

Autores/Authors:

J. Carvallo

H. Obermoller

E. Jacquin

Correspondencia:

Jorge.carvallo@alumnos.uv.cl

Análisis y Valoración del Proyecto Turístico Mapuche de la comunidad Llaguepulli, Araucanía, Chile.

Analysis and Evaluation of the Mapuche Tourism Project of community Llaguepulli, Araucanía, Chile.

J. CARVALLO

H. OBERMOLLER

E. JACQUIN

Universidad de Valparaíso. Escuela de Administración Hotelería y Gastronomía

Resumen: Esta investigación enmarcada en obtener un título de pregrado, realizada en 2017, indagó en el turismo cultural ejecutado por un Comité de turismo en una comunidad amerindia en el sur de Chile.

Esta investigación es de tipo cualitativa – descriptiva, ya que se da cuenta de las acciones de los integrantes de una comunidad Mapuche en la gestión de un proyecto turístico cultural en un territorio ancestral, también se utiliza el enfoque cuantitativo para medir variables como la valoración y satisfacción de esta actividad en los socios participantes y turistas

El estudio muestra el sistema de gestión utilizado por el Comité, la valoración que los miembros realizan del proyecto, destacando positivamente la protección de la cultura y medio ambiente, aspectos como la colaboración y participación activa de los socios, mientras que las principales dificultades recaen en consideraciones de carácter técnico en la gestión turística, las que pueden retardar el desarrollo de este proyecto.

Palabras claves: Gestión, Turismo Cultural, Turismo Indígena, Cultura Mapuche, Araucanía

Abstract: This research framed in obtaining an undergraduate degree, realized in 2017, inquired in the cultural tourism executed by a Tourism Committee in an Amerindian community in the south of Chile.

This research is qualitative - descriptive, as it is aware of the actions of the members of a Mapuche community in the management of a cultural tourism project in ancestral territory, also the quantitative approach is used to measure variables such as valuation and satisfaction Of this activity in the participating partners and tourists

The study shows the management system used by the Committee, the members' assessment of the project, the protection of culture and the environment, as well as the collaboration and active participation of the partners, while the main difficulties lie in considerations of a technical nature in tourism management, which may delay the development of this project.

Key words: Management, Cultural Tourism, Indigenous, Tourism, Mapuche Culture, Araucanía

Introducción

Los principales organismos internacionales que estudian el turismo han señalado la importancia de la actividad turística en la atenuación de la pobreza, la conservación ambiental, el desarrollo sostenible, la puesta en valor del patrimonio tanto natural como cultural de los pueblos y la mantención de la paz en los territorios. (OMT, 2010). Es por ello que las nuevas formas de desarrollar una oferta turística requieren modelos de gestión que se adapten a las realidades particulares, evaluando los efectos en los territorios y visualizando los ajustes en el ejercicio para lograr una óptima gestión turística.

El objetivo general de esta investigación es analizar la gestión del proyecto turístico desarrollado por el Comité de Turismo Mapuche Lafkenche perteneciente a la comunidad Llaguepulli y la valoración que los participantes del Comité le asignan al proyecto.

Este proyecto turístico se enmarca dentro de la clasificación de turismo de intereses especiales específicamente en la categoría de turismo cultural indígena, esta categoría señala que su principal producto turístico es un conjunto de servicios de hospitalidad ofrecidos a los visitantes por una comunidad indígena, familias o individuos, que en un espacio generalmente rural, ponen a disposición de los visitantes sus formas de vida en las cuales se expresan valores, tradiciones y costumbres, con el objetivo de establecer una comunicación directa y un mutuo entendimiento personal y cultural entre anfitriones e invitados (Llanquele P, 2002) citado por (SERNATUR, 2014, pág. 25)

Este análisis generará un valor teórico y técnico en lo referido a la gestión de servicios y productos turísticos ofrecidos por una comunidad indígena. Los resultados que se obtienen del presente estudio apalean a la posibilidad de poner en valor a la comunidad Llaguepulli en la gestión turística de sus recursos, resaltando que se trata de un emprendimiento no habitual. La comunidad estudiada se encuentra en la región de la Araucanía, en el sur de Chile aproximadamente a 80 kilómetros de Temuco la capital regional y a 760 kilómetros de Santiago la capital nacional.

Marco Teórico

A mediados del siglo XIX, el colectivo de individuos aficionadas al desplazamiento comenzó a incrementar su número, básicamente en función a los efectos de la revolución industrial. Con el correr del tiempo, *“el interés innato por moverse, que es uno de los principales factores explicativos del fenómeno turístico, se pudo masificar en distintas capas de la población debido principalmente a la disminución en los precios de los viajes y a la posibilidad de las clases obreras a tener periodos de vacaciones pagadas por sus empleadores”*. (Muñoz F, 2012, pág. 2).

Hoy en día se incorporan nuevas perspectivas en el estudio del turismo, principalmente porque en la sociedad actual, la actividad turística adquiere un rol cada vez más importante, acumulando en este proceso un volumen de estudios propicios para una revisión crítica en lo que se refiere a su estado actual y a las nuevas modalidades e implicancias en las personas y los territorios (Tribe J, 2009). Una tendencia, es la práctica turística que implica el contacto con otras culturas, esta nueva forma rompe los paradigmas clásicos del turismo de masas y transforma la experiencia en: única y muy personal. Este nuevo proceso supone la creación de nuevas variables en el análisis científico de la actividad, en el cual se hace necesario una orientación a los factores culturales y sociales presentes en el destino turístico.

