

UNIVERSIDAD ABIERTA  
INTERAMERICANA

Facultad de Turismo y Hospitalidad  
Carrera de Licenciatura en Turismo



## Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes Sur

Alumna: Aldana Calvet  
Matricula: 32157



Diciembre 2011



*La gente viaja para conocer al otro, su historia y costumbres, porque al descubrir lo diferente, aprende más sobre sí mismo*  
(Lisandro Hormaeche)



*Quisiera agradecer principalmente a tres personas que son lo más importante en mi vida, mi Mama y mi Papá y mi hermano, los cuales me acompañan, me enseñan y me guían desde siempre, a mis amigas que están siempre que las necesito, y a mi familia en general. No quiero dejar de mencionar a una persona muy especial que me acompañó en este último tiempo brindándome toda su fuerza, su tolerancia, su tiempo e hizo de este proceso un camino más ameno, a mi novio Fabián. GRACIAS!!*

*No me quiero olvidar de Ramiro Ragno, el técnico asesor de los Valles Calchaquíes, a la gente de la Red de Turismo Campesino por ser claves para la investigaciones, cada uno de ellos aportó su granito de arena, a mis compañeros del trabajo que tantas veces me vieron ir y venir con la investigación de un sector al otro.*

*A la profesora Lia Oviedo que me asesoró y ayudo en muchos momentos, y a todos aquellos profesores que durante la carrera me brindaron su ayuda y comprensión.*

*No quisiera olvidarme de nadie, aunque seguramente alguno quede en el camino.*

*Muchas Gracias!!*

*MUCHAS GRACIAS!*

---

## Indice

---



## Capítulo 1: Presentación del trabajo

---

1.1 Introducción	7
1.2 Tema	9
1.3 Problemas de investigación	9
1.4 Hipótesis	9
1.5 Objetivos	10
1.5.1 Objetivos generales	10
1.5.2 Objetivos secundarios	10
1.6 Justificación	10
1.7 Propósitos	12
1.8 Limitaciones	13
1.9 Antecedentes	13

## Capítulo 2: Marco teórico

---

2.1 Turismo. Turismo y desarrollo. Conceptos de sostenibilidad, Pobreza y desarrollo	16
2.1.1 Conceptualización del término	16
2.1.2 Turismo y desarrollo. Conceptos de sostenibilidad, Pobreza y desarrollo	17
2.2 Turismo Rural. Definición y modalidades	20
2.2.1 Definición	20
2.2.2 Modalidades	21
2.3 Turismo Rural Comunitario. Conceptualización. Comunidad Patrimonio Comunitario.	22
2.3.1 Conceptualización	22
2.3.2 Comunidad	23
2.3.3 Patrimonio Comunitario	23
2.4 Las dimensiones genéricas del turismo comunitario: Económica Social, cultural y ambiental	24
2.4.1 Dimensión económica	24
2.4.2 Dimensión social	25
2.4.3 Dimensión cultural	26
2.4.4 Dimensión ambiental	27
2.5 Análisis F.O.D.A	27
2.6 Producto Turístico	28
2.7 Canales de distribución	31
2.8 Canales de comunicación	32
2.9 Capacidad de carga	32
2.10 Capacitaciones	33
2.11 Cooperativa de Turismo Rural Comunitario	34

## Capítulo 3: Turismo Rural Comunitario

---

3.1 Turismo Rural Comunitario	36
3.1 Características	38
3.2 Condiciones para el desarrollo del Turismo Rural Comunitario	38
3.3 Aportes y dificultades del Turismo Rural Comunitario	39

---



3.3.1 Aportes	39
3.3.2 Dificultades	40
3.4 Experiencias de turismo comunitario en América Latina	42
3.4.1 Ecuador	43
3.4.1.1 Comunidad de Machacuyacu	43
3.4.2 Perú	45
3.4.2. Comunidad de Llachón	46
3.5 Breve descripción de la Red de Turismo Comunitario de América Latina	47
3.6 Turismo comunitario en Argentina	47
3.6.1 Red Federal de Turismo Rural Comunitario	

#### **Capítulo 4: Marco Referencial: Provincia de Salta, los Valles Calchaquíes, y la Red de Turismo Campesino**

---

4.1 Características generales de Salta	52
4.1 Ubicación	52
4.1.2 Formas de acceso	53
4.1.3 Clima	54
4.2 Características generales de los Valles Calchaquíes	54
4.3 Red de Turismo Campesino. Ubicación. Formas de acceso Medio ambiente	56
4.3.1. Ubicación	56
4.3.2 Formas de acceso	57
4.3.3 Medio ambiente	57

#### **Capítulo 5: Aspectos Metodológicos**

---

5.1 Tipo de investigación	59
5.2 Diseño de investigación	59
5.3 Universo de estudio	59
5.4 Fuentes de información	60
5.5 Relevamiento de la información	60
5.6 Muestra	61
5.7 Instrumento de recolección de datos	61
5.7.1 Observación	62
5.7.1.1. Modelos de fichas	62
5.7.2 Entrevistas	63
5.7.2.1 Modelos de entrevistas	64
5.7.3 Encuestas	65
5.7.3.1 Modelos de encuestas	66
5.8 Análisis de las encuestas	68
5.9 Análisis de las entrevistas	79

#### **Capítulo 6: Red de Turismo Campesino**

---

6.1 Contexto social, económico, y turístico	
6.1.1. Contexto social	86
6.1.1.1 Perfil demográfico	86
6.1.1.2 Distribución de las familias en las localidades	87

---



6.1.2 Contexto económico y productivo local	87
6.1.3 Contexto turístico	91
6.2 Organización del RTC	
6.2.1 Inicios de la Red de Turismo Campesino	92
6.2.2 Organización interna	97
6.2.3 Requisitos para ser miembros	98
6.2.4 Capacitaciones	99

## **Capítulo 7: Las dimensiones genéricas del turismo rural comunitario aplicadas a la Red de Turismo Campesino**

---

7.1 Dimensión económica, social, cultural y ambiental	102
7.1.1 Dimensión económica	103
7.1.2 Dimensión social	108
7.1.3 Dimensión cultural	110
7.1.4 Dimensión ambiental	113
7.2 Conclusión de del análisis de las dimensiones	116

## **Capítulo 8: Producto turístico. Canales de distribución y de promoción**

---

8.1 Producto turístico	121
8.1.1 Bienes y servicios	122
8.1.1.1 Alojamiento	122
8.1.1.2. Gastronomía	123
8.1.1.3 Actividades turísticas	124
8.1.2 Recursos	128
8.1.2.1 Mapa de atractivos naturales	132
8.1.2.2 Mapa de atractivos culturales	133
8.1.2.3 Mapa de festividades	139
8.1.3 Infraestructura y equipamientos	140
8.1.4 Gestión	141
8.1.5 Imagen de marca	143
8.1.6 Precio	143
8.2 Canales de distribución	145
8.3 Canales de promoción	145

## **Análisis F.O.D.A**

## **Capítulo 9: Conclusiones**

---

9.1 Conclusiones	150
9.2 Propuestas	153

## **Bibliografía**



# Capítulo 1

## Presentación del trabajo



# Capítulo 1: Presentación del trabajo

## 1.1 Introducción

El rápido y continuo crecimiento que experimentó el turismo en los últimos años y la búsqueda de nuevos destinos ocasiona que sean cada vez más las comunidades del mundo afectadas por la influencia de la actividad.

El turismo se ha convertido en una fuente de divisas de primer orden tanto para países industrializados como países de bajos ingresos, tal es así que en el año 2000, el turismo ocupó el tercer puesto en la lista de los principales sectores de exportación. Estos factores le otorgan a la actividad turística un potencial importante como medio para el desarrollo de países y comunidades.

La Organización Mundial del Turismo sostiene que el turismo puede ser una de las áreas prioritarias de colaboración en aras de reducción de la pobreza, al fortalecer los recursos y los medios de subsistencia de los sectores menos afortunados y promover políticas que les favorezcan y fomenten la equidad, es por esto que en año 2003 emitió uno de los tantos informes que luego serían continuados, el mismo se titulaba “Turismo y atenuación de la pobreza”. En dicho trabajo desarrollaba los argumentos por lo que consideraba a la actividad turística como una de los principales instrumentos para lograr el equilibrio social.

Dicho potencial, ya había sido tenido en cuenta dos años antes, más precisamente en marzo del 2001 cuando 49 de los países menos desarrollados del mundo se reunían en Gran Canaria, España, para debatir cual era la contribución que el turismo podía hacerle al desarrollo, de esta reunión surgió lo que más tarde sería “La Declaración de las Islas Canarias sobre el turismo en los países menos adelantados” en dicho documento sostenían **“el desarrollo del turismo puede conducir a la gran mayoría de los países menos adelantados a aumentar su participación en la economía mundial, mitigar la pobreza y alcanzar el progreso socioeconómico”**. La principal justificación que abalaba su supuesto radicaba en que el turismo internacional era uno de los pocos sectores económicos mediante los cuales habían logrado aumentar su participación en la economía mundial

Sin embargo es necesario resaltar que el turismo no puede ser concebido como único recurso de desarrollo ya que puede afectar adversariamente a la calidad intrínseca del destino y al igual que cualquier dependencia excesiva de una actividad económica incrementar la vulnerabilidad de la zona ocasionando problemas sociales, económicos, ambientales y culturales; así como también el desarrollo no planificado y masivo provocar grandes conflictos.

La OMT en este sentido es bastante clara **“El turismo sólo podrá ayudar a la sociedad si su crecimiento se gestiona y se centra en la ética, en la lucha contra la pobreza y en la sostenibilidad”**, entendiendo a esta última como el equilibrio entre los aspectos sociales, ambientales y económicos.



Tres factores que hasta el momento parece venir conjugando a la perfección el turismo comunitario como modelo de gestión turística para el desarrollo de comunidades originarias y campesinas. Este tipo de turismo presenta una base sustentable en varios aspectos: Ambiental, ya que se pueden satisfacer las necesidades de la población sin comprometer los recursos naturales para poblaciones futuras; Cultural: Porque se revalorizan las tradiciones y la identidad y social porque además de integrar a la sociedad, los beneficios son repartidos entre los mismos pobladores.

En América Latina ya son varios los países que han encontrado en esta modalidad turística los elementos necesarios para lograr el desarrollo de comunidades rurales y pueblos originarios. Quizás uno de los casos más relevantes sea el Ecuador por ser uno de los pioneros en esta gestión o Perú donde ya son numerosas las comunidades que han ido adaptando esta forma de turismo a sus poblaciones.

La Argentina es otro de los países de Latinoamérica que se encuentra trabajando en esta forma de gestión, el actual Ministerio de Turismo de la Nación lanzó en el año 2008 el Proyecto Red Argentina de Turismo Rural Comunitario, hecho que demuestra el creciente interés por esta modalidad alternativa y su inclusión dentro de la agenda nacional.

En la actualidad ya son varias las comunidades originarias y campesinas que implementaron el turismo rural comunitario como una alternativa para el desarrollo económico y social, siendo una de las primeras la Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes Sur en Salta.

El factor fundamental que fomentó la práctica y el desarrollo del turismo comunitario en la región norte del país está íntimamente ligado a la proximidad de la región con países como Bolivia, Ecuador y Perú, donde esta modalidad venía tomando fuerza hacia años.

La región noroeste del país posee una diversidad cultural muy importante, con presencia de culturas originarias en casi todos los sectores geográficos, la mayoría de las comunidades criollas y campesinas se encuentran ubicadas próximas a centros turísticos de relevancia, y han observado al turismo como una actividad potencial de generación de ingresos pero también, una actividad ajena y empresarial que mercantiliza la cultura y margina a la población local en roles pasivos.

A partir de los cambios políticos y económicos dados en los últimos años y a través de una política mas inclusiva y fuerte, a favor de los derechos humanos, el sector campesino comienza un proceso de fortalecimiento y reivindicación. Como muestra de ello, nace una demanda de un turismo más participativo y con protagonismo local.

Es así como el turismo rural comunitario presenta las bases necesarias para lograr el desarrollo de estas comunidades que hasta el momento habían sido olvidadas.



Con un importante espíritu de asociativismo y una intención clara de progreso y desarrollo, las comunidades de Valles Calchaquíes comienzan un proceso de constitución y organización que deriva en la creación de la Red de Turismo Campesino.

Teniendo en cuenta todos estos aspectos, esta investigación se propone indagar que características posee el turismo rural comunitario que lo sitúan en la actualidad como una de las principales herramientas de desarrollo de comunidades originarias y campesinas. Para esto desarrollará cuales son los alcances de esta modalidad de gestión, cuales son los aportes y dificultades que le puede ocasionar a dichas comunidades y como ha afectado a comunidades de América Latina.

El espíritu central del trabajo sin embargo, va a ser dedicado especialmente a la Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes, tomándola como caso particular de estudio. Sobre ésta se analizará que incidencias ha tenido la implementación del turismo campesino en las principales dimensiones constitutivas de la comunidad.

La investigación se dividirá en 09 capítulos donde en cada uno de ellos se ampliarán los temas anteriormente mencionados.

## **1.2 Tema:**

El turismo rural comunitario como factor de desarrollo: Caso Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes Sur- Provincia de Salta

## **1.3 Problemas de investigación:**

1. ¿Por qué el turismo rural comunitario puede ser una herramienta eficaz para el desarrollo de comunidades de pueblos originarios y campesinas?
2. ¿Qué incidencias ha traído la aplicación del mismo en la Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes Sur de Salta?

## **1.4 Hipótesis:**

- El turismo rural comunitario es una herramienta eficaz para lograr el desarrollo de comunidades de pueblos originarios y campesinas siempre que este planificado bajo los principios de sostenibilidad.
- La implementación del turismo rural comunitario le ha permitido a la Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes un mayor



desarrollo en los ámbitos económicos, sociales, culturales y ambientales.

## **1.5 Objetivos:**

### **1.5.1 Objetivos Generales:**

- ∂ Conocer cuáles son las características que sitúan al turismo rural comunitario como una herramienta de desarrollo de comunidades originarias y campesinas
- ∂ Analizar que influencias ha tenido la implementación del turismo rural comunitario en la Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes Sur -Salta

### **1.5.2 Objetivos Secundarios:**

- Desarrollar los alcances del turismo rural comunitario
- Identificar algunas experiencias del turismo rural comunitario en América Latina
- Describir la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario
- Identificar la organización de la Red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes
- Conocer los beneficios y/o costos sociales, económicos, ambientales y culturales que ha tenido la implementación del turismo rural comunitario en la Red de Turismo Campesino
- Identificar que elementos integran el producto turístico ofertado por la Red de Turismo Campesino y que canales de promoción y comercialización utiliza.
- Determinar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades del turismo rural comunitario en la Red de Turismo Campesino

## **1.6 Justificación:**

La realidad mundial actual atraviesa múltiples y diversas crisis que trascienden el ámbito local, regional y nacional para conformarse como problemáticas de tipo mundial. Pobreza, desocupación, discriminación y pérdida de la diversidad cultural, intercambios económicos desiguales, deterioro de los ecosistemas son algunos de los problemas que caracterizan el actual mundo globalizado. Y dentro de ello la pobreza adquiere un papel principal, decisivo y estratégico no solo por la emergencia de la situación, sino también por el efecto multiplicador que su superación puede generar.

Entendida como aquella situación que afecta a las personas que carecen de lo necesario para el sustento de sus vidas, es decir, que no pueden satisfacer sus necesidades básicas. La pobreza constituye un concepto multidimensional



pues no atiende sólo a los aspectos económicos sino que también incluye aspectos materiales y ambientales. Implica no tener la oportunidad de vivir una vida larga, sana, creativa y disfrutar de la libertad, dignidad y respeto por sí mismo y de los demás.

La incorporación de ésta dentro de los Ocho Objetivos del Milenio y la especial atención que le están brindado organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo demuestra su urgencia y prioridad dentro de la política internacional. Esta situación plantea la imperiosa necesidad de buscar alternativas creativas e innovadoras para su erradicación, y el turismo como actividad económica dominante no puede escapar a tal cometido. Y en este sentido el movimiento del turismo sostenible y la modalidad de turismo comunitario parecen conformarse como fenómenos capaces de realizar un considerable aporte.

Bajo esta óptica la Organización Mundial del Turismo junto con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo han creado un proyecto denominado Sustainable Tourism-Eliminating Poverty, (el turismo sostenible como instrumento para eliminar la pobreza) donde buscan promover el desarrollo de los países más pobres del mundo mediante el turismo.

En el plano nacional, el turismo ha experimentado un rápido y constante crecimiento, consolidándose como un sector clave para la economía argentina. Su expansión adquiere formas diversas y variadas en los distintos territorios nacionales, configurando un mapa de grandes oportunidades y enormes riesgos. Y ante este contexto parece oportuno, casi imperante, explorar en nuevas modalidades de turismo basadas en criterios de desarrollo sustentable. En tal sentido y dadas sus características particulares, el turismo comunitario aparece como una opción viable y apropiada de complementación de las economías de ciertas localidades argentinas con potencialidad turística, contribuyendo así a su continuidad en el tiempo.

En efecto, como ya se nombró el Ministerio de Turismo se encuentra trabajando ya en el Proyecto Red Argentina de Turismo Comunitario, el mismo busca contribuir al desarrollo local mediante el fortalecimiento de la autogestión comunitaria, sustentando en sus principios la reciprocidad, participación, y valoración del patrimonio natural y cultural.

Existen dentro de la Argentina pequeñas comunidades de pueblos originarios y campesinos que por diferentes razones no se han desarrollado todavía aunque cuentan en muchos casos con un patrimonio natural y cultural excepcional y están además ubicadas en las cercanías de circuitos turísticos consolidados. Estos pueblos empobrecidos pero con una tremenda potencialidad turística para el crecimiento en base a la actividad generan un triple desafío: preservar el entorno y los recursos naturales, mitigar los impactos sociales y generar una equitativa distribución de los ingresos generados por la actividad.

Es bajo este panorama, que el turismo rural comunitario puede convertirse en una alternativa de desarrollo para estas comunidades, debido a alta base comunitaria que implica: “es la gente organizada ya sea en una asociación, una



cooperativa o hasta un grupo familiar, la que toma las decisiones en conjunto, organiza y realiza el trabajo, y se reparte los beneficios”<sup>1</sup>

Desde este punto de vista, el turismo es visto no como un sustituto de las actividades desarrolladas en la localidad sino como un complemento, que tiene como ventajas producir ingresos extras, que adquieren más relevancia en las épocas donde no hay cosechas, y que le permite a la gente continuar no solo viviendo en sus lugares de origen sino también mejorar sus condiciones de vida.

Teniendo en cuenta estos conceptos, y bajo la imperiosa necesidad de buscar alternativas que permitan el desarrollo equitativo de las comunidades, es importante investigar esta nueva modalidad turística a fin de poder analizar porque es considerada una herramienta eficaz para el desarrollo de comunidades originarias y campesinas. Para ello, la investigación desarrolla cuales son los aportes y las dificultades que trae la implementación del mismo en las comunidades. Como caso de estudio detallado se analizará la Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes a fin de determinar que influencias ha traído en la comunidad la puesta en práctica de esta modalidad de gestión turística.

### **1.7 Propósitos de la investigación**

La siguiente investigación se propondrá explicar porque el turismo rural comunitario es una herramienta útil para el desarrollo de comunidades originarias y campesinas, cuales son los aportes y las dificultades que presenta la implementación de esta modalidad de gestión turística.

Desarrollará además algunas experiencias de turismo comunitario en países de América Latina y dará a conocer como se inició Argentina en esta propuesta.

Tomará como caso de estudio la Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes de Salta en donde se analizara como influyo el turismo rural comunitario en las principales dimensiones de la comunidad, es decir en los ámbitos económicos, culturales, ambientales y sociales.

Por otra parte, se analizará el producto turístico que ofrece la RTC y que canales de distribución y promoción utiliza..

Esta investigación puede significar un aporte para todos aquellos Organismos, países y comunidades que estén interesados en conocer cuáles son los alcances y de qué manera pueden influir el turismo rural comunitario en una comunidad originaria y campesina.

A su vez, puede resultar de valor para las Municipalidades de San Carlos, Angastaco, Animaná, y Cafayate, principalmente como para el Ministerio de Turismo de Salta debido a que pondrá en conocimiento como ha influido el turismo rural comunitario en los miembros de la Red de Turismo Campesino así como también en la población local.

---

<sup>1</sup> Turismo: una herramienta mas para el desarrollo rural en manos de la gente. Revista Enlace. Edición especial sobre turismo comunitario. Managua. Nicaragua. Año 16.2006



Además de que puede resultar un punto de partida para futuros estudios y para todos aquellos interesados en el tema.

## **1.8 Limitaciones**

Algunos de los obstáculos encontrados para la realización de este trabajo fueron:

- La poca claridad que todavía presenta el concepto de turismo comunitario. Hasta el momento no se ha desarrollado una definición precisa. Cada organismo, institución y/o autor lo define de acuerdo a una óptica distinta.
- Existencia de poco material de lectura, sea informes, estadísticas o investigaciones sobre los cambios que ha producido el turismo comunitario en las comunidades de Valles Calchaquíes. Con salvedad de los informes o proyectos existentes creados por las comunidades o el técnico veedor que en muchos sentidos pierde objetividad en cuanto a los avances.
- Escaso material relacionado a los turistas que han visitado la Red, esto ocasiona no poder determinar con exactitud las preferencias de los visitantes ni los medios por los cuales han conocido la RTC, esto impide de alguna forma poder mejorar en aspectos relacionados a la promoción y comercialización.

## **1.9 Antecedentes**

En el marco de este trabajo se han explorado diferentes investigaciones y/o proyectos que funcionaron como antecedentes:

### Referidos exclusivamente a la Red de Turismo Campesino

- Stengurt Carlos, **“El turismo comunitario como el vehículo de desarrollo para las comunidades locales”**, Universidad Empresarial Siglo XXI, 2009  
Síntesis: La investigación se enfocaba particularmente a como las tecnologías de la comunicación e información podían contribuir en el desarrollo y la gestión de los miembros de las comunidades.
- Fairstein, Catalina, **“La asociación de las familias campesinas en torno a la producción de servicios turísticos y su vinculación con la estrategia de ingresos: Las practicas asociativas de familias rurales. La experiencia de la Red de Turismo Campesino en la provincia de Salta”**. Conicet  
Síntesis: El carácter de la investigación es mas bien sociológico y analiza a las comunidades desde su constitución social y económica.



- Fairstein, Catalina. **“Antropología rural: cultura, economía, formas societarias y políticas de campo argentino. Ser campesino: la construcción identitaria de los miembros de la Red de Turismo Campesino”**, X Congreso argentino de antropología social, 29 de noviembre al 02 de diciembre de 2011  
 Síntesis: El objetivo del trabajo se centra en el análisis del “ser campesino” en lo que refiere a la construcción identitaria, teniendo en cuenta los elementos relacionados con la movilización de los relatos que definen a la memoria y la importancia que adquiere el territorio de los Valles Calchaquíes en esa construcción.

Otras investigaciones realizadas sobre la Red de Turismo Campesino fueron hechas por el Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura (IICA) el cual efectuó un informe sobre el turismo rural en la Argentina, y por una estudiante francesa de nombre Mathilde, la cual realizó un estudio específicamente sobre la demanda de la Red de Turismo Campesino.

#### Referidas al turismo rural comunitario:

- Pérez Francisco, Oscar Barrera, Ana Pelaez. **“Turismo rural comunitario como alternativa de reducción de la pobreza en Latinoamérica”** Programa de comercio y pobreza de Latinoamérica (COPLA). 2010.
- Ballesteros, Luis. **“Turismo comunitario en Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad social”**.
- Pingel, Cecilia. **“Turismo responsable, turismo solidario, turismo comunitario: respuestas a la crisis del modelo dominante”**, Programa de fomento a la investigación y la innovación: 100 años de turismo argentino. Dirección Nacional de gestión de calidad turística. Secretaría de Turismo de la Nación. 2007



# Capítulo 2

## Marco teórico



## Capítulo 2: Marco teórico

### 2. 1. Turismo. Turismo y desarrollo. Concepto de sostenibilidad, pobreza y desarrollo

#### 2.1. 1 Conceptualización del término

El **turismo** es considerado un fenómeno multidimensional que puede ser contemplado desde numerosos ángulos y su estudio comprende aspectos de diversa naturaleza: psicológica, ambiental, demográfica, cultural, económica, etc. Es por tal motivo que se han generado una gran cantidad de definiciones. A continuación se citará una de las más difundidas:

**“ El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”** (OMT, 1998)

De este enunciado se desprende que, el turista entendido como **“un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país o lugar visitado”**<sup>2</sup> realiza actividades en el lugar elegido, intentando sentirse ajeno a su rutina cotidiana, durante una estadía mínima de 24 horas y un año como duración máxima.

A los caracteres de esta investigación, se citaran a continuación dos definiciones más que nos aportaran otra mirada:

**“ El turismo es la suma de los fenómenos y relaciones que surgen de la interrelación de turistas, comerciantes, gobiernos anfitriones y comunidades anfitrionas en el proceso de atraer y hospedar a esos turistas y otros visitantes”** (McIntosh, 1990)

**“ El turismo es un fenómeno de nuestro tiempo que se aplica por la necesidad creciente de descanso y de cambio de aires, por la aparición y desarrollo del gusto por la belleza del paisaje, por la satisfacción y bienestar que se obtienen de la naturaleza virgen, pero muy especialmente por las crecientes relaciones entre pueblos diferentes, por el aumento de empresas que da lugar al desarrollo del comercio, las industrias y las profesiones, y por el perfeccionamiento de los medios de transporte”** (Perez Fernández, 2001)

En ambas definiciones se encuentra un aspecto no mencionado con anterioridad y es aquel que subraya el carácter interpersonal/intergrupalo de la actividad y que plantea al turismo como una serie de interrelaciones con el medio ambiente natural y un contacto intercultural que se produce entre turistas y residentes. Un contacto que trae aparejados una serie de impactos que causan en los colectivos y sociedades receptoras efectos psicológicos, sociales

---

<sup>2</sup> Leonard, Lickorish; Carlson, Jenkins. “Una introducción al turismo”.Madrid. Editorial Síntesis. 1997



y culturales, económicos, ambientales, entre otros, que van a determinar ciertos cambios en las pautas de su comportamiento habitual.

### **2.1.2 Turismo y desarrollo. Conceptos de sostenibilidad, pobreza y desarrollo**

La Organización Mundial del Turismo (OMT) sostiene que la actividad turística posee dos razones fundamentales que la convierten en un sector especialmente adecuado para el desarrollo económico sostenible de los países en vías de desarrollo.

El primero hace mención a la propia naturaleza de la actividad:

- El turismo se consume en su lugar de producción: El turista debe ir al destino, abriendo oportunidades para las empresas locales de todos tipos, y permitiéndoles a las comunidades locales obtener beneficios mediante la economía informal, vendiendo bienes y servicios directamente a los visitantes.
- El turismo es una actividad más variada que muchas otras: Tiene el potencial de estimular otras actividades económicas, tanto para ofrecer empleos que pueden complementar otras opciones de sustento, como para crear ingresos a través de una compleja cadena de suministro de bienes y servicios.
- El turismo es una actividad que requiere mucha mano de obra: Característica importante para la lucha contra la pobreza. También ofrece toda una serie de oportunidades de empleos diferentes, particularmente para mujeres y jóvenes, desde las muy cualificadas hasta las no cualificadas y requiere generalmente poca formación.
- Crea oportunidades para muchos pequeños empresarios: Tanto en la economía formal como informal, y es una actividad donde los costes de puesta en marcha y las barreras de entrada suelen ser bajos, o pueden bajarse fácilmente.
- La infraestructura que requiere puede beneficiar también a las comunidades pobres: (el transporte y las comunicaciones, el abastecimiento de agua y el saneamiento, la seguridad pública y los servicios de salud).
- Muchos de los países en desarrollo están ahora en situación de ventaja comparativa frente a los países desarrollados en materia de turismo. Tienen activos de enorme valor para el sector turístico: cultura auténtica, arte, música paisajes y áreas protegidas, fauna, flora y clima.
- El turismo no solo da beneficios materiales a los pobres, sino que también les aporta el orgullo de su cultura, un mejor conocimiento del entorno natural y de su valor económico, sentido de la propiedad, y menos vulnerabilidad gracias a la diversificación de sus fuentes de ingresos.

El segundo tipo de razones se refiere a la evolución de los movimientos de turistas en las últimas dos décadas.

El turismo está adoptando una importancia creciente en la economía de los países pobres. En el 2005, el turismo internacional que llegó a los países en



desarrollo generó ingresos por divisas superiores a los 200.000 millones de dólares, una cifra cuatro veces mayor a la obtenida en 1990.

Las razones citadas con anterioridad dejan entrever que el turismo puede contribuir al desarrollo y a la reducción de la pobreza, pero hay que esclarecer que si bien el mismo puede aportar beneficios, también puede incurrir en costos (económicos, sociales, ambientales y culturales).

Para poder potenciar los beneficios del turismo es necesario conseguir lo que la OMT denomina **“una sostenibilidad de triple base”** (ambiental, social y económica)

**“La sostenibilidad de la triple base es el bienestar de las comunidades pobres y la conservación de su entorno. El turismo puede desempeñar un papel significativo en el desarrollo sostenible y equilibrado y generar beneficios para los pobres”<sup>3</sup>**

Para conseguir esta sostenibilidad es necesario que las políticas económicas revaloricen los sistemas humanos por medio de la distribución equitativa de los recursos y el desarrollo turístico.

A fin de comprender con mayor facilidad lo que se citó anteriormente es necesario esclarecer algunos conceptos.

El primero de ellos hace referencia al término:

**“El desarrollo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos económicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”<sup>4</sup>**

Por lo tanto, se puede inferir que el turismo sostenible debe:

- Dar un uso óptimo de los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y vivo y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
- Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y

---

<sup>3</sup> Organización Mundial del Turismo “Turismo y atenuación de la pobreza” 2001, [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)

<sup>4</sup> OMT (1998)



de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyen a la reducción de la pobreza.

Teniendo estos conceptos como premisa, la OMT y la UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo) acordaron en junio de 2002 aunar sus fuerzas para poner en marcha el ST-EP (Sustainable Tourism-Eliminating Poverty, en español el turismo sostenible como instrumento para eliminar la pobreza) este proyecto tiene como objetivo reorientar el turismo sostenible y convertirlo en una herramienta primordial de la lucha contra la pobreza en los países más pobres del mundo generando desarrollo y empleo para las personas que viven con menos de un dólar diario.

Trayendo este último tema a colación, es importante aclarar que la pobreza ha sido definida normalmente según criterios de ingresos o de consumo, pero en los últimos tiempos el enfoque ha cambiado. Para ello resulta útil traer el concepto de pobreza de Amartya Sen (1999) quien señala que:

**“La pobreza de una vida reside no solo en la condición de pobreza material en la que vive la persona, sino ante todo en la falta de oportunidades reales dada por las limitaciones sociales, para elegir otra forma de vida, para desarrollar todas sus capacidades y opciones para llevar una vida valiosa y respetable”<sup>5</sup>**

El enfoque basado en buscar forma de vida sostenible considera a la pobreza en todos sus aspectos, reconociendo que los pobres buscan medios de subsistencia que les aporte salud, seguridad y educación, además de ingresos.

El último de los conceptos que es necesario definir es el de desarrollo, término difícil de conceptualizar debido a que diferentes autores le otorgan el significado de acuerdo al contexto donde necesiten utilizarlo. La Real Academia Española lo define como **“acción o efecto de desarrollar o desarrollarse”<sup>6</sup>**.

Entendiendo que desarrollar es: **“dicho de una comunidad humana progresar, crecer económica, social, cultural o políticamente”<sup>7</sup>**

Una definición mucho más compleja es dada por Todaro y Smith que lo han definido al desarrollo como:

**“Un proceso multidimensional compuesto por grandes transformaciones de las estructuras sociales, de las actitudes de la gente y de las instituciones nacionales, así como por la aceleración del crecimiento económico, la reducción de la desigualdad y la erradicación de la pobreza absoluta”<sup>8</sup>**

---

<sup>5</sup> Amartya Sen “Desarrollo como libertad”, Oxford, Oxford University, 1999

<sup>6</sup> www.rae.es

<sup>7</sup> www.rae.es

<sup>8</sup> Todaro M, Smith S “Economic Development” New York, Addison Wesley, 2005



La última de las definiciones que se traerá a colación fue brindada por la Organización para el Desarrollo Económico (OCDE) que entiende al desarrollo local como:

**“Proceso por medio del cual cierto número de instituciones y/o personas locales se movilizan en una localidad determinada con el fin de crear, reforzar y estabilizar actividades utilizando de la mejor manera posible los recursos del territorio”**

En términos generales se puede decir que el desarrollo, ya sea desde la mínima unidad como una persona hasta lo máximo atribuyéndoselo a una nación, es el progreso obtenido por las mismas en diferentes ámbitos: cultural, social, político u/o económico.

Como bien se explicó anteriormente, el turismo tiene herramientas para lograr el desarrollo de una comunidad siempre y cuando se planifique bajo los principios de la sostenibilidad. Teniendo en claro estos conceptos, es necesario comenzar a adentrarse en una terminología más específica. Para poder llegar a comprender que características sitúan al turismo rural comunitario como una herramienta de desarrollo es primordial entender en primera instancia que se entiende por turismo rural.

## **2. 2. Turismo Rural. Definición y modalidades**

### **2. 2.1 Definición**

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

Dado que el turismo rural involucra una amplia y heterogénea gama de actividades, la delimitación del concepto es una tarea compleja. Las definiciones varían de acuerdo a la opinión de los especialistas y a las diversas realidades de los países donde se desarrolla esta actividad. En la Argentina, desde diversos ámbitos, disciplinas y campos de acción se utiliza este término para definir un amplio número de actividades realizadas en el ámbito rural.

El Proyecto Nacional de Turismo Rural (PRONATUR) creado en el 2008 lo define como:

**“Toda modalidad turístico-recreativa que se desarrolla en establecimientos del ámbito rural o en sus inmediaciones, y que permite al visitante conocer, compartir y aprender otras costumbres y tradiciones, a través de actividades cotidianas, productivas y culturales, sensibilizándolo sobre el respeto y valor de la identidad cultural de las**



## **comunidades y pueblos rurales. Incluye toda actividad que desarrolle el turista en el medio rural”**

Desde el marco conceptual del PRONATUR sostiene que el turismo rural debe fundamentarse sobre criterios de sustentabilidad, es decir, perdurar ecológicamente en el largo plazo respondiendo a los intereses de las poblaciones locales de modo que el impacto sobre el medio ambiente garantice un destino turístico sostenible.

### **2.2.2 Modalidades de turismo rural**

En la Argentina el turismo rural puede asumir diversas modalidades que pueden combinarse de acuerdo a la demanda de los turistas y a las posibilidades de los oferentes.

