

OFERTA TURÍSTICA Y PERFIL SOCIOCULTURAL DE LOS EMPRESARIOS TURÍSTICOS DEL BORDE COSTERO DE LA ARAUCANÍA, CHILE

Miguel Escalona-Ulloa^{*}
Fernando Peña Cortés^{**}
Rodrigo Hiriarte Llanos^{***}
Universidad Católica de
Temuco - Chile

Resumen: Esta investigación caracteriza la oferta turística y el perfil sociocultural de los empresarios turísticos del Borde Costero de La Araucanía. Para ello se analizó la oferta turística de acuerdo a lo propuesto por Leiva (1997), haciendo énfasis en las cuatro comunas que forman parte de este territorio que presenta atractivos naturales y culturales relevantes alcanzando un total de 140. Junto con ello, se analizó el perfil sociocultural a través de la noción de habitus planteada por Bourdieu y Waquant (2005) que permitió reconocer dos perfiles de empresarios turísticos, uno con bajo nivel de experticia en el rubro (dados los indicadores de educación y pobreza) y cuya elección de la actividad descansa en los esfuerzos realizados desde la institucionalidad y otro que, a partir del etnoturismo, ha consolidado una oferta turística de nivel internacional, asociadas a otros oferentes turísticos de la región de La Araucanía.

PALABRAS CLAVES: oferta turística, perfil sociocultural, borde costero, Araucanía.

Abstract: Tourist and Cultural Profile of the Coastal Border Tourism Entrepreneurs of La Araucania, Chile. This research characterizes the tourist offer and sociocultural profile of the tourist businessmen of La Araucania Coastline. The tourist offer was analyzed according to proposal of Lewis (1997), making emphasis on the four municipalities that are part of this territory and have significant natural and cultural attractions reaching a total of 140. Along with this, the socio-cultural profile was examined through the notion of habitus proposed by Bourdieu and Waquant (2005) that allowed recognizing two profiles of tourism businessmen, one of them with a low level of expertise in the business (given the education and poverty indicators) whose choice of activity rests in the efforts made by the Government and by others which from the ethno-tourism perspective have built a tourism offer of international level associated with other tourist providers in La Araucania region.

KEY WORDS: tourism, cultural profile, coastline, Araucanía.

^{*} Magíster en Planificación y Gestión Territorial. Línea de Investigación: Dinámicas Territoriales. Laboratorio de Planificación Territorial, Escuela de Ciencias Ambientales, Facultad de Recursos Naturales, Universidad Católica de Temuco, Chile. E-mail: mescalona@uct.cl

^{**} Doctor en Ciencias Ambientales. Línea de Investigación: Geografía Física, Análisis integrado de sistemas naturales, planificación territorial. Director Programa de Magíster en Planificación y Gestión Territorial Laboratorio de Planificación Territorial, Escuela de Ciencias Ambientales, Facultad de Recursos Naturales, Universidad Católica de Temuco, Chile. E-mail: fpena@uctemuco.cl

^{***} Magíster en Ciencias Sociales aplicadas (e). Línea de Investigación: Participación ciudadana, interculturalidad. Laboratorio de Planificación Territorial, Escuela de Ciencias Ambientales, Facultad de Recursos Naturales, Universidad Católica de Temuco, Chile. E-mail: rhiriarte@uct.cl

INTRODUCCION

Según Leiper (1990), la **oferta turística** está integrada por tres componentes básicos: los **atractivos** y **actividades turísticas**, la **planta turística** y la **infraestructura turística**. Todos estos elementos se interrelacionan y la carencia de uno de ellos dificulta o imposibilita el desarrollo de la experiencia turística como tal, pero el elemento que activa todo el proceso lo constituyen los atractivos (Leiva & Rivas, 1997). Por su parte, Flores & Barroso (2011: 8) definen a las empresas turísticas y a los empresarios como *aquellos que venden sus productos y servicios mayoritariamente a los turistas*, razón por la cual analizar el impacto del emprendimiento turístico local tiene una función innovadora importante para comprender la economía, la sociedad y la política de las sociedades turísticas (Amer, 2009).

El fenómeno del turismo es hoy en día un hecho notorio y su importancia no se discute. Ya en 1980 la Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial expresaba que *el turismo se entiende como una actividad esencial de la vida de las naciones por sus consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y para sus relaciones internacionales en todo el mundo* (SERNATUR-LPTUCT, 2001: 2).

En este contexto, en Chile el aporte del turismo al **PIB** fue del 3,11% y sólo durante el año 2008 el país generó un total de US\$ 2.030,5 millones por turismo receptivo. En este periodo ingresó un total de 2.698.659 turistas de nacionalidad extranjera, cifra superior en 7,7% a la contabilizada el año anterior. La zona Sur, que para efectos de entrada de turistas desde el extranjero abarca las regiones del Bío Bío, La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos registra el 9,1% de las llegadas (246.505 turistas) (INE, 2008).

Al respecto, el Boston Consulting Group (BCG) (2007) planteó que Chile **puede ser un país receptivo de turismo limítrofe** o de larga distancia, cuya principal oportunidad está en capturar mayor valor por turista seguido por el aumento en el número de arribos. En este sentido, las proyecciones del turismo para el año 2010 (SERNATUR, 2006) plantean que los destinos turísticos del país recibirán un total aproximado de 11 millones de visitantes, de los cuales 2,7 millones serán turistas extranjeros que permanecerán varios días (al menos 10), 1 millón de ellos vendrán por el día y aproximadamente 7,5 millones de chilenos saldrán a distintos lugares del país.