Conceptos de Patrimonio, Cultura y Turismo

La relación entre estos términos está ligada fuertemente ya que una parte importante de la experiencia turística tiene correlación con lo que se visita, incluyendo la gente y la cultura del destino, esta correlación es nueva, ya que antes (siglo xx

), los recursos culturales de un destino solo eran utilizados didácticamente para crear identidad en la comunidad, mientras que las actividades de los turistas se asociaban solamente al ocio, esparcimiento y recreación, por ende estaban separada de la vida cotidiana de la comunidad y su cultura. (SERNATUR, 2014)

Según la UNESCO, *“el patrimonio cultural en su más amplio sentido es a la vez un producto y un proceso que suministra a las sociedades un caudal de recursos que se heredan del pasado, se crean en el presente y se transmiten a las generaciones futuras para su beneficio. Es importante reconocer que abarca no sólo el patrimonio material, sino también el patrimonio natural e inmaterial. Como se señala en Nuestra diversidad creativa, esos recursos son una “riqueza frágil”, y como tal requieren políticas y modelos de desarrollo que preserven y respeten su diversidad y su singularidad, ya que una vez perdidos no son recuperables”* (UNESCO, 2014, pág. 132)

Entre las características de la cultura que son especialmente relevantes para sostener una articulación con el turismo podemos mencionar las siguientes: **la cultura es compartida con otros**, se construye desde una comunidad receptora y es compartida hacia un visitantes o turistas; **la cultura se aprende**, la exposición a una forma o manifestación cultural es la que moldea a las diferentes personas y hace que los códigos culturales avancen trans-generacionalmente; **la cultura es dinámica**, el mismo hecho que sea aprendida implica que debe ser enseñada por medio de una recreación, esta característica implica que muchas manifestaciones culturales deben ser realizadas periódicamente; **la cultura es simbólica**, su principal vehículo es el lenguaje, este simbolismo generalmente es el que pone de manifiesto las diferencias culturales con otras sociedades y es lo que enriquece una

experiencia turística cultural en específico; por último, **el mundo es culturalmente diverso**, existen tantas culturas como sociedades o grupos humanos existen en nuestro planeta (SERNATUR, 2014).

La UNESCO señala que el Turismo cultural es un medio por el cual es posible lograr un desarrollo humano viable y completo, específicamente porque propicia un contacto cultural y social en el cual las visiones o filosofías de vida se conectan y respetan en un acercamiento pacífico, guiado por la búsqueda de compartir una experiencia (UNESCO, 1982). Hay tres elementos que caracterizan al turismo cultural: el deseo por parte de los turistas de conocer y comprender el destino visitado, lo que se traduce en un querer vincularse con otra cultura diferente a la propia; el consumo de productos o servicios turísticos culturales, generalmente ofrecidos por la propia comunidad receptora; la participación de un mediador que tenga la función de poner en valor el producto o servicio que propicien una interpretación efectiva y auténtica.

Estas características ponen en manos de las comunidades anfitrionas desafíos propios de este tipo de turismo en los cuales la propia comunidad debe asumir una cantidad de tareas de diferente índole las que apuntarán a brindar una experiencia auténtica y a buscar que la mayor cantidad de los recursos económicos invertidos por el visitante queden en las propias comunidades propiciando su desarrollo

Según Josep Chías, la adopción por parte de un turista de esta forma de hacer turismo radica en un proceso de aprendizaje en el que la educación, la participación en viajes y la exposición a las actividades de promoción del turismo cultural corresponden a los hechos que lo explican (Chías J, 2006)

El turismo cultural abarca diversos subtipos de turismo estos dependerán de las características de las comunidades que lo ejecuten y de los productos y servicios turísticos que se ofrezcan a los visitantes. En este sentido un subtipo de turismo cultural es el denominado Turismo Cultural Indígena que es definido como “una actividad turística abordada y manejada por comunidades y/o familias indígenas que se desenvuelve en un espacio rural o natural, históricamente ocupado por pueblos indígenas, conjugando sus costumbres y tradiciones ancestrales y contemporáneas, fomentando de este modo un proceso de intercambio cultural con el visitante o turista”. (Llanqueleo P, 2002). En esta categoría hay aspectos altamente importantes, referidos fundamentalmente a la gestión sustentable de los recursos patrimoniales y culturales tanto materiales como inmateriales, ya que estos son parte importante de la oferta turística y si estos se viesen dañados significaría un detrimento irreversible que imposibilitaría el uso futuro de dichos recursos y posiblemente la pérdida de identidad de la comunidad anfitriona.

Para atenuar estos efectos negativos la OIT ha realizado un compendio en el cual se establecen normas generales sugeridas, las cuales tienen como objetivo la salvaguardia de las comunidades y sus recursos, en Latinoamérica existen experiencias de acuerdos y textos de autorregulación en las acciones turísticas de las comunidades. En el texto Turismo y comunidades indígenas se

expresa que *“Los efectos del turismo sobre los territorios y la propia comunidad no han sido objeto de una preocupación sistemática por parte de los gobiernos, la empresa privada y las ONGs”* (Maldonado, C, 2006, pág. 57).