A continuación se desarrollaran alguna de ellas<sup>9</sup>:

- **Agroturismo**: Se presenta como un complemento de la actividad principal del establecimiento agropecuario. El visitante participa activamente de las actividades productivas (cosecha, laboreo del suelo, etc.). La familia debe participar activamente en la acogida de los turistas y compartir con ellos las actividades que se ofrecen.
- **Ecoturismo**: Tiene lugar en sitios ambiental y económicamente frágiles. Tiene como principal objetivo la inserción del visitante en el medio natural, en el que se educa sobre las particularidades de cada ambiente al tiempo que disfruta de actividades que resaltan la belleza de sitios incontaminados y puros, donde se debe ser respetuoso con el medio ambiente y mantener el bienestar de la población local.
- **Turismo cultural**: Modalidad que privilegia el respeto al patrimonio natural y cultural. Es ambientalmente responsable y consiste en visitar áreas naturales sin disturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestre) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (presente y del pasado), a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental (natural y cultural), y propicia un compromiso activo y socioeconómicamente benéfico para las poblaciones locales. Su principal sustento es la riqueza histórica que se atesora en el seno de muchas familias criollas.
- **Turismo aventura**: Es aquel viaje o excursión con el propósito de participar en las actividades para explorar una nueva experiencia, por lo general supone el riesgo advertido o peligro controlado asociado a desafíos personales, en un medio ambiente natural o en un exótico escenario al aire libre, para producir sensaciones de descubrimiento. Forman parte de esta modalidad actividades muy diversas como canotaje, cabalgatas, senderismo, etc.

---

<sup>9</sup> Barrera,E ; Muñoz R. “Manual de turismo rural para micro, pequeños y medianos empresarios rurales” 2003



- Turismo deportivo: Ejemplo la caza y la pesca, aunque los establecimientos rurales pueden acondicionarse para la práctica de variados deportes.
- Turismo gastronómico: Es aquel en que los productores ofrecen su propia producción en los servicios de gastronomía que le ofrecen al turista. Comprende, asimismo, las Rutas alimentarias.
- Turismo religioso: Es aquel donde los productores agropecuarios dedicados al turismo rural, en zonas donde el elemento religioso adquiere gran relevancia, ofrecen servicios, por ejemplo a los peregrinos, y un ámbito de reflexión y retiro espiritual.

En los últimos tiempos, una de las prácticas mas encaradas por agricultores familiares y productores agropecuarios, organizados en muchos casos en comunidades, redes y asociaciones es el agroturismo. En este tipo de emprendimiento se ofrece a los turistas el alojamiento en las casas de campo y se brinda la posibilidad de participar activamente de las prácticas habituales del establecimiento (cosecha, laboreo del suelo, arreo de ganado, etc) manteniendo un lazo estrecho entre los turistas y las familias receptoras, lo cual se constituye en el principal atractivo turístico.

Este tipo de turismo es conocido en la actualidad como **turismo rural comunitario**, también llamado turismo comunitario en ámbitos rurales. Estos emprendimientos tienen un fuerte impacto en la comunidad y favorece el desarrollo de los territorios rurales.

A continuación se desarrollará con mayor precisión el término turismo rural comunitario, concepto primordial a los caracteres de esta investigación.

### **2.3. Turismo Rural Comunitario. Conceptualización. Comunidad. Patrimonio Comunitario.**

#### **2.3.1 Conceptualización**

**“El turismo comunitario es aquel producto específico cuya principal motivación es el encuentro intercultural de calidad y mutuo interés con la población local y en el que la producción está sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados, para el bienestar de sus miembros”<sup>10</sup>**

**“Se define como turismo comunitario a toda actividad económica solidaria que relaciona a la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, proponiendo el manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad**

<sup>10</sup> Pérez Palomo, Salvador. Documento Estratégico, versión definitiva. I Encuentro Internacional de Turismo Justo. 2006 Junio 1y 2. Palacio de Congresos y Exposiciones de la costa del sol, España, Málaga: Departamento de Turismo. Área de Recursos e Iniciativas Locales. Diputación de Málaga



**en la distribución de los beneficios generados”** (Federación Plurinacional de Turismo comunitario del Ecuador)

En ambas definiciones se menciona como denominador común el encuentro consensuado entre comunidad local y turistas. Es importante destacar que es la comunidad local quien elige compartir sus experiencias y su cultura con el turista. Sale de ésta misma el deseo de compartir y queda en manos de ésta la gestión y distribución de los beneficios creados por la actividad. Por tales motivos es imprescindible saber que se entiende por comunidad.

### **2. 3.2 Comunidad**

Una de las visiones más acertadas sobre este concepto es la que tienen los sociólogos, ya que estos la definen como algo más concreto que un lugar habitado por gente. El término describe una cierta profundidad y calidad en las relaciones.

**“La gente que forma una comunidad tiene valores e intereses comunes, vínculos relativamente densos y duraderos, realiza frecuentes interacciones cara a cara, se siente próxima entre sí, y tiende a pensar en sí misma como parte de un grupo”** (Calhoun Craig; Light Donald; Keller Suzanne, 2000)

Entonces, como bien describe el término esta modalidad de turismo necesariamente implica la existencia de una **base comunitaria**:

**“Porque la gente organizada, ya sea en una asociación, una cooperativa o hasta un grupo familiar, toma decisiones en conjunto, organiza y realiza el trabajo y se reparte los beneficios”** <sup>11</sup>

Más que a individuos esta actividad involucra comunidades en su conjunto. El trabajo se organiza y realiza en equipo, repartiendo las tareas de modo tal que todos tengan la posibilidad de acceder a un empleo y puedan participar activamente en el desarrollo turístico y en la distribución de los beneficios.

### **2. 3.3 Patrimonio Comunitario**

El turismo rural comunitario busca contribuir al desarrollo de las comunidades en los ámbitos sociales, económicos, culturales y ambientales. La actividad incentiva a la búsqueda y revalorización del patrimonio comunitario, el cual cada comunidad está dispuesta a compartir con los turistas.

Como **patrimonio comunitario** entendemos:

**“El conjunto de valores y creencias, conocimientos y prácticas, técnicas y habilidades, instrumentos y artefactos, representaciones y lugares, tierras y territorios, al igual que todo género de manifestaciones tangibles e**

---

<sup>11</sup> Turismo: Una herramienta más para el desarrollo rural en manos de la gente. Revista Enlace. Edición especial sobre turismo rural comunitario. Año 16. Managua, Nicaragua.



**intangibles compartidos por un pueblo, a través de los cuales se expresan sus modos de vida y organización social, su identidad cultural, y sus relaciones con el entorno natural”<sup>12</sup>**

Uno de los objetivos de esta investigación es analizar como el turismo rural comunitario ha incidido en las principales dimensiones constitutivas de la Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes, para lograr tal fin se utilizaran las pautas metodológicas creadas por Carlos Maldonado. Las mismas serán desarrolladas a continuación:

#### **2. 4. Las dimensiones genéricas del turismo comunitario: Económica, social, cultural y ambiental**

En el documento de trabajo titulado “Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario”, Carlos Maldonado desarrolló el concepto de las dimensiones genéricas del turismo comunitario, con el fin de poder determinar y comprender el grado de éxito o fracaso de un proyecto comunitario.

Estas dimensiones las agrupo en económica, social, cultural y ambiental. Las mismas guardan una estrecha relación con el análisis de sostenibilidad de una experiencia comunitaria, por lo que suelen ser finalmente utilizadas como instrumentos permanentes para monitorear los beneficios o costos del turismo en las comunidades.

En el Capítulo 7 se realizará un análisis de cada una de las dimensiones, aplicándolas a la Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes.

##### **2.4.1 Dimensión económica:**

Esta dimensión busca conocer, evaluar y entender los cambios inducidos por el turismo en las actividades productivas regulares que desempeña la comunidad. Mediante la misma, se intenta apreciar como el turismo ha sido incorporado en el ámbito de la gestión económica comunitaria y si ha podido contribuir a generar recursos que aporten beneficios reales a la comunidad o si en cambio ha acrecentado su situación de pobreza.

Las variables que permiten apreciar estos cambios son:

- Nuevas actividades económicas que han sido creadas en la comunidad o actividades que se han fortalecido gracias al negocio turístico por ejemplo: servicio de alojamiento, alimentación, guiado, etc.
- Oportunidades de incremento y diversificación de las fuentes de ingreso, permanentes o estacionales, inducidas por la actividad turística

---

<sup>12</sup> Maldonado, Carlos. Pautas metodológicas para el análisis de experiencias comunitarias de turismo comunitario, documento de trabajo número 73, SEED, Oficina Internacional del Trabajo (OIT), Ginerbra, Suiza, 2005



- Compra de productos y servicios provenientes de la economía familiar, comunitaria, o local para el funcionamiento del negocio.
- Inversión inicial estimada en infraestructura, instalaciones y equipos turísticos, principales activos fijos (alojamiento, restauración, transporte, apertura de senderos) y fuentes de financiamiento.
- Se ha potenciado el desarrollo económico local, mejorando las finanzas de la comunidad, del pueblo o del municipio en los que se desenvuelve la actividad turística.
- Inversiones en nuevos proyectos productivos familiares o comunitarios resultantes de los beneficios del turismo: creación de un eventual fondo comunitario para crédito productivo.
- Principios y mecanismos que regulan la distribución interna de los ingresos derivados de turismo, por los servicios brindados por las familias o la comunidad.
- ¿Existen mecanismos de gestión: registros contables, plan operativo, inversiones y amortizaciones?
- ¿Existen instancias y mecanismos de supervisión, control y evaluación que permiten apreciar periódicamente el desempeño económico del negocio turístico, incluyendo auditorías externas?

#### **2.4. 2 Dimensión social:**

Este ámbito intenta apreciar y analizar los cambios inducidos por la actividad turística en las instituciones comunitarias, así como en su dinámica y prácticas sociales. Básicamente lo que se intenta detectar es si la actividad turística ha contribuido a consolidar las formas de organización, de fortalecer los mecanismos de representación y participación interna. Así como también, si han aparecido nuevos valores y costumbres que generan debilitamiento de la cohesión interna de la comunidad.

Las variables a analizar son:

- ¿Se han capacitado a los recursos humanos en las áreas técnico-operativas para el ejercicio de las nuevas operaciones?
- ¿La distribución del ingreso en el seno de la comunidad se orienta a satisfacer necesidades sociales, que son atendidas gracias a la creación de fondos comunitarios?
- ¿Los talleres de capacitación para guías turísticos y en temas de educación ambiental, calidad de prestaciones, etc han significado nuevas oportunidades para los jóvenes?
- ¿La diversificación de fuentes de ingresos ha logrado atenuar los procesos migratorios de los jóvenes adultos de la comunidad?
- ¿Se han establecido alianzas con empresas privadas, ONG, organismos públicos y académicos, lo cual ha requerido esfuerzos para coordinar, supervisar, y dar cumplimiento de los convenios?
- ¿Se han incorporado, aplicado y evaluado las estrategias de equidad de género encaminadas a brindar igualdad de oportunidades en la



participación, toma de decisiones en acceso y control de recursos en iniciativas vinculadas al turismo?

- ¿Han incidido las actividades turísticas en la cohesión social de la comunidad, fortaleciendo o debilitando las instancias de autogobierno, las formas democráticas de representación, participación y adopción de decisiones?
- ¿Ha sido valorado el capital social de la comunidad: prácticas y formas de organización que generan confianza, cooperación y eficiencia productiva: conocimientos colectivos aplicados a la gestión del territorio, a la conservación y aprovechamiento de la biodiversidad?

### 2.4.3 Dimensión cultural:

Esta dimensión lo que se trata es de examinar y comprender los cambios que pueden haber ocurrido en el ámbito cultural comunitario como consecuencia de la implantación de actividades turísticas. En especial sobre los aspectos relacionados con el fortalecimiento de los valores, expresiones e instituciones culturales comunitarias. Una particular atención se le otorgará a la “autenticidad” de las manifestaciones y símbolos culturales que será dirigido a los turistas.

Para comprender estos cambios se analizarán las siguientes variables:

- ¿Las actividades turísticas rescatan, valoran y potencian manifestaciones propias de la cultura indígena o campesina: artesanías, celebraciones festivas, música, danza, atuendos, juegos, ritos?
- ¿El diseño del producto turístico incorpora expresiones genuinas de las culturas nativas o se las ha adulterado?
- ¿Los servicios de alimentación que se ofrecen al turista valoran la tradición culinaria y los productos locales provenientes de la producción agropecuaria o la pequeña manufactura familiar?
- ¿Se reconocen y valoran los conocimientos colectivos tradicionales aplicados a tratamientos preventivos o curativos, encuentros espirituales, entre otros. (plantas medicinales, etc.)?
- ¿Algunos valores y costumbres tradicionales han sido relegados por la comunidad, en razón de considerarlos anacrónicos, sin valor o inferiores a los de los visitantes?
- ¿Se han acometido acciones encaminadas a difundir la cultura autónoma, a exigir su reconocimiento y respeto por los visitantes, tour operadores, y las autoridades?
- ¿Los guías turísticos de la comunidad han sido suficientemente formados para asegurar una interpretación cultural de calidad?
- ¿Se ha reflexionado y elaborado en el seno de la comunidad directrices (código ético o de conducta) orientadas a preservar sus valores, costumbres y formas de vida?



#### **2.4.4 Dimensión ambiental**

Esta dimensión busca evaluar si las comunidades han emprendido o consolidado sus iniciativas de autogestión relacionadas a la propiedad, posesión y administración de sus tierras y/ o territorios; el manejo y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales.

Con el fin de evaluar estas iniciativas se analizarán estas variables:

- ¿La comunidad ha buscado y recibido asesoramiento técnico adecuado, y suficiente para asumir el total control de la gestión de los recursos naturales y la biodiversidad que albergan sus territorios?
- ¿Cuenta la comunidad con un plan estratégico de gestión integral del territorio, incluyendo zonificación, áreas de amortiguamiento, circuitos y senderos alternativos para limitar y controlar los efectos de la carga turística?
- ¿La comunidad ha elaborado y aplica regularmente un plan de monitoreo ambiental con sus respectivos indicadores de tolerancia, mecanismos de alerta temprana y órganos de supervisión demostrando así una toma de conciencia de los potenciales efectos nocivos que puede generar el turismo?
- ¿Qué disposiciones ha adoptado la comunidad para prevenir, mitigar o eliminar los impactos negativos de las actividades turísticas en los ecosistemas tales como deterioro de flora y fauna, contaminación de agua y aire?
- ¿Los materiales, técnicas y tecnologías para la construcción de casas, restaurantes, y la realización de las obras de infraestructuras son ambientalmente sanos y armónicos?
- ¿El equipo, las fuentes de energía y combustibles para operar instalaciones y activar medios de transporte contemplan economías de uso?
- ¿Realiza la comunidad un adecuado manejo de desechos sólidos, y líquidos, de emanación de ruidos, a los efectos de preservar el medio ambiente?
- ¿Existe una estrategia de información, comunicación y educación por parte de la comunidad para elevar el nivel de conciencia de los miembros?

Así como para medir el grado de éxito o fracaso de un proyecto de turismo comunitario se utilizan las dimensiones anteriormente citadas, para poder realizar un diagnóstico de la oferta y demanda de un territorio debe realizarse un análisis F.O.D.A

#### **2.5. Análisis F.O.D.A**

Este análisis consiste en estudiar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que un destino, un país, una zona o un lugar concreto puedan presentar en un determinado momento.



- Fortalezas: se refiere a los factores, cualidades, atributos, recursos y actividades internos a una comunidad que pueden facilitar y contribuir al logro de los objetivos inicialmente trazados por la misma.
- Oportunidades: Tiene que ver con las circunstancias, eventos, hechos, y tendencias que se manifiestan en el entorno (externos) de la comunidad, que podrían beneficiar, favorecer o facilitar el desarrollo de ésta, a condición de tomar las medidas para que se los aproveche en forma oportuna y eficiente
- Debilidades: Se relaciona con los factores, cualidades, atributos, recursos y actividades internos a una comunidad, que pueden dificultar y cohibir la consecuencia de los objetivos que ésta persigue.
- Amenazas: Remite a circunstancias, eventos, hechos y tendencias que se manifiestan en el entorno (externos) de la comunidad, que podrían impedir, limitar y cohibir el desarrollo de ésta, si no se toman las medidas pertinentes para suprimirlas, contrarrestarlas o neutralizarlas.

Los conceptos que se definirán a continuación están relacionados más que nada a vocabulario puramente turístico: producto turístico, canales de distribución, de promoción y capacidad de carga.

Es necesario definirlos y comprender que elementos los integran debido a que más adelante serán analizados en base a la Red de Turismo Campesino.

## **2.6. Producto Turístico**

Antes de desarrollar el concepto y los elementos que integran el producto turístico, es importante entender a que nos referimos cuando hablamos de producto.

**“Un producto es cualquier cosa que se ofrece en un mercado para atención, adquisición, uso o consumo y que satisface una necesidad o un deseo”**<sup>13</sup>

Mientras que el producto turístico es **“la combinación de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras que se ordenan de forma que ofrezcan unos beneficios a los clientes, consigan satisfacer sus necesidades y expectativas, y que estén disponibles para ser consumidos en el momento preciso”** (Balanzá, 2004)

Éste se compone de dos partes indivisibles:

- Una parte tangible que la constituye el producto global, tal y como es ofrecido por los productores a los clientes: integrada por los bienes, los recursos, la infraestructura, y el equipamiento.

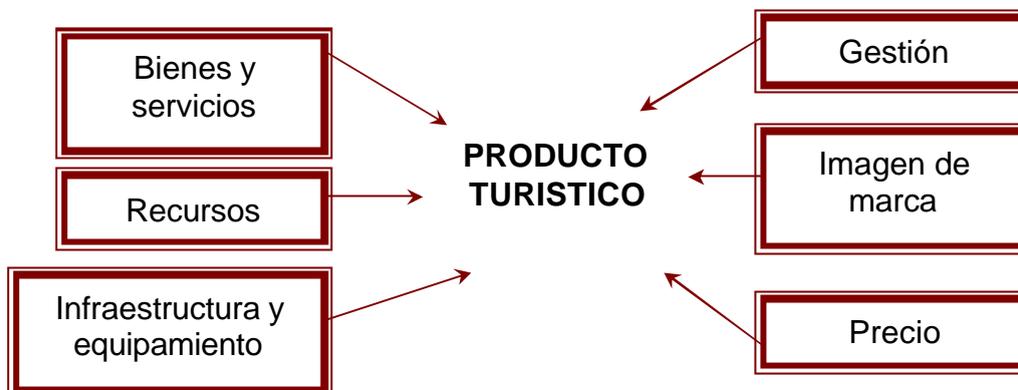
---

<sup>13</sup> Kotler Philip, Bowen, John, Makens James. Mercadotecnia para hotelería y turismo . Prentice Hall



- Y una parte intangible que es la percepción y expectativas que los consumidores tienen del producto: aquí se encuentran los servicios, la gestión, la imagen de marca y el precio.

En el siguiente esquema se presentan los elementos que integran al mismo:



- Los **bienes y servicios**: constituyen la materia prima del producto, entre ellos encontramos: los productos alimenticios, los productos usados en las instalaciones deportivas, el material deportivo, prestaciones (como puede ser la información), el alojamiento, la restauración, las actividades, etc.
- Los **recursos turísticos**: que pueden ser naturales o artificiales y que son los que motivan la atracción de los turistas hacia un destino determinado.

A estos mismos recursos la UNESCO<sup>14</sup> los denomina patrimonio natural y cultural, y los define de la siguiente manera:

#### Patrimonio Cultural:

- **Los monumentos** son aquellas obras arquitectónicas, de escultura o de pinturas monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, el arte o de la ciencia.
- **Los conjuntos** son grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia
- **Los lugares** son aquellas obras del hombre u obras conjuntas del hombre y de la naturaleza así como las zonas incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico

<sup>14</sup> Estas definiciones aparecen en la Convención sobre la Protección de Patrimonio Mundial, Cultural y Natural en la Conferencia General de la ONU para la Educación, la Ciencia y la Cultura celebrada en París



Mientras que integran el Patrimonio Natural:

- **Los monumentos naturales** constituidos por las formaciones físicas y biológicas o por grupos de esas formaciones que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico, y
- **Las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas** que constituyan el hábitat de especies animal y vegetal amenazadas, que tengan un valor universal excepciones desde el punto de vista estético o científico,
- **Los lugares naturales o zonas naturales estrictamente delimitadas** que tengan un valor excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural.

A estas definiciones le agregó en el año 2001, la del llamado “Patrimonio oral e intangible” o también, “Patrimonio cultural inmaterial”:

**Se entiende por “patrimonio cultural inmaterial” las prácticas, representaciones y expresiones, los conocimientos y las técnicas que procuran las comunidades, los grupos o individuos, un sentimiento de identidad y continuidad. Los instrumentos, objetos “artefactos” y espacios culturales asociados a estas prácticas forman parte integrante de este patrimonio. El “patrimonio cultural inmaterial” se manifiesta en los siguientes campos: Tradiciones y expresiones orales, artes del espectáculo, prácticas sociales, rituales y festividades, conocimientos y prácticas relacionadas con la naturaleza y el universo, y técnicas propias de la artesanía tradicional.**

- c) **Infraestructura y equipamientos:** son aquellas construcciones que permiten acceder y disfrutar un territorio. Aquí encontramos, las carreteras, las conducciones de agua, aeropuertos, estaciones de ferrocarril, puertos, hospitales, etc.
- d) **Gestión:** es la que partiendo de los recursos de que dispone hace posible satisfacer las necesidades de los consumidores. En la gestión intervienen por un lado:
  - La creatividad, es decir la capacidad de diseñar todo el sistema de prestación de servicio según la concepción que de este se tenga.
  - Y por otro lado la ordenación del sistema de prestación que se haya concebido, contando para ello con unos recursos humanos y unos soportes físicos. Los recursos humanos serán todas las personas que prestan el servicio, tanto las que están en contacto directo con el cliente, como las que no lo están.
- e) **Imagen de marca:** El producto necesita la imagen de marca y el precio como elemento de información. La marca identifica al producto y rebela las facetas que lo hacen diferente
- f) **El precio:** completa la información sobre el producto turístico y determina la decisión de compra del cliente.



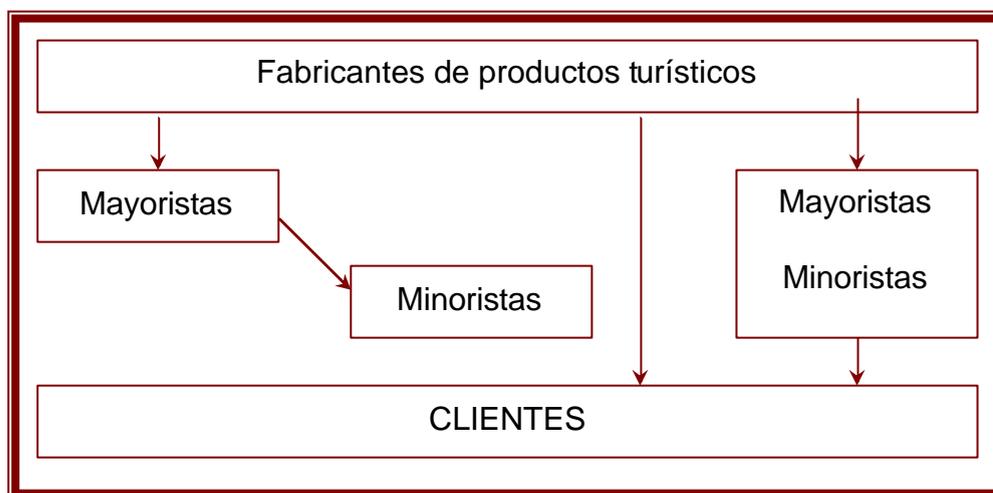
## 2.7. Canales de distribución:

**“Los canales de distribución son todas aquellas empresas a través de las cuales se facilita la información y acceso del comprador al producto”<sup>15</sup>**

Para que un producto turístico llegue al consumidor puede pasar por varios intermediarios o por ninguno. Los intermediarios de un canal de distribución son, en términos generales, los mayoristas y los minoristas, de forma que se pueden diferenciar tres vías:

- a) **Fabricante- mayorista-minorista-consumidor (canal largo)**
- b) **Fabricante- minorista- consumidor (canal corto)**
- c) **Fabricante-consumidor (canal muy corto)**

En un esquema quedaría representado de la siguiente manera:



Normalmente es el fabricante quien selecciona el canal de distribución. Para tomar una decisión acertada, debe al menos conocer de qué forma se acercan tradicionalmente los consumidores a los productos turísticos o mejor dicho, a cada producto concreto.

La comercialización y distribución turística viene realizándose tradicionalmente a través de dos figuras:

- a) **Los operadores turísticos:** Son los que negocian con los prestadores de los servicios el uso de los mismos, teniendo en cuenta que el mismo se hará por el tiempo establecido. Los operadores pueden crear los paquetes que más tarde venden a los consumidores, directamente o bien por las tareas minoristas.
- b) **Las agencias de viajes:** Son las más importantes dentro del sistema de distribución y venta de productos turísticos que conlleva el viaje. La

<sup>15</sup> Balanzá, Mónica Cabo, Milió Isabel. “Comercialización de Productos y Servicios Turísticos”. 1ª Edición. Madrid. Editorial Paraninfo. Año 2000.



realización de su trabajo la cobran a través de una comisión que está incluida ya en el precio final.

## **2.8. Canales de comunicación:**

No solo son importantes los canales por los cuales el turista va a tomar contacto con el producto sino también los medios a través de los cuales va a conocerlo.

Entendemos por canal de comunicación al **“medio que se utiliza para que el mensaje llegue del emisor al receptor”** <sup>16</sup>

Los canales más utilizados por el sector turístico son:

- Las revistas especializadas
- Los folletos
- Las ferias y las exposiciones
- El patrocinio
- Las nuevas autopistas de información

Si bien, la comunicación general tiene como finalidad informar para que la gente sepa o conozca algo, lo que persigue en última instancia, es influir en la decisión que toman las personas para que acaben realizando una compra.

La información que se debe dar respecto al producto, puede simplificarse en los siguientes ítems:

- Si es un producto nuevo: cuales son las características y qué necesidades puede cubrir
- Si es un producto antiguo: si se han introducido mejoras o es susceptibles de nuevos usos
- Debe comunicar los canales de distribución a través de los cuales se puede obtener.
- Debe ayudar a los vendedores a realizar su trabajo.

## **2. 9 Capacidad de carga:**

Respecto al concepto de capacidad de carga el fundador de Vida Silvestre de Centroamérica Miguel Cifuentes dijo:

**"Aunque el concepto de capacidad de carga no es nuevo, su aplicación al manejo de visitantes en destinos turísticos no ha sido fácil dado que intervienen en ella intereses, apreciaciones humanas, consideraciones científicas, y juicios de valor, así como parámetros de impacto. Los procedimientos para fijar la capacidad de carga continúan evolucionando y hasta ahora no han podido ser ajustados a las variantes condiciones de los países".**

---

<sup>16</sup> Balanzá, Isabel Milio. Diseño y comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales. Editorial Thomson. 2004



De aquí que aparezcan diversidad de opiniones, estudios y definiciones de este concepto. Teniendo en cuenta que la capacidad de carga turística es una modalidad específica de la capacidad de carga ambiental, se enumerarán algunas de las definiciones que resultan más relevantes:

- **"La Capacidad de Carga Ambiental es la capacidad de un ecosistema para sustentar organismos sanos y mantener al mismo tiempo su productividad, adaptabilidad y capacidad de renovación. En otras palabras, la capacidad de carga es el nivel de umbral de la actividad humana por encima de la cual sobrevendrá el deterioro ambiental de la base de recursos".** (Wolters, 1991).
- **"La Capacidad de Carga Turística se refiere al nivel máximo de uso de visitantes e infraestructura correspondiente que un área puede soportar, sin que se provoquen efectos en detrimento de los recursos y se disminuya el grado de satisfacción del visitante, o se ejerza un impacto adverso sobre la sociedad, la economía o la cultura de un área".** (McIntyre, 1993).
- **"Capacidad de Carga Turística como la capacidad biofísica, social y psicológica de un medio ambiente turístico para soportar actividades y desarrollos sin disminuir la calidad ambiental o la satisfacción del visitante".** (Pearce y Kirk, 1986)<sup>17</sup>

Las tres definiciones concuerdan con que la capacidad de carga es el máximo nivel que un lugar puede tolerar sin sufrir ninguna alteración. Teniendo en cuenta que el turismo rural campesino se realiza como una actividad alternativa de desarrollo, establecer la capacidad de carga es primordial para mantener la autenticidad de las tradiciones que poseen las comunidades.

Quedan de esta forma, dos conceptos aislados, sin vinculación aparente con lo anteriormente descrito que son el término **capacitación y cooperativa de turismo rural comunitario**.

Sin embargo, es necesario esclarecerlos debido a que serán mencionados en algunos de los Capítulos de la investigación.

## **2.10. Capacitación**

**"La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en las necesidades reales de una empresa u organización y se encuentra orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador"** <sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Las tres definiciones fueron extraídas de la ponencia sobre Turismo Sostenible y las Agendas del 21  
[http://www.naya.org.ar/turismo\\_cultural/congreso/ponencias/marco\\_olivera2.html](http://www.naya.org.ar/turismo_cultural/congreso/ponencias/marco_olivera2.html).

<sup>18</sup> Aguilar, Siliceo Alfonso, Capacitación y desarrollo de personal. 4ta Edición. México. Editorial Limusa, 2009



La capacitación o las capacitaciones, mejor dicho, son de suma importancia dentro de una empresa u organización ya que el cumplimiento de los objetivos es necesario un grupo humano adiestrado, desarrollado y capacitado que desempeñe bien sus funciones. La capacitación opera como una función educativa por la cual se satisfacen necesidades presentes y se prevén necesidades futuras. Debe concebirse además como un apoyo indispensable para lograr un mejoramiento constante de los resultados, así también facilitar el cambio y el crecimiento individual.

## **2. 11. Cooperativa de Turismo Rural Comunitario:**

La Alianza Cooperativa Internacional (1995) en su “Declaración sobre identidad y Principios cooperativos” define:

**“Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controladas”**

Propiedad y control democrático, son las principales características que marcan las diferencias con los otros tipos de organizaciones como las empresas controladas por el capital o por el gobierno. Cada cooperativa es una empresa, en el sentido que es una entidad organizada que funciona en el mercado, por lo tanto debe esforzarse para servir a sus miembros eficiente y eficazmente.

Los valores que sustentan a la cooperativa son los siguientes:

- Ayuda mutua
- Responsabilidad
- Democracia
- Igualdad
- Equidad
- Solidaridad

Por último, y siguiendo la tradición de sus fundadores, sus miembros creen en los valores éticos de:

- Honestidad
- Transparencia
- Responsabilidad social
- Preocupación por los demás.



# Capítulo 3

## Turismo Rural Comunitario



## **Capítulo 3: Turismo rural comunitario**

### **3.1 Características del turismo rural comunitario**

En el siguiente capítulo se intentará conocer porque el turismo rural comunitario puede llegar a ser una herramienta eficaz para el desarrollo de comunidades originarias y campesinas. Para poder demostrar esto es necesario comenzar por analizar cuáles son los efectos que tiene el mismo y que aportes puede significarle a la comunidad así como también que riesgos y dificultades puede traer.

Si bien en el apartado correspondiente al marco teórico ya se ha conceptualizado el termino turismo comunitario, es importante destacar que a nivel analítico aún no se logrado un dominio conceptual claro. El principal problema para clarificar esta forma de gestión turística viene de la propia nomenclatura a utilizar y del reconocimiento de ésta en la literatura especializada. No existe hasta el momento un referente uniforme en cuanto al término, es por tal motivo que algunos autores o mismo algunos países utilizan términos asociados como ecoturismo, etnoturismo, turismo étnico, turismo indígena, tras lo que se esconden discursos muy distintos. Bajo este lema hay que tener presente que el elemento que define al turismo rural comunitario no es tanto su objeto como actividad turística, sino la forma de organizar esa actividad.

**“El turismo rural comunitario es toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes”<sup>19</sup>**

El turismo rural comunitario es un tipo de turismo desarrollado en zonas rurales en donde la población local, en especial pueblos indígenas y familias campesinas, a través de sus distintas estructuras organizativas de tipo colectivo ejercen un papel protagonista en su implementación, gestión y control así como en la distribución de sus beneficios.

El mismo no debe ser entendido como una actividad sustitutiva de las actividades agropecuarias tradicionales (agricultura, ganadería y pesca) sino como una forma de diversificar las actividades en las comunidades rurales y complementar las economías de base familiar campesina.

La concepción del desarrollo del turismo comunitario se sustenta en los valores de la solidaridad, la cooperación, el respeto a la vida, la conservación y el aprovechamiento sostenible de los ecosistemas y de la diversidad que estos albergan.

---

<sup>19</sup> Maldonado Carlos: “Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario”, OIT, Ginebra, 2005



El turismo comunitario aspira a que las comunidades prosperen y vivan dignamente mejorando las condiciones de vida y el trabajo de sus miembros. Esta modalidad de gestión no debe competir ni, menos aún, suplantar las actividades tradicionales que han asegurado la supervivencia de las comunidades. Se debe concebir como un adecuado complemento económico y laboral para potenciar y dinamizar estas actividades.

Cuando el turismo rural comunitario es pensado como una estrategia del desarrollo local, persigue los siguientes efectos:

- **Mejora la calidad de vida:** Se procura un efecto positivo sobre el conjunto de la comunidad, de esta manera los beneficios deben repercutir sobre el conjunto de sus miembros, aunque al mismo tiempo considere recompensas desiguales en virtud del distinto grado de participación de los mismos en el negocio. Siguiendo esta línea, se entiende que el turismo comunitario es una forma de frenar la emigración desde las comunidades. Es decir, al elevar el nivel de vida general de la comunidad, frena las tendencias migratorias.
- **Mejora medioambiental:** Al vincular el turismo con el ecoturismo y de manera general con la naturaleza, se consigue que a nivel comunitario implique necesariamente una práctica de conservación ambiental. No existe mejor excusa para transformar las prácticas ambientales que convertir al medioambiente en objeto de mercado.
- **Defensa de las minorías étnicas:** Para muchas comunidades, indígenas o campesinas, el turismo comunitario posee una marcada dimensión política dado a que se convierte en un medio de reivindicación y autogestión sobre territorios y recursos, representando un espacio para el reclamo de su lugar en el Estado como así también en el mercado.

Los tres efectos arriba mencionados deben hacernos pensar en un fenómeno ciertamente multidimensional que rompe con las tradicionales formas disciplinarias clásicas de abordaje de fenómenos sociales, transformaciones culturales o sectores económicos.