El turismo como actividad humana -a diferencia de otras actividades productivas que permiten realizar en diferentes espacios sus fases de producción y consumo (a veces separados por cientos o miles de kilómetros)- se realizan en el mismo sitio y al mismo tiempo. Por lo tanto, el análisis del sistema turístico tiene ciertas implicancias específicas que derivan del particular aspecto que presentan las experiencias turísticas. En este contexto, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) (1999; 2003) plantea que el turismo al igual que todas las actividades económicas es influenciado en algún grado por las características del territorio donde está localizado

y cuyas características pueden incidir en su competitividad.

El desarrollo actual del turismo se fundamenta en **ventajas competitivas creadas en los mismos territorios** que se sostienen en la capacidad de innovar, la prestación de servicios, la calidad de los productos, los niveles de seguridad, los productos diferenciados, la calidad ambiental, la diversificación de mercados, la generación de nuevos productos con altos estándares de calidad y el fortalecimiento de la oferta turística. Esta última deberá ser capaz de satisfacer las demandas y exigencias de los turistas que son producto de la globalización y de la era de la información haciendo que se requiere ser capaz de reconvertirse para atraer y satisfacer los estándares del turismo emergente (Lillo et al, 2007; Torres, 2003; Inman & Segura, 1998).

En este contexto **es necesario considerar el ordenamiento turístico** como una herramienta de planificación reguladora que procura que el desarrollo -turístico o de cualquier otro tipo- pueda llevarse a cabo de manera compatible con las aptitudes y capacidades del territorio de una región, permitiendo el surgimiento de actividades turísticas competitivas (Bringas et al, 2004). La planificación del turismo implica un elevado **control social de las actividades** y de sus efectos sobre los recursos teniendo como objetivo de que la mayor parte de los beneficios económicos se trasladen al conjunto de la comunidad en sus diversas formas (Pardillas & Fabeiro, 2004).

Cruz et al (2010) aseguran al respecto que el turismo a escala local ha sido concebido como un instrumento capaz de contribuir a promover el desarrollo en comunidades donde, además de generar recursos económicos, permite reforzar la identidad de sus habitantes al ser compatible con su cultura y a la vez conducir una adecuada gestión de sus recursos que garantice su aprovechamiento en el presente y futuro. Al respecto, Diniz & Moquete (2011) afirman que el turismo provoca cambios socio-espaciales y redefine las singularidades espaciales, además de reorientar sus usos. Dichos cambios son protagonizados por los actores clave que, según Zamora et al (2010), están representados por la comunidad local la cual está constituida por el núcleo de residentes en áreas específicas que reciben visitantes.

EL TURISMO COMO MERCADO DEL GUSTO EN EL CONTEXTO DEL BORDE COSTERO DE LA ARAUCANÍA

Se considera la actividad turística como una actividad social en la cual es posible evidenciar de manera muy clara la combinación de factores objetivos y simbólicos como elementos constitutivos de la dinámica del mercado turístico que se desarrolla a partir de la interacción de personas –turistas y empresarios-. En su pensamiento y comportamiento portan y ejecutan el repertorio de expresiones asociadas al espacio social del cual provienen.

Esta perspectiva relacional (Bourdieu & Waquant, 2005) no es nueva en el contexto de las investigaciones sobre turismo. Este enfoque ya ha sido trabajado por investigadores de México,

Argentina y España desde una perspectiva más sectorial entre las que se destaca la de Anaya (2005), quien en su análisis respecto del turismo señala que esta actividad será entendida como la interacción de personas que ofrecen y buscan bienes y servicios que son buscados y realizados a partir de las pautas de gusto que cada persona adquiere a partir de su socialización. De esta manera salir de camping en un parque nacional, hacer un paseo a una playa popular o viajar al extranjero son prácticas que responden a estilos de turismo constituidas en base a cuestiones de carácter social y simbólicos más que por variables propiamente económicas ya que finalmente cada una de ellas encarna una forma determinada de gusto socialmente construido y adquirido. ¿Por qué es posible, o, en qué elemento de orden teórico es posible entender el turismo a partir de los factores socioculturales? Como ya se señaló, el enfoque relacional busca articular las dimensiones estructurales con las de orden simbólico. De esta forma, las actividades económicas no podrán entenderse de manera convencional tal como lo ha hecho la economía, es decir como intercambio de bienes y servicios que tienen su expresión final en indicadores de orden cuantitativo. Más bien habrá que observar cómo los contenidos simbólicos conducen y dan sentido al comportamiento económico de los sujetos.

Para estos fines el concepto de *habitus* (Bourdieu & Waquant, 2005; Bourdieu, 2007) es fundamental. Éste se define como conocimientos y prácticas que están contenidos en los individuos y se constituyen históricamente en los espacios sociales concretos en los que los individuos habitan, cuestión que les asegura mantener cierta invariabilidad en las maneras de pensar y actuar. Es el *habitus* el que asegura la presencia activa de las experiencias pasadas registradas en cada organismo bajo la forma de esquemas de percepción de pensamiento y de acción. Tienden con más seguridad que todas las reglas formales y todas las normas explícitas a garantizar la conformidad de las prácticas y su constancia a través del tiempo (Bourdieu, 2007). De esta forma, la manera en que las personas consideran un plato de comida agradable o una habitación confortable va a ser en cierta medida acorde a los sujetos. Sin embargo, esta particularidad es relativa en la medida en que el *habitus* se constituye en una vida cotidiana atravesada por factores que le dan forma.

Dependiendo de las características de los capitales económicos, simbólicos, culturales y sociales -elementos que constituyen el *habitus*-, las personas se vincularán a espacios y campos sociales en los cuales sus capitales permiten su desenvolvimiento. Dicha cuestión se hace más compleja toda vez que se da el hecho de que las personas con experiencias en prácticas turísticas determinadas tienden a buscar este mismo tipo de prácticas (Anaya, 2005). Por ello el turismo desde el punto de vista de la demanda está asociado a sujetos que tienen un sentido del gusto que es socialmente adquirido y del cual los mismos son reproductores en la medida en que buscan espacios de descanso, recreación y diversión acordes a este mismo sentido del gusto. Por su parte en el contexto del empresario turístico y específicamente en los empresarios del borde costero el *habitus* operaría como forma de hacer las cosas, de cocinar y servir alimentos, preparar una habitación, de mantener un jardín o diseñar un hostel u hotel. De esta manera el turismo es un espacio social en tanto espacio de interacción de personas que portan y reproducen un *habitus*.