Es necesario mencionar la diferencia entre los conceptos etnoturismo y turismo indígena, con el primer termino se hace referencia a las actividades que realizan los turistas por medio del encuentro con pueblos originarios, o sea se pone el acento en el visitante, mientras con el segundo termino se hace referencia a la construcción participativa de las etnias para ofrecer servicios turísticos, los que a través de acuerdos buscan interactuar con los visitantes de una manera crítica y responsable, solidaria con la naturaleza y con su identidad cultural, en este punto se hace hincapié en la capacidad de las comunidades indígenas receptoras que de una forma planificada y con objetivos claros reciben a visitantes y turistas, principalmente utilizan modelos de negocio basados en economía solidaria. Este modelo se ha desarrollado en América latina desde la década de los ochenta, en países como Bolivia, Brasil, Argentina, Ecuador, Panamá, México y Chile (Morales González M, 2008).

Los mapuche son un pueblo indígena prehispánico, corresponden a uno de los ocho pueblos originarios reconocidos por el Estado de Chile, su población se concentra en la región de la Araucanía, que tiene como capital regional la ciudad de Temuco, sus actividades económicas tradicionales corresponden a la agricultura, ganadería y pesca, sin embargo hoy en día han incorporado al turismo como una nueva forma de actividad económica.

Metodología

El enfoque de la investigación corresponde a una indagación de tipo cualitativa descriptiva en la que se interpretan y contextualizan las diferentes actividades de los integrantes de la comunidad en su participación en el proyecto turístico analizado. El método utilizado para llevar a cabo la investigación correspondió a la técnica investigación/acción, por lo que el investigador se desplazó al lugar de emplazamiento del proyecto turístico, este método supone considerar, describir y explicar desde el punto de vista de lo cotidiano la relación de los integrantes de la comunidad con el proyecto turístico al cual pertenecen y cómo esta experiencia ha sido beneficiosa tanto en forma individual como de forma comunitaria.

Para que este método de investigación logre la profundidad requerida es necesario del diálogo libre entre el investigador y los individuos abordados, este diálogo puso en valor los conocimientos culturales y técnicos de los entrevistados lo que permitió la posibilidad de efectuar sistematizaciones de información y reflexiones que ayuden a construir conocimiento desde las situaciones y prácticas que los individuos viven en su actuar individual y colectivo dentro del proyecto turístico estudiado.

Aunque fundamentalmente es un tipo de enfoque cualitativo también se utilizara el método cuantitativo y algunas de sus herramientas, principalmente para medir variables que dicen relación con la satisfacción de los usuarios

internos y externos. Veinte son las familias involucradas directamente en el Comité, de ellas la muestra corresponderá al 100%, en relación con los turistas que visitan el destino, se estima que ellos fueron aproximadamente 4000 personas en la temporada 2016 correspondiente a enero/diciembre, de las cuales como muestra será necesario encuestar a 351 turistas, en virtud de una heterogeneidad del 50%, un margen de error de un 5% con un nivel de confianza del 95%.

Las entrevistas serán las herramientas esenciales en la recolección de información, estas están estructuradas en tres niveles, preguntas dirigidas al entrevistado en su condición de actor en el proyecto turístico, preguntas dirigidas al tema específico de los Proyectos de Turismo Cultural ejecutados en comunidades indígenas y cuestiones enfocadas directamente con el Proyecto desarrollado por el Comité en la respectiva Comunidad que es el objeto de estudio.

Para evaluar los impactos de la ejecución de este Proyecto Turístico en la Comunidad se utilizará una encuesta la que se compone de campos con escala de evaluación de 1 a 5. Para evaluar la demanda turística se utilizarán fuentes secundarias consistentes en encuestas de caracterización y satisfacción ya aplicadas en la comunidad, en la temporada entre enero y diciembre de 2016. Los resultados de estas encuestas han sido tabuladas y facilitadas por el investigador Matt Mariola, antropólogo norteamericano, Doctor en sociología rural en la Universidad Estatal de Ohio, quien realiza un estudio en agricultura orgánica dentro de la comunidad.

Hallazgos y resultados

Desde las entrevistas en profundidad realizadas a los responsables de la directiva, Mauricio Paineofil, primer dirigente de la organización y Pablo Calfuqueo actual presidente del comité y actor clave en las etapas de diagnóstico, planificación y diseño del producto turístico desarrollado en la comunidad, es posible recrear los procesos por los cuales ha atravesado la colectividad, para así comprender la situación actual de la agrupación.

En un primer momento, antes del año 2000, ya existían estudios de diagnóstico que establecían que en la zona del lago Budi el desarrollo de la actividad turística podía ser una de las áreas de desarrollo económico factibles de implementar.

Luego, entre los años 2000 y 2004 después de las evaluaciones técnicas, el interés gubernamental se transforma en una decisión estratégica que implica el desarrollo de la actividad turística en la zona. Se realiza en el territorio un trabajo inicial con las comunidades destinado a evaluar y socializar los alcances de este desarrollo estratégico en dicho territorio, estas acciones son realizadas con el acompañamiento de la ONG Impulsa, una de las características que presenta este acompañamiento es la incorporación de profesionales originarios de la cultura y del territorio, con la finalidad de lograr un

contacto cercano con las posibles familias participantes, en esta tarea Pablo Calfuqueo resultó ser la persona idónea que reunía las capacidades técnicas y culturales.