De esta manera el turismo comunitario se transforma en un modo de gestión turística que aúna las tres perspectivas fundamentales: Una sensibilidad especial con el entorno natural y las particularidades culturales, una búsqueda de sustentabilidad integral (social y natural) y el control efectivo por parte las comunidades.

Así como en el comienzo del capítulo se aclaró que lo que define al turismo comunitario es la forma de organizar la actividad, es necesario agregar que otra clave conceptual para comprender al mismo esta orientada hacia el concepto de “comunidad”, también definido en el Marco Teórico.

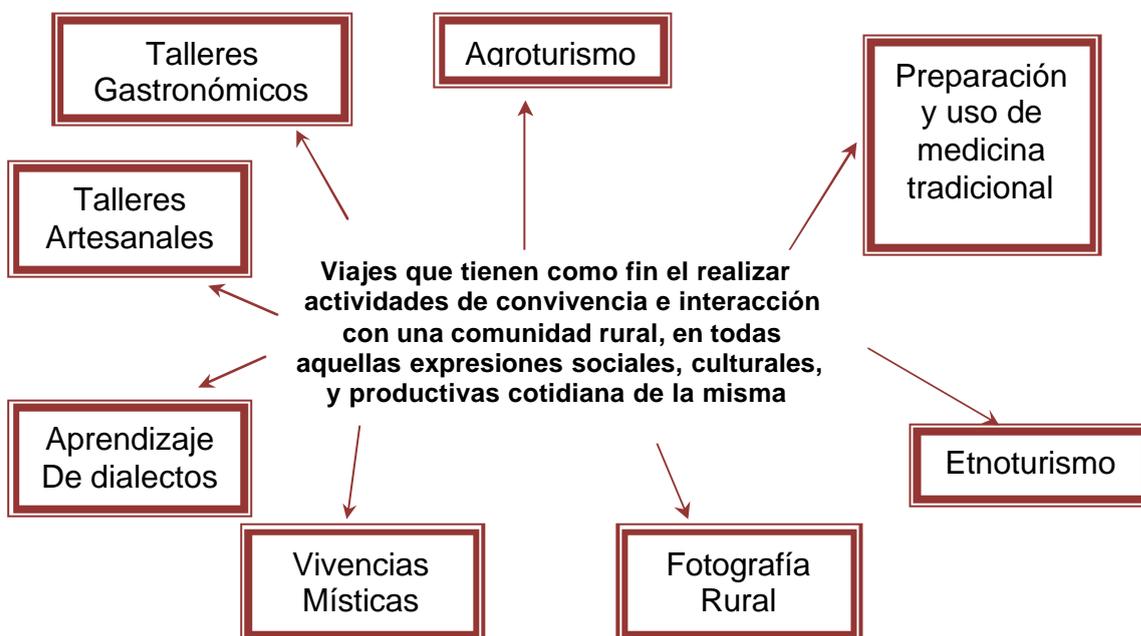
La comunidad, al mismo tiempo que un ámbito simbólico, es una estructura de funcionamiento que implica una organización y un marco de liderazgos y relaciones de poder, amén de una fuerte adscripción territorial. Por tanto debe aprehenderse como un contexto simbólico organizativo complicado. Esta es su fortaleza para encarar con garantías los requerimientos de dedicación, intensidad, estacionalidad, irregularidad y recompensas del negocio turístico.



Si la comunidad funciona bien subsume eficazmente los requerimientos del negocio; es más se podría decir que hasta adapta al negocio a sus propias formas de organizativas. Si la comunidad no tiene lazos vinculativos fuertes puede fracasar y hasta originar deterioros sociales importantes.

En este sentido el turismo comunitario se entendería mejor desde la economía social y las economías populares (formas organizativas) que desde el sector turístico tal cual (objeto de la actividad) ya que su elemento definitorio es su organización comunitaria.

No obstante, desde el turismo comunitario se pueden desarrollar cualquiera de los productos propios del mercado turístico y hasta combinar sus alternativas (turismo gastronómico, cultural, arqueológico, etc), y para algunos sectores del mercado el acceso a esos productos de las propias manos de la comunidad tienen un plus.



### **3.2 Condiciones para el desarrollo del Turismo rural comunitario**

El Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario del Perú estableció como condiciones necesarias para el desarrollo del Turismo Rural Comunitario las siguientes:

1. Existencia de elementos, vinculados al medio rural y sus componentes culturales y naturales, capaces de generar un interés en el visitante.
2. Entendimiento del turismo como una actividad económica complementaria a las actividades tradicionales del ámbito rural; interrelacionada y potencia/dora/da por otras.



3. Liderazgo, participación, conocimiento e involucramiento, directo e indirecto, de la población local en el desarrollo de la oferta y la operación comercial.
4. Voluntad de desarrollar turismo y conocimiento pleno de los beneficios y riesgos que esta actividad acarrea por parte de la comunidad.
5. Previsiones que permitan minimizar riesgos e impactos negativos sobre el patrimonio natural, cultural y humano de las comunidades.
6. Existencia de conectividad e infraestructura básica mínima adecuada al servicio.
7. Existencia de servicios de alojamiento, alimentación, instalaciones complementarias, desarrollo de actividades complementarias actuales y/o potenciales, adecuados al contexto local natural y cultural.
8. Productos basados en los conocimientos, valores y destrezas tradicionales de las comunidades asociadas a su medio.
9. Cobertura de las necesidades reales o potenciales de la demanda en el mercado, sin desnaturalizar por ello su identidad y valor intrínseco del emprendimiento y su entorno.
10. Interés real o potencial de socios responsables que contribuyan y/o aporten a la comercialización de los productos y servicios de Turismo Rural Comunitario y promuevan alianzas con las comunidades en buenos términos de negociación.

### **3.3 Aportes, riesgos y dificultades del turismo rural comunitario**

A continuación se desarrollarán algunos de los aportes que la implementación del turismo rural comunitario le puede aportar a las comunidades originarias y campesinas:<sup>20</sup>

#### **3.3.1 Aportes del turismo rural comunitario:**

1. Empleo y recursos económicos directos
  - Creación de empleo en el área rural
  - Generación de recursos económicos distribuidos a lo largo de todo el año o no necesariamente coincidentes con los ingresos derivados de las actividades económicas agropecuarias tradicionales
  - Beneficios generados que ayudan a mejorar el bienestar y condiciones de vida de la familia. Mejoras significativas en cuanto a la alimentación y educación.
2. Propiedades e infraestructuras:
  - Contribuye al mantenimiento de la propiedad y la tenencia de tierras por parte de las familias campesinas y comunidades rurales.
  - Mejora de las infraestructuras familiares y comunidades, que acaban teniendo un uso múltiple, no solo para el turismo

---

<sup>20</sup> Cañada Ernesto "Aportes y retos del turismo rural comunitario en Centroamérica". Fundación Prisma, El Salvador, 2009



- Moviliza recursos que capitalizan el campo y quedan en manos de familias campesinas y comunidades rurales.
  - Los beneficios son reinvertidos en la mejora y el fortalecimiento de otras actividades productivas
3. Relaciones de género:
    - Incrementa la participación y protagonismo en las mujeres en los asuntos públicos de la comunidad
    - La mujer dispone y controla de forma autónoma recursos económicos
    - La mujer desarrolla trabajos menos pesados que en el campo
    - El contacto con mujeres y hombres de otros lugares favorecen la visión de otros modos de relación entre géneros.
  4. Economía local
    - Dinamiza y reactiva la económica local (compras de alimentos, alquileres de servicios, transporte)
    - Frena o reduce las migraciones
  5. Cultura
    - Oportunidades de conocimiento, intercambio y enriquecimiento de la cultura.
    - Reconocimiento y revalorización del campo.

3.3.2 Entre los riesgos y las dificultades que trae aparejado la implementación del turismo rural comunitario se pueden encontrar:

1. Viabilidad económica.
  - Desarrollar una oferta de calidad y diferenciada que permita su viabilidad económica.
  - Existe una especial dificultad para promover los destinos y comercializarlos.
  - Hay que hacer frente a las expectativas que le atribuyen al TRC capacidades que no puede tener  
El mercado turístico no da para todas las comunidades rurales. El TRC es una forma de diversificar y generar ingresos pero no la única.
2. Dependencia del mercado internacional.
  - Es necesario fortalecer el mercado nacional y regional y el de los propios nacionales en el extranjero.
  - Hace falta un cambio cultural que ponga en valor lo comunitario, lo rural en el sector urbano.  
Ejemplo: Las ONG y sus talleres en hoteles de cadenas hoteleras transnacionales.
3. Dependencia de la cooperación internacional.



- Acompañamiento no es sustitución.
  - La capacitación y los recursos aportados son importantes, pero no puede desarrollarse una repuesta de TRC sostenible en el tiempo sin el esfuerzo continuado de la propia comunidad y de su aprobación de la actividad turística.
4. Ausencia de políticas públicas.
    - Políticas públicas han ignorado al sector comunitario.
    - No todas las políticas son apropiadas o en realidad no llegan a la gente y acaban generando frustraciones.
  5. Coordinación débil.
    - La creación de estructuras de coordinación y representación no es fácil pero es necesario invertir tiempo y esfuerzo en su desarrollo. Son imprescindibles para incidir políticamente, mejorar servicios, etc.
    - A veces su desarrollo, sus prioridades y ritmos no son marcados por las propias iniciativas comunitarias si no por intereses extremos. Las prioridades de las formas de coordinación las deben marcar las propias iniciativas comunitarias.

Como bien se desarrollo el turismo rural comunitario puede traer aparejados varios aportes a las comunidades originarias y campesinas. Desde lo económico, mediante el turismo se crean nuevas fuentes de trabajo, se generan ingresos económicos, se diversifican las actividades productivas de las comunidades y se colabora en la reinversión de los beneficios económicos en educación, salud, servicios básicos, etc.

Desde el ámbito social se promueve la práctica de los derechos colectivos, evita las migraciones y promueve la integración de los miembros de la comunidad, fortalece la solidaridad, cooperación, y el rol de la mujer.

Desde lo cultural, la actividad reivindica la identidad cultural, mantiene el idioma, formas de alimentación, revaloriza las prácticas, y costumbres.

Pero así como puede traer aportes puede traer aparejados riesgos y dificultades: en lo que respecta al ámbito político nacional es necesario que se generen políticas más equitativas y que tengan en cuenta a las comunidades. Muchas de las políticas implementadas hasta entonces no han tenido en cuenta a estos sectores sociales. Es necesario desde el ámbito social y cultural de cada país poner en valor los aspectos comunitarios.

Desde el ámbito interno de las comunidades, es importante comprender que no todos los proyectos comunitarios terminaran satisfaciendo las expectativas que las comunidades se generen. El mercado turístico no tiene capacidad de acogida para todas las propuestas que se presenten, debe entenderse a la actividad siempre como un aspecto complementario y no una actividad principal.

Las comunidades además deben tener en cuenta que luchan contra intereses económicos internaciones que son generalmente quienes tiene el poder de compra y regulación de los mercados, ofrecer y comercializar el producto que la comunidad vaya a ofrecer no es una tarea simple. Por lo tanto para tener una viabilidad económica es necesario que desarrollen una oferta de calidad



diferenciada y que hagan respetar sus prioridades y ritmos frente a impuestos que puedan sufrir por agentes externos.

**Una vez desarrollado el concepto de turismo rural comunitario, cuáles son sus efectos, que aportes y dificultades puede traer la aplicación del mismo y qué condiciones son necesarias para la implementación en las comunidades originarias y campesinas, se puede decir que manteniendo los principios de sostenibilidad el turismo rural comunitario es una herramienta útil para el desarrollo social, económico y cultural de las comunidades. El mismo parece encarar con éxito varios de los desequilibrios del mundo actual. Por un lado, es una alternativa complementaria a los modelos clásico de desarrollo hegemónico, por otro cataliza la búsqueda de actividades económicas compatibles con la conservación ambiental.**

**Al interior de las comunidades, el turismo rural comunitario propicia una nueva visión del medio ambiente, que en muchos casos implica paradójicamente una recuperación de las formas tradicional de la naturaleza. También logra revitalizar la cultura y reivindicar la identidad. Se produce en muchos casos una recuperación de ciertas actividades tradicionales (agrarias, ganaderas, artesanales, y gastronómicas). Hay que destacar que no se trata de que las comunidades dependan de una nueva actividad que anula a las demás, sino que debe complementarse con estas.**

Una vez desarrollados los conceptos teóricos del turismo rural comunitario, se pasará a mencionar como es trabajado el mismo en algunos países de Latinoamérica.

### **3.4 Experiencias de turismo rural comunitario en América Latina**

Durante los últimos años se ha producido un destacado crecimiento del Turismo Comunitario en América Latina. El impulso de esta nueva actividad en algunas zonas ha formado parte de un proceso de diversificación de ingresos y agregación de valor a los trabajos desarrollados en comunidades rurales. En este proceso de consolidación la articulación de redes nacionales de turismo comunitario ha tenido un papel fundamental. Sin ellas difícilmente se hubiera podido desarrollar una oferta común, incidir en políticas públicas o posicionar en el mercado una propuesta como el turismo comunitario.

A continuación se mencionara brevemente alguno de los avances que han tenido países como Ecuador y Perú en relación al turismo rural comunitario



### **3.4.1 Ecuador**

El turismo en el Ecuador es la tercera actividad económica en importancia tras la extracción del petróleo y la plantación del plátano, atrayendo a unos 700 mil visitantes al año.

A mediados del siglo XX, las comunidades rurales e indígenas empezaron lentamente a plantearse su participación en la actividad turística, desarrollando una propuesta propia: el turismo comunitario.

En la actualidad unas 60 comunidades indígenas y campesinas ofertan turismo comunitario estimándose que la actividad beneficia directa e indirectamente a unas 15000 personas.

Las operaciones de turismo comunitario en Ecuador comenzaron a surgir espontáneamente en el año 80 estrechamente vinculadas al ecoturismo y solo desde el año 2000 se plantean la necesidad de legalizarlas. Finalmente el turismo comunitario adquiere forma jurídica en el año 2002 en la Ley de Turismo Nacional, donde además se reconoce a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) como interlocutor del turismo comunitario en el país. En el año 2006 se produce un hito para el turismo comunitario cuando el Ministerio de Turismo y el FEPTCE establecen el Reglamento para el registro de Centros Turísticos Comunitarios, este reglamento recoge las exigencias que una comunidad debe cumplir para prestar servicios turísticos.

El Ministerio reconoce a la FEPTCE el papel protagonista en la regulación y definición del turismo comunitario (concretamente para el reconocimiento de actividades turísticas comunitarias)

El turismo comunitario es considerado por las comunidades como por el FEPTCE no como un fin en si mismo sino que forma parte de una estrategia más amplia para el desarrollo local como de consolidación política. Para las asociaciones y organizaciones indígenas y campesinas, también para las comunidades, el turismo comunitario se convierte en un medio de reivindicación y autogestión sobre sus territorios y recursos.<sup>21</sup>

La experiencia que se contará a continuación muestra brevemente como el turismo comunitario a influido en una comunidad del Ecuador.

#### **3.4.1.1 Experiencia de Machacuyacu**

La comunidad de Machacuyacu surge en los años setenta como el resultado del avance colonizador que los gobiernos republicanos propician en la segunda mitad del siglo XX. Organismos internacionales como la CEPAL planteaban que la falta de desarrollo del Ecuador estaba relacionada con la excesiva acumulación de tierras en muy pocas manos y la concentración excesiva de riquezas. A principios de los años setenta se lleva a cabo el reparto de las tierras, estas parcelaciones fueron importantes porque determinaron el asentamiento de una población que a partir de ese momento se organizara "comunitariamente". Personas que hasta ese entonces vivían en unas

---

<sup>21</sup> Ruiz, Esteban, Hernandez, Macarena,. Coca Agustin. "Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad" Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. PASOS [www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org)



condiciones de explotación aberrante. La gran mayoría de los fundadores de la actual Machacuyacu fueron empleados en una de las haciendas de la zona. La aparición de las actuales comunidades coincide con el decaimiento de la hacienda.

Es la presencia norteamericana, especialmente por parte de la ONG Cuerpos de Paz la que comienza a medir las parcelas y expande la religión evangélica. La gran necesidad indígena con ansias de tierra hará que aumenten los intereses por parcelar las zonas aledañas, este es el origen de Machacuyacu. La construcción de la escuela en el año 1977 ha aportado una fuerte unión entre todos los vecinos.

La economía de las comunidades de Machacuyacu es de subsistencia, la misma está basada en el cultivo del maíz, la ganadería y la chacra.

Cada grupo domestico que integra la comunidad está compuesto por una madre, un padre y entre 2 y 12 hijos.

La aparición de la escuela no solo trajo una mayor unión entre los miembros sino que además se convoca en ese entonces la primera asamblea, la misma se convierte en el espacio y órgano de decisión colectiva por excelencia donde de manera indistinta pueden participar todos y cada uno de los miembros de la comunidad.

La actividad turística surge en Machacuyacu a principios de los años noventa como una alternativa económica en un contexto dominado por la presión existente por parte de las empresas extractivas, el aumento de la presencia de organizaciones internacionales dispuestas a financiar experiencias de desarrollo y el auge del movimiento indigenista en el Ecuador. Sin estos tres factores, difícilmente pueda entenderse la aparición del turismo en Machacuyacu.

En concreto Machacuyacu se suma a la experiencia propicia desde la pionera comunidad de Capirona que con treinta y dos comunidades forman entonces el RICANCIE.

Éste nace con tres objetivos principales la conservación de la naturaleza, la revalorización cultural y la mejora en la calidad de vida del pueblo. La RICANCIE se plantea todo un código para regular la relación de los turistas y los visitantes, con los miembros de la comunidad, y cuenta desde un principio con el apoyo de distintas ONGs consiguiéndose canalizar un número de turistas que permitiera el mantenimiento de la actividad.

Cuando Machacuyacu decide incorporarse a la actividad turística se plantea de lleno lograr acceder a los fondos que le permitan crear una infraestructura mínima para satisfacer la demanda de los turistas. La colaboración de Ayuda de Acción es fundamental, comenzando a partir de 1993 con la construcción de un depósito de aguas, su canalización hasta las cabañas donde se alojan los turistas, centros de saludo, cocina, puente colgante, etc.

En definitiva, en estos catorce años se ha financiado una infraestructura básica que ha posibilitado prestar un servicio turístico que poco a poco ha ganado en calidad para los visitantes.

En la historia del turismo comunitario, se conocen dos etapas: En una primera la actividad repercutía con menor intensidad sobre el conjunto de la comunidad. La actividad turística implicaba más directamente a una parte de los vecinos de Machacuyacu, que eran además sus mayores beneficiarios, Aquellos que no se implicaban en alguna de las tareas que precisaba la organización accedían a los repartos de los beneficios que se hacían mas esporádicamente que hoy, así



como a los beneficios derivados de la parte destinada a los fondos comunitarios.

Los ingresos por el turismo son importantes para la comunidad, y no tanto porque supongan la base de sus economías familiares sino porque son los únicos que con cierta regularidad fluyen en las arcas comunitarias.

Los atractivos puestos en valor por la comunidad son por un lado el paisaje de la selva, la interpretación de las plantas medicinales, la visita a la chacra, el conocimiento sobre las técnicas de cultivo y la importancia de lo agrario en la vida familiar y comunitaria.

En la actualidad el turismo comunitario integra a todos los grupos domésticos. Aunque no todos tienen la misma participación en los trabajos que realizan. Así son tres los guías que hay en toda la comunidad y al menos cinco personas tienen la capacitación necesaria para trabajar de cocineros.

Si se analiza la repercusión que la actividad turística ha tenido en la comunidad y más concretamente en la organización comunitaria, se puede decir que ha servido para revitalizarla, fortaleciendo sus instituciones. Gracias al turismo se ampliaron los intereses comunes: se está logrando la regularización de las primeras hectáreas que en propiedad colectiva tiene la comunidad, los fondos destinados a las necesidades colectivas se amplían y las reuniones para su control son más numerosas.

### **3.4.2 Perú**

A finales del año 2005, la Dirección de Desarrollo de Producto Turístico (DDOT) del Viceministerio de Turismo empieza a recopilar información, a través de fichas remitidas por las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo, sobre los Emprendimientos de Turismo Rural Comunitario a nivel nacional. A la par, el Vice ministerio comienza a analizar información emitida por el PromPerú<sup>22</sup>, el Proyecto del Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo (PNUD) y las guías y manuales generados por operados en turismo.

Fue en el 2006, a partir de la consultoría recibida del Sr. Diego Lopez Olivares de la Organización Mundial del Turismo y la visita de algunos de los emprendimientos representativos a nivel nacional que se diseñaron los “Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Perú”.

En el año 2007, se creó el Proyecto “Desarrollo y Fortalecimiento del Turismo Rural Comunitario en el Perú” buscando impulsar el desarrollo social y económico de las comunidades implicadas, que se compromete en la creación de puestos de trabajo, el desarrollo y fortalecimiento de capacidades, el mejoramiento de los niveles de vida y la descentralización.

El siguiente paso, luego de la aprobación de los Lineamientos y de la realización del Proyecto, es la puesta en marcha del Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario, el mismo ya se encuentra en elaboración.

---

<sup>22</sup> Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo



### 3.4.2.2 Comunidad de Llachón (distrito de Capachica, Puno)

Como ha ocurrido con iniciativas comunitarias similares, los habitantes de Llachón veían pasar a los turistas de largo, sin que este flujo impactara positivamente en su economía.

Fue hace casi una década que los pobladores, ante estas reiteraciones decidieron que era el momento de crear un nuevo circuito, que atrajera visitantes interesados específicamente en convivir con su comunidad, en una relación de aprendizaje mutuo.

Como atractivos las comunidades poseen atractivos naturales como paisajes que van cambiando de acuerdo a las horas del día, una arquitectura tradicional que se sigue manteniendo, como ser las casas de piedras techadas y además han logrado conservar las actividades ancestrales como la agricultura y la pesca.

Llachón es una comunidad amplia que agrupa a 1.330 comuneros pertenecientes a 280 familias. La tradición agrícola y pesquera había creado una cultura laboral basada en los ciclos de la naturaleza por lo tanto la idea de ofrecer servicios turísticos que se interrelacionaran con un sistema mayor donde participan operadores, promotores y entidades del Estado, a los comuneros les parecía un salto difícil de dar.

La Asociación de Promoción de Turismo de Llachón, fue la primera organización en cuanto al turismo respecta, estaba compuesta por aquellas primeras familias que se mostraron abiertas a adaptar parte de sus casas como hospedaje.

Ello significaba invertir dinero en la construcción de cuartos y baños, además de adquirir muebles y utensilios.

A favor de las comunidades cuentan con lo que tanto los caracteriza que es el espíritu de la gente quechua, muy emprendedora y a la vez cordial con el visitante.

En Llachón hay disponibles más de cincuenta camas, distribuidas en las casas de las familias integradas a la asociación. Los cuartos son simples con mobiliario confeccionado con materiales locales (repisas de palo, cortinas de totora y mantas tejidas por los comuneros).

Los habitantes de la comunidad concuerdan con que la esencia del emprendimiento es el valor de lo tradicional, y en ese proceso están actualmente, mientras enfrentan los impactos del éxito. Así, la comunidad se ha comprometido a que no va a vender sus tierras, pues la imagen de hoteles de cemento aledaños a sus hermosas casas de piedra, les resulta incomprensible. La calidad del proyecto y el liderazgo de la gente han sido las razones por las cuales una serie de entidades de cooperación le han dado su apoyo, por ejemplo para la construcción de una de sus carreteras, o para las capacitaciones y pasantías.

El Ministerio de Turismo de Perú a través del plan Copesco, suscribió a un convenio con los alcaldes de la zona para mejorar los sistemas de agua y desagüe de las comunidades, como parte de un proyecto más amplio que incluye la implementación de espacios públicos, alumbrado y señalización.



### **3.5 Breve descripción de la Red de Turismo Comunitario de América Latina**

Surge en respuesta a las tendencias del mercado y a las aspiraciones formuladas por numerosas organizaciones indígenas y campesinas de la región, por lo tanto la Organización Internacional del Trabajo (OIT) ideó la creación de la “Red de Turismo Sostenible” (REDTURS) Su propósito es acompañar a las comunidades en los procesos de reflexión, búsqueda de soluciones y aplicación de estrategias que les permitan competir con ventajas en el mercado, potenciando sus fortalezas y superando sus carencias.

El principal objetivo de REDTURS es el fomento de oportunidades de negocios de las comunidades de América Latina, para mejorar sus condiciones de vida y de trabajo.

Tienen como misión apoyar a los procesos de fortalecimiento y desarrollo de las redes de turismo comunitario a nivel local, nacional y regional, con el fin de diversificar sus fuentes de empleo e ingreso, valorar su cultura y afianzar la cohesión social.

Para poder cumplir con los retos que se ha propuesto la REDTURS fomenta el diálogo social y alianzas fructíferas entre organizaciones comunitarias, empresas privadas, ONGs, universidades, entidades públicas y agencias de cooperación. La Red, además, provee asistencia técnica y respaldo institucional para facilitar el acceso de los pequeños negocios rurales a servicios de desarrollo empresarial y a nuevos mercados.

Entre los destinos comunitarios que fomenta se encuentran: Perú, Bolivia, Argentina, Venezuela, Colombia, Costa Rica, Ecuador, etc

### **3.6 Turismo rural comunitario en Argentina**

En Argentina, existe en el imaginario colectivo la suposición de que ya no hay indígenas porque la mayoría se han extinguido o están a punto de hacerlo o porque se han asimilado y viven como cualquier otro ciudadano. En contraste con estas suposiciones el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) relevó mediante la encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI:2004-2005) que en la actualidad 600.329 personas se reconocen pertenecientes y/o descendientes de un pueblo indígena<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Encuesta complementaria de Pueblos Indígenas (2006) Último informe generado por el organismo al respecto.





Fuente: Mapas de Recursos para el Desarrollo Rural. [http://www.mapasderecursos.org.ar/archivos\\_biblioteca/1246976141\\_mapa\\_pueblos.jpg](http://www.mapasderecursos.org.ar/archivos_biblioteca/1246976141_mapa_pueblos.jpg)

En el mapa anteriormente expuesto se puede observar la diversidad de pueblos originarios que hasta el momento se encuentran distribuidos en Argentina, Guaraní- Diaguita Calchaquí, Omaguaca, Lule, Atacama, etc. Tal diversidad no solo bosqueja las particularidades socioculturales de los pueblos sino que también debe considerarse al analizar su situación económica en la actualidad y los procesos que las produjeron. Una historia de depredación tendió a ubicarlos en los márgenes de la sociedad, provocando en muchos casos un repliegue de las comunidades hasta su aislamiento. Dichas dificultades han generado que los pueblos mantengan economías de subsistencia con escasa inserción comercial.

La suscripción de Argentina en 1992 al Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo y el reconocimiento en 1994 de los pueblos



originarios, de su presencia étnica y cultural, promueven una serie de marcos jurídicos que innovan en materia de los derechos de los pueblos.

Como antecedente entre el trabajo del Estado Nacional y los Pueblos Originarios se encuentra el que llevaron junto con el pueblo Mapuche en el Parque Nacional Lanín.

Para poder comenzar a trabajar con el Proyecto , la Dirección de Desarrollo de la Oferta del actual Ministerio de Turismo organizó tres encuentros regionales con el fin de trabajar e intercambiar experiencias sobre la línea de Turismo Comunitario. Con diferentes niveles de participación asistieron emprendedores, referentes de diferentes Pueblos Originarios, autoridades de organismos públicos vinculados al turismo, entre otros.

### **3.6.1 Red Federal de Turismo Rural Comunitario**

En el año 2006 el Ministerio de Turismo de la Nación lanzó el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2006-2016, desde el cual surge el proyecto conocido como Red Argentina de Turismo Rural Comunitario, que tiene como destinatario a las comunidades campesinas y de pueblos originarios localizados en ámbitos rurales.

La Dirección Nacional de Desarrollo Turístico de la entonces Secretaria de Turismo de la Nación, formó un equipo de trabajo con el objeto de elaborar y ejecutar un proyecto que coordine, desde el ámbito público, acciones orientadas a acompañar y fortalecer el desarrollo de estas iniciativas. Finalmente en el año 2008, en el marco del Programa de Conservación de Patrimonio de la entonces Secretaria de Turismo de la Nación se presentó el Proyecto Red Argentina de Turismo Rural Comunitario.

*Este proyecto tiene como misión “Contribuir al desarrollo local mediante el fortalecimiento de la autogestión comunitaria del turismo, sustentado en sus principios de reciprocidad, participación y valoración del patrimonio natural y cultural; garantizando la sostenibilidad económica, el respeto de los territorios y la identidad de pueblos originarios y comunidades campesinas”*

Los objetivos que persigue son los siguientes:

- ∂ Fortalecer el desarrollo participativo de emprendimientos turísticos comunitarios, en el marco de sus propias estrategias, miradas y procesos.
- ∂ Consolidar la red nacional de referentes técnicos en terreno, quienes mediante la interdisciplinariedad y la sinergia institucional, acompañan los procesos de desarrollo del turismo junto a las comunidades involucradas en cada provincia.
- ∂ Generar enlaces y herramientas que faciliten el desarrollo endógeno e integral de las experiencias; gestar una estrategia comercial específica y facilitar un marco normativo adecuado al turismo rural comunitario.



∂ Incentivar y acompañar la gestión de redes regionales y la red argentina de experiencias y emprendimientos, como espacio de contención y construcción colectiva de organización formal y comercial.

∂ Promover el abordaje del turismo rural comunitario, como una actividad complementaria en la diversidad tradicional y como herramienta de valoración del patrimonio y arraigo del territorio de pueblos originarios y campesinos.

Desde la Red Argentina lo que se busca es satisfacer las necesidades de apoyo de las comunidades rurales (campesinas y de pueblos originarios) que deciden gestionar un emprendimiento de turismo comunitario. Entre las acciones que realizan se encuentran:

- Capacitación, fundamentalmente en ejes temáticos relacionados con la actividad turística: Gestión comunitaria del turismo, gestión comercialización de la empresa turística comunitaria, recursos turísticos y patrimonio, elaboración de un calendario productivo, social y cultural de la comunidad. Legislación de patrimonio, recuperación historia y cultural, atención y gestión de servicios.
- Asesoramiento técnico para la organización.
- Planificación turística
- Difusión y comercialización

**De esta forma la Argentina ya se encuentra trabajando sobre un proyecto que tiene a comunidades de pueblos originarios y campesinos como sus principales beneficiarios. Generando la puesta en valor de tradiciones ancestrales, costumbres autóctonas y brindándole la posibilidad a otros sectores sociales de complementar sus actividades económicas habituales.**



# **Capítulo 4**

## **Marco Referencial: Provincia de Salta, los Valles Calchaquíes y la Red de Turismo Campesino**



## **Capítulo 4: Marco Referencial: Provincia de Salta, los Valles Calchaquíes y la Red de Turismo Campesino**

### **4.1. Características Generales de Salta**

#### **4.1.1 Ubicación:**

La provincia de Salta es una de las veinte tres provincias que forman la República Argentina. Está situada al noroeste del país. Limita al norte con Jujuy y Bolivia, al este con Paraguay, Formosa y Chaco, al sur con Santiago del Estero, Tucumán y Catamarca y al oeste con Chile. Tiene una superficie de 155.488 km<sup>2</sup>, con una población de 1.215.207 habitantes (2010).



Ubicación de Salta

Fuente: <http://www.destinoexotico.com/salta/es/mapas.html>





**Mapa de Salta por localidades**

Fuente: [www.vivisalta.com](http://www.vivisalta.com)

#### 4.1.2 Formas de acceso:



Terrestre:

Desde Buenos Aires, Tucumán. Y Jujuy se puede acceder por la Ruta Nacional n°34 o por la Ruta Nacional n°9, ruta que también permite el acceso desde la provincia de Córdoba. Desde Iguazú puede accederse por la Ruta Nacional n°16.

Mientras que de los países limítrofes, es posible acceder desde Bolivia por los pasos fronterizos de Yacuiba/Salvador Mazza por la Ruta Nacional n°34, por el paso de Bermejo/Aguas Blancas mediante la Ruta Nacional N°50 y desde el paso Villazón/ La Quiaca ( Jujuy) por la Ruta Nacional n°9.

Desde Chile se encuentran el Paso de Sico (Salta) al cual es posible acceder por la Ruta Nacional n°51 y por el paso de Jama (Jujuy) por la Ruta Nacional n°52.



Aéreo

La provincia de Salta cuenta con el Aeropuerto Internacional Miguel de Guemes que opera todo el año. En la actualidad se puede volar desde Buenos Aires, Córdoba, Jujuy, Iguazu. Y desde países limítrofes como Chile y



Santa Cruz de la Sierra en Bolivia. Las compañías aéreas que operan son: Aerolíneas Argentinas, Austral, Andes, Sky y Aerosur.

### 4.1.3 Clima

Salta, se encuentra localizada en una zona tropical, posee clima cálido, pero por las diferencias en su relieve encontramos variaciones bastante marcadas en sus distintas regiones. La orientación de sus cordones montañosos influye en la distribución de las precipitaciones.

En la región Este, llanura Chaqueña, predomina el clima semiárido con estación seca, con un promedio anual de lluvias del orden de los 500 mm y temperaturas medias del orden de los 20° C, habiéndose registrado temperaturas hasta de 47° C en verano y de -5° C en invierno, es decir presenta una marcada amplitud térmica.

Hacia el Oeste, el altiplano o Puna, se caracteriza por bruscas oscilaciones térmicas y escasas precipitaciones, que mayormente no superan los 200 mm anuales, y temperaturas medias anuales del orden de los 10° C, que corresponden al clima árido andino.

En intenso contraste con las anteriores zonas, los valles, las quebradas y las sierras cuentan con un clima más benigno, lo que hace que en ellos se concentren las principales actividades agrícolas y el mayor porcentaje de la población.

Es el caso del valle de Lerma en donde se encuentra inmersa la ciudad de Salta Capital y Valle de Siancas, aquí los promedios anuales de precipitaciones alcanzan los 1000 mm.

En general, los promedios de temperaturas en época estival superan los 20° C, y en época invernal, las medias son inferiores a los 14° C.