En este contexto el turismo es parte de los tres ejes estratégicos de desarrollo productivo junto con la papa y la industria forestal y su identificación radica en los atractivos naturales asociados principalmente a los humedales, a otros cuerpos de agua no litorales y al patrimonio cultural. Este último es asociado en mayor medida a la cultura mapuche y la vida cotidiana, la salud, su tradición culinaria, entre otros. A dicha oferta se la ha denominado turismo de intereses especiales y la demanda se caracterizaría por un público con intereses que buscan experimentar nuevos conocimientos. Se trata específicamente de un grupo de personas asociadas a capitales vinculados a una clase social en la cual el saber es un capital de orden cultural por el cual es posible y se desea pagar. El turista que acude al borde costero buscando sus prestaciones es una persona que forma parte de una clase social y en un grupo étnico diferente al de la mayoría de los empresarios turísticos y el espacio social que se conforma plantea el problema de ¿cómo es posible sustentar una oferta de servicios vinculados al gusto dada las diferencias de *habitus* entre los oferentes y demandantes?; ¿de qué manera se da o no un proceso de cambio de *habitus* entre los empresarios del sector a partir de su inclusión en el rubro?; ¿cómo va adquiriendo la racionalidad empresarial este sector de la población que por constitución de clase no la ha adquirido en su socialización?

METODOLOGIA

Se utilizó la metodología de investigación social (Canales, 2006; Taylor & Bodgan, 1992) dado que constituye una investigación que se inserta dentro de un contexto territorial específico -el Borde Costero de La Araucanía- espacio en el cual se desenvuelve la actividad y los actores de este estudio: los empresarios turísticos, grupo conformado por 30 personas que participaron de la entrevista grupal. El nivel institucional se incorporó a través del trabajo con los encargados municipales del desarrollo turístico y/o productivo.

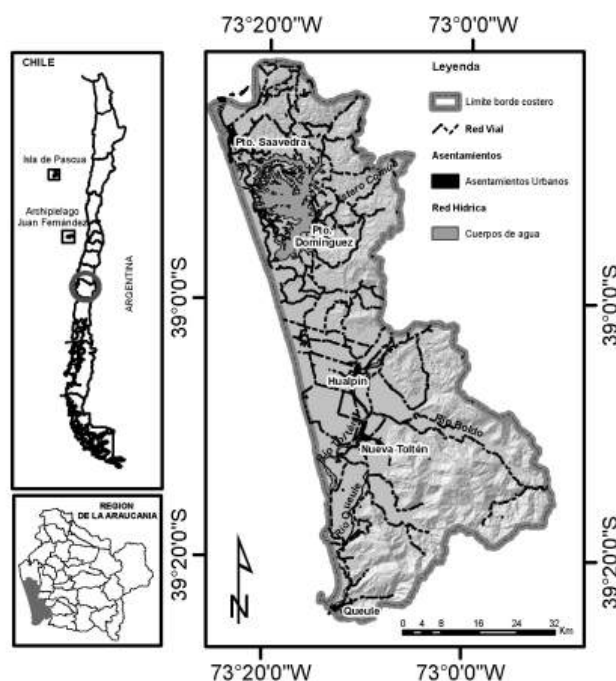
Se utilizaron tres tipos de técnicas: la entrevista semi-estructurada, la entrevista grupal, el análisis de fuentes secundarias y la observación participante. Para el análisis de datos se empleó la Teoría Fundamentada (Strauss & Corbin, 2002) la cual permitió orientar la interpretación de la información obtenida (Giddens, 1993). Dado el aspecto exploratorio, descriptivo y cualitativo del estudio más que hipótesis en un sentido positivo se guió por un supuesto de investigación de orden teórico – empírico. El borde costero de La Araucanía posee atributos ambientales y culturales que permiten observar al turismo como una actividad que posibilite el desarrollo del territorio; sin embargo existen condiciones estructurales que pueden interferir en su montaje.

Área de estudio

El territorio del borde costero de La Araucanía, abarca las comunas de Carahue, Saavedra, Teodoro Schmidt y Toltén (Figura 1). En el sector costero los rangos de pobreza y de ruralidad alcanzan los máximos niveles dentro de la región y del país. Sin embargo, existe un valioso potencial para el desarrollo de la economía que se ha limitado por problemas de infraestructura vial insuficiente,

déficit habitacional y de infraestructura sanitaria, baja continuidad en la escolaridad de niños y jóvenes y la extrema pobreza que se agudiza en las áreas rurales (INE, 2002).

Figura 1: Área de estudio. Borde costero de La Araucanía



Fuente: Mapoteca digital Laboratorio de Planificación Territorial

Desde el punto de vista de la población, las cuatro comunas que componen el área de estudio se caracterizan por ser de carácter rural (56%) y con un importante porcentaje de población mapuche la cual alcanza a casi el 40% de este territorio, promedio que supera el regional y largamente el nacional. No obstante se trata de una zona que, desde el punto de vista de la cantidad de población tiene un peso relativamente bajo para la región con un 6,8% de total de la población regional (Tabla 1).

En lo que respecta a población y servicios, la comuna de Carahue es la que tiene un mayor peso específico, concentrando el 39% de la población del área de estudio; mientras que la comuna de Toltén es la que cuenta con menor población con el 16%. En cuanto a los niveles de pobreza, según MIDEPLAN (2006) esta se encuentra entre los 20 y 28 puntos, cifra que en general es alta y que para el caso de la comuna de Puerto Saavedra es superior a las demás comunas con 28,56 puntos (Tabla 1).