En esta etapa Pablo Calfuqueo a nombre de ONG Impulsa, realizó los trabajos en el diseño del producto turístico y en la planificación de asesorías profesionales a las familias de la cuenca del lago, según Pablo, *“esto significó capacitaciones en diferentes áreas, realizadas por profesionales externos y contratados para tal efecto. En lo referido al logro de estos objetivos fue preciso organizar a las comunidades y definir sus ideas de negocio, seguido de este proceso fue necesario apalancar recursos para realizar la inversión”*(Calfuqueo P, 2017).

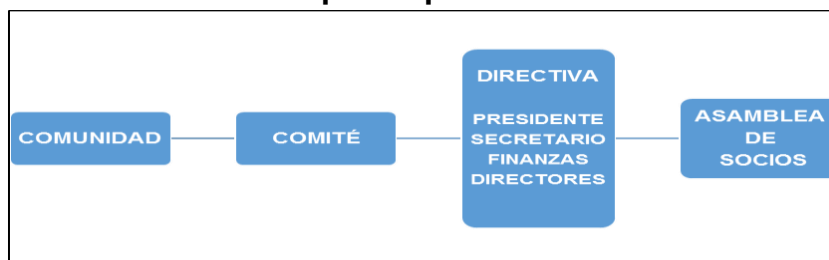
Antes de invertir y con la ayuda de la consultora Ámbar, quien realizó un estudio técnico de pre-inversión, se seleccionó a las familias que estaban en condiciones de recibir apoyo económico y con ellas se realizó un trabajo de acompañamiento técnico personalizado el cual dio como resultado el desarrollo de productos turísticos que fueran comercializables y de esta forma las familias comenzaron con sus emprendimientos turísticos. Entre los años 2004 y 2008 se realizaron los primeros avances en la construcción de infraestructura, señalética y formalización de las distintas unidades de negocio familiares, dando pie a la ejecución organizada de la actividad turística.

Después del año 2008, la ONG Impulsa culmina su trabajo de acompañamiento y las propias comunidades se deben hacer cargo de la gestión y desarrollo de las actividades turísticas en su territorio. Según nos señala Pablo, *“hasta este año existía una agrupación que reunía a todas las familias emprendedoras de la cuenca del lago, sin importar a que comuna pertenecieran, pero a raíz de las elecciones municipales y sus respectivas campañas políticas, los grupos de una y otra comuna se dividieron generando dos agrupaciones una en cada territorio”*(Calfuqueo P, 2017).

Entre los años 2008 y 2016, la comunidad de Llaguepulli al poseer un capital social y cultural pudo hacer frente a esta crisis y siguió desarrollando el proyecto de forma conjunta encabezada por la primera directiva del Comité dirigida por Mauricio Painefil, *“en este periodo hemos podido conseguir aumentar las visitas, los socios y la cantidad y calidad de los productos y servicios ofrecidos, como también un soporte de promoción a nivel nacional e internacional”*(Painefil M, 2017).

En la actualidad, tras pasar una etapa de estancamiento en el trabajo colaborativo, el Comité es dirigido por una segunda directiva encabezada por Pablo Calfuqueo, quien tiene como principal objetivo *“consolidar el proyecto, a través de una gestión participativa y orientada a sanear aspectos técnicos y administrativos que son necesarios para orientar el trabajo en el mediano y largo plazo”* (Calfuqueo P, 2017).

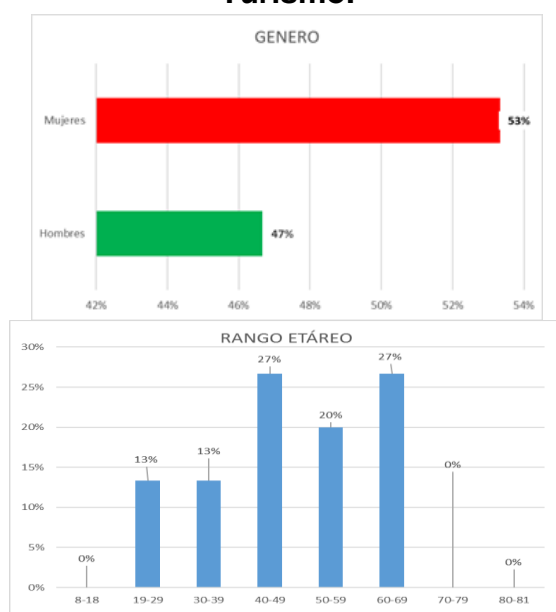
Cuadro 1. Forma que adquiere el Comité de Turismo.



Elaboración propia en base a entrevistas.

La caracterización de los participantes del Comité de turismo responde básicamente a dos parámetros muy generales correspondientes a género y edad, de los cuales se puede señalar que un 53% son mujeres y que participan tres generaciones familiares, abuelos, hijos y nietos.

Cuadros 2 y 3. Caracterización de los integrantes del Comité de Turismo.