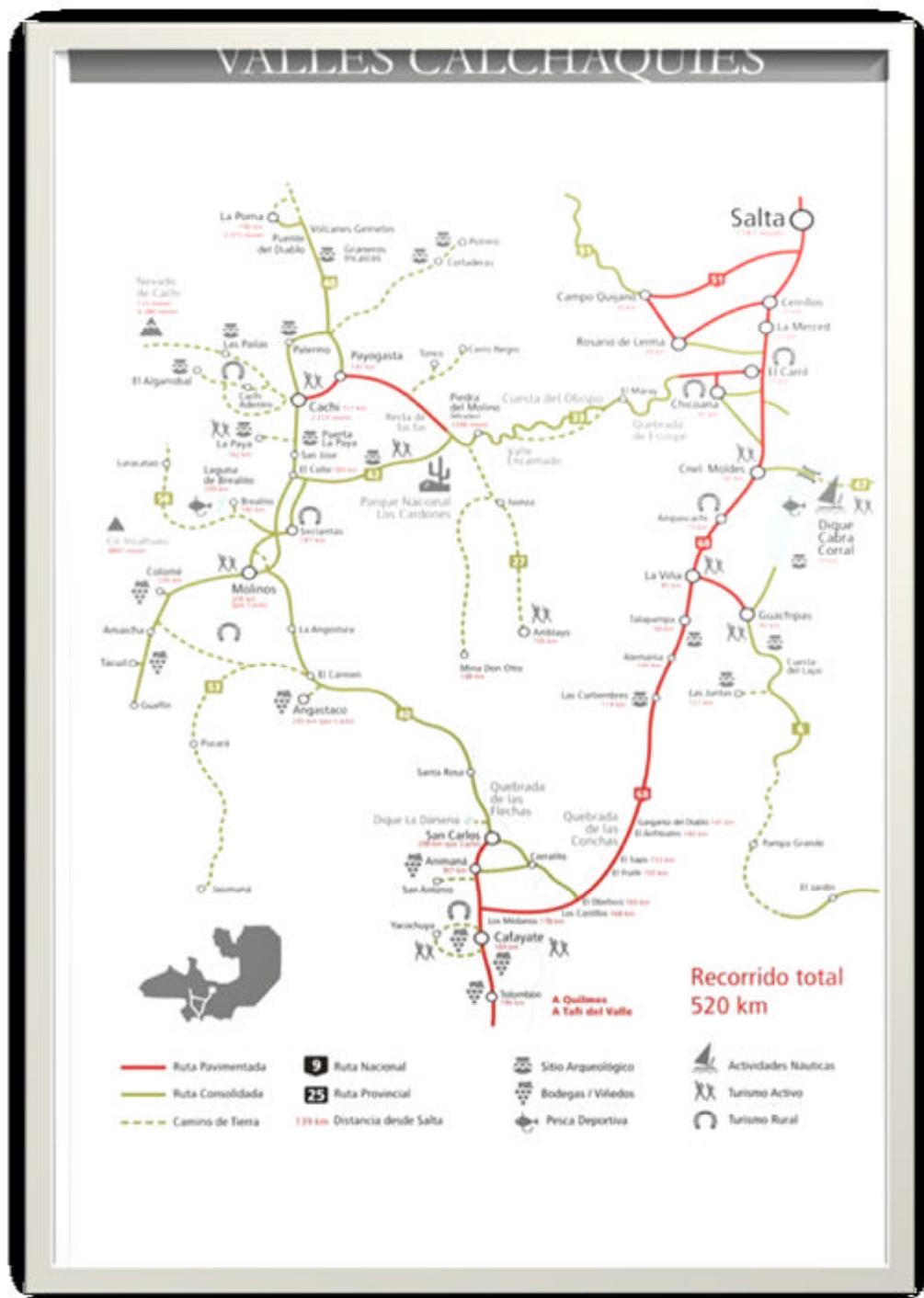
## **4.2. Características Generales de los Valles Calchaquíes**

Los Valles Calchaquíes son un sistema de Valles y montañas del Noroeste de Argentina que por unos 520 km de largo se extienden de Norte a Sur por las provincias de Salta (centro de la provincia), provincia de Tucumán (extremo oeste de esta provincia) y Catamarca (noroeste de esta provincia), el límite norte de los Valles se encuentra cerca de la frontera de Salta con la de la provincia de Jujuy en donde se encuentran a través del Valle de Lerma con la Quebrada de Humahuaca.

El sector salteño está comprendido por el valle del Río Calchaquí (que corre de norte a sur) hasta su confluencia con el río Santa María (que corre de sur a norte). Ambos ríos confluyen en el río las Conchas, ubicado en la Quebrada del mismo nombre, cerca de Cafayate (1600 msnm). Los valles fueron habitados por grupos de origen diaguita o "Calchaquí" de aquí se desprende el nombre.



El paseo guiado se conoce como “La Vuelta a los Valles” y suele tener una duración de 2 o 3 días aproximadamente. Los pueblos que integran este recorrido son: Molinos, Cachi, Cafayate, San Carlos y Angastaco. Es importante destacar que entre los departamentos de Cachi y San Carlos se encuentra el Parque Nacional “Los Cardones” del que daremos una pequeña descripción.



### Mapa de los Valles Calchaquíes

Fuente: [www.vallesdelnorte.com.ar](http://www.vallesdelnorte.com.ar)



## 4. 3 Red de Turismo Campesino. Ubicación. Formas de acceso. Medio ambiente

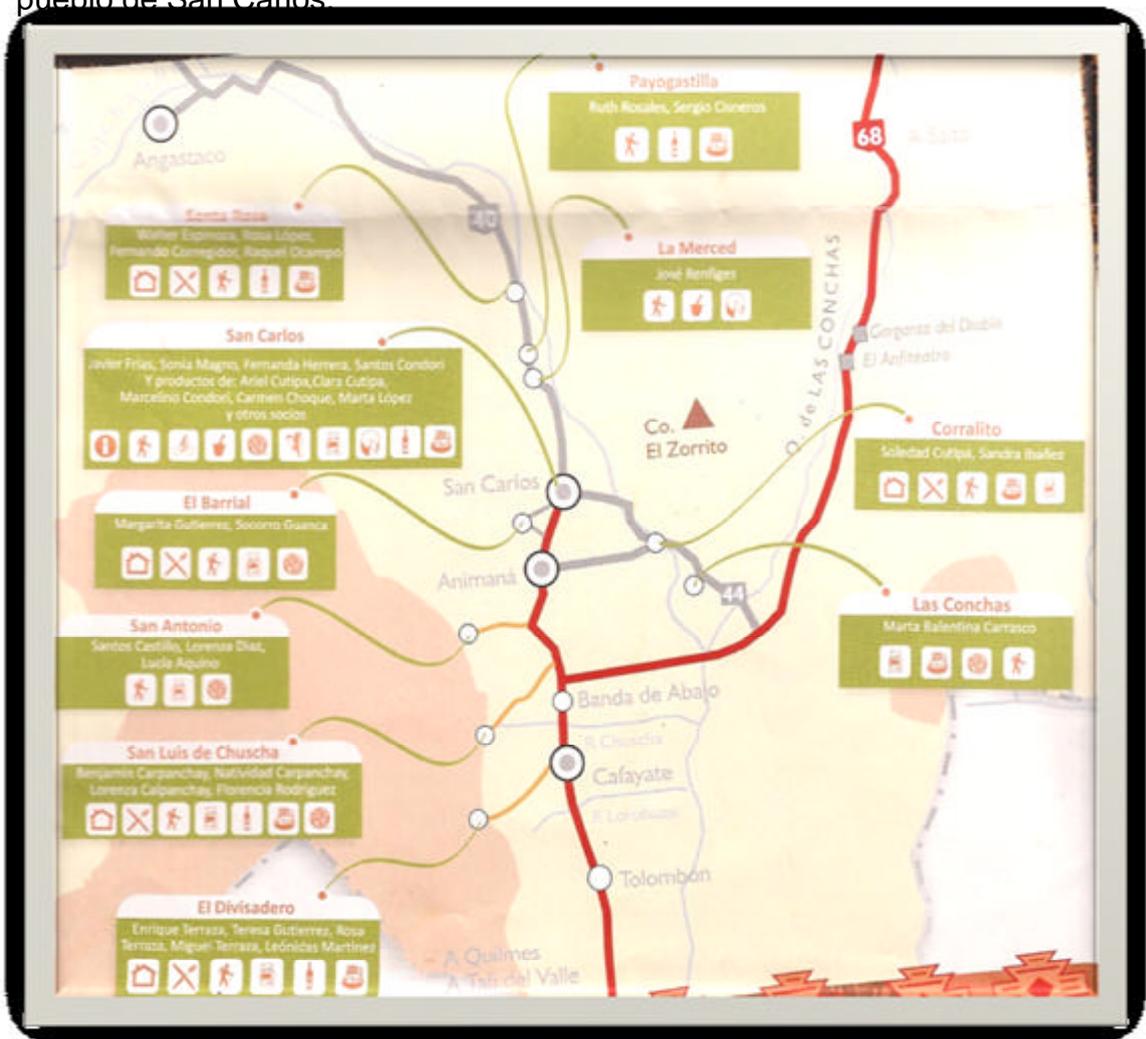
### 4.3.1 Ubicación:

La Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes abarca 12 comunidades distribuidas en los municipios de Angastaco, San Carlos, Animaná, y Cafayate, al sudoeste de la provincia de Salta, en la región ambiental denominada Valles Calchaquíes.

Localidades del territorio:

- ∂ Cafayate: Paraje Las Conchas, San Luis de Chusca, y el Divisadero.
- ∂ Animaná: Paraje Corralitos y San Antonio
- ∂ San Carlos: Paraje Payogastilla, La Merced, San Carlos, El Barrial
- ∂ Angastaco: Comunidad Santa Rosa.

Las comunidades se encuentran a una distancia variable de 5 a 30 km. del pueblo de San Carlos.



**Mapa del territorio de la Red de Turismo Campesino**

Fuente: Folleto de la RTC



#### **4.3.2 Formas de acceso:**

El centro geográfico del territorio es el pueblo de San Carlos, distante 210 km de la ciudad de Salta capital. Se accede al mismo por RN 68 desde Salta, por RN 40 desde Cachi al Norte. San Carlos se encuentra a una distancia de 24 km de Cafayate.

En general, las comunidades se encuentran en las proximidades de la ruta 40. Se accede a la zona por rutas pavimentadas; mientras que los caminos vecinales son de tierra consolidados, aunque en verano (diciembre a febrero) se generan cortes temporales debido a las lluvias.

La zona cuenta con servicios diarios de buses que permiten movilizarse hacia Salta o Tucumán; no obstante los trayectos internos deben realizarse en autos alquilados en el lugar.

#### **4.3.3 Medio ambiente**

El ecosistema regional pertenece a la región de los valles semiáridos de montaña.

El clima es cálido seco con presencia de heladas en invierno. El territorio incluye dos grandes microclimas, producto de las lluvias orográficas que según el relieve, origina pequeños valles y quebradas húmedas al pie de las serranías y zonas bajas mas secas y ventosas al fondo del valle.

La vegetación es xerófila, adaptada al clima seco y la exposición solar, en donde son comunes especies como el algarrobo, arca, molle, chañar, churqui, tusca, jarrilla, cardón y pajonales. Esta vegetación natural está sufriendo deterioro y desmontes debido al avance desmedido de la agricultura a gran escala de empresarios viñateros, el monocultivo y la necesidad de leña debido a la falta o baja accesibilidad de otras fuentes de energía.

Respecto a la fauna en los Valles Calchaquíes pueden encontrarse zorros colorados, cuises, catitas serranas, picaflores de los cactus, chinchillas, guanacos, águilas moras, cóndores, y trucas, entre otros.

La cuenca predominante es la del río Calchaquí, en donde desembocan afluentes menores como los ríos San Lucas, San Antonio, San Luis de Chuscha y Río Colorado, entre otros. Todos estos ríos y arroyos, junto con las vertientes locales, son fuentes de agua para el riego de las pequeñas parcelas agrícolas y en algunos casos, son compartidas en situación desigual con productores viñateros de gran escala y para el consumo de los pueblos.



# Capítulo 5

## Aspectos metodológicos



## Capítulo 5: Aspectos metodológicos

### 5.1 Tipo de investigación

De acuerdo a los objetivos internos de la investigación y a los conocimientos que se pretenden generar se infiere que es una investigación exploratorio-descriptiva.

El carácter exploratorio surge del tema elegido, ya que el mismo hasta el momento ha sido poco estudiado y no existe sobre el mismo un conocimiento que permita formular hipótesis precisas. Al respecto Rut Vieytes cita **“ocurre que se conoce poco sobre la cuestión de interés cuando se decide comenzar a investigar [...] Las investigaciones exploratorias se inician, entonces, cuando hemos revisado los antecedentes de nuestro problema y encontramos que hay poco conocimiento acumulado acerca del mismo”**<sup>24</sup>.

Pero sin embargo, esta investigación tiene también un carácter descriptivo, ya que se propone conocer y describir las características fundamentales de conjuntos homogéneos. En este caso, hacemos referencia a las comunidades que integran la región de Valles Calchaquíes Sur de Salta. **“En la investigación descriptiva el objeto de estudio es ya conocido o hemos logrado definirlo y nuestro interés se concentra entonces en describirlo [...] La investigación descriptiva busca obtener un perfil del objeto [...]”**<sup>25</sup>

### 5.2 Diseño de investigación

**“El objeto es proporcionar un modelo de verificación que permita contrastar hechos con teorías, y su forma es la de una estrategia o plan general que determina las operaciones necesarias para hacerlo”**<sup>26</sup>

El estudio de casos es el diseño que se aplica en esta investigación, entendiendo al mismo como: **“el estudio profundizado y exhaustivo de uno o muy pocos objetos de investigación, lo que permite obtener un conocimiento amplio y detallado de los mismos”**

En la siguiente investigación se intenta en primera instancia conocer porque el turismo rural comunitario es una herramienta para el desarrollo de una comunidad de pueblos originarios u/o campesina y se toma como caso de estudio la Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes, la que se analiza en profundidad intentando demostrar como el turismo comunitario influyo en las dimensiones constitutivas de la comunidad.

### 5.3 Universo de estudio

Se conoce como universo de estudio **“al conjunto de unidades o fuentes de datos que es preciso reducir a proporciones manejables para poderlo explorar”**. En el presente trabajo el universo de estudio lo constituye “La Red

---

<sup>24</sup> Vieytes, Rut, Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad. pag.90. Editorial de las Ciencias. Año 2004

<sup>25</sup> Vieytes, Rut, Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad. pag.93. Editorial de las Ciencias. Año 2004

<sup>26</sup> Sabino Carlos, “El proceso de la investigación”



de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes”, mas específicamente las doce comunidades que integran la Red.

#### **5.4 Fuentes de información**

Las fuentes utilizadas en esta investigación fueron tanto primarias como secundarias. Rut Vieytes señala que las primeras son **“aquella información que recoge el investigador directamente de las fuentes. [...] En las ciencias sociales, la medición directa se obtiene recurriendo a cuestionarios, entrevistas, grupos de discusión, observaciones, escalas”**<sup>27</sup>

La recolección de esta información, en la investigación se recabó mediante:

- Observación
- Fotos tomadas en el destino
- Entrevista al técnico de la Red
- Entrevista a miembros de la Red
- Encuestas a los miembros de la Red.

En cambio, las fuentes secundarias **“se presentan en documentos de diferentes formatos producidas por organismos oficiales, instituciones públicas o privadas, consultoras, grupos de opinión y sujetos individuales que generan datos permanentemente, los almacenan y resguardan de diferentes maneras”**<sup>28</sup> Es toda aquella documentación que contiene material conocido y organizado según un esquema determinado. Las fuentes secundarias son el resultado del desarrollo de las fuentes primarias y de la extracción, condensación u otro tipo de reorganización de la documentación, para hacerla accesible a los usuarios.

En el desarrollo de esta investigación, se consultó bibliografía relacionada con la temática: libros, documentos, artículos periodísticos, páginas de Internet, proyectos; todos con la intención de complementar y profundizar la información brindada por nuestros informantes claves.

#### **5.5 Relevamiento de la información**

Para la realización del trabajo en primera instancia, se contactó al técnico, Ramiro Ragno, que trabaja dentro de la Red, con el que se intercambió información durante varios meses a fin de entrar en tema y contar con elementos más precisos.

También se tomó contacto vía mail con la persona encargada de las reservas dentro de la Red, la Sra. Soledad Cutipa quien contribuyó con material de la Red y fue la encargada de realizar la reserva que finalmente derivó en el viaje a campo. El mismo se realizó el 04 de Febrero de 2011, se eligió esta fecha ya que dentro de esa semana, más precisamente el 06 de febrero se estaba

---

<sup>27</sup> Vieytes R. Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad. La Ed. Buenos Aires. Editorial de Las Ciencias,2004

<sup>28</sup> Vieytes R. Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad. La Editorial Buenos Aires. Editorial de Las Ciencias,2004



realizando la Asamblea informal que lleva a cabo la Red donde se hacen presentes la gran mayoría de miembros.  
Dentro de este período se realizaron las entrevistas, las encuestas y las observaciones.

## **5.6 Muestra:**

Para las decisiones de muestreo y sabiendo que no es el más adecuado para realizar generalizaciones se optó por el no probabilístico; principalmente, apoyándonos en la necesidad de aprehender en toda su riqueza la perspectiva de los actores involucrados en el estudio; por lo tanto, lo que se busca es captar en profundidad –y no en extensión- sus vivencias, sentimientos y razones. De acuerdo con los propósitos y los objetivos de esta investigación, el estudio respondió a un muestreo intencional, donde el proceso de selección de quienes nos brindaron la información necesaria para su desarrollo no respondió al azar. Este tipo de muestreo no pretende representar a una población con el objeto de generalizar sus resultados, sino lo que se propone es ampliar el abanico y rango de los datos obtenidos tanto como sea posible, a fin de obtener la máxima información de las múltiples realidades que pueden ser descubiertas.

Para la detección de los informantes clave, con respecto a las entrevistas, se realizó en el seno de la RTC un mapeo previo con la intención de descubrir a sus líderes y a los distintos actores involucrados, como así también para ubicarnos en que contexto y situaciones el grupo se reúne para tratar los temas o problemas que en la actualidad les preocupan.

## **5.7 Instrumentos de recolección de datos:**

El término instrumento se refiere a las diferentes técnicas de recolección de datos, **“es en principios, cualquier recurso de que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información”**.<sup>29</sup>

Un instrumento es en última instancia un dispositivo que se utiliza para medir, si se entiende a la medición en su aceptación más amplia. Como dice Kerlinger, todo proceso de objetivación, operacionalización que ponga en correspondencia proposiciones teóricas y registros empíricos, sea con el objetivo de nombrar, clasificar, comparar o cuantificar, debe ser pensado como un procedimiento de “medición”<sup>30</sup>

Los instrumentos que se utilizaron, para la consecución y cumplimiento de los objetivos planteados, son la observación, entrevista y encuesta.

### **5.7.1 Observación**

---

<sup>29</sup> Sabino, 1992.p.138

<sup>30</sup> Citado por Vieytes. Kerlinger, F. Investigación del comportamiento. Técnicas y metodología. México: Iberoamericana, 1987.p 111-112



La observación según Rubio y Varas, (2004; p403) “Es un forma de recoger información, que generalmente se lleva a cabo en el contexto natural donde tienen lugar los acontecimientos”; Rut Vieytes establece que de acuerdo al rol que cumpla el observador en el campo, el diseño de observación ofrece básicamente dos opciones: la observación sistemática o estructurada y la observación participante. El primero de los casos es propiamente de las investigaciones cuantitativas y requiere elaborar instrumentos muy precisos y específicos para la recolección de datos. El segundo, es utilizado en las investigaciones cualitativas y es el que utilizamos para poder cumplir con los objetivos de esta investigación.

Como bien indica el término, la observación participante se caracteriza por que el observador trata de integrarse a la acción de los observados, de participar en ella como si fuera un miembro más del grupo. El observador debe cumplir con un rol dentro de la estructura a la que se ha integrado, además de hacer sus observaciones y registros. Es la mejor opción para tener un mejor conocimiento de lo social, ya que consigue observar la situación desde un lugar de inserción en la situación que se desea investigar.

Debido a la naturaleza del producto turístico que ofrece la RTC la observación participante fue la opción más adecuada para implementar. Las actividades que se ofrecen dentro de las comunidades implican la participación plena de los turistas, (vivencia de las costumbres, participación en las actividades cotidianas, en festividades). Además permitió compartir las experiencias, los miedos y los ideales de los miembros de la Red, lo que aportó un material enriquecedor que de otro modo no podría haber sido obtenido.

### 5.7.1.1 Modelos de fichas

#### Fichas de observación de atractivos turísticos

<b><u>Categoría:</u></b> - Patrimonio Cultural ( ) - Patrimonio Natural ( )	<b><u>Nombre del pueblo:</u></b> <b><u>Nombre del atractivo:</u></b>
<b><u>Subcategoría:</u></b>	
<b><u>Características:</u></b>	
<b><u>Fotos:</u></b>	

#### Fichas de observación de actividades turísticas

<b><u>Nombre de la actividad:</u></b>	<b><u>Pueblos:</u></b>
<b><u>Categoría I:</u></b> Esparcimiento ( ) Visitas culturales ( ) Folklóricas ( )	<b><u>Categoría II:</u></b> Al aire libre ( ) Espacio cubierto ( )



Deportivas ( ) Actividades programados ( ) Otros ( ) especificar: _____	
<b><u>Naturaleza de la actividad:</u></b> <u>Actitud personal:</u> Turista como protagonista ( ) Turista como espectador ( ) <u>Forma de realizar la actividad:</u> Actividad individual ( ) Actividad grupal ( )  <u>Consecuencia espacial:</u> La act. produce concentración ( ) La act. no produce concentración ( )	<b><u>Observaciones Generales:</u></b>
Nota:	

### 5.7.2 Entrevistas

La entrevista se define como **“una reunión para intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (entrevistado u otras”**<sup>31</sup>(Sampieri, pag.597)

En la entrevista a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema. Las entrevistas se dividen en estructuradas, semiestructuradas o abiertas. Las primeras, el entrevistador realiza su labor en base una guía de preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a estas (el instrumento prescribe que ítems se preguntaran y en que orden). Las entrevistas semiestructuradas, por su parte se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos o obtener mayor información sobre los temas deseados. Por ultimo, en las entrevistas abiertas el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarlas (él es quien maneja el ritmo, la estructura y el contenido de los ítems).

En esta investigación, las entrevistas fueron semiestructuradas debido a que se realizó previamente un listado de preguntas las cuales fueron ampliándose a lo largo de la entrevista de acuerdo a la información que iba brindado el entrevistado.

Se realizaron una totalidad de 5 entrevistas: al técnico en terreno, al presidente de la Red de Turismo Campesino, la vicepresidente de la Red, un miembro que brinda servicio de alojamiento y un miembro que realiza artesanías.

A continuación se detalla el listado de preguntas que se realizó a cada uno de los entrevistados, cabe destacar que como ya se dijo al ser entrevistas semiestructuradas, la gran mayoría de preguntas han sido ampliadas a lo largo de las conversaciones. Es por lo tanto que en las entrevistas que se pueden

<sup>31</sup> Sampieri Carlos, Fernandes- Colladom Pilar Baptista. Metodología de la investigación. Cuarta edición,. McGraw Hill, 2006



observar en el Anexo correspondiente a encuestas y entrevistas van a aparecer preguntas que no figuraban en el listado previo.

### **5.7.2.1 Modelos de entrevistas:**

#### **Preguntas realizadas a un miembro que brinda servicio de alojamiento y gastronomía:**

- 1- ¿Cómo nace la Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes?
- 2- ¿Han estado recibiendo capacitaciones, ¿Esto fue desde el comienzo así?
- 3- ¿Cómo se destinan los financiamientos?
- 4- ¿Cómo fue la primera vez que recibió un turista?
- 5- ¿Le ha tocado recibir turistas que hablen otros idiomas?
- 6- Desde que se encuentra en la Red ¿Siente que esta la comunidad mas unida?

#### **Preguntas realizadas al técnico en terreno**

- 1- ¿Cómo fue que se vinculó con las comunidades de Valles Calchaquíes?
- 2- ¿Tuvo alguna experiencia negativa en turismo que compartiera con la comunidad?
- 3- Tengo entendido que en la zona ya funcionaban organizaciones ¿Cuáles eran?
- 4- ¿Qué barreras se encontraron cuando comenzaron a pensar en realizar la actividad?
- 5- ¿Los miembros de la Red recibieron capacitaciones?
- 6- ¿Cómo se construyó el producto turístico que ofrece la Red?
- 7- ¿Cómo se trabajo el tema de la identidad?
- 8- ¿Se siguen manteniendo las mismas familias que desde el comienzo?
- 9- ¿Cómo se trabaja el tema de los impactos medio ambientales en las comunidades?
- 10- ¿Cómo funciona el sistema de rotación?
- 11- ¿Y el tema de la capacidad de carga, como se manejó?
- 12- ¿Qué temas se tratan en las Asambleas?

#### **Preguntas realizadas al presidente de la Red de Turismo Campesino**

- 1- ¿Cómo se inicia la Red de Turismo Campesino?
- 2- ¿Se han mantenido las mismas familias desde el comienzo?
- 3- ¿Desde cuándo es el presidente?
- 4- ¿Con qué barreras se encontraron cuando empezaron?
- 5- ¿La red cuenta con un manual de códigos internos?
- 6- ¿Que requisitos hay que cumplir para ser miembro de la Red?
- 7- Hay un monto que el turista abona perteneciente al fondo común. ¿Para qué se utiliza el mismo?



- 8- ¿Observa algún impacto negativo que haya traído el turismo a las comunidades?
- 9- ¿Cuáles son los siguientes pasos para dar en la Red?
- 10-Si tuvieran que darle un consejo a una comunidad que recién comienza ¿Cuál sería?

#### Preguntas realizadas a la vicepresidente de la Red

- 1- ¿Usted esta en la red desde el comienzo?
- 2- ¿Participó en las capacitaciones? ¿A cuáles de ellas acudió?
- 3- ¿Cómo fue recibir el primer turista?
- 4- ¿Siente que desde que están en la Red las comunidades están más unidas?
- 5- ¿Qué es lo que mas le gusta de formar parte de la Red?

#### Preguntas realizadas a un miembro que brinda servicio de alojamiento y realiza artesanías

- 1- ¿Cómo se inició la Red de Turismo Campesino?
- 2- ¿Cómo esta integrado el producto turístico que ofrece la Red?
- 3- ¿Qué capacitaciones recibieron?
- 4- ¿Siente que las comunidades están mucho más unidas desde que están con la Red?

### 5.7.3 Encuestas

Rut Vieytes define a la misma como **“un diseño general no experimental que permite contrastar las hipótesis de una investigación con información sobre características de poblaciones completas de personas, obtenida a través de muestras; utilizando para la recolección de datos, procedimientos estandarizados de interrogación”** <sup>32</sup>

A este tipo de instrumento Sampieri lo define como cuestionario **“consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o mas variables a medir”**

Hay dos tipos de preguntas que se consideran en los cuestionarios: las preguntas cerradas y las preguntas abiertas. En el caso de las primeras nos referimos a todas aquellas que contienen opciones de respuestas previamente delimitadas. Las categorías de respuestas son seleccionadas por el encuestador y se le muestran al sujeto investigado quien debe elegir la opción que describa mas adecuadamente a su respuesta. En el caso de las preguntas abiertas, no delimitan con anterioridad las opciones de respuestas y nos proporcionan una información más amplia.

A estos dos tipos de preguntas, Vieytes agrega la opción de establecer preguntas mixtas; las mismas combinan un conjunto de alternativas de

---

<sup>32</sup> Vieytes, Rut, Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad. pag.93. Editorial de las Ciencias. Año 2004



respuestas mutuamente excluyentes y exhaustivas, con una última opción que se ofrece al entrevistador para que cuente con la posibilidad de contestar con sus propias palabras.

Las preguntas que forman parte de las encuestas realizadas a los integrantes de la Red de Turismo Campesino cuentan con las tres alternativas de preguntas desarrolladas anteriormente.

Vamos a destacar además un factor muy importante, las encuestas pueden realizarse de dos maneras fundamentales: autoadministradas y por entrevista personal o telefónica.

Autoadministrado significa que el cuestionario se proporciona directamente a los participantes, quienes lo contestan. No hay intermediarios y las respuestas las marcan ellos. Esta forma puede ser individual, grupal o por envío. En el primero de los casos, el cuestionario se entrega al sujeto y éste lo responde. En el segundo caso, se reúne a los participantes en grupos, se le entrega un cuestionario a cada uno y se los introduce en el propósito del estudio y se responden las dudas que se les presenten. En el caso del envío, se le manda a los participantes por correo postal o por algún medio electrónico y se les pide que lo contesten.

En el caso de la entrevista personal, es el mismo entrevistador quien hace las preguntas a cada sujeto y anota las respuestas. Es el mismo caso, en las encuestas realizadas telefónicamente con la salvedad que las preguntas no se realizan cara a cara. En el caso de esta investigación, las encuestas fueron autoadministradas y grupales.

### **5.7.3.1 Modelo de encuesta realizada a los miembros de la Red**

#### **Encuesta a miembros de la RTC**

Buenos días/tardes soy estudiante de turismo de la Universidad Abierta Interamericana y estoy realizando una encuesta para conocer la percepción que tiene del turismo y sobre los impactos que el mismo genera en la comunidad. Esta encuesta es anónima y no le demorará más de 5 minutos, le agradezco su colaboración por anticipado.

Lugar:
Día y fecha

Nº de encuesta \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Nombre del pueblo: \_\_\_\_\_

Sexo: F  M

Ocupación: \_\_\_\_\_

1. ¿Cuáles de las siguientes acciones describe mejor su participación en la actividad turística de la Red de Turismo Campesino?



Proporciona servicios de alojamiento al turista
Promueve los productos típicos del lugar
Proporciona servicios de gastronomía
Se encarga de llevar a cabo algunas de las actividades recreativas: Especificar
Interactúa y se relaciona con el turista que llega a la localidad
Presta servicios de información
Participa y decide sobre la planificación y desarrollo de la actividad turística
Otros: Especificar.
No participa en ninguna actividad turística

2. ¿Considera que el reparto de actividades está realizado de forma equitativa?

SI  NO  En caso de ser negativa. ¿Por qué? \_\_\_\_\_

3. ¿Ud. cree que el turismo logro un desarrollo en la infraestructura (camino, señalización, agua potable, energía) y en el equipamiento (alojamiento, servicio de agencias, etc.)?

SI  NO  En caso de ser negativa. ¿Por qué? \_\_\_\_\_

4. A continuación le mencionare beneficios económicos y socio-culturales producidos por el desarrollo de la actividad turística en un destino, marque con una X aquellos que son de su conocimiento.

Contribuye a la creación de empleos
Ayuda a aumentar la renta y la distribución de los beneficios
Aumenta la comprensión entre turistas y residentes
Aumenta el respeto entre los diferentes grupos humanos
Ayuda a disminuir las desigualdades sociales.
Crece el cuidado del patrimonio, las tradiciones y la cultura dentro de la misma comunidad
Ayuda a estimular al residente el interés por sus propias culturas y tradiciones.
Considera que las culturas locales pierden valor social y tienen valor económico.
Cambian las actividades tradicionales de los pueblos
Cambios inducidos en las estructuras sociales y organizativas para adaptarse al desarrollo del turismo
Perdida de tranquilidad de las ciudades
Otros: Especificar

5. ¿Cuál es su opinión acerca del turismo como actividad que brinda beneficios económicos y socioculturales en un destino?

De acuerdo  En desacuerdo  No sabe



6. ¿Ud. piensa que la capacitación recibida fue suficiente?

SI  NO  En caso de ser negativa. ¿Por qué? \_\_\_\_\_

7. ¿Le gustaría seguir recibiendo capacitación?

SI  NO  En caso de ser negativa. ¿Por qué? \_\_\_\_\_

8. ¿Considera que es necesario que haya mas promoción del la Red de Turismo Campesino?

SI  NO

9. ¿Considera suficiente la cantidad de turistas que visitan la Red Campesina?

SI  NO

10. ¿Esta llegada de turistas ocasiona conflictos o tensiones en la comunidad?

SI  NO  ¿Por qué? \_\_\_\_\_

11. ¿Qué considera que le falta desarrollar más en profundidad a la Red Campesina de Valles Calchaquíes?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## **5.8 Análisis de las encuestas**

Las encuestas se realizaron el 9 de febrero de 2011 en la Asamblea informal que llevó la RTC a cabo en la ciudad de San Carlos. Se eligió esta fecha y este momento ya que es la única oportunidad en la que la mayoría de los miembros pertenecientes a cada comunidad se reúnen. Se utilizó la técnica de la encuesta autoadministrada, esto es se le entregó una encuesta a cada uno de los miembros que había acudido ese día a la Asamblea, 24 en total, y se leyó cada pregunta y se explicó, de modo tal que se entendiera a que se hacía referencia.

Algunos miembros de la RTC no respondieron la encuesta en su totalidad, ya sea por vergüenza, por falta de comprensión o simplemente por

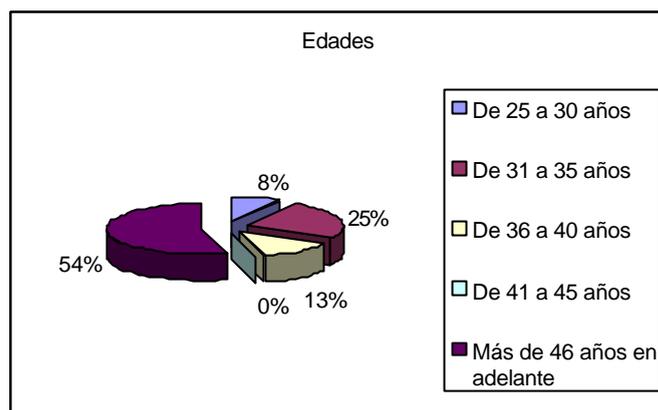


desconocimiento, por lo que es posible que de detecten en algunos ítems una totalidad inferior a 24.

El método elegido fue este y no el de la encuesta personal, porque se percibió a lo largo de la Asamblea que a algunos miembros de la Red todavía les resulta bastante difícil dar a conocer sus opiniones y hacerse oír. Por lo tanto, se determinó que posiblemente en el anonimato de la encuesta se sientan mas libres de poder expresar lo que realmente piensan. Lo que en definitiva permitiría enriquecer el contenido de las mismas.

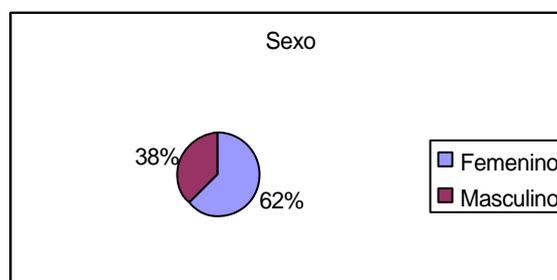
A continuación se prosigue al análisis de los resultados obtenidos en las encuestas:

<b>Edades</b>	
De 25 a 30 años	2
De 31 a 35 años	6
De 36 a 40 años	3
De 41 a 45 años	0
Más de 46 años en adelante	13
<b>Totales:</b>	<b>24</b>



En cuanto a las edades, el 54% de los miembros encuestados se encuentran ubicados en el rango de mas de 46 años, esto marca una importante presencia de miembros mas adultos, arraigados a las costumbres y menos proclives a los cambios. Le siguen con un 25% los miembros entre el rango de 31-35 años, con un 13% aquellos de entre 36-40 años y por último los miembros que tienen entre 25-30. Es destacable la poca presencia de miembros jóvenes que tiene la Red, un dato por demás relevante porque esta demostrando que aún la población más joven de las comunidades no se encuentra atraída por el proyecto.

