o cuatro emprendedores para potenciar un nuevo atractivo integrado. Por otro lado, al ser emprendedores de micro-escala consideramos que tampoco sería muy eficiente plantear un clúster turístico al estilo de empresas conformadas y destinos consolidados.

CONCLUSIONES

Nos propusimos realizar un aporte para resolver la problemática planteada de ser un destino potencial y nunca concretarse a pesar de los esfuerzos. A largo plazo se busca que efectivamente se transforme la región en un destino Ecoturístico y Etnoturístico, sin embargo nuestro principal esfuerzo para la presente propuesta se enfocó en que los habitantes locales que ya habían iniciado algún proceso de emprendimiento turístico en el entorno rural y natural tengan herramientas y confianza para elaborar sus propias propuestas en este complejo mercado. Buscando aportar una estrategia alternativa a esfuerzos ya efectuados en la Región.

Este proyecto ha sido organizado con un plan de acción relativamente tradicional, con una prospección inicial, generar una red, cursos de formación, proponiendo rutas turísticas, visitas de los emprendedores a otros destinos, y una Feria de Turismo. Sin embargo, el enfoque con el que nos propusimos concretar el proceso no fue tradicional y consideramos que fue efectivo aunque los resultados formales no sean todos los esperados, sobre todo para etapas de comercialización.

Se podría resumir la estrategia a que a una escala regional, como podría considerarse al área de influencia del programa, tuvimos un enfoque a nivel de emprendedor. Lo que permitió ayuda a que generen propuestas ajustadas a la realidad y motivación individual, pero promoviendo la red con una visión

zonal y regional.

Una de las limitantes principales consiste en que es un proceso muy lento y difuso a la hora de presentar resultados formales. Esta situación complejiza enormemente al solicitar fondos para profundizar esta línea de trabajo social horizontal entre universidad y emprendedores. Al igual que también ralentiza la vinculación entre el mercado a través de agencias de turismo y los propios emprendedores. Aunque sin embargo, consideramos que es la estrategia válida para romper con la paradoja del gran potencial y nunca concretarse, buscando fortalecer a los propios emprendedores.

Este enfoque ha sido muy citado en la bibliografía, pero normalmente insuficientemente aplicado. Hay que reconocer que la relación entre los promotores del desarrollo, los emprendedores, la sociedad, la investigación científica, educación, innovación y beneficios prácticos es mucho más diverso y complejo que lo estimado en la planificación y en la conceptualización del desarrollo.

Se presentó aquí una estrategia probada de promoción del desarrollo de un destino ecoturístico “desde” los emprendedores locales y en base a sus motivaciones. Donde, a pesar proponer inicialmente una estructura formal que no fue efectiva, se generó un espacio de vinculación proactiva en red entre emprendedores y con especialistas y autoridades, red difusa y no formal que se mantiene en gran medida en la actualidad y que potenciará al destino ecoturístico de Osorno y demuestra la efectividad de la metodología adoptada.

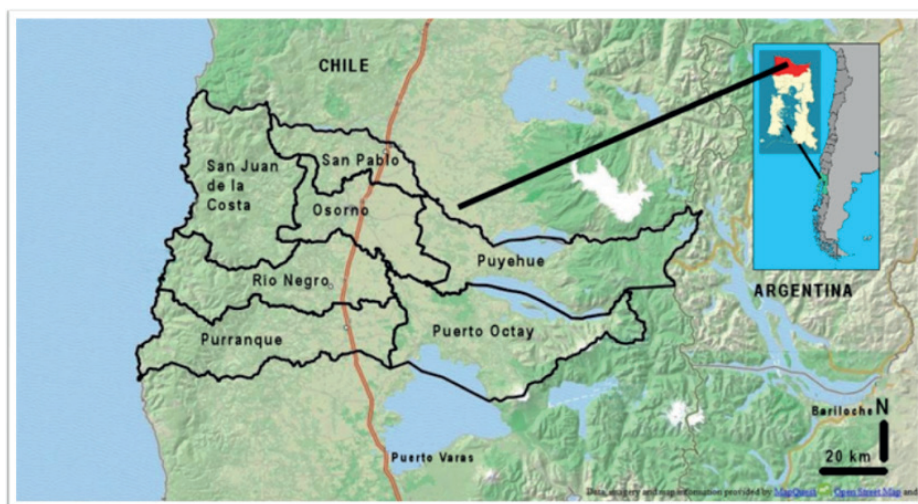
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Atkinson, P. y Hammersley, M. (1998). *Ethnography and participant observation*. En *Strategie of Qualitative Inquiry*. (N.K. Denzin & Y. Lincoln) Thousand Oaks, London, N. Delhi: Sage Publications
- Boivin, M., Rosato, A. y Arribas, V. (2008). *Constructores de Otrredad*. GEA Buenos Aires
- Durston, J. (2001). *Evaluando capital social en comunidades campesinas en Chile*. Fundación Ford.
- Durston, J. (2002). *El capital social campesino en la gestión del desarrollo rural*. Díadas, equipos, puentes y escaleras. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Fundación CODESPA (2011). *Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA. Una experiencia regional andina*
- Fundación para la Superación de la Pobreza (2013). *Pobreza en la Región de Los Lagos*. Documento técnico.
- Giroto, L. M. y Del Giorgio Solfa, F. (2009). *Foros de Desarrollo Turístico Rural como mecanismo para fomentar el Desarrollo Local, a partir de la generación de nuevos servicios turísticos*. VIII Reunión de Antropología del Mercosur (RAM) “Diversidad y poder en América Latina” Buenos Aires, Argentina
- Gobierno de Chile (2012). *Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020* Gore Los Lagos – Proyecto Red (2014). *Diagnóstico de Innovación de la Región de Los Lagos*.