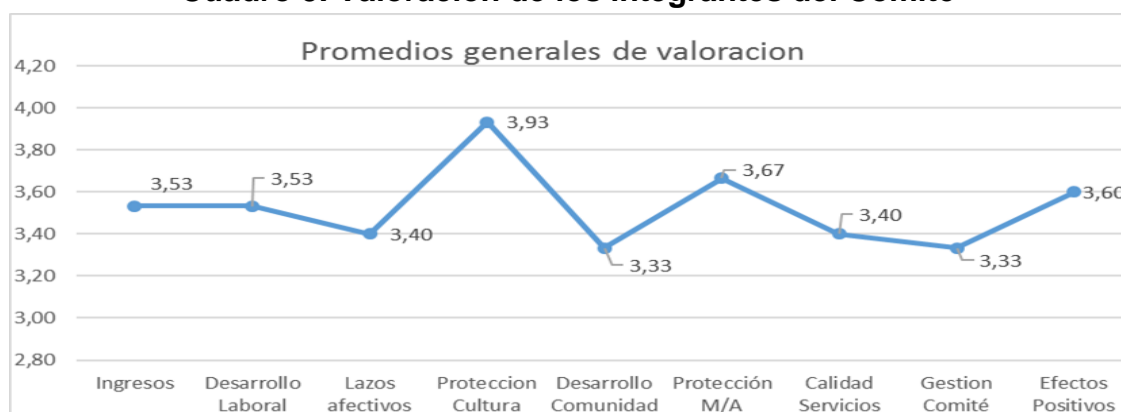
Fuente: elaboración *propia*

Cuadro 4. Modelo CANVAS para proyecto

MODELO CANVAS PARA PROYECTO "NATURALEZA Y CULTURA ANCESTRAL EN EL LAGO BUDI"				
Asociaciones clave Organismos gubernamentales. Organizaciones no gubernamentales. Universidades. Servicios transporte Servicio de guías (idiomas)	Actividades clave Gestion y operación de servicios turísticos. Participación activa en Comité de turismo Coordinación de actividades comunitarias	Propuesta de Valor Experiencia Turística Cultural Mapuche Alojamiento en Ruca Alimentación autoctona Actividades culturales mapuche/lafkenche	Relación con clientes Directa / personal (presenta la dificultad de la diferencia cultural y del aislamiento del lugar)	Segmento de Mercado extranjeros (turistas de larga distancia) jóvenes / adultos entre 25 - 65 años grupos y delegaciones nacionales (niños y ancianos) (zona centro del país) parejas y familias
	Recursos clave Base cultural R.R.H.H calificado Infraestructura Materias primas de calidad		Canales de comunicación y distribución. Pagina Web, folletería, ferias, medios de comunicación Venta directa y entrega en la propia comunidad.	
Estructura de Costos , se utiliza el modelo de economía solidaria, esto contempla cooperativismo y auto-gestión, ya que la misma comunidad es la que provee materias primas y trabajo colaborativo. Sus costos mas significativos hacen referencia a infraestructura y equipamiento. (inversión a mediano plazo)			Fuentes de Ingreso pago por los servicios de los clientes directos pago por productos anexos (artesanías - talleres)	

Fuente: elaboración propia, en base a (Osterwalder, 2011).

Cuadro 5. Valoración de los integrantes del Comité



Fuente: elaboración propia.

Desde esta grafica es posible apreciar que todos los aspectos son bien valorados, estando sus promedios en torno al 3.5 en una escala de 1 a 5, destacan los que tienen relación con el tipo de turismo ejecutado en la comunidad. Así, tanto la protección de la cultura (3.93) y la protección del medio ambiente (3.67) son los promedios más altos de la medición.

Otros puntos de reflexión tienen relación con efectos directos en las familias participantes del proyecto como los ingresos familiares y el desarrollo laboral ambos con una puntuación de 3.53, las familias participantes valoran la actividad, pero opinan que estos efectos pueden ser mejores con el transcurso del tiempo. Los demás efectos medidos presentan valoraciones un poco menores, aunque siguen la tendencia positiva, la gestión del comité recibe una valoración en promedio de un 3.3 siendo de las menores, pero representa el

ánimo de poder conseguir una gestión que se adecue a los desafíos y dificultades que traerá el crecimiento de la actividad turística en la comunidad.

A partir del análisis de las entrevistas, los consultados manifiestan que los principales efectos positivos del proyecto turístico tienen relación con la puesta en valor de la propia cultura, en un contexto territorial lo que permite al visitante apreciarla en la cotidianeidad a través de actividades artísticas, recreativas y culturales. Cuando se pregunta por las mejores experiencias en relación con el proyecto turístico, nacen las siguientes reflexiones, *“involucrarme y empaparme de mi cultura mapuche ya que acá se vive todos los días, desde que te levantas y todos los detalles que enmarcan esta forma de vida. Cuando uno se va a la ciudad se pierden muchas cosas. Hablar de la propia cultura, los valores, el respeto, compartir con otros mapuche y la relación con la naturaleza”* (Curiqueo E, 2017). Esta forma de compartir la cultura busca destruir los estereotipos creados por la sociedad occidental, específicamente la sociedad chilena, acerca del pueblo mapuche y acerca a los visitantes a las problemáticas sociales y culturales que la comunidad enfrenta desde su realidad mapuche inserta en la sociedad actual, así lo manifiesta Nadia Paineofil: *“Mucha gente viene con otra forma de pensar y viendo la realidad se sorprenden de la real vida del pueblo mapuche, los extranjeros saben más de la cultura mapuche que muchos chilenos”* (Paineofil N. , 2017)