De estos datos se desprende también la diferencia porcentual entre integrantes femeninos y masculinos. Es comparativamente destacable la alta presencia de mujeres dentro de la RTC. Esto está relacionado a que las mismas encontraron en la Red no solo una oportunidad laboral sino también un espacio de inclusión, donde prima la igualdad de género.



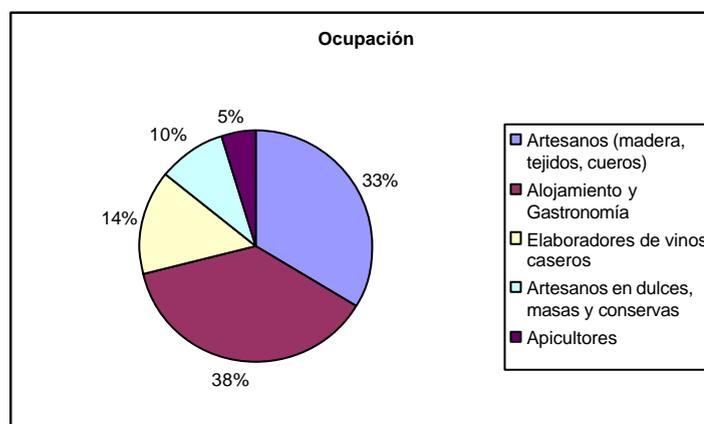
<b>Sexo</b>	
Femenino	15
Masculino	9
<b>Totales</b>	<b>24</b>



En cuanto a la ocupación, como es observable los miembros que se dedican al alojamiento y la gastronomía representan el 38%, siguiendo por aquellos que se dedican a las artesanías ya sea de madera, tejidos y cueros con un 33%, los elaboradores de vinos caseros con un 14%, los artesanos de dulces, masas y conservas con el 10% y por último los apicultores con el 5%.

**Debemos hacer la salvedad que si bien, los porcentajes estarían indicando que es mayoría los miembros que integran la RTC que ofrecen alojamiento y gastronomía, esto solo sería quedarse en las cifras. Debido a que todas las demás ocupaciones versan sobre la misma actividad, que es ser artesano de uno u otro modo. Por lo que, son estos mismos, los artesanos, quienes integran el mayor número de miembros dentro de la RTC con el 62% del total, y es por ellos que se creó lo que se denomina el “recuerdo artesanal” desarrollado en el Capítulo Producto Turístico.**

Ocupación	
Artesanos (madera, tejidos, cueros)	7
Alojamiento y Gastronomía	8
Elaboradores de vinos caseros	3
Artesanos en dulces, masas y conservas	2
Apicultores	1



Lo que refiere a las actividades que los miembros realizan en la RTC, los encuestados respondieron con un 22%, el mayor porcentaje, la opción de participa y decide sobre la planificación y desarrollo de la actividad turística lo que demuestra que las decisiones de la RTC son tomadas entre todos los miembros y que algunos mas activamente que otros expresan sus opiniones y hacen escuchar su voz a la hora de decidir sobre las alternativas a seguir. Las siguientes dos actividades que quedaron con el mismo porcentaje, un 15%, son la de promover los productos típicos del lugar y la de proporcionar los servicios de gastronomía. Con un 12% la opción de proporcionar servicios de



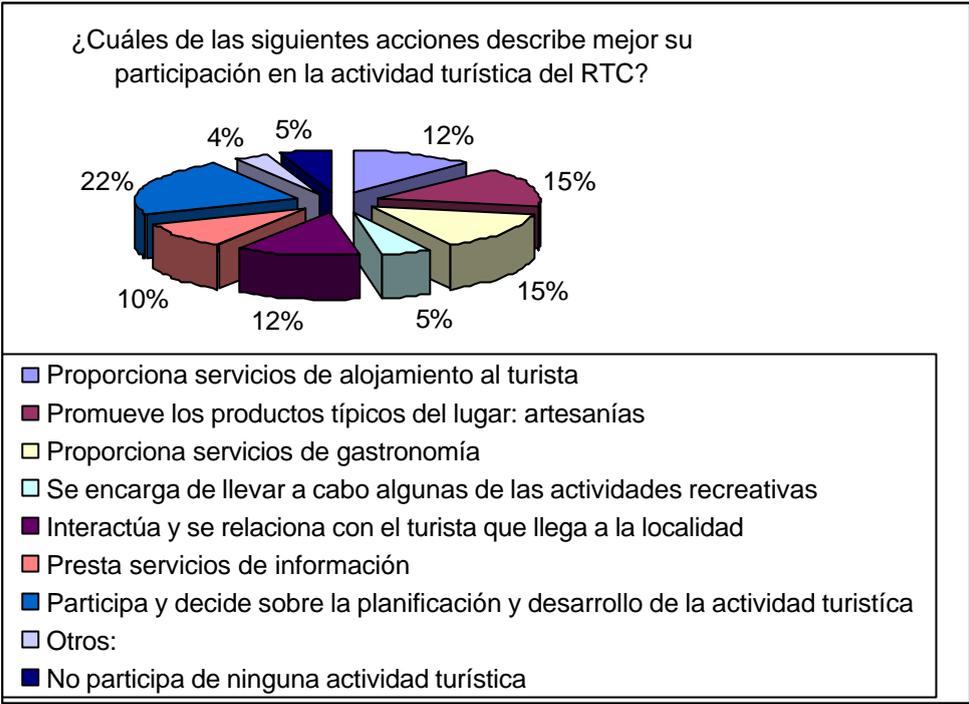
alojamiento al turista y la de interactuar con el mismo y un 10% recibió la opción de prestar servicios de información.

El 5% se lo llevaron las alternativas de: llevar a cabo alguna de las actividades recreativas, donde la mayoría aclararon que se trataba del guiado, y la de no participar de ninguna de las actividades turísticas. Y finalmente el 4% optó por la opción de otros, en este caso los mismos aclararon que se refería específicamente a la elaboración de vinos artesanales.

**Cabe destacar que los encuestados en esta pregunta tenían la posibilidad de responder por más de una opción, ya que es habitual que realicen más de una actividad dentro de la RTC. Por ejemplo, aquellos que prestan servicio de alojamiento, tienen que prestar servicio de gastronomía.**

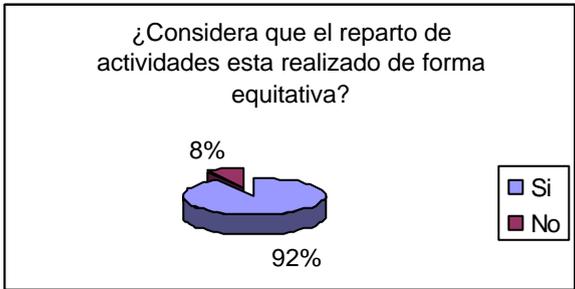
<b>1) ¿Cuáles de las siguientes acciones describe mejor su participación en la actividad turística de la Red de Turismo Campesino?</b>	
Proporciona servicios de alojamiento al turista	10
Promueve los productos típicos del lugar: artesanías	12
Proporciona servicios de gastronomía	12
Se encarga de llevar a cabo algunas de las actividades recreativas	4
Interactúa y se relaciona con el turista que llega a la localidad	10
Presta servicios de información	8
Participa y decide sobre la planificación y desarrollo de la actividad turística	18
Otros:	3
No participa de ninguna actividad turística	4





**2) ¿Considera que el reparto de actividades esta realizado de forma equitativa?**

Si	22
No	2
Totales	24



Frente a la pregunta de considerar si el reparto es equitativo, 22 de los 24 miembros encuestados respondieron que si. Solo 2 miembros respondieron que no.

Uno de ellos justificó **“que no todos los socios participan**

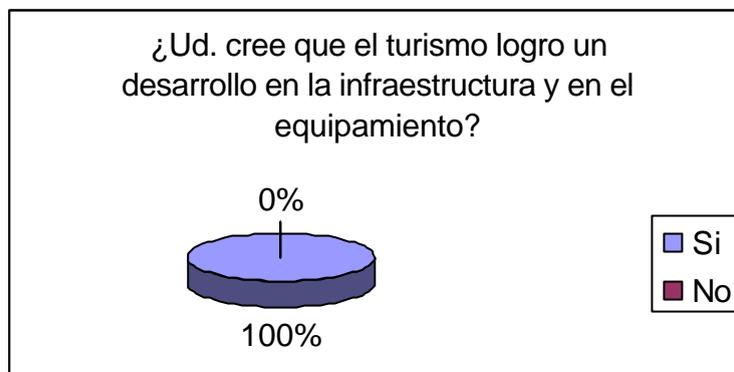
**activamente (no prestan servicios ni productos)”**

La siguiente pregunta de la encuesta se refería si el turismo había logrado desarrollar la infraestructura y el equipamiento. Frente a esto, 22 encuestados respondieron afirmativamente, mientras que 2 no contestaron por ninguna de las dos alternativas.



3) ¿Ud. Cree que el turismo logró un desarrollo en la infraestructura (camino, señalización, agua potable) y en el equipamiento (alojamiento, servicios de agencias, etc)?

Si	22
No	0



Ante la pregunta del ¿por qué?, se obtuvieron las entre otras, siguientes respuestas:

**“Mejoras de la infraestructura familiar, red, ampliación del agua potable. Capacitaciones y equipamientos por supuesto realizados con las alianzas, como en el caso del Estado, por su acompañamiento y organismos que creen en la iniciativa PPD, SSGYR, Embajada de Suiza, Ministerio, etc”** (encuesta n° 1)

**“Logramos unirnos como comunidad”** (encuesta n° 8)

**“Me dio mejor calidad de vida”** (encuesta n° 21)

La mayoría de las respuestas en esta pregunta coincidieron con el logro de la red de agua potable:

**“Porque se construyeron obras de infraestructura, agua potable y equipamiento”** (encuesta n° 3)

**“Por que logramos agua potable”** (encuesta n° 20)

En cuanto a la mención de si la actividad turística había traído beneficios o costos económicos y socioculturales en el destino, los encuestados determinaron con el 19% que permitía aumentar la renta y la distribución de los beneficios, el 16% le correspondió a la opción de aumentar el respeto entre las diferencias de grupos humanos, un 15% a que contribuye a la creación de empleo y un igual porcentaje, 12% a que aumenta la comprensión entre turistas y residentes y ayuda a disminuir las desigualdades sociales. Estos datos no son menores porque indican que los miembros encuestados, en su mayoría, consideran que la actividad turística les ha traído importantes beneficios



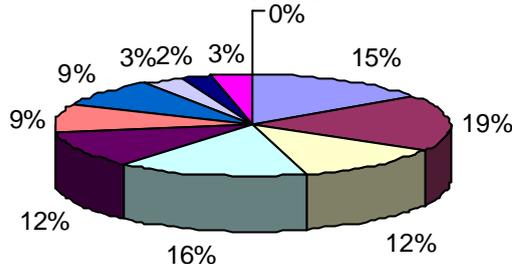
sociales, culturales y económicos a la comunidad ya que el mayor porcentaje lo han obtenido aquellas alternativas referidas a estos temas. Mientras que, lo que respecta a los costos que produce la actividad turística (pérdida del valor social por valor económico, cambio de las actividades tradicionales, cambios en las estructuras sociales, etc) solo han obtenido un 8%

**4) A continuación mencionaremos beneficios o costos económicos y socioculturales producidos por el desarrollo de la actividad turística en un destino, marque con una X aquellos que son de su conocimiento.**

Contribuye a la creación de empleo	18
Ayuda a aumentar la renta y la distribución de los beneficios	22
Aumenta la comprensión entre turistas y residentes	15
Aumenta el respeto entre las diferencias de grupos humanos	19
Ayuda a disminuir las desigualdades sociales	14
Crece el cuidado del patrimonio, las tradiciones y la cultura dentro de la misma comunidad	11
Ayuda a estimular al residente al interés por sus propias culturas y tradiciones	11
Considera que las culturas locales pierden valor social y económico	4
Cambian las actividades tradicionales de los pueblos	3
Cambios inducidos en las estructuras sociales y organizativas para adaptarse al desarrollo del turismo	4
Perdida de tranquilidad en la ciudad	0



Beneficios económicos y socioculturales producidos por el turismo en las comunidades



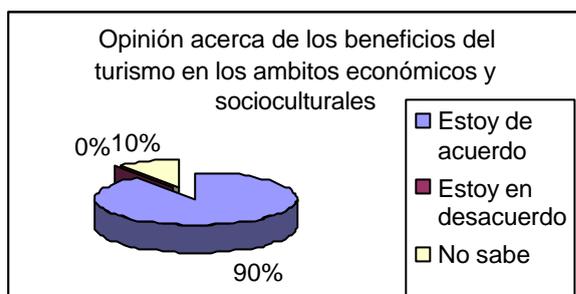
- Contribuye a la creación de empleo
- Ayuda a aumentar la renta y la distribución de los beneficios
- Aumenta la comprensión entre turistas y residentes
- Aumenta el respeto entre las diferencias de grupos humanos
- Ayuda a disminuir las desigualdades sociales
- Crece el cuidado del patrimonio, las tradiciones y la cultura dentro de la misma comunidad
- Ayuda a estimular al residente al interés por sus propias culturas y tradiciones
- Considera que las culturas locales pierden valor social y tienen valor económico
- Cambian las actividades tradicionales de los pueblos
- Cambios inducidos en las estructuras sociales y organizativas para adaptarse al desarrollo del turismo
- Perdida de tranquilidad en la ciudad

La siguiente pregunta de la encuesta se encuentra altamente relacionada con la anterior, debido a que pregunta cual es la opinión sobre el turismo como actividad que brinda beneficios económicos y socioculturales. Frente a esta pregunta, los encuestados coincidieron con un 90% que estaban de acuerdo, mientras que el 10% restante respondió que no sabía.

**5) ¿Cuál es su opinión acerca del Turismo como actividad que brinda beneficios económicos y socioculturales en un destino? (marque con una X lo que considera**

Estoy de acuerdo	18
Estoy en desacuerdo	0
No sabe	2

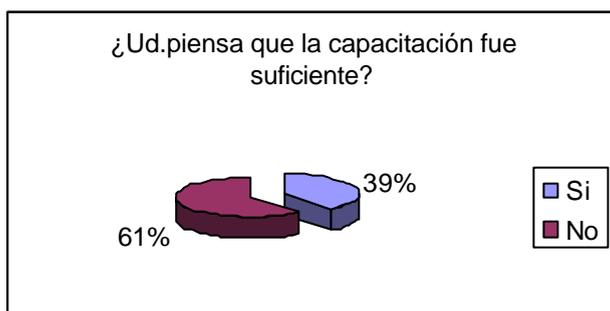




**6) ¿Ud. Piensa que la capacitación que recibió fue suficiente?**

Si	7
No	11

Las dos preguntas subsiguientes están referidas a las capacitaciones que recibieron los miembros de la RTC. En la primera el 61% coincidió con que las capacitaciones que habían recibido no habían sido suficientes. Frente a la respuesta negativa, los miembros tenían la posibilidad de responder porque no lo creían, entre las respuestas se destacan las siguientes:



**“Creó que las capacitaciones deben tener continuidad para mejorar los productos”** (encuesta nº 1)

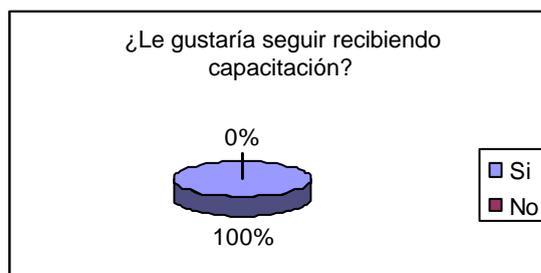
**“Porque siempre hay que actualizarse”** (encuesta nº 3)

**“Porque continuamente necesitamos capacitarnos para seguir aprendiendo”** (encuesta nº 20)

La segunda de las preguntas al respecto se refería a si a los miembros les gustaría seguir recibiendo capacitaciones, en este caso la totalidad de los encuestados respondieron afirmativamente.

**7) ¿Le gustaría seguir recibiendo capacitación?**

Si	24
No	0



En cuanto a si la RTC necesitaba seguir recibiendo promoción, el 100% de los encuestados respondieron que sí, solamente 2 miembros no se han decidido por ninguna de las dos opciones.

Ambas respuestas, a su vez debían ser respondidas ¿Por qué? frente a esto, algunos de los miembros dijeron:

**“Porque son las claves para comercializar y mejorar el producto”**  
(encuesta nº 1)

**“La promoción nunca deja de ser necesaria”** (encuesta nº 2)

**“Para que se conozca mejor”** (encuesta nº 14)

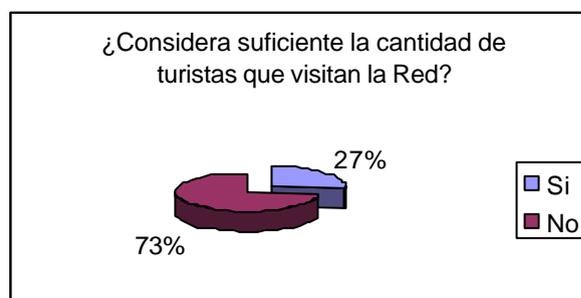
**“Porque el mercado de turismo es amplio y la gente compra lo que mejor le convence. Aparte es una alternativa nueva y poco conocen este tipo de turismo comunitario”** (encuesta nº 3)

8) ¿Considera que es necesario que haya mas promoción de la RTC?	
Si	22
No	0



9) ¿Considera suficiente la cantidad de turistas que visitan la Red?	
Si	6
No	16

Las dos preguntas siguientes, hacen referencia a la cantidad de turistas que visitan la RTC. En la primera de ellas, se preguntó si los miembros consideraban suficiente la llegada de turistas que los visitaban. El 27%



contestó que si, mientras que el 73% respondió que les parecía insuficiente.

Uno de los miembros, además hizo una aclaración al dar su respuesta positiva y dijo: **“Si. Porque esa cantidad nos permite experimentar”** (encuesta nº 13)



La segunda de las preguntas referidas a los turistas, hacía referencia a si está llegada ocasionaba conflictos o tensiones en la comunidad y el porque de la respuesta.

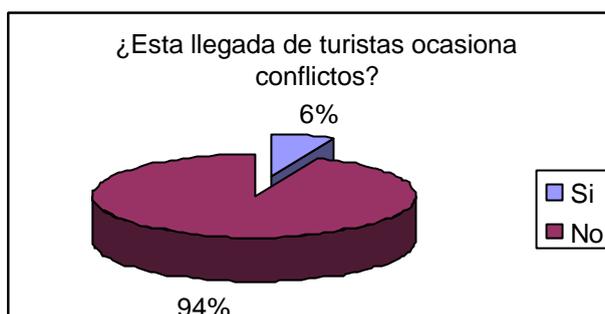
Solamente un miembro de los encuestados contestó que si, ocasionaba conflictos y al respecto dijo: **“necesitamos seguir adelante”** (encuesta nº 16), entre las respuestas proporcionadas por aquellos miembros que dijeron que no, se encuentran:

<b>10) ¿Esta llegada de turistas ocasiona conflictos o tensiones en la comunidad)</b>	
Si	1
No	15

**“El método trabajado lleva a que la actividad comunitaria beneficie a la comunidad”** (encuesta nº 1)

**“Hasta ahora todos fueron respetuosos”** (encuesta nº 4)

**“No hay criticas de los vecinos”** (encuesta nº 18)



La última pregunta de la encuesta era abierta y le permitía contestar a los miembros que consideraban que le faltaba desarrollar más en profundidad a la RTC. Se han obtenido respuestas muy interesantes, entre las que se seleccionaron:

**“Creo que el desarrollo de la RTC depende de mucha atención en diferentes áreas, creo que nos falta mejorar en infraestructura, comunicación, y comercialización”** (encuesta nº 1)

**“Más información para poder comercializar los productos y capacitarnos”** (encuesta nº 8)

**“Más contacto con agencias y turistas para que vengan más. En lo particular mas responsabilidad”** (encuesta nº 10)

**“Falta mas desarrollo del grupo”** (encuesta nº 18)

**“Considero que falta desarrollar más en profundidad los productos de los socios”** (encuesta nº 19)

**En resumen del análisis de las encuestas realizadas a los miembros de la RTC se puede observar que la mayoría de los miembros se encuentran a gusto con el proyecto y que creen que el turismo ha sido beneficioso para**



el desarrollo de la comunidad en su conjunto, ya que mediante la actividad han logrado mejorar aspectos claves como la infraestructura. Respecto a las capacitaciones, han concordado con que es necesario recibir más para trabajar y mejorar en varios aspectos. Están de acuerdo en que a la RTC le falta aún bastante trabajo en lo que respecta a la promoción, y que es aún no es suficiente la cantidad de turistas que han recibido. Son consientes, además, de que aún le falta desarrollarse en muchos aspectos y se observa de que están con ganas de seguir creciendo.

## **5.9 Análisis de las entrevistas**

Las entrevistas se realizaron entre los días 3 y 5 de febrero de 2011. El total de entrevistados fueron cinco. Entre ellos se encontraba el técnico veedor y algunos miembros de la Red.

- Sandra Ibañez: miembro de la RTC, brinda servicios de alojamiento y gastronomía en el pueblo de Corralito.
- Ramiro Ragno: Técnico asesor de la RTC.
- Javier Frías: presidente de la RTC, artesano en maderas
- Margarita Gutierrez: vicepresidente de la RTC, brinda servicio de alojamiento y guiada en el Barrial
- Anónima, no quiso brindar su nombre. Miembro de la RTC brinda servicios de alojamiento y venta de artesanías.

La elección de los informantes está relacionada a los aportes que cada uno puede hacerle a la investigación de acuerdo a su postura y rol dentro de la Red de Turismo Campesino.

Con el fin de obtener los diferentes puntos de vista de los entrevistas algunas de las preguntas formuladas fueron reiteradas, las mismas pueden ser vistas a los comienzos del Capítulo en el apartado modelo de entrevistas.

Las respuestas obtenidas en las entrevistas realizadas al presidente y al técnico veedor son destacables por su extensión, esto está íntimamente relacionado al hecho de que los mismos están más acostumbrados a expresar sus ideas.

Las entrevistas completas se encuentran en el Anexo creado para tal fin “Anexo de encuestas y entrevistas” en el Capítulo entrevistas.

Algunos extractos de las mismas podrán ser vistas a lo largo de la investigación. A continuación se analizarán aquellos fragmentos que por su importancia merecen una especial atención.

Al hablar de cómo se había iniciado la Red de Turismo Campesino Javier Frías explica **“En el año 2004 la modalidad que se venía trabajando era una reunión, donde había un delegado que conforma una organización de**



base llamada Encuentro Zonal, en el encuentro se plantean avances y proyectos de cuestiones agrícolas de cada comunidad, dada la potencialidad turística en los Valles Calchaquíes, campesinos plantean la posibilidad de ver el turismo, ya que en temporada alta en la zona de Cafayate, Divisadero, San Luis había una invasión de turistas que dejaban el tema de la basura [...] y bueno los campesinos querían plantear la idea de una forma diferente” “El Encuentro Zonal dirige una nota en ese momento al PSA para solicitar apoyo desde lo técnico para trabajar el turismo, y este PSA nos envía a Ramiro como un posible técnico”

Al respecto, Ragno comenta “Acá en los Valles hubo una organización que en el 2002 pide el apoyo del PSA de trabajar en turismo, como a mí me interesaba, pedí el cambio y empecé a trabajar acá. A pedido de la mismas comunidades que no sabían bien que hacer pero querían trabajar con el turismo”

“Cuando escucho que cada uno tiene ganas de hacer algo. Les digo a ver que pasa si yo llego a una oficina de turismo y tengo 12 folletos cada uno de Uds 12 comunidades y yo digo, Divisadero el lugar mas lindo del planeta [...] todos esos folletos no dicen nada, compiten entre si y Uds. son comunidades muy humildes que no tienen muchas herramientas para comercializar cada uno por su lado. Si hay un espíritu asociativo con el Encuentro Zonal, sigamos con ese espíritu” (Ragno, Ramiro)

“[...] Al poco tiempo nos dimos cuenta que esto tenía un impacto fuerte y bueno, a partir del 2004 se inician estas reuniones y se arman reuniones de dos o tres días cada dos meses aproximadamente durante mas o menos tres años” “[...] Y en los años siguientes se fueron armando estrategias para ver el turismo, nosotros creemos que más allá de la teoría, aprendimos más con las prácticas, porque sino practicas no te das cuenta si te gusta o no. Si es la actividad ideal para la familia” (Frías, Javier)

Son importantes estos testimonios porque nos permiten entender como se fue iniciando la Red de Turismo Campesino, saber que es desde las mismas comunidades que nace y surge esta inquietud y que fue un trabajo de mucho tiempo poder comenzar a poner en marcha todo el proyecto.

Los primeros turistas que recibió la Red fueron amigos o conocidos, fueron turistas pilotos que les permitieron saber como iban funcionando, “Necesitábamos empezar a traer turistas. Turistas pilotos, conocidos, de conocidos, amigos que pagaron lo que en ese momento se había pactado como precio y nos permitieron que la gente conociera que hay turistas que quieren alojarse en sus casitas y que después ellos hicieron una devolución” (Ragno, Ramiro)

Después de esta experiencia, lanzaron encuestas para conocer porque los turistas se alojarían, que es lo que les gustaba, de donde venían y que es lo que querían conocer. “Después largamos 1000 encuestas, nunca las analizamos estadísticamente, tenían como resultado estudiar la demanda,



las posibilidades que había y se transformo en algo impensado. Una excusa para que lugareño hable con el turista” “[...] conocieron 1000 grupos y estos entusiasmaron a la gente y eso no fue la encuesta, no fue el uso estadístico sino que fue una motivación anímica y nos dejaron correos electrónicos [...] nos convirtieron una base de datos que nunca pensamos” (Ragno, Ramiro)

Al momento de hablar de las barreras con las que se topó la Red en sus incios Ragno acotó **“La primera barrera fue la individualidad creada por la religión y la política. El existencialismo de la región católica de Valles Calchaquíes, las fincas, la existencia del patronalismo. Ha generado una individualidad muy grande, que ha roto el espíritu comunitario [...]” “[...] para destruirla hubo que conocerse, visitarse”.**

Trabajar sobre este tema fue fundamental para poder crear la RTC, reforzar el concepto de comunidad, tal como fue desarrollado en el Marco Teórico, comenzar a pensar como grupo y rescatar los valores e intereses comunes fueron tareas indispensables para poder llevar adelante la actividad. A lo largo de tres años se realizaron visitas y salidas para que la gente se vaya conociendo y ganándose la confianza que la misma historia del lugar les había hecho perder.

Otro tema para destacar es que cada miembro que decide formar parte de la RTC no lo hace solo, debe tener el apoyo de la familia, porque es en definitiva allí donde el turista pasa el día. Al respecto Ramiro dijo **“Además había que tener en cuenta que detrás de cada persona que pertenecía a la Red hay una familia detrás, ellos también deben conocerse. Para que la familia sepa de que se trata la Red”**

Mientras que para Javier Frías el presidente de la RTC las barreras que se encontraron para poder comenzar con el turismo estaban más que nada ligadas al hecho de no contar con un buen equipamiento **“Cuando decidimos trabajar en turismo nos encontramos con muchas falencias, falta de agua, caminos, comunicación, cultura, capacitación, equipamiento, ese era uno de los primeros impactos que dijimos bueno queremos recibir, pero se nos están cayendo las paredes, no tenemos agua”**

Frías, vio en la posibilidad de hacer turismo y de empezar con esta actividad una puerta para mejorar la infraestructura y las condiciones de las familias en general **“O sea vamos a hacer turismo como una excusa también para mejorar mi casa, las casas [...]”**

Este comentario hace pensar en dos aspectos ya mencionados, el primero de ellos fue desarrollado en el Marco Teórico cuando se habló de las razones por las cuales el turismo permitía el desarrollo de una comunidad, el segundo de ellos fue descrito en el Capítulo Turismo Comunitario y está vinculado a los aportes que genera la implementación del mismo.

Ambos conceptos concordaban que la actividad turística necesita del desarrollo de infraestructura que en definitiva beneficia a toda la comunidad, no solo a los miembros del proyecto.



Sobre la pregunta de cómo fue comenzar a recibir turistas Sandra Ibañez y Margarita Gutierrez compartieron lo que significó esa experiencia **“Ah, no dormíamos de noche porque nos preguntábamos como estaban. Gracias a Dios ninguno de los que han estado acá han dicho nada” “[...] Todos los turistas que recibí los tengo anotados en este cuadernito” (Sandra Ibañez).** Cada una de las casas de alojamiento tiene un cuaderno donde los turistas dejan expresadas sus opiniones a las familias y cuentan como la pasaron en su estadía. Margarita Gutiérrez agrega: **“Vos no sabes como les vas a caer, el primer turista se llamaba Jorge en el libro los tengo anotados, y en este libro la gente escribe lo que quiere”**

Mucho de los turistas que han visitado la RTC son extranjeros, cuando se indagó sobre como se arreglaban cuando recibían turistas en otros idiomas se obtuvo **“Me ha pasado de recibir dos turistas uno que hablaba inglés y el otro español. Ramiro desde el principio les explica que tienen que venir sabiendo algo de español, porque nosotros no hablamos otro idioma. Siempre los atendemos igual y se hacen entender. Es gracioso porque a veces solo es por señas”** (Sandra Ibañez, entrevista nº 1)

Estos comentarios dan el pie justo para ver otro de los aportes que el turismo comunitario genera, este es el intercambio, las oportunidades de conocimiento y de enriquecimiento cultural que provoca la misma actividad.

En lo que respecta al producto turístico que la Red ofrece Ramiro Ragno informa **“Lo primero que acordamos fue que, bueno el turismo es campesino porque está gestionado por gente del campo, entonces en los pueblos no se ofrece alojamiento, entonces se decide no dejar afuera a los artesanos y a los posibles jóvenes guías de los pueblos, pero lo vivencial es en el ámbito rural. Por eso el turista siempre va a comer y a dormir en ámbitos rurales. Para ver el corral, las gallinas, para disfrutar de la vida en el campo pero no se los dejo de lado a los artesanos que viven en los pueblos”**

Sobre el mismo tema se agregó **“y en la RTC hay artesanos, productores agropecuarios, prestadores de alojamiento y algunos que realizan el servicio de guiado” “[...] cada uno ingresa a la Red con lo que puede ofrecer y si va a dar alojamiento tiene que estar en ámbitos rurales no en la ciudad. Cada prestador realiza su propio guiado en su emprendimiento. Se ofrecen circuitos cortos de senderismo dentro del paquete que ofrecemos”** (entrevista nº 5)

Como ya se mencionó en el Capítulo Turismo Comunitario, los productos turísticos generados por esta modalidad turística presentan una combinación de alternativas, en el caso preciso de la RTC se puede determinar que conjuga dos modalidades de turismo rural: el agroturismo y el turismo gastronómico (las definiciones de ambos conceptos se pueden ver en el Capítulo Marco Teórico).

Otro de los temas sobre el que versaron las entrevistas es de cómo se trabajó el tema de la identidad, al respecto Ragno comentó **“Ese tema lo trabajamos mucho. Porque tienen mucho de razas indígenas y mucho por historia, historia colonial. Se bastardo mucho la cultura local, a la gente le costaba**



**mucho decir que todavía tenía raíces diaguitas. En los primeros tiempos hubo muchas tareas como por ejemplo: cuales son los platos mas comunes que hay en la región y para que se usan, las abuelas participaron mucho contando” “El turismo disparó muchas cosas impensadas”**

Otro de los aportes del desarrollo del turismo comunitario en una comunidad es la revalorización de su cultura, la búsqueda por su identidad que terminan siendo el elemento distintivo del producto turístico que las mismas ofrecen.

Otros aspecto sobre el que se indagó es si a lo largo de los años se fueron manteniendo las mismas familias o si han ingresado mas o se han retirado, sobre este tema Frías comenta: **“Muchos de los que ves acá son socios fundadores. Muchos se fueron yendo porque se daban cuenta que no era lo que querían o porque simplemente algunos esperaban y no ponían de su parte”**

Ragno agrega **“Algunas dejaron otras se sumaron, las que se fueron es porque mantener una organización significa participar, si no te bancas las reuniones. Si te mandas solo seguís solo. Y acá también el individualismo genera comentario. Todo es cara a cara, mucha gente se fue porque prima el individualismo. Decidieron seguir solos”**

La capacidad de carga fue otro de los ítems sobre los que los entrevistados contestaron. **“La capacidad de carga, la hemos charlado, el tema es vivencial. Yo empiezo a recibir gente que quiere charlar con la abuela, o gente que quiere aprender a hacer empanadas. Cuantas personas creen que pueden charlar con uds [...] Entonces se charlo. Lo mas importante que les recalca es que tiene que ser vivencial.<sup>33</sup> [...] Y entonces, decidimos que fueran seis. Entonces primo que la buena calidad del servicio y la atención por igual se les podía dar a seis personas” (Ramiro Ragno. Entrevista nº 2)**

Un tema importante sobre el que los encuestados han coincidido es que desde que se comenzó con la RTC las comunidades se encuentran mas unidas **“Si estamos mas unidos, compartimos todo. Es todo bien criollo. En las asambleas comemos todos juntos, preparamos la comida. Nos estuvimos conociendo durante los primeros años, visitamos casas, hablamos con cada familia. Nos integramos más. Es muy lindo ser miembro” (Soledad Cutida)**

**“Creo que estamos todos mas unidos, desde que somos cooperativa. La gente esta mas unida, comparte sus problemas, sus historias. Se conoce con el vecino. Se hace amigo” (Margarita Gutierrez)**

**“A pesar de que discutimos mucho, yo siento que cada vez nos afianzamos mas y sentimos a la organización como mas nuestra. A**

---

<sup>33</sup> Cuando Ragno habla de vivencial, se refiere a la convivencia por parte de los turistas con los lugareños. Al contacto directo que se produce entre una cultura y otra.

Para un mayor entendimiento del concepto de capacidad de cargar ver Capítulo Marco Teórico.