En este sentido, los indicadores estructurales de la población muestran que en efecto el territorio es rural con una importante cantidad de población mapuche de la cual se derivan gran parte de los principales atractivos turístico del territorio, fundamentalmente en lo que respecta a su conocimiento sobre la naturaleza y la salud, al mismo tiempo que sus tradiciones artísticas y culinarias.

Tabla 1: Distribución de la población y pobreza en el borde costero de La Araucanía

Comunas	Población	% Población a nivel regional	Población Mapuche (INE 2002)	Tasa de pobreza CASEN (2006)
Carahue	25.782	2,70	7.457	22,82
Toltén	10.515	1,10	3.578	20,09
Saavedra	13.561	1,42	8.986	28,56
Teodoro Schmidt	15.792	1,66	5.876	20,62

Fuente: http://www.sinim.gov.cl/ficha_comunal/fcomunal.php?id_muni=09102&ano=2009&periodo=A
<http://celade.cepal.org/redatam/paises/chl/mideplanii/casen2006/index.html>

Desde el punto de vista de las actividades económicas preponderantes y, en concordancia con ser una zona con un patrón de asentamiento más bien rural, el 73% de la población económicamente activa trabaja en actividades de carácter agrícola las cuales se caracterizan como economía familiar campesina, tipo productivo orientado al autoconsumo y la venta de excedentes. En lo que respecta a la educación, destaca el alto nivel de analfabetismo que es del 55% en la población intercomunal mayor a cuatro años; la enseñanza media completa se traduce en el mejor indicador referido al tipo de estadio, concentrando el 31% de la población. En cuanto a las competencias locales frente al empleo y la actividad económica, éstas se caracterizan por el bajo porcentaje de estudios técnicos que incluso están por debajo de los universitarios.

No obstante y en relación a la actividad turística, si bien sus actores en su gran mayoría no tienen estudios universitarios o técnico-profesional se destaca la presencia de personas que a través de sus vínculos con las diferentes instancias de promoción del desarrollo turístico se han capacitado optando a cursos y diplomados en el área de servicios, guía turístico, avistamiento de aves y en la administración de camping y restaurantes, todas ellas orientadas a través de la Araucanía Costera a pequeños emprendedores. Estas iniciativas se han desarrollado durante los últimos 4 años.

Oferta Turística para el Borde Costero de La Araucanía

Para el levantamiento de la oferta turística del borde costero se utilizó la metodología propuesta por Leiva & Rivas (1997) y SERNATUR-LPTUCT (2001) quienes plantean que la oferta turística está integrada por tres componentes básicos: los atractivos y actividades turísticas; la planta turística y la infraestructura turística. Junto con ello se realizaron visitas en la totalidad de las comunas con el objetivo de incluir la mayor cantidad de atractivos e instalaciones que permitan albergar las actividades que se desarrollan en torno al turismo. Para la generación y estructuración de la información geo-referenciada se utilizaron los siguientes pasos:

a) *Elaboración de fichas técnicas*: La ficha técnica de trabajo se diseñó para ser empleada en la captura, procesamiento y empleo en un sistema de información geográfico mediante una

estructuración de una base de datos. Ella está referida a las unidades de: atractivos turísticos, equipamiento y servicios turísticos complementarios y de infraestructura.

b) *Captura de puntos*: Es la etapa en que la persona llegó a la unidad turística e ingresó y capturó el nombre y la coordenada geográfica mediante el Sistema de Posicionamiento Global (GPS).

c) *Ingreso de puntos*: Se diseñó un sistema de macros de Visual Basic que permitió ingresar los instrumentos de captura de punto (fichas de terreno).

d) *Geo-referenciación*: Es la etapa en la cual la ficha de trabajo adquirió las coordenadas y datos cartográficos definidos para el proyecto.

e) *Sistematización*: Es la etapa en la cual los puntos se estructuraron en forma lógica en la base de datos teniendo en cuenta que las unidades, categorías, tipos y subtipos fueron trabajados a nivel urbano y comunal.

Finalmente, con esta información se construyó una base de datos geo-espacial que permitió territorializar la oferta y generar cartografía temática para el análisis de la actividad turística.

Perfil sociocultural de los empresarios del Borde Costero de La Araucanía

El proceso de análisis del perfil sociocultural de los empresarios turísticos del sector se desarrolla a partir de dos perspectivas teóricas de la sociología que inicialmente podrían parecer distantes pero que en el contexto de la problematización surgen como complementarias. Así, la noción de *habitus* (Bourdieu & Waquant, 2007) permite reconocer un mundo de significados y acciones realizadas por sujetos anclados a estructuras sociales y contextos de vida concretos (que para el caso de la zona se caracterizan por la pobreza, la ruralidad y la presencia de población mapuche) a partir de los cuales construyen su *habitus*. Por otra parte, la teoría de la acción racional o de la racionalidad y la racionalización de la vida social (Weber, 1978; Habermas, 1987) permiten analizar los procesos de cambio cultural asociados a la relaciones que tienen los individuos con los sistemas racionales que, en este caso, es la relación de los empresarios turísticos locales con el mercado del turismo y las instituciones asociadas al desarrollo del mismo. Es decir, este enfoque permite conocer las prácticas asociadas a la “tradicción local” y el cambio de esas prácticas a partir de un proceso de nacionalización o profesionalización derivado de la acción público-privada que promueve su implementación.

RESULTADOS Y DISCUSION

Los turistas son personas que visitan un lugar que les interesa por alguna razón, personas abiertas al conocimiento y que tras su particular experiencia salen del lugar con una sensación

positiva en función de ciertos aspectos que se pueden conocer y cuantificar (Cuenca, 2003). El turista espera encontrar paisajes diferentes y agradables donde pueda conocer la cultura, las costumbres locales y el medio ambiente ampliando así sus conocimientos (Pogii et al, 2006).