Esta temática de análisis referida a la puesta en valor de la propia cultura, es una de las más importantes y sensibles dentro de un proyecto turístico de esta naturaleza, ya que desde el punto de vista de la oferta es la primera gran columna que sostiene la propuesta, que genera el interés de viaje en los turistas, *“ellos vienen con el interés de saber cómo vivimos nosotros los mapuche, no vienen solo a descansar, a mirar el paisaje, se involucran con la gente eso es lo entretenido”* (Lefio V, 2017)

Dentro de esta mirada, especial valoración representa la construcción de rukas (casa/cabaña) en el territorio de la comunidad, actualmente el Comité cuenta con alrededor de 12 rukas con una capacidad para acoger aproximadamente a 60 turistas. *“la construcción de la ruka es un aliciente para la comunidad, no solo se utiliza en turismo, sino que las familias también las usan para rituales, conversación y cultura. Es bueno que estas rukas se multipliquen”* (Paineofil L. , 2017).

En lo que dice relación con la conservación de la lengua tradicional de los Mapuches, el mapudungun, la comunidad cuenta con una escuela gestionada por la propia colectividad que recibe a niños hasta octavo año de enseñanza básica y que ha logrado homologar una parte de su currículo en lengua mapudungun, siendo una de las pioneras en Chile en este tipo de acción.

Otro punto de análisis desde la valoración de los integrantes del Comité dice relación con los efectos medioambientales que tiene el proyecto, las premisas vitales de la cosmovisión mapuche corresponden a considerarse como gente de la tierra, por lo que la tenencia, dominio y cuidado de este

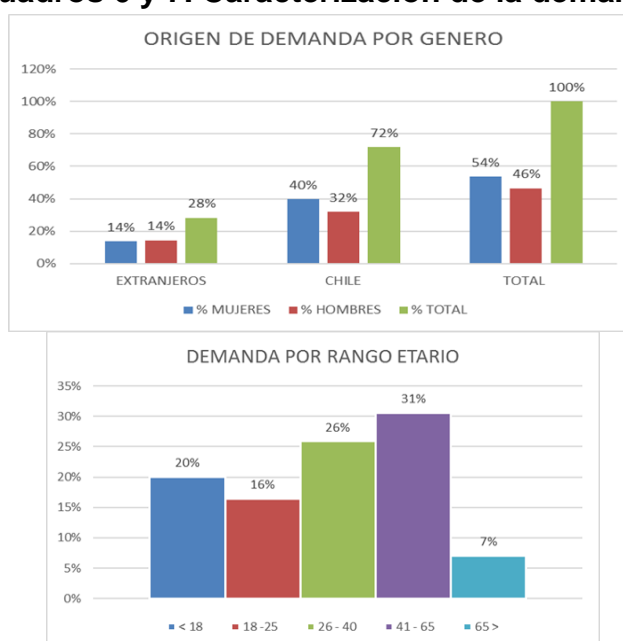
elemento es y ha sido vital para su desarrollo cultural, sin este elemento ellos solo se consideran Che (gente) lo que les quita parte medular de su cultura y su identidad por lo que su existencia como pueblo pierde sentido. Estas consideraciones plantean la necesidad para el Comité de turismo de tener en la planificación de las actividades una determinada capacidad de carga o cantidad máxima de visitantes que es posible de recibir sin que esta actividad genere impactos negativos y perjudiciales para el entorno natural y cultural.

En relación a las evaluaciones que hacen los comuneros que participan de la actividad turística, existen otros ámbitos que son bien valorados. Entre estos tópicos se encuentra el aumento de los ingresos económicos para las familias, pero esta valoración no solo se ubica en relación a lo individual, sino que *“también es importante poder otorgar fuentes de trabajo a otros comuneros que no necesariamente sean socios del Comité”* (Catalan P, 2017).

En el tránsito del proyecto algunos aspectos de su funcionalidad se ven desmejorados sobre todo por el desgaste del equipo directivo y su relación con el resto de los socios, también por los intereses privados que se anteponen a los grupales y por la falta de comunicación efectiva entre los socios.

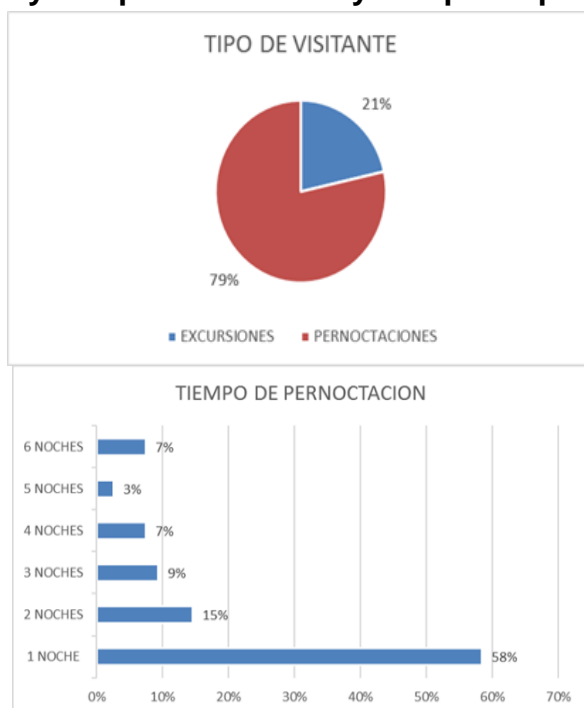
Un 72% de la demanda corresponde a chilenos, el otro 28% son extranjeros, principalmente americanos no nacionales donde destacan estadounidenses, argentinos, canadienses y miembros de la comunidad europea como alemanes, belgas y franceses, con los cuales en general se utiliza un guía traductor que utiliza idioma inglés y castellano. Los rangos entre 26 y 65 años representan el 57% de la demanda, pero hay presencia de otros rangos, destaca el 20% de menores de 18, quienes principalmente son nacionales y llegan por giras de estudio.