**nosotros nos cuesta mucho que la gente confíe, sea participe y se involucre con la organización porque todavía están muy acostumbrados al patrón que manda. Y eso pasa en todos los valles” (entrevista 5)**

El turismo comunitario una de las cosas que propone es la integración de la comunidad, esta modalidad de turismo necesariamente implica y genera una base comunitaria (ver Capítulo Marco Teórico). Porque para que funcione la actividad necesariamente hay que trabajar en equipo. Estos comentarios demuestran que el trabajo llevado a cabo por la comunidad, o por la Red más precisamente comenzó a dar frutos en lo que respecta al tema de la integración



# **Capítulo 6**

## **Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes**



## **Capítulo 6: Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes**

En el siguiente capítulo se analizará bajo que contexto social, económico y turístico surgió la Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes y se identificará la organización de la RTC, desde cómo se inicio, cuales son los requisitos para ser miembro y las capacitaciones que recibieron.

### **6.1 Características generales de la Red de Turismo Campesino: Contexto social, económico y turístico**

#### **6.1.1 Contexto social:**

##### **6.1.1.1 Perfil Demográfico:**

El Noroeste argentino posee el 29,9% de hogares por debajo de la línea de pobreza y un índice de desempleo del 10% aproximadamente, según las mediciones del INDEC del año 2007. El censo realizado en el año 2001 registró en la provincia de Salta una población total de 1.079.051 personas, de las cuales 178.880 es considerada rural<sup>34</sup>.

El territorio de la Red de Turismo Campesino abarca dos departamentos, el de San Carlos (integrado por los municipios de Angastaco, San Carlos y Animaná y el de Cafayate (integrado por el paraje Las Conchas, San Luis de Chusca y El Divisadero). En el primero de ellos la población ronda entre los de 7.200 habitantes, con un 49% de población femenina y una densidad de 1,4 hab/km<sup>2</sup><sup>35</sup>. Según estimaciones del INDEC la mayoría de la población de este departamento se considera rural.

Mientras que el Departamento de Cafayate tiene una población total de 14582 personas de las cuales 1150 se considera rural.

En cuanto a los datos demográficos de cada uno de las comunidades, Angastaco posee un 44,9% de hogares con NBI<sup>36</sup> sobre un total de 463 unidades domésticas, según DGE (Dirección General de Escuelas) del año 2001. San Carlos por su parte posee un 27,7% de hogares con NBI sobre un censo de 700 hogares y Animaná 19,9% sobre 291 hogares.

Existe una desigualdad muy marcada de acceso a servicios y soluciones, entre la población campesina de las comunidades rurales y la población concentrada en los pueblos urbanizados.

La población posee una fuerte concentración en los pueblos de más de la mitad, dejando entrever una rápida emigración temporal y/o permanente del sector campesino hacia las ciudades y pueblos, debido a múltiples razones, entre las que se pueden priorizar la búsqueda de oportunidades laborales y educativas.

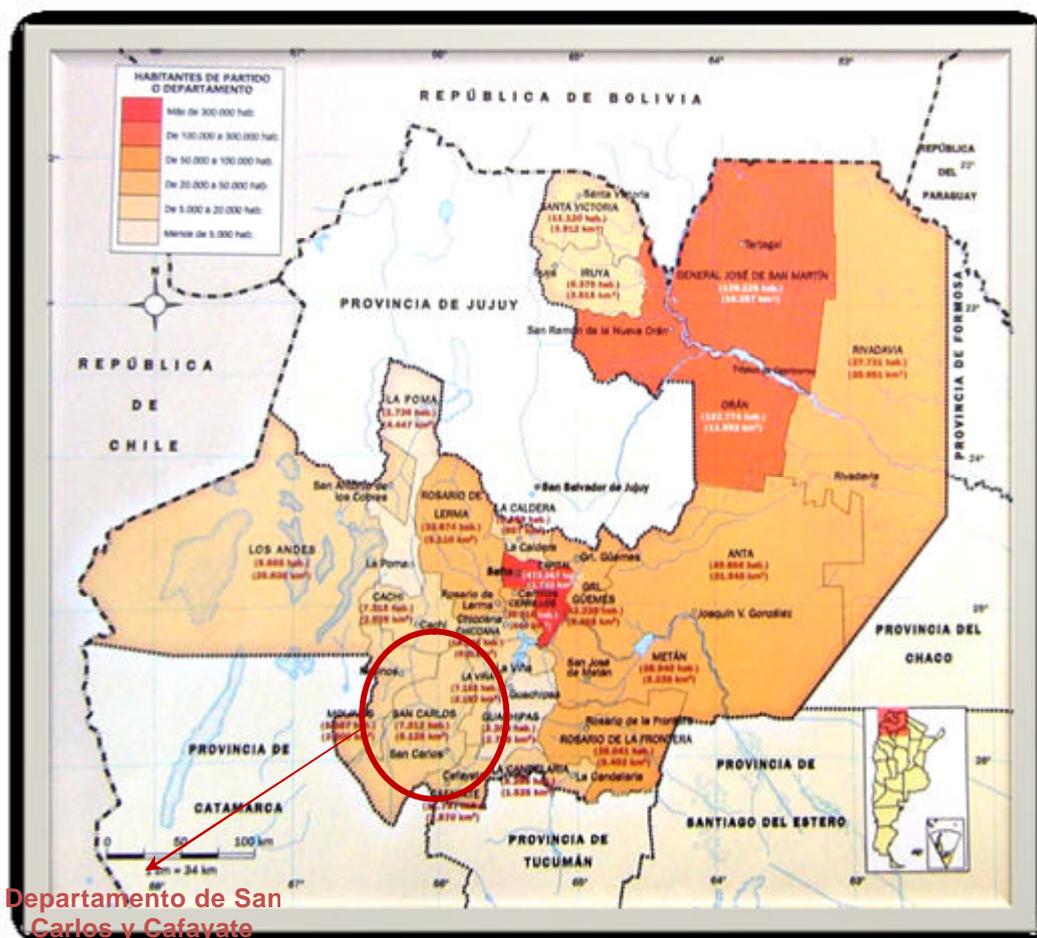
---

<sup>34</sup> Los datos del censo realizado en el año 2011 no se encuentran publicados hasta el momento

<sup>35</sup> Según datos del INDEC. Censo Nacional de Población, Viviendas y hogares del 2001

<sup>36</sup> NBI: Necesidades básicas insatisfechas





Mapa poblacional de Salta

Fuente: <http://www.portaldesalta.gov.ar/planos.htm>

### 6.1.1.2 Distribución de familias en las localidades:

En el pueblo de Cafayate hay tres parajes: Divisadero, San Luis y Las Conchas allí se encuentran 10 familias. En el departamento de Animaná hay dos parajes San Antonio que concentra 3 familias, y Corralito con dos familias. En el departamento de San Carlos se encuentran los parajes: El Barrial, Payogastilla, la Merced y San Carlos donde se hayan entre 10 y 15 familias. En el departamento de Angastaco se encuentra la comunidad de Santa Rosa, que tiene entre 4 y 6 familias. Los artesanos y grupo de guías locales llamados Calchak se concentran en el pueblo de San Carlos, propiamente dicho.

**Se puede observar un mapa con la distribución de las familias según las localidades en el Capítulo 04**

### 6.1.2 Contexto económico y productivo local:

Las familias campesinas de la región poseen diversas orientaciones y diversidad productivas, según las características ambientales de cada comunidad.



Las producciones agropecuarias ubicadas al fondo del valle y a orillas del río Calchaquí, se dedican entre otros rubros al cultivo de la vid para venta de uva fresca y elaboración de vino patero. El principal cultivo de uva de la zona es la torrontes. Pero tanto las tierras, como las bodegas y los propios cultivos están en su mayoría a cargo de grandes bodegas de capital trasnacional que concentran el proceso productivo y de comercialización. Una gran mayoría de productores se emplean como mano de obra en estas bodegas o como jornaleros en épocas de cosecha de uva.

Esto sucede más que nada en los poblados y parajes mas próximos a las localidades de Cafayate (en San Luis, San Antonio y Divisadero).

Pero en la zona también hay una producción menor de vino casero, la cual se realiza en parcelas propias sobre plantas añejas y recientes de variedades adaptadas. La elaboración de este vino se realiza con técnicas y equipos antiguos. La venta de estos vinos se realiza en el mercado local con cierto excedente al turismo de paso.

Otra producción importante en la zona es el pimiento para pimentón, los productores de éste suelen ser medieros o arrendatarios que trabajan ellos mismos la tierra junto con otros miembros de la familia, normalmente en la siembra trabajan los varones, y en época de cosecha contratan entre uno y tres jornaleros a quienes emplean estacionalmente por una paga mínima.

Sus productos son vendidos en su mayoría a grandes compañías que lo procesan y comercializan.

En menor escala se produce también cebolla, tomate, y comino.

Las familias que residen al pie de las laderas, poseen rebaños pequeños de cabras y ovejas. La producción ganadera exige la mano de obra familiar: El trabajo diario del cuidado está a cargo de niños y mujeres, mientras que la esquila, hilado y trabajo es mayoritariamente elaborado por la mujer.

El cuidado del ganado vacuno como el trabajo con equinos, es exclusividad de los varones.

La producción de carne, lana, queso y cuero de los animales se vende al mercado local a precios muy bajos.

La miel de abeja es otra de las producciones de la región, que ha demandado un proceso organizativo entre los productores; La elaboración se hace de manera grupal y artesanal y la venta es fraccionada al por menor y se completa al cliente local o al turista mediante bocas de expendio en el pueblo se San Carlos.

Las fincas de las familias al pie del cerro, poseen además una diversidad productiva muy marcada: nueces, higos, paltas, cítricos, manzano, pera, especias, forrajeras, maíz, maní, poroto, haba, cayote, zapallo y demás hortalizas.

En el caso de las artesanías, la elaboración es en cerámica, madera, cuero, lana, y tejidos. Estas, implican un trabajo mixto según el caso, pues la cerámica y elaboración de regionales es oficio de hombres y mujeres; el tejido es casi exclusividad de las mujeres como casi lo es el trabajo del cuero y la madera (salvo contadas excepciones) entre los varones.



La producción agropecuaria campesina es en la región, relativamente diversa. Y entre los sub-productos posibles de venta, se encuentra la elaboración de dulces, conservas, masitas, frutos frescos y regionales. La venta de esta producción se hace mediante locales intermediarios en los puestos de San Carlos y Cafayate.

Resumidamente, éste es el contexto económico en el que se encuentra inmersa la Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes.

Las diferencias en el modo de producción que cada familia miembro presente significará el modo en el que se inserte en la Red y la periodicidad con la reciba turistas. Esto se debe a que la actividad no busca reemplazar el modo de vida que las familias poseen, sino complementar las actividades de modo tal que tengan una posibilidad de ingresos adicional.

Tal es así, que la Red presenta una alternativa de desarrollo y venta para cada uno de los productores independientemente de la actividad que realicen.

Para aquellos que se dedican al cultivo de vid o poseen sus bodegas familiares, la Red de Turismo Campesino propuso el diseño de turismo enológico<sup>37</sup> con visitas a fincas campesinas, atenciones personalizadas, degustación local y oferta de gastronomía regional.



Exposición de vinos fabricados por los miembros de la RTC en la oficina de San Carlos

De igual forma que con aquellos productores de vid, la RTC permite que los turistas puedan realizar diferentes circuitos para conocer a cada uno de los emprendedores que integran la Red.

Se puede visitar a los artesanos, a los productores de miel, de pimenton y de especias.

---

<sup>37</sup> El enoturismo o turismo enológico es aquel tipo de turismo dedicado a potenciar y gestionar la riqueza vitivinícola de una determinada zona. Los turistas conocen cada zona vitivinícola a través de la degustación de sus vinos y la visita a bodegas y viñedos.



Además la RTC cuenta con una oficina ubicada en San Carlos donde los productores pueden exponer y vender sus productos a precios justos.

Después de conocer el contexto social y económico de donde surge la Red de Turismo Campesino, es importante aclarar que ésta no nace como un proyecto aislado del contexto vincular y relacional de la zona. Las familias campesinas poseen una basta historia y tradición en asociarse por lazos de parentesco, de proximidad geográfica y de ayuda mutua. A modo de ejemplo se citan tres experiencias asociativas previas a la RTC.

#### ∂ El consorcio de recursos hídricos:

Hacia fines de la década del 90 el gobierno de la provincia de Salta creó los denominados consorcios de recursos hídricos. De este modo la compañía proveedora del agua a varias localidades provinciales compartía esta facultad con los miembros de la comunidad. Fue de este modo, que debieron organizarse los vecinos para administrar el recurso. El consorcio se encuentra conformado por miembros del Estado local, de la compañía de agua, de las empresas productoras de uva y de muchos pequeños productores.

No solamente se unieron para reclamar más horas de riego ante los grandes productores, sino que también realizan permanentes gestiones frente a las autoridades locales a fin de modificar esta situación. Esta clase de organización desarrolló fuertes lazos comunitarios y de solidaridad al interior de los parajes y las pequeñas localidades que se autorganizaron para distribuir solidariamente y de modo más eficiente el limitado recurso.

#### ∂ La experiencia de las teleras:

El hilado y el tejido es una de las actividades que tradicionalmente realizan las mujeres de la zona. Un grupo aproximadamente de doce mujeres que desarrolla esta práctica individualmente, decidieron generar



un emprendimiento colectivo. En un espacio donado por la municipalidad de San Carlos instalaron un taller de tejido de telar y cada una fabrica, y vende sus productos individualmente. Pero se organizan para atender el local, afrontar los gastos y comprar la materia prima.

∂ La Asociación de la Villa de los Cinco Nombres o Pequeños Productores de Pimiento Rojo:

Desde el año 2004, lograron considerarse como organización cooperativa. El motivo que los llevo a asociarse fue que su ingreso depende del precio que las grandes empresas compran el pimiento. Como productores individuales no lograban negociar un precio mínimo que garantizara la siguiente cosecha y la subsistencia de los mismos. Al organizarse como cooperativa, los productores decidieron no vender el producto por debajo de un precio mínimo establecido colectivamente. Desde entonces, tras cada cosecha el precio del pimentón es negociado entre la cooperativa. En el año 2006, mediante la intervención de un técnico del PSA (Programa Social Agropecuario)<sup>38</sup> comenzaron a organizarse para conseguir un subsidio que les permita fabricar su propio molino. De esta manera no dependerían solamente de las empresas compradoras sino que también estarán e condiciones de refinar el pimiento.

La Asociación de la Villa de los Cinco Nombres ha participado junto con la Red Campesina en proyectos en conjunto, como por ejemplo en el Proyecto Integral Manos a la Obra.

### 6.1. 3 Contexto turístico:

El contexto turístico que enmarcó el surgimiento y desarrollo de la Red de Turismo Campesino (RTC) ha sido favorable, a nivel nacional el turismo se convirtió en una política de estado<sup>39</sup> lo que implicó que tomara mayor envergadura.

Así es como en el año 2006 el Ministerio de Turismo de la Nación lanza el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2006-2016, que tiene como misión *“Guiar las acciones con impacto espacial hacia un crecimiento equilibrado, integrado, sustentable y socialmente justo del territorio argentino y construir*

---

**38 El Programa Social Agropecuario** depende del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca. Es una propuesta de promoción dirigida a los pequeños productores. Algunos de los objetivos son: Generar un espacio de participación que facilite la organización de los productores minifundistas, a los efectos que puedan asumir su propia representación y desarrollar su capacidad de gestión. Promover la participación organizada de los pequeños productores en las decisiones políticas, programas y proyectos a nivel local, provincial y nacional.

<sup>39</sup> Se entiende por política de estado, aquellas políticas que forman parte de las estrategias centrales de un país. Son políticas que no varían a pesar de la ideología política



*mecanismos de intervención más adecuados para aprovechar las oportunidades de desarrollo”*

Con una mirada más social que empresarial, el turismo cobra una nueva importancia en la Argentina. Es bajo este plan donde surge el ya desarrollado proyecto Red Argentina de Turismo Rural Comunitario<sup>40</sup>.

Mientras que a nivel provincial, Salta experimento en los últimos 4 años un índice de turistas importantes, esto fue uno de los orígenes por los cuales se ha creado en la provincia el Ministerio de Turismo y se ha puesto en marcha un plan de desarrollo turístico sustentable, denominado Plan de viajes & Turismo Salta 2005-2015.

En cuanto a la cantidad de turistas recibidos, las cifras del 2010 fueron mucho más propicias que en el 2009.

La tasa de ocupación registrada en los últimos 4 años arrojan los siguientes porcentajes:

2007 un 57%, 2008- 58%; 2009 con 47% y el 2010 con el 58%. La totalidad de arribos en la provincia de Salta fueron de 1480906 de turistas.

En cuanto a la procedencia de los turistas, a nivel nacional el mayor ingreso proviene del sector norte, mientras que lo referido a turistas extranjeros, los países europeos están ubicados en el primer puesto.

Un dato relevante para la investigación, es la fidelización de los turistas en las localidades de San Carlos y Cafayate con un 79.5% y un 56.7% respectivamente<sup>41</sup>, debido a que es entre estas dos localidades donde se encuentra la mayor cantidad de comunidades que integran la Red de Turismo Campesino.

Una vez desarrollado el contexto social, económico y turístico donde se desarrolla la RTC, en el Capítulo siguiente se relatarán los inicios

## **6.2 Organización de la Red de Turismo Rural Campesino**

### **6.2.1 Inicios de la Red de Turismo Campesino**

La Red de Turismo Campesino surge como un emprendimiento territorial de base comunitaria, fruto de la organización de familias pertenecientes a comunidades residentes en la región de Valles Calchaquíes. Esta región, ha sido el centro de desarrollo de pueblos nativos, siendo el mas reciente y conocido el Diaguita Calchaquí, cultura originaria de la que descienden las familias y comunidades campesinas

Como ya se desarrolló, la gran mayoría de los productores de la región combinan la producción agropecuaria en sus parcelas con el trabajo asalariado extra predial.

---

<sup>40</sup> Desarrollado en el Capítulo 3 de la investigación

<sup>41</sup> Todos los datos estadísticos fueron extruidos del informe anual del año 2010 realizado por el Programa de Estadísticas del Ministerio de Turismo de Salta  
<http://turismo.salta.gov.ar/images/uploads/informeestadistico2010.pdf>



Históricamente, los grandes productores latifundistas, dada su dimensión y poder de negociación, han generado vínculos de sumisión y subordinación a los pequeños productores, imponiéndoles precios bajos a sus productos y condiciones de intercambio desfavorables.

Los procesos de concentración de la economía y de globalización, así como las políticas neoliberales implementadas por el gobierno y el avance de la agricultura a gran escala, produjeron el deterioro de las condiciones de vida de estas comunidades, comprometiendo la subsistencia de gran parte de las familias rurales de la región. Ante esta situación, las familias de la zona se encontraron con la necesidad de generar nuevos emprendimientos.

En este proceso de búsqueda, las familias de diferentes comunidades comenzaron a relacionarse entre sí, a través de encuentros informales y reuniones organizadas, comprendiendo que tenían “necesidades compartidas”. Como un primer paso hacia la resolución de estos problemas, ante el vacío que dejaba la acción estatal, decidieron institucionalizar estas reuniones y darle un carácter más organizativo. Así, conformaron lo que se llamó en el año 2002 el “Encuentro Zonal”.

Al respecto, Ramiro Ragno comenta en la entrevista **“Las comunidades ya tenían el Encuentro Zonal, éste era el espacio organizativo de mayor jerarquía. Ese Encuentro Zonal tiene el espíritu de pelear por el sector, para abordar temas de agua para riego, comercialización del producto, acceso a la tierra, asesoramiento de lugares de venta [...]”** (ver más información en Anexos Encuestas y Entrevistas)

El Encuentro Zonal se transforma así en un espacio organizativo territorial e inter-comunitario cuyos objetivos fueron y son:

- Adquirir información cívica y ciudadana, profundizando en los derechos humanos en general y particular.
- Aprender la legislación laboral (deberes, derechos de empleadores y empleados)
- Regularización de la tenencia de tierras
- Búsqueda de asistencia técnica específica
- Búsqueda de nuevos emprendimientos comerciales que conjugue los productos agropecuarios y las artesanías.
- Mejorar las producciones tradicionales
- Acceso a financiamiento para realizar obras de infraestructura y equipamiento comunitario
- Solicitar mejoras de caminos y construcción de defensas contra las crecidas de los ríos.

A partir de esta organización, el Encuentro zonal obtuvo el apoyo institucional de PSA-PROINDER Salta<sup>42</sup> y el INTA Cayafate-San Carlos<sup>43</sup>. En el año 2004, 12 de estas comunidades rurales deciden desarrollar un emprendimiento

---

<sup>42</sup> PSA: Programa Social Agropecuario. PROINDER: Proyecto de Desarrollo de Pequeños Productores Agropecuarios, ambos dependientes del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

<sup>43</sup> Agencia de Extensión Rural Cafayate del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria



turístico en ámbitos rurales, independiente y basado en los principios del *comercio justo*<sup>44</sup>. Esta idea surge cuando toman conciencia del gran valor paisajístico-ambiental en el que viven las comunidades, sumando la cercanía a algunos centros turísticos convencionales, sobre todo el pueblo de Cafayate.

**“ [...] como una de las patas del Encuentro Zonal surge el tema de abordar el tema del turismo, sin saber exactamente que hacer, ahí es donde comienzo a trabajar yo. Y la opción era o cada una de las doce comunidades ofrecen su propuesta turística y compiten entre sí y esto no funciona o se trabaja todos juntos [...] Si ya hay un espíritu asociativo con el Encuentro Zonal, sigamos con ese espíritu. Se conforma así un encuentro zonal en turismo, y a los dos años nace el concepto de red. El nombre “Red” lo pongo yo por que sentía que era una red de comunidades de familias. Y lo de turismo campesino surge de charlar entre todos, esto nace en el año 2004. El nombre final de Red de Turismo Campesino nace en el 2006 hasta entonces solo era el Encuentro Zonal de Turismo” (Ragno, Ramiro)**

**Frías, el presidente de la RTC agrega “En Encuentro Zonal dirige una nota en ese momento al PSA para solicitar apoyo desde lo técnico para trabajar el turismo, y este PSA nos envía a Ramiro como un posible técnico para trabajarlo. De ahí se armó un brazo de este Encuentro Zonal llamada la Red de Turismo Campesino, en ese momento no tenía nombre, la convocatoria tenía más de 100 personas. Que iban en búsqueda de proyectos, de ver de donde agarrar una oportunidad y el trabajo de la Red en ese momento se fue gestando y armando en buscar estrategias de cómo contener a la gente y filtrar a la gente. Buscábamos que fuera un proyecto de vida, que tenga un impacto importante en nuestras comunidades nunca pensando que esto podía repercutir. Al poco tiempo nos dimos cuenta que esto tenía un impacto más fuerte y bueno, a partir del año 2004 se inician las reuniones de dos o tres días aproximadamente durante más o menos tres años”**

Así nace entonces, la Red de Turismo Campesino, como un desprendimiento de ese espacio de organización comunitaria, dedicada al área del turismo y actuando como catalizadora de las demandas propias del sector campesino local. Fueron las mismas comunidades quienes desarrollaron las bases del emprendimiento, gestando un producto con el que se insertaría en la oferta turística de la región.

A partir de la convocatoria abierta a todas las familias interesadas de la zona, comenzó a funcionar lo que sería más adelante la RTC, una organización de autogestión y participación. Fue en el ámbito de las reuniones, como en las asambleas, talleres y capacitaciones que se comenzó con el trabajo para dar

---

<sup>44</sup> El *comercio justo* es una forma alternativa de comercio que promueve una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores. Algunos de los principios en los que se basa son: trabajo bajo la forma de cooperativas u organizaciones voluntarias democráticas; igualdad entre hombres y mujeres; trabajar con dignidad respetando los derechos humanos; el precio que se paga por los productos o servicios permite condiciones de vida dignas; se valora la calidad y la producción ecológica; respeto al medio ambiente; se busca la manera de evitar intermediarios entre productores y consumidores;



forma al proyecto, discutir e informarse sobre la temática, los beneficios y controversias que el turismo podía generar en zonas rurales. El resultado fue un grupo de más de 50 familias campesinas de la región interesadas en trabajar de manera directa e indirecta en la actividad, todas provenientes de las comunidades y alrededores de los pueblos de San Carlos, Animaná, Angastaco y Cafayate.

Esta iniciativa motivo en el seno de las comunidades una tarea de recuperación de la historia local, la búsqueda de una identidad compartida entre ancianos y jóvenes, y el rescate del trabajo comunitario. Este proceso, además permitió una puesta en valor de sus expresiones culturales como la arquitectura tradicional, la gastronomía y algunas festividades. También logró la valoración de sitios arqueológicos, generando respeto y responsabilidades por parte de sus comunidades se cara a su protección y conservación. Sumando a esto, se valoriza el rol de la mujer entendiéndola como destinataria de la cultura viva y de cohesión social. Todas estas acciones buscan colaborar para mitigar la pobreza y la migración.<sup>45</sup>

Los aspectos anteriormente mencionados traen a colación los aportes que trae aparejado para las comunidades la implementación del turismo rural comunitario, los mismos fueron desarrollados y analizados en el Capítulo 3.

La RTC ha dispuesto propósitos específicos, que apuntan a satisfacer las necesidades compartidas de los miembros de la RTC como también de la población local donde está se encuentra inmersa.

Los propósitos son:

∂ Respecto a la infraestructura y servicios:

- Obtener recursos y apoyo para la realización y/o mejoras de obras básicas comunitarias de agua potable, saneamiento, electricidad, agua de riego, y/o comunicación.
- Obtener mejoras integrales en los servicios de salud, educación y vivienda para la totalidad de las familias campesinas de la región.
- Obtener mejoras para la elaboración y venta de artesanías (refacción de talleres, tornos y hornos para ceramistas, entre otros)

∂ Respecto a la organización comunitaria:

- Constituir una cooperativa de productores agropecuarios, artesanos y de turismo rural comunitario.
- Alcanzar la formalización y el reconocimiento gubernamental de la RTC como una organización de base comunitaria y como prestadora de turismo alternativo rural.

---

<sup>45</sup> Más detalles de esta información pueden ser apreciados en las entrevistas realizadas a los miembros de las comunidades en el Anexo “Encuestas y Entrevistas”. Algunos de los fragmentos pueden ser encontrados en el Capítulo 5 de la investigación, en el apartado análisis de las entrevistas.



- Facilitar la participación y distribución de los ingresos entre todas las familias involucradas.
- Elaborar un reglamento operativo interno común
- Elaborar y obtener capacitaciones específicas para los miembros de la RTC

∂ Respecto del emprendimiento turístico:

- Garantizar la buena atención
- Respetar la capacidad de carga turística establecida (se estimo que la capacidad máxima potencial por casa fuese de 6 personas pero por el momento la mayoría ofrece dos)
- Elaborar un código ético de conducta propio destinado al viajero responsable (el mismo se puede observar en el Capítulo Anexo)
- Obtener mejoras en la infraestructura turística de las familias de la RTC, viviendas, talleres.
- Elaborar participativamente el material de difusión y comunicación.
- Organizar y/o participar en eventos de promoción y búsqueda de contactos a nivel regional, nacional e internacional.
- Adquirir equipamiento nuevo para la oferta de mejores servicios turísticos (camas, colchones, ropa de cama y baño, vajilla, manteles, cortinas, cocinas, estufas, calefones, etc)

Es importante destacar que los propósitos que la RTC se planteo poco a poco se comenzaron a cumplir: **“Hemos trabajado con fondos de la Embajada de Suiza, hemos hecho algunas redes de agua potable con contraparte de mano de obra de la comunidad. Esa fue una obra clave que muestra lo comunitario, una comunidad como el Divisadero a 5 km de Cafayate uno de los lugares más importantes del turismo de la provincia, están sin luz y sin agua. Entonces que visión tiene del turismo la comunidad, de rechazo. Entonces cuando nosotros fuimos a trabajar turismo con la comunidad, esta obra de red de agua potable fue para las 25 de las 33 familias, no se pudo llegar a todas por una cuestión geográfica ya que es zona de montañas. Pero a pesar de ser solo 6 familias integrantes de la Red la obra beneficio a todos. La imagen de turismo de esa comunidad cambio, pero con un turismo responsable, respetuoso que busca integrar mas alla de todo lo que sea el desarrollo turístico. Y eso es un claro análisis de la Red de Turismo Campesino, el logro que se creó no solo desde lo social sino también desde lo económico”** (Frías, Javier)

Fue recién en el año 2007, cuando la RTC comenzó a recibir a los primeros viajeros, mas precisamente durante el mes de enero, a pesar de algunas limitaciones de equipamiento, resulto una experiencia muy positiva como prueba piloto.

Desde sus comienzos, hasta actualidad ya han pasado mas de 300 viajeros con una estadía promedio de 5-6 días. Y es destacable, que muchos de los turistas han regresado al menos una vez a visitar la red.

Fueron las reuniones periódicas, la comunicación entre sus miembros, los talleres y las capacitaciones, sumados a la tarea realizada por el técnico asesor



de la red, los que viabilizaron un proceso de reconstrucción de los lazos sociales.

Sobre este contexto, y luego de un intenso trabajo de organización es que la RTC pasó a formar parte del sistema turístico siendo reconocido por parte de algunas organizaciones y redes de turismo comunitario de la región y por organismos públicos que trabajan en la temática. Entre algunos de ellos se encuentra la Redturs, el INTA, el CONICET<sup>46</sup> y diferentes blogs de turismo especializados que destacan a la Red como un proyecto asociativo destacable.

Una avance muy importante, y a destacar es que en el año 2008 la RTC decide organizarse y constituirse formalmente como una cooperativa de productores agropecuarios, artesanos y de turismo rural comunitario<sup>47</sup> (más información en el Capítulo Marco Teórico y en el Capítulo Anexo) creando la cooperativa de Agroturismo “Red de Turismo Campesino” Ltda, la cual cuenta con una matrícula registrada en el INAES<sup>48</sup>. Este hecho, le ha permitido iniciar un proceso de intenso trabajo como el objetivo de ser reconocida como legalmente y así mejorar su integración al sistema.

### **6.2.2 Organización interna**

La RTC desde su nacimiento se organiza mediante la ejecución de Asambleas zonales mensuales. Participan de ellas todas las familias miembro, acompañadas por una Comisión Coordinadora local. Además, en cada comunidad se realizan reuniones informativas por medio de sus delegados.

Todos los integrantes de RTC, decidieron mediante estas Asambleas abiertas, delegar autoridad y responsabilidad a una Comisión Coordinadora; quedando el desarrollo de reuniones, la ejecución de acciones y la toma de decisiones registradas en el libro de Actas creado a tal fin.

Es, la Asamblea Zonal de la RTC, la máxima autoridad regida por el Reglamento Operativo Interno, siguiendo en jerarquía la Comisión Coordinadora, elegida en Asamblea de manera democrática y por votación. Es decir, todas las tareas, deberes y derechos de las familias miembros están regulados por este Reglamento. La Comisión coordinadora esta formada por un presidente, un vicepresidente, secretaria, tesorero, protesorero, tres vocales y un órgano de fiscalización compuesto por dos personas; sumando a estos el técnico asesor, que acompaña pero sin voto. La duración de cada cargo es de dos años y pueden ser reelegidos.

---

<sup>46</sup> Redturs: Red de Turismo Comunitario de América Latina.

INTA: Instituto Nacional de Tecnología agropecuaria

CONICET: Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas.

<sup>47</sup> Más información relacionada al concepto de cooperativa en el Marco Teórico y en el Capítulo Anexo

<sup>48</sup> El Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social: es un organismo dependiente del Ministerio de Desarrollo de la Nación, que ejerce las funciones que le competen al Estado en materia de promoción, desarrollo y control de la acción cooperativa y mutual.



Las funciones de la Comisión Coordinadora son:

- Cumplir y hacer cumplir el Reglamento operativo interno de la red.
- Coordinar el temario, las actas y garantizar la opinión y participación de todos en las Asambleas.
- Intervenir en caso de faltas, reclamos, o demandas de las familias, comunidades y turistas en los casos en que así establezca el Reglamento.
- Coordinar y supervisar en manejo del equipamiento común de la RTC.

Los fondos de la RTC son administrados y rendidos debidamente en Asambleas por su Tesorero. También, existe un equipo encargado de la comunicación y las relaciones institucionales de la RTC.

### **6. 2.3 Requisitos para ser miembros de RTC**

Para integrarse a la RTC y ser prestador, las familias deberán estar inscriptas y habilitadas en el Registro de Servicios de la RTC. Este registro podrá y deberá ser presentado ante las autoridades municipales, provinciales y nacionales que así lo exijan. Por ello, esta condición es obligatoria y excluyente.

La habilitación interna de la RTC implica la aprobación de ciertas exigencias y el cumplimiento de determinados requisitos previos, como la asistencia al 70% de reuniones y Asambleas de la RTC por el periodo de un año, cumpliendo también con el Reglamento Interno de la red.

A su vez, los interesados en prestar alojamiento deberán ser, en primer lugar, de zonas rurales; segundo, poseer el título de sus tierras, el juicio o la intención de adquirir el título por posesión veintañal, o en su defecto, un comodato a largo plazo por sus tierras; tercero, aprobar las inspecciones de la Comisión Coordinadora de la RTC; cuarto, contar con un libro de huéspedes y libro de opiniones; quinto, ser personas abiertas a recibir capacitaciones.

Al respecto, en la entrevista Frías, Javier acota **“los requisitos para ser miembro, en principio vivir en zonas rurales no en cascos urbanos como son Cafayate o San Carlos. Solo se acepta personas del ámbito urbano que realicen artesanías, porque lo que buscamos es que el pasajero comparta la vida cotidiana del campo, este en alojamientos campesinos, coseche uvas [...]”**

Los miembros que deciden prestar alojamiento deben aprobar las inspecciones de Comisión Coordinadora, contar con certificaciones de Salud, Plan de Vacunación de animales de cría y domésticos y análisis bromatológicos de los alimentos.

Los guías turísticos de la RTC deberán ser miembros de una familia nativa local con residencia permanente en la zona, y miembro de la RTC; poseer mayoría de edad (mas de 18 años), ser una persona motivada a capacitarse,



participar y aprobar los cursos específicos establecidos por la RTC (primeros auxilios, seguridad en montaña, arqueología y patrimonio cultural).

En cuanto a los artesanos, sus productos deberán ser elaborados según las tradiciones, con materiales de la zona y/o diseños que valoren e impulsen la creatividad y la cultura local.

Los productores regionales, deberán elaborar sus productos sin procesos industriales, en el lugar de residencia y por mano de las familias anfitrionas dispuestas a realizarlos, habiendo cumplido con los requisitos para ser miembro de la red.

#### **6.2.4 Capacitaciones de la Red de Turismo Campesino**

Los miembros que integran la RTC recibieron desde sus comienzos diferentes capacitaciones que les permitieron llevar adelante la actividad turística. Las mismas fueron brindadas por diferentes asociaciones y organismos de gobierno entre ellos se encuentran: Ministerio de Turismo de Salta, Ministerio de Turismo de la Nación, entre otros.