PROYECTO RIS – LOS LAGOS

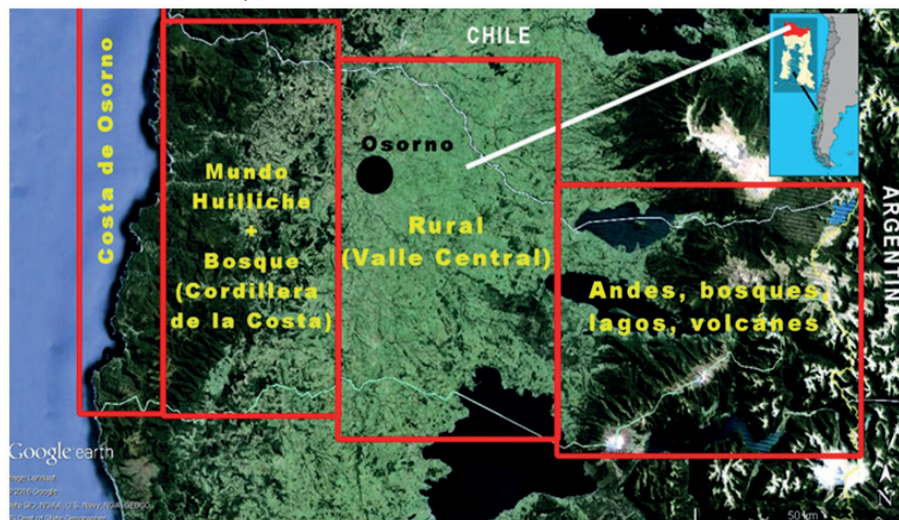
- IISD (2004). Perceptions and Definitions of Social Responsibility. Issue Briefing Note. International Institute for Sustainable Development. Canada.
- Lane, B. (1994). Sustainable rural tourism strategies: A tool for development and conservation. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol 2, Nos. 1 & 2.
- Herrera Muñoz, R. (2009). Estudio Sobre el Turismo Rural en Chile. Interamericano de cooperación para la agricultura – IICA Oficina Chile.
- Jeannotte, M. S. (2003). Social Cohesion: Insights from Canadian Research. Ottawa: Strategic Research and Analysis Directorate, Department of Canadian Heritage.
- Ministerio de Agricultura - Fundación para la Innovación Agraria (2013). Visión, logros y desafíos del Ministerio de Agricultura 2010-2014 Gobierno del presidente Sebastián Piñera Echenique. Mundo rural para Chile en el siglo XXI. Gobierno de Chile.
- OMT(2005). El Turismo Rural en las Américas y su contribución a la creación de empleo y a la conservación del patrimonio. Informe técnico.
- OMT(2015). Panorama OMT del turismo internacional. Organización Mundial del Turismo.
- Pilquiman, M. y Skewes, J., C. (2010). Relatos en torno al etnoturismo: La comunidad indígena de Choroy-Traiguén, Provincia de Osorno, y sus proyectos de desarrollo. *Revista Lider* Vol. 16 Año 12 2010 pp. 105-124.
- Santibáñez, A., Medina, M., Tobar, C., Saavedra, R., Pavés, H. y Meier, D. (2014). Red de Turismo Integrado y Ecodesarrollo. Fondo de Innovación para la Competitividad Informe Final. Gobierno Regional Los Lagos. Chile.
- SERCOTEC (2012). La situación de la micro y pequeña empresa en Chile. Informe SERCOTEC
- SERNATUR(2016). Barómetro de Turismo Chile a Marzo de 2016. SERNATUR. Chile.
- Swarbrooke, J. (1999). Sustainable Tourism Management. CABI Publishing
- Szarka, J. (1994) Las redes y la pequeña empresa, en *Desarrollo y Gestión de PyMEs: Aportes para un debate necesario*, Hugo Kantis (Ed.), Universidad Nacional General Sarmiento, Buenos Aires, 1998.
- United Nations Research Institute for Social Development (1994). Social Integration: Approaches and Issues. Geneva: United Nations Research Institute for Social Development.
- UNTWO (2016). UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex
- Velasco, H. y Díaz de Rada, A. (1997). La lógica de la investigación etnográfica. Trotta, S.A. Madrid.

FIGURA 1. Área de estudio, provincia de Osorno. Identificadas las comunas.



Fuente: MapQuest.

FIGURA 2. Área de estudio, provincia de Osorno. Identificadas los principales ambientes de la provincia.



Fuente: Google Earth

AGRADECIMIENTOS

A todos los emprendedores de la red, a los encargados de turismo de Cada Comuna de la Provincia de Osorno, a las autoridades de la Universidad, a quienes brindaron su apoyo para el desarrollo del proyecto, a las autoridades del SERNATUR, al GORE Los Lagos.