Cuadros 6 y 7. Caracterización de la demanda



Fuente: elaboración propia, en base a Mariola.

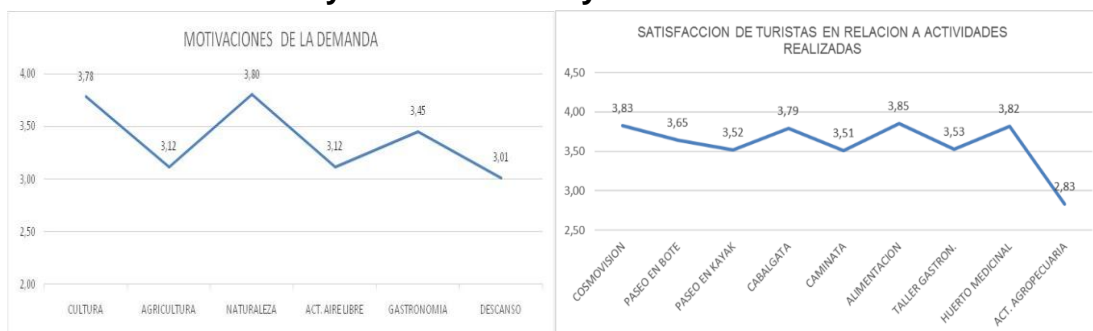
Cuadros 8 y 9. Tipo de visitante y tiempo de pernoctación



Fuente: elaboración propia, en base a Mariola.

Cabe señalar que un 21% corresponde a excursionistas y un 79% realiza pernoctaciones que van en rangos de 1 a 6 noches, destaca la pernoctación por una noche con un 58%, siguen las dos noches con un 15% y los demás rangos se presentan muy parejos.

Cuadros 10 y 11. Motivación y valoración de la demanda.



Fuente: elaboración propia, en base a Mariola.

Es posible señalar que en las motivaciones de los visitantes destacan los aspectos naturales y culturales presentes en el destino y que la satisfacción más alta la podemos encontrar en las actividades referidas a la alimentación, el huerto medicinal y las charlas de cosmovisión.

Conclusiones

En base a los hallazgos y resultados de la investigación es posible considerar que el proyecto turístico “Naturaleza y Cultura ancestral en el Lago Budi” es una instancia que cumple un rol aglutinador e integrador entre los socios participantes y genera instancias de arraigo cultural y territorial de las familias que se involucran en su desarrollo, ya que quienes integran el comité pertenecen a diferentes rangos etarios y tienen valoraciones similares en relación a los beneficios que el proyecto genera para la comunidad.

Además, a través de la indagación fue posible constatar que los jóvenes, adultos y ancianos de la comunidad expresan valoraciones positivas en lo que se refiere gran aprecio por los beneficios que esta actividad proporciona a sus familias y al colectivo en general. En este sentido un gran número de ellos tiene la disposición a seguir desarrollando las iniciativas presentes, siendo este un punto de gran importancia y asignándole al proyecto turístico y a las actividades económicas que lo sustentan, un rol clave en el cambio del paradigma que dice relación con la migración, ya que es posible apreciar que el proyecto turístico se ha convertido en una oportunidad para los habitantes de no tener que abandonar el territorio ni la cultura a la que pertenecen e incluso posibilita el retorno a su espacio natural a integrantes de la comunidad que han debido desplazarse a centros urbanos generalmente en busca de mejores oportunidades para su desarrollo.

Los aspectos más destacables de esta indagación dicen relación con la capacidad de una agrupación humana para utilizar y valorizar características culturales muy particulares, ya que se trata de un pueblo originario del continente americano que mantiene vivos sus conocimientos ancestrales y que ha sobrevivido a muchos abusos durante la historia reciente. Estos aspectos culturales hoy en día son puestos en valor y compartidos con visitantes de diferentes orígenes, con esta práctica turística además de lograr objetivos económicos y de superar deficiencias sociales, se ha logrado revitalizar la forma en la cual el pueblo mapuche se relaciona con su entorno, a través de práctica y ejercicio de tradiciones recreativas, artísticas y culturales. En este sentido ellos presentan una propuesta en la cual el contacto con los visitantes se convierte en una herramienta de difusión cultural. Logar estos objetivos no ha sido una tarea fácil, conlleva un esfuerzo y trabajo permanente principalmente radicado en el dialogo sincero entre los comuneros que se involucran con esta actividad.