Previamente a cada capacitación, la comisión coordinadora se junta con el asesor técnico y los capacitadores para marcarle el sentido y los lineamientos de las mismas.

Las primeras capacitaciones que se recibieron fueron vinculadas al área de seguridad y sanidad, específicamente de primeros auxilios. Esta fue indispensable y sumamente importante para las comunidades. La gran mayoría de casas de familias no se encuentran cerca de los hospitales ni de salas de atención de emergencia. Los centros de sanidad se encuentran en los pueblos cabecera y ante situaciones de emergencia tener los conocimientos para poder operar correctamente resultaba sumamente útil. No solo era necesario como medio de prevención hacia la llegada de los turistas sino para los mismos miembros de la comunidad. Se trabajaron temas tales como: tratamiento de esguinces, atragantamientos, quemaduras, hasta la colocación de inyecciones tales como el decadron. Se lograron comprar para cada comunidad un botiquín sanitario que cuenta con todos los elementos indispensables.

**“En ese tema trabajaron mucho. Se compraron botiquines, cada comunidad tiene su botiquín sanitario, desde cuello ortopédico, tablillas para esguince, hicimos prácticas hasta para inyectar un decadrón porque no solo se puede salvar la vida de un turista sino también de un hijo, entonces es desde ahí donde abordamos los temas” (Ramiro Ragno, mas información Anexo entrevistas y encuestas)**

Otros temas que se trabajaron fueron el Patrimonio Cultural y Arqueológico, de gran utilidad para aquellos miembros que deseaban brindar servicios de guiadas. Se trabajaron temas como armados de circuitos, conservación del patrimonio natural y cultural.



En cuanto a lo referido a la gastronomía, recibieron capacitaciones sobre la preparación de dulces y la conservación de los mismos, la fabricación de quesos, y la mejor forma de conservar los vinos y envasarlos. Además se brindo un curso sobre bromatología de alimentos.

Para aquellos que deseaban ofrecer alojamiento, o quienes quisieran participar se les explico como preparar las habitaciones, los baños y en que condiciones higiénicas debían encontrarse los hogares antes de la llegada de los turistas.

Temas tales como marketing de servicios y productos, tejidos en telar, legislación turística fueron otros de los tópicos que se trataron.

Fueron alrededor de 12 las capacitaciones que recibieron los miembros de la RTC desde su constitución hasta la actualidad. Estas fueron pensadas no solo para contribuir en aspectos relacionados a lo turístico sino más bien a la comunidad en general, desde ese ámbito abordaron los temas.

Los mismos miembros de la Red, en un 80% (dato extraído de las encuestas) siguen solicitando recibir mas capacitaciones y cursos ya que están interesados en mejorar día a día. Esto demuestra el grado de interés que el proyecto género para todos los integrantes de la RTC.

Al respecto de las capacitaciones Frías agrega **“Cuando digo que empezamos a trabajar tres años antes de empezar a recibir turismo, es porque fueron tres años de teorías no solamente para aprender teoría sino también para filtrar aquel que no tenía muy en claro que esto era un proyecto de vida, que queríamos trabajar en turismo. Recién después de todas las capacitaciones empezamos a hablar del financiamiento, por eso recién desde el 2004 al 2006 hemos tenido años de trabajo, de charlas, solo de charlas de reuniones y de muchos días. Nos amontonábamos, nos juntábamos en el camping. Las primeras capacitaciones fueron varias, y siempre hemos tenido en claro que el objetivo no era ir por la plata, era armar un emprendimiento porque después la plata viene sola”**

Otro de los entrevistados comentó **“Estar permanentemente capacitándonos nos va a servir para ir grabando y recordando lo aprendido y para no olvidarnos. Se aprende mucho en la práctica pero también es importante tener la teoría”**



# **Capítulo 7**

## **Las dimensiones genéricas del turismo rural comunitario aplicadas a la Red de Turismo Campesino**



## **Capítulo 7: Las dimensiones genéricas del turismo rural comunitario aplicadas a la Red de Turismo Campesino**

### **7. Dimensión económica, social, cultural y ambiental**

Como se expuso previamente en el Marco Teórico, Carlos Maldonado en su trabajo “Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario” desarrollo cuatro dimensiones genéricas en turismo que se pueden dividir en: Económicas, sociales, culturales y ambientales, estas a su vez presentan diferentes variables que permiten determinar y comprender el grado de éxito o fracaso de un proyecto turístico.

Para una mejor interpretación y análisis de las mismas se elaboró un cuadro donde se trabajan todas ellas, se indica si son aplicadas o no dentro de la RTC y de qué manera son llevadas a cabo.



### 7.1.1 Dimensión económica

Dimensión económica				
		SI	NO	¿Cómo?
		Se han generado nuevas actividades y fortalecido y diversificado otras...	Servicios de alojamiento, alimentación, guiado e interpretación turística	X
	Transporte terrestre, fluvial, lacustre o marítimo		X	No se aplica dentro de la comunidad
	Servicios culturales y artísticos, como música, danza, pintura, escultura		X	No se aplica dentro de la comunidad
	Criadero de peces, ganado menor		X	No se aplica dentro de la comunidad. Si bien algunas de las comunidades se dedican al criadero de ganado menor, el ingreso a la Red de Turismo Campesino no le ha aportado ningún beneficio en cuanto a la actividad.
	Elaboración de lácteos: mantequilla, quesos y yogures.	X		Mediante los cursos y capacitaciones recibidas muchos integrantes de la comunidad han diversificado sus tareas utilizando sus producciones para la fabricación de quesos, dulces y jugos. Otros han mejorado la calidad de los mismos mediante los conocimientos obtenidos sobre la conservación de
	Cultivo de frutas, elaboración de jugos, mermeladas, y fruta	X		



	deshidratada			<p>los productos. Además los miembros de la RTC cuentan con nuevas oportunidades de venta de sus productos, ya que participan conjuntamente en ferias y exposiciones. Este año han estado por ejemplo en la feria artesanal de San Carlos y en una de las fiestas mas reconocidas en la región denominada “La Serenata” en Cafayate.</p> <p>Los productos fabricados por los miembros son expuestos en la oficina central que posee la Red en San Carlos.</p>
	Siembra de fibras vegetales para la confección de artesanías		X	No se aplica dentro de la comunidad
	Nuevos productos artesanales	X		<p>Al haberse diversificado los lugares para poder comercializar, se ha ampliado la venta de productos artesanales creando mayores opciones.</p> <p>Esto ha servido para que los artesanos comiencen a crear nuevos productos: Dulces, vinos, tejidos, artesanías en madera. Además, aquellas mujeres miembro de la Red que se dedican a la fabricación de tejidos han sido beneficiadas con nuevos telares para mejorar sus producciones.</p>
	Artículos con productos reciclados, de madera, papel, etc	X		<p>Hay artesanos que se dedican especialmente al trabajo de madera. Estos han confeccionado los carteles que cada miembro de la Red tiene en la entrada de sus hogares donde identifica el nombre de la familia, así como también aquellos carteles señalizadores. (Fotos se encuentran al final del Capítulo)</p>



Oportunidades de incremento y diversificación de las fuentes de ingreso, permanentes o estacionales, inducidas por la actividad turística	X	Debido a la implementación del turismo las comunidades comenzaron a realizar nuevas actividades que les han generado nuevos ingresos (caso alojamiento, preparación de dulces, vinos, quesos), así como también han ampliado el mercado de venta de los productos que ya elaboraban a través de las ferias, los eventos y la oficina central
Compra de productos y servicios provenientes de la economía familiar, comunitaria o local para el funcionamiento del negocio	X	Se aplica más que nada a aquellas familias que ofrecen servicios de gastronomía, las cuales utilizan para la elaboración de las comidas productos que ellos mismos cultivan. También se aplica a quienes realizan los dulces y mermeladas, generalmente elaborados con frutas de estación.
Inversión inicial estimada en infraestructura, instalaciones y equipo turístico; principales activos fijos (alojamiento, restauración, transporte, apertura de senderos) y fuentes de financiamiento	X	Desde los comienzos la RTC ha ido trabajando sobre la mejora de la infraestructura tanto en las viviendas de los miembros (suplantación de letrinas por baños, mejora de los pisos, paredes y equipamiento interno) como en caminos, puentes, redes de agua. El financiamiento se ha conseguido a través de diferentes medios: La Embajada de Suiza colaboró con fondos para la construcción de la Red de agua del Divisadero, el Programa de Pequeñas Donaciones del Fondo para el medioambiente mundial, que aporta tanto dinero en efectivo como especies para equipamiento, cartelería, capacitaciones.
Se ha potenciado el desarrollo económico local, mejorando las finanzas de la comunidad, del pueblo o del municipio en los que se desenvuelve la actividad turística	X	Las familias que pertenecen a la Red han diversificado sus ingresos mediante la actividad turística al comenzar a realizar nuevas actividades ya descritas: alojamiento, gastronomía, artesanías, guiados. Así como también han contribuido a generar obras para el beneficio de la comunidad entera una de las más importantes



			fue la construcción de la red de agua en la comunidad del Divisadero. (más información en el Capítulo Anexo: Artículo Red de agua Divisadero)
Inversiones en nuevos proyectos productivos familiares o comunitarios resultante de los beneficios del turismo: creación de un eventual fondo comunitario para crédito productivo	X		Se creó un fondo rotativo utilizado especialmente por los productores, el mismo sirve para la compra de materiales necesario como ser: frascos para dulces, botellas para los vinos (más información en la entrevista realizada al presidente de la Red la misma se encuentra en “Anexo Encuestas y Entrevistas”)
Principios y mecanismos que regulan la distribución interna de los ingresos derivados de turismo, por los servicios brindados por las familias o la comunidad.	X		La RTC tiene un mecanismo interno de rotación que permite que se beneficien todos los participantes, actualmente la Red se encuentra operando a un 40/50% debido a que no todas las familias se encuentran preparadas para recibir turistas, en el caso de alojamiento se observan algunas disparidades de acuerdo a los ingresos obtenidos, esto se debe a que al ser una actividad alternativa, algunas familias priorizan en determinadas épocas del año la producción campesina. En cuanto a los artesanos, se observa que los que obtienen mayores ingresos son aquellos que contribuyen y presentan sus productos en la oficina ubicada en San Carlos, debido a que los mismos son quienes tienen la prioridad de participar en el recuerdo artesanal (más información en la entrevista realizada al técnico de la Red en “Anexos Encuestas y Entrevistas”)



Capacidad de gestión comunitaria para el manejo eficiente de las empresas familiares y/o comunitarias: disponibilidad de recursos humanos capacitados en temas de administración de negocios.	X		La Red de turismo Campesino cuenta con un Presidente, Vicepresidente y Tesorero, cada uno de ellos con sus tareas claramente delimitadas. En lo que respecta al contador, el mismo es contratado, no es miembro de la Red.
¿Existen instrumentos de gestión: registros contables, plan operativo, inversiones y amortizaciones?	X		La RTC tiene como parte integrante de la comisión un tesorero que se encarga de administrar el dinero de la comunidad. En la actualidad al ser una cooperativa disponen también de un contador
¿Existen instancias y mecanismos de supervisión, control y evaluación que permiten apreciar periódicamente el desempeño económico del negocio turístico, incluyendo auditorías externas?	X		Hace aproximadamente dos años que la Red es Cooperativa (entregado por el INAES) por lo consiguiente realizan reuniones formales en las que se presentan el balance, aprobado por la Escuela de Contadores de la Provincia y también existe la figura del síndico, que es quien tiene derecho a pedirle al presidente cuando crea necesario cualquier clase de información, el mismo opera como un auditor.



Dimensión social			
	SI	NO	¿Cómo?
Se han capacitado recursos humanos en las áreas técnicas- operativas para el ejercicio de las nuevas ocupaciones.	X		Se ha generado un puesto en el área de atención de la oficina de San Carlos que requiere el uso de la computadora. Para esto se han capacitado a los interesados en el manejo de los equipos, en el uso de Internet y en otras tareas administrativas necesarias para llevar a cabo la atención de una oficina. Los encargados de estas tareas mantienen generalmente su puesto por dos años, tiempo estimado por las comunidades para beneficiar el sistema de rotación. Finalizado ese tiempo el miembro de la Red que quiera puede ocupar ese puesto previa capacitación del miembro anterior.
La distribución del ingreso en el seno de la comunidad se orienta a satisfacer necesidades sociales, que son atendidas gracias a la creación de fondos comunitarios	X		Se creó un fondo comunitario, el dinero para el mismo proviene de un % del precio que se paga por el paquete turístico. Este dinero está destinado a contribuir con las necesidades que tiene la Red. En la actualidad el fondo es utilizado para cubrir los gastos operativos que tiene la misma.
Los talleres de capacitación para guías turísticos y en temas de educación ambiental, calidad de prestaciones, etc han significado nuevas oportunidades para los jóvenes.		X	No se aplica. Debido a que la mayoría de los jóvenes deciden emigrar hacia las ciudades para estudiar y los que se deciden quedar en la comunidad (mayormente hombres) continúan



¿La diversificación de fuentes de ingreso ha logrado atenuar los procesos migratorios de los jóvenes o adultos de la comunidad?		X	con los trabajos en el campo como los padres.
Se han establecido alianzas con empresas privadas, ONG, organismos públicos y académicos, lo cual ha requerido esfuerzos para coordinar, supervisar y dar cumplimiento de los convenios.	X		Las alianzas establecidas fueron descritas en la dimensión económica. La RTC ha trabajado con ONG, Embajadas, Programas de Donaciones, y con los municipios de San Carlos mayormente y con el Ministerio de Turismo de Salta y de la Nación. Así como también se ha trabajado con el Programa Social Agropecuario y con el INTA-Salta.
¿Se han incorporado, aplicado y evaluado las estrategias de equidad de género encaminadas a brindar igualdad de oportunidades en la participación, toma de decisiones en acceso y control de recursos en iniciativas vinculadas al turismo?	X		El 80% de las integrantes en la Red son mujeres por lo que el tema de la equidad de género no es un problema dentro de la Red. Incluso la vicepresidente en la actualidad es una mujer.
¿Han incidido las actividades turísticas en la cohesión social de la comunidad, fortaleciendo o debilitando las instancias de autogobierno, las formas democráticas de representación, participación y adopción de decisiones?	X		La actividad turística ha fortalecido en varios aspectos a la red, debido que uno de los temas que comenzaron a tratar es la identidad. Además, todas las decisiones se deciden y votan en la Asamblea que realiza periódicamente la Red.
¿Han sido valorado el capital social de la comunidad: prácticas y formas de organización que generan confianza, cooperación, y eficiencia productiva; conocimientos colectivos aplicados a la gestión del territorio, a la conservación y aprovechamiento de la biodiversidad?	X		Antes de comenzar a trabajar con turismo, las comunidades han estado 3 años trabajando no solamente en temas de infraestructura y capacitaciones sino que también se ha trabajado sobre el tema de la confianza y se han realizado charlas y reuniones para lograr una integración



### 7.1.3 Dimensión cultural

Dimensión cultural			
	SI	NO	¿Cómo?
¿Las actividades turísticas rescatan, valoran y potencian manifestaciones propias de la cultura indígena o campesino: artesanías, celebraciones festivas, música, danza, atuendos, juegos, ritos?	X		El tema de la identidad fue muy trabajado por la RTC, se realizaron charlas entre los miembros y los familiares más adultos a fin de poder recuperar tradiciones ancestrales, de revalorizar la historia, las comidas típicas de la región, la familia y los usos y costumbres campesinas que habían quedado olvidado. Estas charlas han logrado una mayor cohesión dentro de la Red ya que permitieron entender que aspectos históricos y actuales los unen como grupo o mejor como comunidad.
¿El diseño del producto turístico incorpora expresiones genuinas de las culturas nativas o se las ha adulterado?	X		El producto turístico que ofrece la Red mantiene vigentes las expresiones de la cultura sobre todo en las festividades, en el culto a la madre tierra, en las épocas de cosecha, las comidas y la forma de concebir la familia.
¿Los servicios de alimentación que se ofrecen al turista valoran la tradición culinaria y los productos locales provenientes de la producción agropecuaria o la pequeña manufactura familiar?	X		Como se describió anteriormente se realizaron charlas con los ancianos integrantes de cada comunidad a fin de recuperar las recetas tradicionales. En lo relacionado a los productos utilizados para su preparación, los alimentos están relacionados a la



			época del año y a la producción familiar.
¿Se reconocen y valoran los conocimientos colectivos tradicionales aplicados a tratamientos preventivos o curativos, encuentros espirituales, etc (plantas medicinales, etc)?		X	No se aplica
¿Algunos valores y costumbres tradicionales han sido relegados por la comunidad, en razón de considerarlos anacrónicos, sin valor o inferiores a los de los visitantes?		X	No se aplica. La actividad como bien se ha mencionado anteriormente ha logrado una mayor cohesión entre los integrantes, además de una revalorización de la cultura misma.
¿Se han acometido acciones encaminadas a difundir la cultura autóctona, a exigir su reconocimiento y respeto por los visitantes, tour operadores, y las autoridades?		X	Se han generado videos que posibilitan difundir mejor la cultura del lugar. Además en los folletos con los que la comunidad se da a conocer destacan muy bien que clase de turista quieren recibir. También se han creado códigos de conducta para que los turistas conozcan y respeten más la vida dentro de la comunidad (el código de conducta se encuentra en el Anexo de la investigación)
¿Los guías turísticos de la comunidad han sido suficientemente formados para asegurar una interpretación cultural de calidad?		X	Los miembros de las comunidades han participado en su mayoría en cursos de capacitación sobre patrimonio y conservación ambiental. También es importante recalcar que las guías son llevadas a cabo por miembros de las comunidades que han nacido y tienen un respeto mayor de la naturaleza, debido a que es un elemento fundamental para su supervivencia.



<p>¿Se ha reflexionado y elaborado en el seno de la comunidad directrices (código ético o de conducta) orientadas a preservar sus valores, costumbres y formas de vida?</p>	<p>X</p>	<p>Se ha elaborado en el seno de la comunidad un código de conducta que se encuentra pegado en las habitaciones donde se especifica que se espera de cada viajero que llega a la Red.</p>
---	----------	---



### 7.1.4 Dimensión ambiental

Dimensión Ambiental			
	SI	No	¿Cómo?
¿La comunidad ha buscado y recibido asesoramiento técnico adecuado y suficiente para asumir el total control y la gestión de los recursos naturales y la biodiversidad que albergan sus territorios?	X		La comunidad ha recibido capacitación sobre el patrimonio y cuidado del medio ambiente. Donde se han trabajado temas tales como el cuidado medioambiental, el uso apropiado de los residuos, Quizás no es suficiente para un control total de la gestión, pero si para un conocimiento mas apropiado. Además el técnico que trabaja con la red es ingeniero en recursos ambientales, factor importante a la hora de hablar de preservación medioambiental.
¿Cuenta la comunidad con un plan estratégico de gestión integral del territorio, incluyendo zonificación, áreas de amortiguamiento, circuitos y senderos alternativos para limitar y controlar los efectos de la carga turística?		X	No se aplica en la comunidad



<p>¿La comunidad ha elaborado y aplica regularmente un plan de monitoreo ambiental con sus respectivos indicadores de tolerancia, mecanismos de alerta temprana y órganos de supervisión. Demostrando así una toma de conciencia de los potenciales efectos nocivos que puede generar el turismo?</p>		X	<p>No se aplica dentro de la comunidad</p>
<p>¿Qué disposiciones ha adoptado la comunidad para prevenir, mitigar o eliminar los impactos negativos de las actividades turísticas en los ecosistemas: deterioro de flora y fauna, contaminación de agua, aire?</p>	X		<p>Se han colocado alrededor de 6 carteles de concientización ambiental y 3 o más cestos de basura son colocados y utilizados en cada una de las doce comunidades.</p>
<p>¿Los materias, técnicas y tecnologías para la construcción de casas, restaurantes, y la realización de las obras de infraestructura son ambientalmente sanos y armónicos?</p>	X		<p>Los materiales utilizados para la construcción son provenientes del mismo entorno de la comunidad, sin por esto ocasionar problemas medioambientales. Las casas en su mayoría están construidas de piedra emboquillada con barro o cemento, los pisos son de piedra, madera, etc. Contemplan la estructura con techos con vigas de madera y el característico cañizo</p>



¿El equipo, las fuentes de energía y combustible para operar instalaciones y activar medios de transporte contemplan economías de uso?		X	No se aplica dentro de la comunidad
¿Realiza la comunidad un adecuado manejo de desechos sólidos, y líquidos, de emanaciones y ruidos, a los efectos de preservar el medio ambiente?		X	No se aplica dentro de la comunidad
¿Existe una estrategia de información, comunicación, y educación por parte de la comunidad para elevar el nivel de conciencia de los miembros?	X		Los miembros de las comunidades poseen un manual de códigos internos donde manifiestan el cuidado del medio ambiente, además los mismos han recibido capacitaciones referidas al cuidado ambiental.
¿Se ha capacitado a los guías nativos debidamente para supervisar y exigir del turista un comportamiento social y ambientalmente responsable?		X	Quienes cumplen con el servicio de guía son personas que han vivido y conocen a su perfección la naturaleza, y tienen por la misma un importante respeto. Así mismo, los encargados de realizar las guías han participado de cursos de capacitación sobre revaporización del patrimonio.



## **7. 2 Conclusión del análisis de las dimensiones**

En cuanto a la **dimensión económica** se puede determinar que la implementación del turismo rural comunitario ha generado y diversificado las actividades que realiza la Red, permitiéndoles a sus miembros obtener nuevas fuentes de ingreso. Entre las actividades que se han generado podemos destacar al alojamiento, la gastronomía, los servicios de guías y las actividades rurales, y venta de productos artesanales.

Han experimentado una mayor diversificación aquellas actividades relacionadas más que nada con la producción, ya que debido a las capacitaciones que han recibido los miembros de las comunidades han logrado diversificar mucho de los productos que anteriormente producían, léase artesanías, tejidos, quesos, dulces, vino, entre otras. Otros han mejorado la calidad de los mismos mediante los conocimientos obtenidos sobre la conservación de los productos.

Los artesanos y productores de vinos y dulces han encontrado en lo que denominan el “recuerdo artesanal”, según lo mencionado en el Capítulo Producto Turístico, una participación directa dentro del servicio que ofrece la Red. Tienen derecho a la participación del mismo, aquellos miembros que se encargan de abastecer de productos en la oficina central ubicada en San Carlos. Se ha establecido que dentro del paquete, los turistas abonen un total de \$40 de “recuerdo artesanal”, de esta forma cada artesano y productor tiene la oportunidad de que sus productos tengan una salida constante y no queden reducidos a la compra opcional por parte del turista. Como se mencionó con anterioridad, la oficina central auspicia no solo como fuente de información para todos aquellos que quieran saber de la Red, sino también como un lugar permanente de venta y promoción de los productos que los miembros fabrican.

Las actividades relacionadas al criadero de peces, ganado menor y siembra de fibras no han obtenido ningún cambio, si bien algunas de las comunidades se dedican al criadero de ganado menor, el ingreso a la Red de Turismo Campesino no le ha aportado ningún beneficio en cuanto a la actividad.

Especialmente aquellas familias dedicadas a brindar el servicio de gastronomía han experimentado en sus producciones familiares un crecimiento debido a que los productos que se ofrecen en su mayoría pertenecen a lo que las mismas familias producen.

En cuanto a lo relacionado con la infraestructura e instalaciones, la RTC ha mejorado ampliamente su entorno. Durante los primeros tres años de desarrollo se han mejorado las casas de familias, los caminos, y se continúa hasta la actualidad. En cuanto al financiamiento han recibido desde donaciones, créditos y subsidios. Esto le ha permitido no solo mejorar el lugar de residencia de cada miembro de la RTC sino también mejoras dentro de las comunidades donde los mismos viven. El caso más concreto es la obra de agua que se llevó a cabo en el Divisadero gracias a una donación de la Embajada de Suiza que favoreció a más de 25 familias que integran la comunidad (solo 6 familias pertenecen a la Red), se ha contribuido además a la mejora de baños de escuelas, de caminos entre otras.



A fin de crear un fondo comunitario para satisfacer las necesidades de la RTC, se ha incluido un porcentaje que se abona a tal fin.

En la actualidad el mismo, permite solventar los gastos operativos que la Red tiene como, mantenimiento de la oficina de turismo de San Carlos, gastos ocasionados en las Asambleas, etc. Además de este fondo existe un fondo rotativo con el que cuentan los productores y artesanos que les permite comprar productos como envases para dulces, botellas de vino, bolsas de embalaje, etc. De esta forma, la compra de productos masiva permite que todos los productores tengan costos de producción más bajos e igualitarios que si cada uno comprara por cuenta propia.

Para que las todas las familias se beneficien por igual, se estableció un sistema de rotación que permite distribuir a los turistas de manera tal que todos queden igualados en cuanto a recepción. El sistema no siempre funciona como es debido ya que al ser la actividad turística complementaria a la economía familiar, en determinadas épocas del año las familias priorizan su atención a la actividad campesina. También, hay que tener en cuenta que la constitución familiar en estas zonas es diferente que a otras zonas del país, en algunos hogares viven generaciones de familias enteras y si alguno de los miembros requiere de atención especial, la familia concentra su atención a estos aspectos.

En cuanto a lo relacionado a la gestión, la RTC cuenta con un presidente, vicepresidente y tesoreros que se encargan de la gestión de los recursos económicos, a su vez cuentan con un contador quien se encuentra por fuera de los miembros de la Red. Es importante destacar que hace dos años que la Red es Cooperativa (entregado por el INAES), la misma realiza reuniones formales en las que el contador presenta el balance general y el estado económico que presenta la Red.

En lo que respecta a estas dimensiones se infiere que la implementación de esta nueva modalidad de turismo ha traído aparejados mas beneficios que perjuicios a las comunidades, si bien todavía es necesario mejorar todo lo referido al sistema de rotación y a aspectos de comercialización. La RTC ha avanzado positivamente y manejado estas variables con buenos resultados.

La diversificación de actividades y la creación de otras, ha traído cambios también en las **dimensiones sociales**, para enfrentar estos nuevos desafíos los miembros de la RTC han recibido durante los primeros años diferentes capacitaciones que les han permitidos conocer y desarrollar nuevas aptitudes. Pero hasta el momento, el interés por esta nueva modalidad de turismo se encuentra reducido a los miembros mayores de las comunidades, especialmente las mujeres. En lo que respecta a los jóvenes siguen eligiendo entre irse a las ciudades a estudiar, trabajar en otros ámbitos o bien quedarse trabajando las tierras, esta última opción sobre todo los hombres. La Red está compuesta en un 80% por mujeres, por lo que la equidad de géneros no representa ningún problema para el desarrollo de la RTC sino más bien todo lo contrario. Esto se debe, a que la mayoría de las mujeres (viudas, madres con hijos grandes o esposas de productores agrícolas) encontraron en la Red un lugar de trabajo e integración que hasta el momento no habían



conocido. Especialmente son éstas las que se encargan de brindar los servicios de alojamiento, gastronomía y guiadas, la mano masculina se puede ver mas que nada en lo referente a la producción de vinos, miel y artesanías en madera, en lo referido al tejido y producción de dulces también se destaca la mano femenina.

La actividad turística ha fortalecido la cohesión social de las comunidades, ya que para poder formar la Red fue muy importante trabajar temas relacionados a la identidad y el trabajo en equipo. Durante los primeros tiempos, los miembros de las comunidades fueron conociendo a las familias de cada uno de los integrantes y de esta forma construyeron lazos que les permitieron generar confianza y seguridad, factores indispensable para esta clase de trabajos.

En lo referido a la satisfacción de las necesidades de los miembros, como bien desarrollamos en la dimensión económica se constituyo un fondo comunitario, que si bien hasta el momento no permite mas que cubrir lo relacionado a gastos administrativos está pensado para que en un futuro pueda contribuir en otros aspectos. Esto va a ser posible lograrlo solo cuando la RTC se encuentra preparada para recibir mayor cantidad de turistas y desarrolle mas técnicas de promoción.

En cuanto a las alianzas, se han constituido fuertes lazos de cooperaciones con ONG y Embajadas, como también con organismos de gobiernos. Fueron los mismos miembros de la Red quienes consiguieron el dinero para la construcción de la red de agua potable, y son ellos mismos quienes realizan los viajes para tratar temas relacionados al financiamiento. De todas formas, es importante destacar que reciben ayuda por parte del técnico quien trabaja constantemente con ellos.

De esto se destaca, que en cuanto a la dimensión social la RTC trabajó y construyó lazos que permitieron el funcionamiento de la misma a lo largo de estos años y continúa haciéndolo.

En lo que respecta a la **dimensión cultural**, la actividad turística ha logrado concientizar a todos los miembros de las comunidades integrantes de la RTC que comparten un pasado común, ya que la mayoría son de descendencia diaguita. El tema de la identidad, del cual ya hemos hecho referencia, fue en primera instancia uno de los aspectos sobre los que más se trabajo. Reconocer que todos compartían una historia similar permitió aceptarse y verse de una manera diferente. Se trabajó con las personas más adultas aquellos temas relacionados con las recetas tradicionales, artesanías, formas de tejido, etc.

En cuanto a conocimientos tradicionales sobre tratamientos preventivos o curativos, en el caso de la Red de Turismo Campesino (RTC), no son tenidos en cuenta.

El producto que ofrece la RTC mantiene las expresiones nativas de la cultura originaria, los diaguitas calchaquíes tanto en sus formas de expresión, como en sus comidas y formas de producción.



En cuanto a los servicios de alimentación que se ofrecen al turista, hay una especial valorización de las tradiciones culinarias, todas ellas mantienen las recetas ancestrales, y utilizan para su preparación productos provenientes de las mismas huertas o fincas, frutas de estación para los postres y dulces y frutas y verduras de acuerdo a la estación del año donde se encuentren.

En lo que respecta a los guiados, los miembros de las comunidades también han recibido capacitaciones vinculados al patrimonio y conservación ambiental,

Para mantener el respeto por la cultura autóctona se ha creado un código de conducta que se encuentra ubicado en la mayoría de las puertas de las habitaciones de quienes prestan servicios de alojamiento. Los folletos que se entregan en la oficina central de San Carlos destacan también, que clase de actividades y que perfil de turistas desean recibir.

Como se ha podido observar, la dimensión cultural fue tenida en cuenta para armar el producto turístico de la Red. Las comunidades han trabajado durante un largo período aspectos relacionados a la identidad y a las tradiciones ancestrales.

Por último, se desarrolló la **dimensión ambiental**. La comunidad ha recibido como ya se mencionó capacitaciones en lo que respecta a la mayoría de los temas, en el caso de esta dimensión en particular se ha trabajado sobre el patrimonio y el cuidado ambiental pero sin embargo fue el aspecto menos tenido en cuenta de los tres anteriores. Si bien la comunidad en la actualidad no cuenta con un plan estratégico de gestión de territorio, ni de áreas de amortiguamiento si ha trabajado el concepto de capacidad de carga, determinando que la máxima cantidad de turistas que puede recibir una familia son seis.

Al no contar con un plan estratégico de control, la comunidad tampoco elabora y aplica regularmente un plan de monitoreo ambiental. Lo que si realizó la comunidad para mitigar los impactos negativos fue la construcción de carteles cerca de los atractivos naturales a modo informativo, prohibiendo aquellas actividades que dañen el medio ambiente. Y coloco mayor cantidad de cestos de basura a lo largo de todas las comunidades miembro.

En cuanto a los materiales que se utilizan para la construcción de las casas y la realización de obras de infraestructura, los mismos provienen del mismo entorno de la comunidad. La mayoría de las casas poseen cimientos de piedra emboquillada con barro o cemento, los pisos son de piedra, madera o barro y los techos son construidos con vigas de madera y el característico cañizo.

En lo que respecta a las fuentes de energía y el combustible para operar las instalaciones la RTC no contempla las economías de uso, tampoco realiza un adecuado tratamiento de los desechos sólidos y líquidos a efectos de preservar el medio ambiente.

En la actualidad, no existe tampoco, una estrategia de información, comunicación y educación por parte de la comunidad para elevar el nivel de conciencia por parte de los miembros.

Los miembros de la comunidad que son encargados de realizar las guiadas son personas que han vivido y conocen a la perfección la naturaleza y tienen por la misma un importante respecto. De todas formas, como ya lo hemos destacado



cada uno de ellos, han recibido capacitaciones sobre revalorización del patrimonio.



Carteles realizados en madera por los artesanos.

Código de conducta pegado en la puerta de  
Atrás de una de las habitaciones



Letrero construido por los miembros de la Red sobre la construcción de la Red de agua del Divisadero



# **Capítulo 8: Producto turístico. Canales de distribución y de promoción**



## **Capítulo 8: Producto Turístico. Canales de distribución y de promoción**

### **8.1 Producto turístico**

El producto turístico como se mencionó en el Capítulo Marco Teórico está integrado por:

- Los bienes y servicios
- Los recursos
- La infraestructura y equipamiento
- La gestión
- La imagen de marca
- El precio

A continuación se desarrollará como está integrado el producto turístico que ofrece la Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes Sur, considerando los ítems anteriormente mencionados

#### **8.1.1 Bienes y servicios:**

Los mismos se van a dividir entre: alojamiento, gastronomía y actividades.

##### **8.1.1.1 Alojamiento**

La prestación del mismo es mediante reserva vía mail o telefónicamente, tiene que hacerse la reserva con tres semanas de anticipación en la caja de ahorro que posee la RTC en el Banco Nación, la misma se encuentra a nombre de los tesoreros.

Los alojamientos son casas de familias y están regidos por un sistema de rotación obligatorio, cuya función es regular la prestación de manera igualitaria y por turnos, evitando de esta forma una distribución despareja en dicha prestación. Cabe destacar, como ya se desarrolló en las dimensiones económicas que el sistema no siempre funciona como es debido.

Las construcciones responden al tipo rural y son construidas en su mayoría con materiales de la zona, siendo esta una condición excluyente. La mayor parte cuentan con un lugar de esparcimiento y descanso en galerías, patios o bajo la sombra de añejos árboles. Sus cimientos son de piedra emboquillada con barro o cemento y los pisos como en antaño de laja, cemento alisado, piedra, madera, tierra o ladrillo, cal y arena baldoneada o simplemente dejan sus adobes a la vista. Completan su estructura techos con vigas de madera y el característico cañizo cubierto de cal y arena.

Cada casa de familia cuenta con habitaciones aisladas, en pequeñas casas separadas o en habitaciones alejadas de las de la familia permitiéndole al turista tener también su propio espacio de intimidad. Las mismas cuentan con mobiliario de madera con camas individuales o matrimoniales dependiendo del caso y con ropa de cama uniforme. La capacidad mínima es de 2 plazas, y la capacidad máxima es de 6 por casa, sin excepción.