Desde la perspectiva del *habitus*, los diferentes tipos de turismos se construyen en gran medida a partir de las condiciones socioculturales de los sujetos que participan del mismo, en este caso, turista y empresarios del borde costero de La Araucanía. La cultura del ocio en tanto manifestación de aspectos particular del *habitus* de un sujeto, incide en las características del turismo lo que la observación y los discursos de los empresarios turísticos confirman al señalar que consideran que su oferta está vinculada a tres tipos de turista:

1.- Personas de estratos medios que vienen en familia y ante todo buscan la tranquilidad y el descanso por sobre los servicios gastronómicos y otras prestaciones tecnológica y culturales.

2.- El turista y visitante asociado a paseos y/o viajes grupales de verano quien más bien ocupa espacios sin necesariamente ejercer una actividad de paseo y comercial; y al mismo tiempo no se interesa en elementos de conocimiento relacionados con la cultura mapuche y el medio ambiente.

3.- El turista extranjero y nacional que practica el denominado turismo de intereses especiales. Busca conocer la riqueza ambiental y cultural del territorio a través de una oferta de servicios turísticos ligada a comuneros y empresarios mapuches.

Existe otro grupo de personas que consume servicios de gastronomía, alojamiento y otros pero que no son turistas sino más bien trabajadores viajeros o semi-establecidos en un sector durante periodos de trabajos específicos (asociados a vialidad y actividades forestales) los cuales siempre están presentes en el territorio y su importancia es tal que, en el caso de Puerto Domínguez, conformaron la principal demanda en comida y alojamiento durante estos últimos dos años.

Desde el punto de vista de las dimensiones del turismo se destacan dos que se presentan con la particularidad de ser interdependientes. Por un lado, la ambiental ecológica (Canales, 2006) caracterizada por acentuar como valor objeto del turismo los elementos ambientales o naturales. En este caso destaca la presencia de recursos tales como el litoral del Océano Pacífico, el lago Budi, ríos Imperial, Moncul, Toltén, Boldo y Queule que son cuerpos de agua subutilizados que aún mantienen una cuota importante de potencialidad en cuanto al aprovechamiento turístico debido a que su uso como recurso se presenta limitado principalmente a actividades de ribera o de playa sin tener aún la posibilidad de una oferta turística concreta teniendo como base estos importantes recursos naturales (Tabla 2 y Figura 2). Por otra parte se encuentra la dimensión asociada a la cultura y procesos sociales vinculados a un pueblo o grupo humano, en este caso el mapuche *lafkenches* que constituye la identidad territorial mapuche asociada al espacio del borde costero de las regiones del Bio-Bío, Araucanía, Los Ríos y Los Lagos. En el caso del territorio en estudio concentran la población

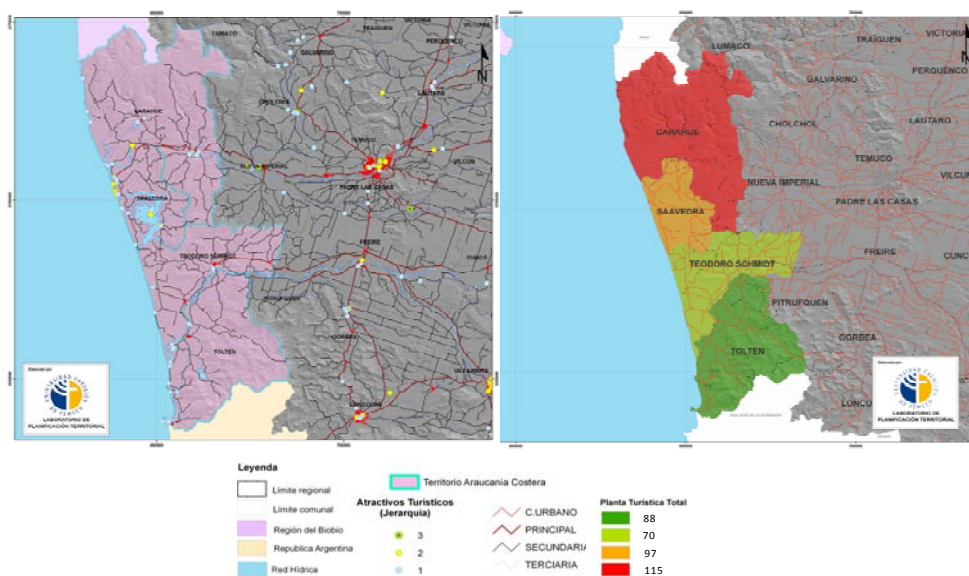
mapuche destacando al mismo tiempo su posicionamiento en territorios y espacio con valor ambiental y turístico tales como el lago Budi, Puaucho, Humedales de Boroa, entre otros. Lo anterior se manifiesta en la importante cantidad de emprendimientos turísticos de intereses especiales (etnoturismo) localizados en la comuna de Saavedra, más los sitios aledaños de la comuna de T. Schmidt, situación que no se aprecia en los mismos niveles en las demás comunas (Figura 2).

Tabla 2: Distribución de la oferta turística en el Borde Costero de La Araucanía

UNIDAD	CARAHUE	TEODORO SCHMIDT	SAAVEDRA	TOLTEN
Atractivos turísticos	49	12	48	31
Equipamiento - Alimentación	20	10	25	19
Equipamiento – Alojamiento	9	19	20	10
Servicios	86	41	52	59
Total	164	82	145	109

Fuente: Datos obtenidos por el autor a través del Proyecto investigación DGIPUCT, 2009: 3-7

Figura 2: Oferta turística en el territorio Araucanía Costera



Fuente: Mapoteca digital Laboratorio de Planificación Territorial

El patrimonio cultural (etnoturismo) es el principal componente de la oferta turística del borde costero de La Araucanía (Figura 3), seguido de cerca por los atractivos naturales. Especial mención merecen al respecto los numerosos sitios de avistamiento de aves que es posible reconocer en los diversos humedales de la costa de la Araucanía.