La planificación, elemento central de la actividad turística, tanto de quien se desplaza como de quien recibe la visita ha resultado un factor clave en este éxito, ya que se ha realizado desde el Comité de forma estratégica, cuidando que las externalidades negativas no sobrepasen límites nocivos principalmente en lo referido a la cantidad de turistas que arriban y a las actividades que se les ofrecen.

En el caso concreto de la comunidad Llaguepulli, el hecho de tener una base cultural sólida, principalmente cimentada en el mantenimiento de sus manifestaciones culturales como el mapudungun, la construcción de rukas y la gastronomía han significado que los efectos nocivos se vean disminuidos.

Otro aspecto central evidenciado en este estudio radica en la figura de liderazgos positivos locales (werkenes) y su participación efectiva en el Comité de turismo, han puesto en valor las tradiciones del pueblo mapuche y las han incorporado a la gestión del proyecto obteniendo una protección cultural y medioambiental que ha guiado e inspirado el trabajo de todos aquellos socios que en base a un gran esfuerzo personal y familiar se han incorporado al desarrollo de esta actividad turística cultural.

Hoy en día el proyecto desarrollado por la comunidad y gestionado por el comité de turismo logra satisfacer tanto a los visitantes como a los socios, en base a transmitir la visión del pueblo mapuche y poner en valor el patrimonio cultural y natural presente en el territorio.

Recomendaciones

La participación activa en esta área económica ha podido revertir muchas de las causas que los mantenían relegados, sin embargo, estos objetivos conllevan una importante responsabilidad en el cuidado y mantenimiento de una gestión que apunte y convoque a todos los individuos de la comunidad a respetar reglas y actuar coordinadamente.

Señalar que este modelo turístico cultural / indígena debe continuar aplicándose con la participación activa de la comunidad y para el desarrollo de ella y es fundamental que los habitantes del territorio participen de manera activa en los procesos desde el diagnóstico hasta la ejecución y el control de los resultados.

El modelo de gestión deberá desarrollarse en relación al cuidado del patrimonio tanto del medio ambiente como de la propia cultura de la comunidad anfitriona, y no solo ajustarse a los requerimientos de quienes se desplazan sino principalmente de quien recibe, ya que este tipo de turismo cultural indígena no es una actividad inofensiva y puede generar cambios en donde se realiza afectando principalmente la naturaleza y la cultura, aspectos clave para esta forma de turismo.

La gestión de esta actividad con las características antes señaladas debe conducir a un beneficio comunitario en donde la satisfacción y desarrollo del colectivo se anteponga sobre los intereses individuales.

Bibliografía

- Calfuqueo P. (8 de enero de 2017). Entrevista en profundidad, tesis de investigación comunidad Llaguepulli. (J. Carvallo Alvear, Entrevistador)
- Catalan P. (05 de enero de 2017). Entrevista semi estructurada a los miembros del Comité de turismo. (J. C. Alvear, Entrevistador)
- Chias J. (2006). *El negocio de la felicidad, desarrollo y marketing turístico de países, regiones, ciudades y lugares*. España: Pearson Prentice Hall.
- Curiqueo E. (6 de enero de 2017). Entrevista no estructurada a miembros de comité de turismo Llaguepulli. (J. C. Alvear, Entrevistador)
- Lefio V. (5 de enero de 2017). Entrevista semi estructurada integrantes del Comité de turismo. (J. Carvallo Alvear, Entrevistador)
- Llanqueleo P, y. C. (2002). Turismo: una apuesta al desarrollo de las comunidades indígenas de Chile. *"Directrices para iniciativas indígenas de turismo en comunidades Mapuche Lafkenche del área de desarrollo indígena Lago Budi"*. Santiago, Chile : Programa Integral de Desarrollo Indígena - Orígenes, Ministerio de Planificación y Cooperación, Gobierno de Chile, 2003.
- Maldonado, C. (2006). *Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta*.
- Morales González M. (2008). ¿Etnoturismo o turismo indígena? *Teoría y Praxis Dialnet*, 123-136.
- Muñoz F. (2012). Sobre el análisis marxista del turismo. *TURyDES*, 1-2.
- OMT, O. M. (2010). "Manual sobre turismo y reducción de la pobreza: Medidas prácticas para destinos"., (págs. 1-10).
- Osterwalder, A. (2011). *Generación de modelos de negocio. Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Barcelona: Grupo Planeta, libro electrónico.
- Painefil M. (6 de enero de 2017). Entrevista en profundidad, tesis de investigación comunidad Llaguepulli. (J. Carvallo Alvear, Entrevistador)
- Painefil, L. (4 de enero de 2017). Entrevista semi estructurada a los miembros del Comité de turismo. . (J. Carvallo Alvear, Entrevistador)
- Painefil, N. (5 de enero de 2017). Entrevista semi estructurada realizada a los miembros del Comité de turismo. (J. Carvallo Alvear, Entrevistador)
- SERNATUR. (2014). *Turismo Cultural: una oportunidad para el desarrollo local. Guía Metodológica*. Santiago.
- Tribe J, G. M. (2009). Public understanding of sustainable tourism. *Annals of Tourism Research*.
- UNESCO. (1982). *Conferencia mundial sobre políticas culturales*. Mexico .
- UNESCO. (2014). Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo. En D. Cliche, *UNESCO Culture for Development Indicators: Methodology Manual/UNESCO* (pág. 132). Paris: AECID.