La vida y costumbres de los hombres de mar, los pescadores artesanales, es un recurso que puede ser convertido en un interesante atractivo turístico, tal como sucede hasta hoy en la caleta de Nehuentúe mediante la integración entre pescadores y emprendimientos de gastronomía típica a

cargo de mujeres y esposas de los pescadores (Figura 4).

Figura 3: Patrimonio cultural en el territorio Araucanía Costera



Fuente: Banco fotográfico Laboratorio de Planificación Territorial

Figura 4: Patrimonio natural en el territorio Araucanía Costera



Fuente: Banco fotográfico Laboratorio de Planificación Territorial

En cuanto a la planta turística (equipamiento, alojamiento, alimentación y servicios turísticos complementarios) la comuna de Carahue presenta 115 iniciativas de servicios, equipamientos de alimentación y alojamiento (predominan las residenciales y restaurantes); le sigue Saavedra (97) donde predominan las hosterías y camping; y Teodoro Schmidt (70) donde predominan las cabañas y restaurant. Por su parte Toltén cuenta con 88 iniciativas asociadas a la planta (Figura 2).

En este contexto es posible señalar que además de la experiencia de los empresarios turísticos mapuche de Puerto Domínguez no existe una planta asociada a la calidad y a un servicio sofisticado. Los visitantes no demandan esos servicios y los empresarios no cuentan con ese tipo de oferta lo que muestra la observación participante y la entrevista semi-estructurada. Las hosterías y residenciales de Saavedra, Puerto Domínguez y Tolten son una oferta funcional con bajos niveles de confort asociados al mobiliario, la gastronomía y las comunicaciones (en general cuentan con Internet). La gastronomía presenta una oferta que no tiene como referencia la cocina profesional y más bien reproduce la comida tal cual se presenta en los hogares. Estas características están asociadas a los turistas y visitantes de las dos primeras categorías y a los trabajadores de obras civiles, vendedores y

otros que no se constituyen como turistas.

Respecto a los elementos propios de una planta turística profesionalizada se encuentra en la experiencia mapuche del lago Budi, sector Puerto Domínguez, donde asociada a una demanda extranjera y nacional vinculada a la tipología tres se entrega un servicio con criterios de confort a nivel de equipamiento y gastronomía que incluye la comida mapuche gourmet, competencias que han sido adquiridas por el grupo a través de sus vínculos y capacitaciones con una empresa externa y no mapuche que ha transferido conocimientos sobre cocina y nuevas formas de presentar los platos mapuche.

Otro aspecto importante de destacar en relación a la oferta actual del territorio de la Araucanía Costera es la desigual distribución y el hecho de que ésta no esté plenamente desarrollada. Al respecto es notorio el hecho de que Saavedra y Carahue concentran la mayor cantidad de atractivos representativos de la zona. En tanto otros atractivos de real interés aún permanecen fuera de la oferta como es el caso de las aves migratorias, los humedales, las lagunas y el turismo histórico vinculado al tsunami del año 1960 en Toltén y otros aspectos culturales que van más allá de la oferta de artesanías tales como la recolección de alimentos marinos, en particular el cochayuyo en Carahue.

A su vez la oferta de servicios turísticos y complementarios también muestra una concentración importante en áreas de las comunas de Saavedra y Toltén, con lo cual el diseño de circuitos asume cierta complejidad dado que no es posible apreciar un mismo nivel de experticia y de calidad en el servicio en todas las comunas costeras, observándose un mayor desarrollo relativo en las comunas antes citadas. Se aprecia un esfuerzo en obras viales y urbanas en Carahue y Puerto Domínguez en función con las plazas y parques urbanos temáticos.

Un aspecto igualmente importante lo constituye la infraestructura asociada a las experiencias turísticas como es el caso de la señalización turística. Esta requiere un mejor desempeño, especialmente si se trata de consolidar rutas turísticas en las cuales la información relativa a caminos, distancias, servicios, localizaciones, etc. Resultan ser de vital importancia pues son las que permiten un desplazamiento hasta los atractivos y los respectivos núcleos de servicios que aportan las facilidades (facilitar la permanencia en el destino o realizar actividades vinculadas a los atractivos o a los servicios de soporte). Un elemento importante a mencionar es la ausencia de un museo en el territorio que permita constituirse en un polo o punto de referencia para algún sector del mismo, cuestión que se hace relevante toda vez que al pueblo cultura mapuche como factor de turismo se suma el tsunami del año 1960 como oferta de turismo basada en la historia.

Respecto al perfil sociocultural de los empresarios, a partir de los acercamientos realizados a las organizaciones del sector se pueden observar dos perfiles. Uno presenta un bajo nivel de experticia en el rubro (dado los indicadores de educación y pobreza), cuya elección de la actividad descansa en los esfuerzos realizados desde la institucionalidad (municipio y otros) para mejorar las condiciones

socio-económicas del territorio. Perfil que estaría preferentemente vinculado a la comuna de Carahue. Dicha cuestión se ve reforzada si se considera que una parte importante de los esfuerzos por implementar la actividad son llevadas a cabo desde instituciones públicas chilenas como Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP), Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS) y el Programa Orígenes. Se vinculan al desarrollo social e indígena y a la superación de la pobreza con una orientación económica y étnica, sumadas a otros que desarrollan la actividad desde emprendimientos particulares consolidados pero poco desarrollados a través de hosterías, pensiones, restaurantes y cabañas.

El otro perfil de empresarios está asociado principalmente con el etnoturismo habiendo consolidado una oferta turística de nivel internacional vinculada a otros oferentes turísticos de la región. Este perfil representa preferentemente a los empresarios mapuches del Lago Budi, sector Llaguepulli, ubicados en Puerto Domínguez.

Desde el punto de vista del capital social del territorio, el acercamiento a los municipios y Mesas de Turismo muestran que la asociatividad ha provenido -sobre todo en el caso de los empresarios no consolidados- del mundo público que, a través de la implementación de la Mesa de Turismo en Araucanía Costera (año 2004), ha logrado contar con mayor presencia en la discusión respecto del desarrollo de cada comuna. No obstante, la actividad en las comunas de Toltén y Puerto Saavedra comienza en 1999, año en el que SERNATUR e INDAP construyen una ruca con fines turísticos en el Lago Budi, hecho que fue complementario de los emprendimientos desarrollados por empresarios mapuche y la cooperación internacional en las comunas de Saavedra y Teodoro Schmidt del ya consolidado sector de Llaguepulli y Lago Budi. Allí se presenta actualmente una oferta que incluye siete programas turísticos, dos excursiones y once servicios y productos turísticos que incluyen camping, hospedaje en ruca (vivienda tradicional utilizada por el pueblo mapuche que habita en la región de La Araucanía), artesanías y gastronomía.

Otro aspecto relevante vinculado al capital social está dado por la presencia de instituciones universitarias en el territorio. Han desarrollado estudios referidos a la identificación de los atractivos turísticos (2001) como los realizados por la Universidad Católica de Temuco, cursos de Profesionalización de la Actividad Turística desarrollados por la Universidad Autónoma durante el año 2008, el Nodo Tecnológico del Turismo implementado por la Universidad Austral de Chile durante el año 2009 y el trabajo desarrollado durante el año 2010 por una universidad canadiense vinculado al diagnóstico de la actividad. Todas estas iniciativas demuestran la capacidad del territorio para establecer relaciones con instituciones que permiten la incorporación de la racionalidad económica entre los empresarios del sector, vale decir, son el puente para la modificación del *habitus* vinculado al mundo rural e indígena a uno de orientación empresarial. Allí las prácticas asociadas a la cocina y hospedaje tienen lugar en función de la satisfacción de una demanda extranjera entre cuyas expectativas está conocer una cultura diferente sin perder el confort al que están acostumbrados.

Desde el punto de vista de la asociatividad entre empresarios turísticos, la acción pública ha incidido en la relación público-privada a través de sus Programas y por medio de los territorios que conforma en conjunto con los actores locales para el desarrollo productivo. La experiencia más significativa desde el punto de vista de la acción local se vincula al ya reconocido territorio mapuche, la cual comprende empresarios de Teodoro Schmidt y Puerto Saavedra asociados a la Red Turística Mapuche del Lago Budi y hoy día representan el polo turístico más consolidado del territorio (www.lagobudi.cl). Se destacan en particular las comunidades de Llaguepulli, localidad de Puerto Domínguez, quienes han desarrollado un paquete turístico sustentable que busca lograr la pertinencia cultural y étnica a través del reconocimiento del valor del pueblo mapuche, su cultura e identidad y la participación de diferentes familias en la iniciativa. Cabe destacar que esta misma red cuenta con vínculos fuera del territorio, particularmente con la iniciativa Ruka Kimun, del sector de Maquehue comuna de Padre Las Casas, instancia que les permite entregar el servicio denominado Ruta Lafkenche.

De esta forma el capital social -entendido como relaciones sociales y valores- en Coleman y Bourdieu (Durstun, 2003) está presente en el territorio con diferentes resultados e intensidades. Se destaca en primer lugar que la relación entre Estados y privados (actores locales) ha generado una base organizacional que logra formar organizaciones y distribuir recursos fundamentalmente desde el mundo público al privado y que ha colocado al turismo como eje de una acción colectiva ligada al desarrollo productivo y social. El más relevante es el vinculado a la experiencia mapuche del Lago Budi por la presencia de una acción colectiva basada en valores y actitudes compartidas que constituyen los fundamentos de la acción colectiva.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La investigación permitió constatar la presencia del turismo como actividad social y económica en el territorio Borde Costero de La Araucanía manifestada en un conjunto de iniciativas privadas y públicas, productos y organizaciones que han venido desarrollándose principalmente durante la última década. Todo ello ligado a un concepto clave como es el turismo de intereses especiales asociado al medio natural, al conocimiento mapuche respecto de este medio y a su cultura en general como atractivos fundamentales. Sin embargo, a través de la observación y los discursos de los empresarios, organizaciones y representantes del mundo público se constatan elementos que dan cuenta de la necesidad de incorporar criterios y prácticas que tiendan a incrementar el uso del conocimiento y la evaluación de los recursos turísticos como elementos clave para un desarrollo turístico sostenible, tratando de superar los elementos asociados a una oferta no profesionalizada. No obstante se reconoce que tal cuestión es difícil dado que la relación que funda la actividad se fundamenta en una parte considerable en turistas que no buscan una oferta basada en la calidad y el confort presente en los tipos de turistas 1 y 2, más los trabajadores que demandan en servicio de pensión (comida y alojamiento). Por lo cual la oferta no estimularía el cambio de *habitus* en sectores importantes del borde costero con lo cual la manera de amoblar locales, preparar alimentos, disponer

de Internet, etc. se podría mantener ante la ausencia de un público que demande todo eso.

En cuanto a los empresarios, se observan dos perfiles socioculturales. Uno presenta un bajo nivel de experticia en el rubro (dado los indicadores de educación y pobreza) y la elección de la actividad descansa en los esfuerzos realizados desde la institucionalidad (municipio y otros) para mejorar las condiciones socio-económicas del territorio. El otro, asociado principalmente con el etnoturismo, ha consolidado una oferta turística de nivel internacional vinculada a otros oferentes turísticos de la región y presenta preferentemente a los empresarios mapuche del Lago Budi, sector Llaguepulli, ubicados en Puerto Domínguez.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Amer, J.** (2009) "Emprendedores turísticos locales y su intermediación en la esfera de las políticas públicas: el caso de Mallorca. Una aproximación desde la sociología histórica y política". *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 7: 371-380
- Anaya, S.** (2005) "Los pueblos indígenas en el Derecho Internacional". Editorial Trotta y Universidad Internacional de Andalucía, Madrid
- Bourdieu, P. & Wacquant, L.** (2005) "Neoliberal newspeak: notes on the new planetary vulgate". *Radical Philosophy*, 105. Disponible en: http://sociology.berkeley.edu/faculty/wacquant/wacquant_pdf/neoliberal.pdf Fecha de acceso 20/10/2011
- Boudieu, P.** (2007) "Autoanálisis de un sociólogo". Editorial Anagrama, Barcelona
- BCG - Boston Consulting Group** (2007) "Estudio de competitividad en clusters de la economía chilena". Consejo Nacional de Innovación y Competitividad, Santiago de Chile
- Bringas, N.; Djamel, T.; Méndez, E.; Cuamea, F. & Ramos, J.** (2004) "Programa estatal de desarrollo urbano y ordenamiento territorial de Baja California". SIDUE-SEDESOL-COLEF, Ediciones del periódico oficial del estado, California
- Canales, M.** (2006) "Metodología de investigación social". Editorial LOM, Santiago de Chile
- Cuenca, M.** (2003) "Ocio humanista. Dimensiones y manifestaciones actuales del ocio". Documentos de Ocio nº 16, Universidad de Deusto, Bilbao
- Cruz, G.; Serrano, R. & Zizumbo, L.** (2010) "Redes de política pública y turismo en San Miguel Almaya ¿Promotoras o limitantes del desarrollo local?" *Estudios y Perspectivas en Turismo* 19 (5): 792 – 811
- Diniz, K. & Moquete, S.** (2011) "El turismo en la dinámica territorial ¿Lógica global, desarrollo local?" *Estudios y Perspectivas en Turismo* 20(2): 441 – 461
- Durston, J.** (2003) "El capital social campesino en la gestión del desarrollo rural". CEPAL, Santiago de Chile
- Flores, D. & Barroso, M.** (2011) "Delimitación de la empresa turística desde diferentes enfoques de análisis de la economía del turismo". XIII Reunión de Economía Mundial, San Sebastián
- Giddens, A.** (1993) "Consecuencias de la modernidad". Editorial Alianza, Madrid
- Habermas, J.** (1987) "La acción comunicativa". Editorial Taurus. Madrid

- IICA** (1999) "Competitividad de la agricultura: cadenas agroalimentarias y el impacto del factor localización espacial". Cuaderno Técnico N° 18, San José de Costa Rica
- IICA** (2003) "Territorios rurales, competitividad y desarrollo". Cuaderno Técnico N°23, San José de Costa Rica
- INE - Instituto Nacional de Estadísticas** (2002) "Base de datos REDATAM PLUS, Censo 2002". Santiago de Chile
- INE - Instituto Nacional de Estadísticas (INE)** (2008) "Turismo, informe anual 2008". Temuco
- Inman, C. & Segura, G.** (1998) "Turismo en Centroamérica: el reto de la competitividad". INCAE Business School - Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible (CLACDS), Brasil
- Leiper, N.** (1990) "Tourism systems. Department of management systems". Occasional Paper 2, Massey University, Auckland
- Leiva, L. & Rivas, H.** (1997) "Turismo y gestión municipal". Editorial municipios. Santiago. Chile
- Lillo, A.; Bañuls, A.; Rodríguez, R. & Sevilla, M.** (2007) "El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico". Cuadernos de Turismo 19: 47-69
- MIDEPLAN - Ministerio de Planificación** (2006) "Encuesta de caracterización socioeconómica nacional (CASEN)". Santiago de Chile
- Pardillas, X. & Fabeiro, P.** (2004) "La formación de la imagen de un nuevo destino". Universidad de Vigo, Vigo
- Pogii, M.; Ferreira, M. & Ruschmann, D.** (2006) "Competitividad y turismo sustentable. El caso de Aguas de San Pedro (San Pablo – Brasil)". Estudios y Perspectivas en Turismo 15 (3): 220- 235
- SERNATUR-LPTUCT - Servicio Nacional de Turismo & Laboratorio de Planificación Territorial** (2001) "Atlas turístico región de La Araucanía". Temuco
- SERNATUR - Servicio Nacional de Turismo** (2006) "Programa Nacional de Conciencia Turística. Informe de Gestión 2006". Servicio Nacional de Turismo Chile, Santiago de Chile
- Strauss, A. & Corbin, J.** (2002) "Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada". Editorial Universidad de Antioquia, Bogotá
- Taylor, S. J. & Bogdan, R.** (1992) "Introducción a los métodos cualitativos de investigación". Editorial Paidós, Barcelona
- Torres, E.** (2003) "Una aproximación a la sostenibilidad económica en los procesos de desarrollo turístico". En Valdés, I. y Pérez, J. M. [dir.] Experiencias públicas y privadas en el desarrollo de un modelo de turismo sostenible, Fundación Universidad de Oviedo, Oviedo pp. 95-103
- Zamora, J.; Barril, M. & Benavides, E.** (2010) "Identificación de las barreras endógenas percibidas al desarrollo turístico de sol y playa. Un caso comparativo en la costa central de Chile". Estudios y Perspectivas en Turismo 19 (5): 221 -240
- Weber, M.** (1978) "Economy and society". University of California Press, Berkely

Recibido el 14 de Julio de 2011

Correcciones recibidas el 05 de noviembre de 2011

Aceptado el 20 de noviembre de 2011

Arbitrado anónimamente