En cuanto a los baños, son construidos con materiales tradicionales pero mejorados en su interior, para conservar la higiene, con cerámicos, baldosas, azulejos y juego de sanitarios completos (inodoro, ducha y lavabo), agua caliente a leña o con termo, una gran minoría, y electricidad (no en todos los casos), cámara séptica y pozo ciego. Cabe destacar que en este punto la Red de Turismo Campesino funciona como vehículo de desarrollo de las comunidades campesinas, y que, el hecho de haber construido un baño de material para cada familia resulta un hecho muy significativo ya que erradicaron las letrinas.



Un dato importante para destacar, es que no todos los prestadores poseen energía eléctrica, por lo que en algunas comunidades utilizan lámparas con combustible o luz a vela, pero si todos gozan de agua potabilizada para el consumo; el agua caliente es a base de calefones a leña o gas envasado.

### 8.1.1.2 Gastronomía

Las familias que ofrecen este servicio cuentan con diferentes entradas, platos principales, sopas y postres; como así también desayuno y meriendas acompañados con dulces, masitas y demás productos regionales que son elaborados por miembros de la Red de Turismo Campesino de manera artesanal. Los desayunos generalmente son mate, mate cocido con leche o te con panes elaborados en hornos de barro con mermeladas o dulces.



Entre las comidas se pueden degustar empanadas, humitas, fideos, guisos, sopas, arroces, etc. De postres generalmente hay frutas o algunos dulces o platos elaborados con los productos de la huerta que la familia posee.



En su mayoría las familias, le ofrecen la posibilidad al turista de preparar las comidas con ellos, des esta forma pueden conocer las recetas y elaborar los alimentos por ellos mismos. Es una muy buena forma de interactuar con las familias y surgen charlas y anécdotas muy interesantes.

También se ofrece degustación de vinos caseros regionales, bebidas con o sin gas.

La vajilla es de diseño rústica y sencilla, hechos por gente del lugar en madera o cerámica.



### 8.1.1.3 Actividades

La Red ofrece jornadas rurales de convivencia con familias campesinas. Las actividades a desarrollar durante la estadía del visitante van a depender de dos factores fundamentales: el primero, la época del año y la segunda las preferencias del turista.

Las actividades que los turistas pueden realizar son:

<p><b><u>Nombre de la actividad:</u></b> Cicloturismo</p>	<p><b><u>Pueblos:</u></b> San Carlos</p>
<p><b><u>Categoría I:</u></b> Esparcimiento ( ) Visitas culturales ( ) Folklóricas ( ) Deportivas ( x ) Actividades programados ( ) Otros ( ) especificar: _____</p>	<p><b><u>Categoría II:</u></b> Al aire libre ( x ) Espacio cubierto ( )</p>
<p><b><u>Naturaleza de la actividad:</u></b> <u>Actitud personal:</u> Turista como protagonista ( x ) Turista como espectador ( ) <u>Forma de realizar la actividad:</u> Actividad individual ( ) Actividad grupal ( x )  <u>Consecuencia espacial:</u> La act. produce concentración ( ) La act. no produce concentración ( x )</p>	<p><b><u>Observaciones Generales:</u></b> La actividad consiste en realizar un paseo en bicicleta con alguno de los miembros de la comunidad. Suele recorrerse el pueblo de San Carlos y el Barrial. En el recorrido se visita la oficina central en San Carlos, a los artesanos que trabajan en la Red, a las teleras, la iglesia y la plaza, y el camping.</p>
<p>Nota: Esta actividad se lleva a cabo en los mismos pueblos que se ofrece el servicio de alojamiento, ya que es allí donde el turista también comerá. Las bicicletas utilizadas son propiedad de los dueños de las casas.</p>	



<p><b><u>Nombre de la actividad:</u></b> Senderismo</p>	<p><b><u>Pueblos:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• San Carlos</li> <li>• Payogastilla</li> <li>• La Merced</li> <li>• Corralito</li> <li>• Las Conchas</li> <li>• El Barrial</li> <li>• San Antonio</li> <li>• El Divisadero</li> </ul> <p>San Luis de Chuscha</p>
<p><b><u>Categoría I:</u></b>          Esparcimiento ( )          Visitas culturales ( )          Folkloricas ( )          Deportivas (x)          Actividades programados ( )          Otros ( ) especificar: _____</p>	<p><b><u>Categoría II:</u></b>          Al aire libre ( x )          Espacio cubierto ( )</p>
<p><b><u>Naturaleza de la actividad:</u></b>  <u>Actitud personal:</u>          Turista como protagonista ( x )          Turista como espectador ( )  <u>Forma de realizar la actividad:</u>          Actividad individual ( )          Actividad grupal (x)  <u>Consecuencia espacial:</u>          La act. produce concentración ( )          La act. no produce concentración (x )</p>	<p><b><u>Observaciones Generales:</u></b> La actividad consiste en realizar una caminata con los guías preparados de la comunidad. Se recorren aquellos atractivos naturales que estén cerca de los pueblos anteriormente mencionados. Al estar ubicados en plena región de montaña (Valles Calchaquíes) aledaño a todos los pueblos hay zonas naturales de gran belleza. Además se incluye visita a los vecinos de la Red, artesanos.</p>
<p>Nota:</p>	

<p><b><u>Nombre de la actividad:</u></b> Visita a bodegas</p>	<p><b><u>Pueblos:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Santa Rosa</li> <li>• San Carlos</li> <li>• San Luis de Chuscha</li> <li>• El Divisadero</li> <li>• Payogastilla</li> </ul>
<p><b><u>Categoría I:</u></b>          Esparcimiento (x)          Visitas culturales ( )          Folkloricas ( )          Deportivas ( )          Actividades programados ( )</p>	<p><b><u>Categoría II:</u></b>          Al aire libre ( x )          Espacio cubierto ( x )</p>



Otros ( ) especificar: _____	
<p><b><u>Naturaleza de la actividad:</u></b></p> <p><u>Actitud personal:</u>  Turista como protagonista (x )  Turista como espectador ( )</p> <p><u>Forma de realizar la actividad:</u>  Actividad individual ( )  Actividad grupal (x)</p> <p><u>Consecuencia espacial:</u>  La act. produce concentración ( )  La act. no produce concentración (x )</p>	<p><b><u>Observaciones Generales:</u></b> La actividad consiste en realizar una visita a las bodegas de los miembros de la Red, allí los mismos explican el proceso de fabricación del vino casero. También se puede degustar el mismo. Si es época de vendimia se le permite al turista recolectar las uvas y participar del proceso de fabricación.</p>
<p>Nota: Si se quiere realizar esta actividad se le debe consultar en el momento de la reserva para que haya un miembro disponible para poder realizarse.</p>	

<p><b><u>Nombre de la actividad:</u></b> Actividades de campo</p>	<p><b><u>Pueblos:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Santa Rosa</li> <li>• El Barrial</li> <li>• San Luis de Chuscha</li> <li>• Corralito</li> <li>• El Divisadero</li> </ul>
<p><b><u>Categoría I:</u></b>  Esparcimiento ( )  Visitas culturales ( )  Folklóricas ( )  Deportivas ( x)  Actividades programados ( )  Otros ( ) especificar: _____</p>	<p><b><u>Categoría II:</u></b>  Al aire libre ( x )  Espacio cubierto ( )</p>
<p><b><u>Naturaleza de la actividad:</u></b></p> <p><u>Actitud personal:</u>  Turista como protagonista (x )  Turista como espectador ( )</p> <p><u>Forma de realizar la actividad:</u>  Actividad individual ( )  Actividad grupal (x)</p> <p><u>Consecuencia espacial:</u>  La act. produce concentración ( )  La act. no produce concentración (x )</p>	<p><b><u>Observaciones Generales:</u></b> El turista puede participar junto con los miembros de la Red de actividades cotidianas que realizan los mismos, entre ellas encontramos la esquilada de ovejas, ordeño de cabras, recolección de frutas y verduras, hilado de lana, etc.</p>
<p>Nota:</p>	



<p><b><u>Nombre de la actividad:</u></b> Elaboración de gastronomía regional</p>	<p><b><u>Pueblos:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Santa Rosa</li> <li>• El Barrial</li> <li>• San Luis de Chuscha</li> <li>• Corralito</li> <li>• El Divisadero</li> </ul>
<p><b><u>Categoría I:</u></b>          Esparcimiento ( x )          Visitas culturales ( )          Folklóricas ( )          Deportivas ( )          Actividades programados ( )          Otros ( ) especificar: _____</p>	<p><b><u>Categoría II:</u></b>          Al aire libre ( x )          Espacio cubierto ( x )</p>
<p><b><u>Naturaleza de la actividad:</u></b>  <u>Actitud personal:</u>          Turista como protagonista ( x )          Turista como espectador ( )  <u>Forma de realizar la actividad:</u>          Actividad individual ( )          Actividad grupal ( x )  <u>Consecuencia espacial:</u>          La act. produce concentración ( )          La act. no produce concentración ( x )</p>	<p><b><u>Observaciones Generales:</u></b> El turista puede participar de la elaboración de las comidas regionales. Tanto la preparación del desayuno, almuerzo como de la merienda y la cena. Se suelen preparar comidas varias, entre ellas las mas frecuentes son: humitas, panes caseros, guisos, arroces, pastas, empanadas.</p>
<p>Nota: Esta actividad se lleva a cabo en los mismos pueblos que se ofrece el servicio de alojamiento, ya que es allí donde el turista también comerá.</p>	

<p><b><u>Nombre de la actividad:</u></b> Visitas a artesanos (teleros, artesanos de madera, cerámica y dulces)</p>	<p><b><u>Pueblos:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Payogastilla</li> <li>• Santa Rosa</li> <li>• San Carlos</li> <li>• El Barrial</li> <li>• San Antonio</li> <li>• San Luis de Chuscha</li> <li>• Corralito</li> <li>• El Divisadero</li> <li>• La Merced</li> <li>• Corralito</li> <li>• Las Conchas</li> </ul>
<p><b><u>Categoría I:</u></b>          Esparcimiento ( x )          Visitas culturales ( )          Folklóricas ( )</p>	<p><b><u>Categoría II:</u></b>          Al aire libre ( x )          Espacio cubierto ( x )</p>



Deportivas ( ) Actividades programados ( ) Otros ( ) especificar: _____	
<b><u>Naturaleza de la actividad:</u></b> <u>Actitud personal:</u> Turista como protagonista ( ) Turista como espectador ( x ) <u>Forma de realizar la actividad:</u> Actividad individual ( x ) Actividad grupal ( ) <u>Consecuencia espacial:</u> La act. produce concentración ( ) La act. no produce concentración ( x )	<b><u>Observaciones Generales:</u></b> El turista puede visitar a las teleras (7 artesanas las cuales trabajan con telares) y comprar vestimenta confeccionada por las mismas. O bien visitar a los artesanos en cerámica y madera nativa, cuero y a los productores de miel (2 establecimientos) como también a los fabricantes de dulces y conservas regionales, en total entre 14 artesanos.
Nota:	

### 8.1.2 Recursos

Cuando se habla de recursos se hace referencia a los atractivos que tiene un lugar o una comunidad. Los mismos han sido diferenciados en patrimonio natural, cultural y patrimonio cultural inmaterial.

Sin lugar a duda, el mayor patrimonio natural que presenta la zona son los paisajes de las Valles Calchaquíes, con su árida vegetación y sus hermosas montañas, son casi con certeza el atractivo más importante de Salta. Los Valles poseen montañas multicolores a causa de la geología sedimentaria y al proceso de levantamiento continental andino que se produjo en la región a lo largo de millones de años.

Pero las comunidades ofrecen además otros atractivos tanto naturales como culturales, que se pasarán a desarrollar en los cuadros subsiguientes:



<p><b><u>Categoría:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Patrimonio Cultural (x)</li> <li>- Patrimonio Natural ( )</li> </ul>	<p><b><u>Nombre del pueblo:</u></b> San Carlos</p> <p><b><u>Nombre del atractivo:</u></b> San Carlos de Borromeo</p>
<p><b><u>Subcategoría:</u></b> Monumento</p>	
<p><b><u>Características:</u></b> La construcción de la iglesia actual comenzó en 1801, y fue consagrada en 1854. Esta iglesia, la de mayor tamaño en los Valles Calchaquíes y la única allí con crucero y cúpula, muestra la importancia que tuvo en su momento la región: San Carlos llegó a disputar a la ciudad de Salta el honor de ser capital de la provincia. En sus altares interiores se veneran imágenes muy antiguas como la Virgen de la Dolorosa , San Juan, un Cristo penitencial, etc., también es de sumo interés la decoración indígena y la impresión de la escuela del arte cuzqueño.</p>	
<p><b><u>Fotos:</u></b> </p>	

<p><b><u>Categoría:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Patrimonio Cultural (x)</li> <li>- Patrimonio Natural ( )</li> </ul>	<p><b><u>Nombre del pueblo:</u></b> San Carlos</p> <p><b><u>Nombre del atractivo:</u></b> Museo de Arqueología</p>
<p><b><u>Subcategoría:</u></b> Monumento</p>	<p><b><u>Horarios:</u></b> De lunes a domingos de 10 a 14.</p>
<p><b><u>Características:</u></b> El Museo de Arqueología contiene tres salas donde se exhiben objetos arqueológicos de períodos prehispánicos, cerámicos, agrarios y alfareros temprano y tardío, Inca. También se muestran objetos de los tiempos que los nativos compartieron con los Jesuitas. Se exhiben también, en temática religiosa, un confesionario antiguo de la iglesia, aros, rosarios. Como también elementos antiguos de la vida cotidiana, como baúles de cuero y de madera, puntas de flechas y platos decorados con pinturas indígenas. Sin embargo, lo que más llama la atención es un bebé momificado y dos urnas con restos indígenas.</p>	
<p><b><u>Fotos:</u></b> </p>	

<b>Categoría:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Patrimonio Cultural (x)</li> <li>- Patrimonio Natural ( )</li> </ul>	<b>Nombre del pueblo:</b> La Merced <b>Nombre del atractivo:</b> Nuestra Señora de La Merced
<b>Subcategoría:</b> Monumento	<b>Horarios:</b> abierto todo el día

**Características:** Fue el 7 de enero del año 1906 cuando el poblado de La Merced presencio con orgullo la colocación de la piedra fundamental de la Iglesia Nuestra Señora de La Merced. La construcción del edificio se llevo a cabo gracias al gran esfuerzo del vecindario, la cooperación de la Municipalidad y de las autoridades provinciales. La celebración principal de la iglesia y del pueblo se festeja el día 24 de septiembre en honor a La Virgen de La Merced, Patrona del pueblo.



<p><b><u>Categoría:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Patrimonio Cultural (x)</li> <li>- Patrimonio Natural ( )</li> </ul>	<p><b><u>Nombre del pueblo:</u></b> Santa Rosa</p> <p><b><u>Nombre del atractivo:</u></b>  Casa histórica del fundador del pueblo Dn. Robustiano Manero, futuro Museo Histórico del Agricultor</p>
<p><b><u>Subcategoría:</u></b> Monumento</p>	<p><b><u>Horarios:</u></b></p>
<p><b><u>Características:</u></b></p> <p>Los primeros registros de este lugar son de 1853 y remiten a la finca Paja Colorada, propiedad de Benjamín García Ríos, luego a principios del Siglo XX un grupo de colonos de origen español y griego llegó a la zona. Uno de ellos, Robustiano Manero, es considerado el fundador ya que parceló las tierras el 1er. de Abril de 1936. A estos primeros pobladores se sumaron aborígenes de la etnia chiriguano-chané.</p>	
<p><b><u>Fotos:</u></b></p>	



Mapa de atractivos culturales

**Santa Rosa**  
**Casa histórica del fundador del pueblo Dn. Robustiano Manero, futuro Museo Histórico del Agricultor**

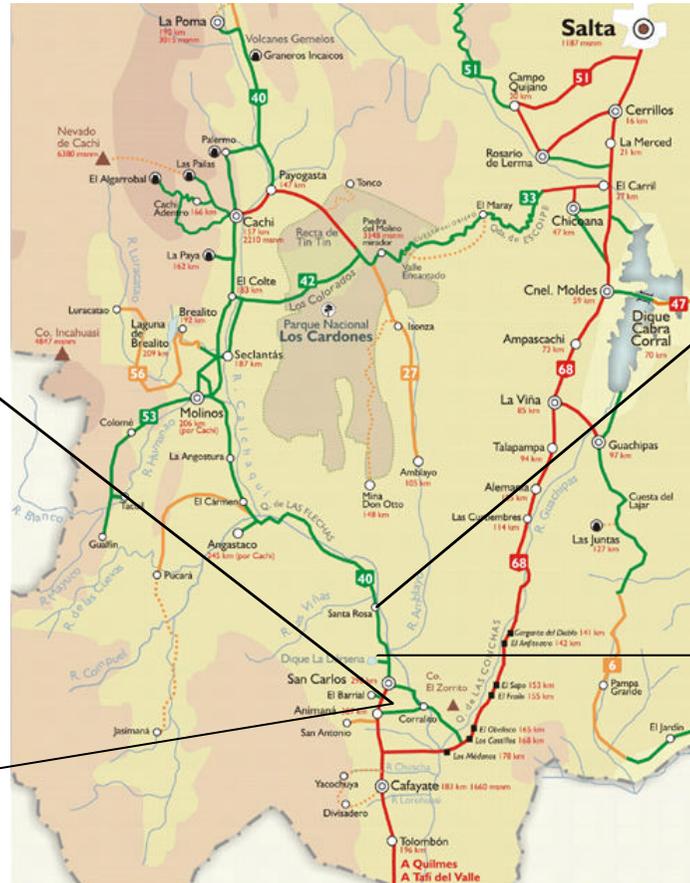


**Museo de Arqueología**

**San Carlos**



**San Carlos de Borromeo**



**Valles Calchaquíes**

- Camino pavimentado
- Camino consolidado
- Camino de tierra
- Huella
- 40 Ruta Nacional
- 42 Ruta Provincial
- ⊙ Cabecera de Departamento
- ⊙ Sitio histórico
- ⊙ Aguas termales
- ⊙ Parque nacional
- ⊙ Sitio arqueológico

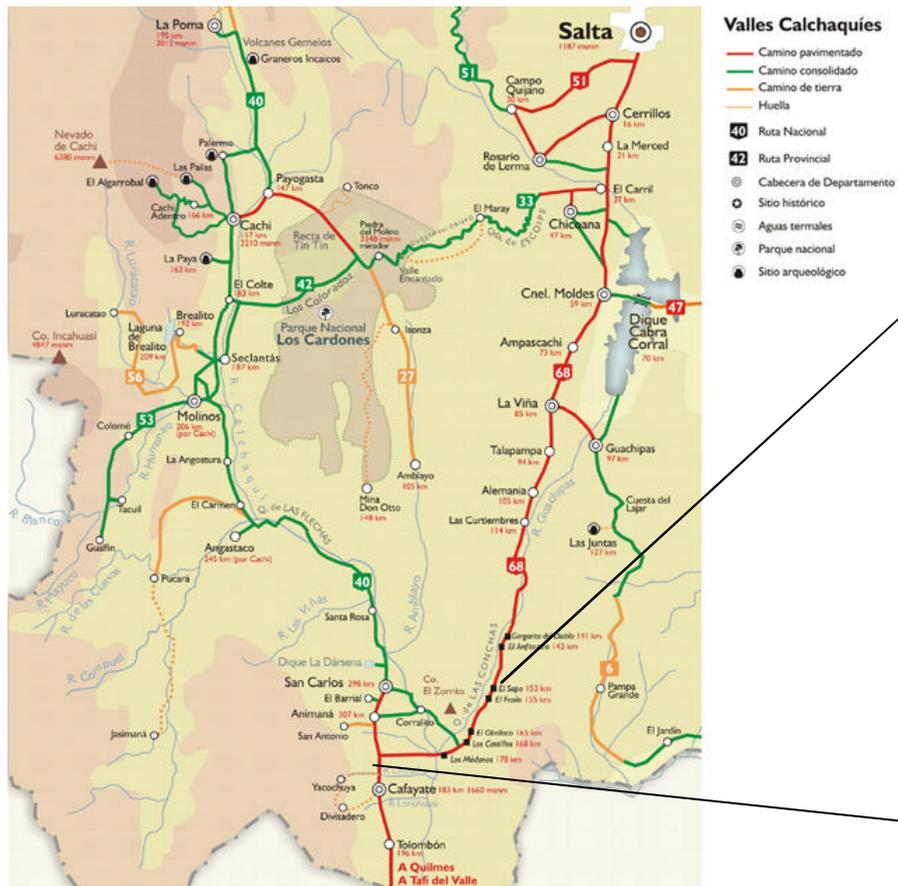


**La Merced**  
**Nuestra Señora de La Merced**



## Mapa de atractivos naturales

Los atractivos naturales que se señalan a continuación, son los mismos que se ven cuando se realiza la actividad de senderismo en las comunidades. Los guías llevan a los turistas a recorrer estos atractivos explicándole la historia que tiene cada uno de ellos.



Quebrada de las Conchas (Pueblo Las Conchas)  
"Los Castillos"

"El Obelisco"



"El Sapo"



Ruinas del Divisadero



<p><b><u>Categoría:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Patrimonio Cultural ( )</li> <li>- Patrimonio Natural ( x )</li> </ul>	<p><b><u>Nombre del pueblo:</u></b> Las Conchas</p> <p><b><u>Nombre del atractivo:</u></b> Quebrada de las conchas</p>
<p><b><u>Subcategoría:</u></b> Monumentos naturales</p>	<p><b><u>Horarios:</u></b></p>
<p><b><u>Características:</u></b></p> <p>En esta depresión se pueden distinguir El Obelisco formando un solitario peñasco, Los Castillos con un rojo intenso que recuerda castillos medievales, La Yesera con sus formaciones areniscas de colores claros, La Casa de los Loros que son orificios circulares en la roca que sirven de residencia a bandadas de loros durante el verano, El Fraile notable escultura natural que reproduce la figura de un monje, El Sapo, El Anfiteatro que ha sido erosionado por el agua formando un espacio circular, donde la acústica es tan buena que no hace falta amplificadores eléctricos para recitales, aquí han cantado artistas como León Gieco y Mercedes Sosa entre otros, La Garganta del Diablo también erosionada por el agua forma una tráquea humana que invita a subirla; la Quebrada del Río de las Conchas llega hasta la localidad de Alemania, situada a 81 kilómetros de Cafayate.</p>	
<p><b><u>Fotos:</u></b></p> <div style="text-align: center;">  </div>	



<p><b>Categoría:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Patrimonio Cultural ( )</li> <li>- Patrimonio Natural ( x )</li> </ul>	<p><b>Nombre del pueblo:</b> El Divisadero</p> <p><b>Nombre del atractivo:</b> Ruinas del Divisadero</p>
<p><b>Subcategoría:</b> Monumentos naturales</p>	<p><b>Horarios:</b></p>
<p><b>Características:</b></p> <p>La región posee una importante flora compuesta por estepas arbustivas xerófilas como el churqui, jume, tala chico, chañar, algarrobo amarillo y gran cantidad de cardones, bosquecillos enanos y cojines bromeliáceas. La fauna se manifiesta a través de especies como cuises, pumas y zorros grises o colorados, entre otros.</p> <p>Las Ruinas del Divisadero estuvieron habitadas por diferentes grupos humanos desde tiempos pre-cerámicos – 6000 años a.C - hasta el contacto con los españoles. Durante todo ese tiempo se fueron sucediendo diversos grupos con diferentes tipos de organización, que dejaron una serie de evidencias dispuesta al aire libre. En la actualidad las ruinas son estudiadas por arqueólogos de todo el mundo.</p> <p>Entre los objetos más reconocidos se destacan algunos restos de vasijas, pircas y apachetas con figuras de llamas, soles, estrellas y suris.</p>	
<p><b>Fotos:</b></p> 	

También se mencionó en el apartado teórico otra forma de clasificar los recursos y fue la de “**patrimonio cultural intangible**”, está como ya habíamos mencionado se manifiesta en los campos de las tradiciones y expresiones orales, en las artes, en las practicas sociales, rituales, festividades

Como se desarrolló a lo largo de toda la investigación, éste es el atractivo mas importante que presenta la RTC, debido a que la convivencia y el contacto con la cultura entre familias, las comunidades campesinas y el visitante se convierte en el atractivo principal para quienes optan por el producto turístico ofrecido por la Red.

La región, fue el centro de desarrollo de reconocidos pueblos andinos, siendo el mas reciente y conocido el Diaguita-Calchaquí. Las comunidades miembro de la RTC son pertenecientes y descendientes de esa cultura originaria; manifestándose en su saber y hacer tradicional que todavía conserva y trasmiten. Las expresiones de esta cultura se manifiestan en sus modos de producción y practicas agropecuarias; en su gastronomía regional; en la

elaboración de dulces, conservas vinos caseros y artesanales; en su cosmovisión y sus festividades religiosas; en sus sitios arqueológicos, en su arquitectura y sus construcciones tradicionales; como así también la fuerte identidad marcada en la elaboración de sus artesanías.

Como ya se desarrolló las festividades también forman parte del patrimonio cultural intangible. Dependiendo del calendario de actividades, el visitante puede participar de festividades religiosas, fiestas patronales, carnavales, cosechas, recolección de flores o actividades tradicionales relacionados con la música y el baile como las peñas; también se puede compartir el convido de la Pachamama, conmemorar el día de las almas; o participar de la señada, o marcada, de la hacienda y exhibiciones de las destrezas gauchas.

El calendario festivo de la región es el siguiente:

<b>Enero</b>		
<b>Nombre</b>	<b>Donde y como</b>	<b>Fecha</b>
XXI Feria Artesanal de los Valles Calchaquíes	Concurso de artesanos a nivel Interprovincial, con exposición de cerámicas y tejidos en la plaza principal de San Carlos	Enero: 20 al 27.
<b>Febrero</b>		
Fiesta Patronal de la Virgen de la Candelaria	En Las Juntas, departamento Guachipas. Se celebra también en las localidades de Amblayo, La Candelaria, La Merced y Molinos, en esta última de mucho colorido con destreza gaucha y procesión presidida por los Alfereces (escoltas) de la Virgen.	2 de febrero
Fiesta Provincial de la Vendimia: (movible)	Desfile de carrozas, Feria Artesanal, Elección de Reina de la Vendimia. En la localidad de Animaná. Peña Folklórica y Bailanta.	15 al 20 de febrero
Serenata a Cafayate	En el escenario de la Bodega Encantada, festival folklórico, muestras artesanales, actividades culturales. Degustación de comida regional y vinos típicos, en Cafayate - Valles Calchaquíes.	Del 22 al 24 de febrero



Desentierro del Carnaval:	del	En San Carlos Desentierro del Pucllay, Topamiento de Comadres, Encuentro de Cajeros. Destreza Gaucha. También se realiza en Iruya	Febrero
<b>Abril</b>			
Semana Santa (movible)	Santa	Esta celebración religiosa adquiere características muy particulares en capital y pueblos de los Valles Calchaquíes. Viernes Santo: Vía Crucis Viviente, fiesta que se lleva a cabo con importante convicción religiosa en las localidades de Seclantás, Molinos, y Angastaco.	Abril
<b>Julio</b>			
Fiesta Patronal en Honor a Santiago Apóstol: (movible)		Ritos religiosos, celebraciones populares, ofrendas de cabritos, danzas y cantos. En las localidades de Isla de Cañas, Campo Quijano, Iruya - Río Cortaderas y Santa Victoria Oeste y fundamentalmente en el Pueblo de San Carlos	Entre el 25 y 26 de julio.
<b>Agosto</b>			
V Encuentro Provincial de Danzas Folclóricas en Cafayate		Danzas, certámenes y comidas regionales - organizado por el Cuerpo de danza "LUNA CAFAYATEÑA"	12 y 13 de agosto.
<b>Septiembre</b>			
Fiesta Patronal en Honor a la Virgen de la Merced: (movible)		Cultos religiosos, espectáculos folklóricos, en las localidades de La Merced, El Carril, El Jardín, Urundel y Animaná.	24 de septiembre
<b>Noviembre</b>			



Fiesta Patronal en Honor a San Carlos Borromeo: (movible)	Comprende además de los ritos religiosos, quermeses, fogones, ferias y espectáculos de destreza gaucha. En la localidad de San Carlos	Noviembre
<b>Diciembre</b>		
Fiesta Patronal en Honor a Nuestra Señora del Valle: (movible)	Festividad religiosa y popular, en las localidades de Angastaco, La Silleta, Atocha, Tolar Grande, Payogastay Guachipa	8 de diciembre





### 8.1.3 Infraestructura y equipamientos:

Las comunidades que integran la RTC en su mayoría no cuentan con una infraestructura muy avanzada. A continuación se presenta un cuadro con el equipamiento y la infraestructura interna de la RTC

**Cuando se hace referencia a los pueblos cabecera hablamos de: San Carlos, Cafayate, Animaná y Angastaco.**

Equipamiento				
Tipo	Posee	Solo algunas	No posee	Más información
Agencias de viaje			X	Solamente en los pueblos de San Carlos y Cafayate.
Transporte fluvial			X	
Transporte terrestre	X			Hay remiserías distribuidas en las comunidades, ya que es mediante estas que deben moverse dentro. Además, hay servicios de buses con terminales en San Carlos y Cafayate y paradas en casi todas las localidades.
Servicios de guías	X			Son ofrecidos por los mismos miembros de la RTC
Cambio de moneda			X	Solamente en los pueblos cabecera.
Infraestructura				
Interna				
Red de calles	Si			La mayoría de las calles son de tierra y no de pavimento. Teniendo en cuenta que cuando crecen los ríos algunas son bloqueadas por las mismas crecidas
Alumbrado público			X	En los pueblos cabecera sí, pero en las localidades integrantes de la Red no.
Agua potable		X		En el Divisadero construida por los mismos miembros, aun no posee la localidad de Payogastilla.



Teléfonos		X		Se comunican mediante teléfonos celulares en la mayoría de las comunidades. La única compañía que tiene alcance es Personal. La red de teléfonos no está extendida en su totalidad y no todos sus miembros poseen,
Parques públicos			X	Hay que tener en cuenta que son comunidades rurales que viven inmersas en las montañas.
Internet y WIFI			X	Solamente en los pueblos cabecera
Carreteras	X			Ruta provincial 44 y Ruta Nacional 40.
Terminales en puertos			X	
Terminales ferroviarias			X	
Red eléctrica		X		No está extendida a todas las comunidades, por ejemplo el Divisadero aún no cuenta con ella.
Comunicaciones postales			X	Solamente en los pueblos cabecera
Hospitales o clínicas				Solamente en los pueblos cabecera

#### 8.1.4 Gestión

En la gestión intervienen dos factores: La creatividad y la ordenación del sistema de prestación.

En cuanto al producto que ofrece la RTC la oportunidad de convivir con diferentes familias campesinas representa un rasgo particular, ya que cada una de ellas está constituida de manera diferente, cada integrante de la familia se incorpora a la convivencia de una manera distinta. En el periodo que el turista reside con las familias comparte tiempo, charlas, experiencias, historias y un sinnúmero de otras cosas.

En cuando a las actividades, no son siempre las mismas, ya que dependen en su gran mayoría de la época del año en el que se vaya a visitar la comunidad. De acuerdo al momento de cosecha de cada familia, el turista realizara una u otra actividad.

El producto turístico que ofrece la RTC está pensado no solo para ayudar a las comunidades sino también para ofrecerle al turista la posibilidad del intercambio cultural.



En lo que respecta a la ordenación del sistema de prestación de la RTC, los recursos humanos y los soportes físicos que se necesitan para llevar a cabo el producto turístico ofrecido por la Red se encuentran en los mismos lugares, debido a que cada familia miembro presta el servicio desde su propia comunidad, alojamiento, gastronomía, venta de artesanías, etc. El técnico veedor de la Red quien participa indirectamente en la prestación del servicio, pero quien se encuentra acompañando a la RTC desde el comienzo se encuentra en San Carlos.

La distribución de las familias de las familias queda entonces de esta forma:

<b><u>Comunidad</u></b>	<b><u>Integrantes de la Red</u></b>	<b><u>Actividades que ofrecen</u></b>
Payogastilla	Ruth Rosales y Sergio Cisneros	Guiados de senderismo, vino artesanal y cerámica
La Merced	Jose Renfiges	Guiados de senderismo, artesanías en madera, y producción de quesos de cabra
Corralito	Soledad Cutipa y Sandra Ibañez	Alojamiento, gastronomía, guiados de senderismo, cerámica artesanal y dulces y regionales.
Las Conchas	Marta Carrasco Balentina	Dulces y regionales, cerámica artesanal, tejidos en telar y guiados de senderismo.
Santa Rosa	Walter Espinosa, Rosa Lopez, Fernando Corregidor y Raquel Ocampo	Alojamiento, gastronomía, guiados de senderismo, vino artesanal y cerámica artesanal.
San Carlos	Javier Frias, Sonia Magno, Fernando Herrera, Santos Condori y productos de: Ariel Cutipa, Clara Cutipa, Marcelo Condori, Carmen Choque y Marta Lopez	Oficina de información guiados de senderismo, cicloturismo, artesanías de madera, tejidos en telar, artesanías en cuero, dulces y regionales, quesos de cabra, vino artesanal y cerámica.
El Barrial	Margarita Gutierrez y Socorro Guanca	Alojamiento, gastronomía, guiados de senderismo, dulces regionales y tejidos en telar.



San Antonio	Santos Castillo, Lorena Diaz y Lucia Aquino	Guiados de senderismo, dulces y regionales y tejidos en telar
San Luis de Chuscha	Benjamin Carpanchay, Natividad Carpanchay, Lorena Carpanchay y Florencia Rodriguez	Alojamiento, gastronomía, guiados de senderismo, dulces y regionales, vino artesanal, cerámica y tejidos en telar
Divisadero	Enrique Terrazas, Teresa Gutierrez, Rosa Terrazas, Miguel Terrazas y Leonidas Martinez	Alojamiento, gastronomía, guiados de senderismo, dulces y regionales, vino artesanal y cerámica artesanal.

### 8.1.5 Imagen de marca

En lo que respecta al logotipo, la RTC creó una imagen o marca colectiva propia de la cooperativa la cual es utilizada participativamente por todas y



todos los socios de la Red.

Esta misma, figura en todos los folletos, bolsas, productos, envases que la Red brinda a los turistas.

Si se observa detenidamente la queda bien representado lo que la Red significa "unión", en la misma se puede observar en el fondo un dibujo de montañas que están representando los valles, lo verde representaría las pastisuras y las figuras en naranja están colocas de manera tal que simbolizan dos personas tomadas de la mano como formando una ronda donde se entrelazaría el resto.

A su vez cada artesano o elaborador de productos y regionales (vino, dulces, licores, quesos, masitas) tiene una etiqueta personalizada donde se distingue uno del otro. Claro esta, que en estas etiquetas también figura la marca colectiva de la RTC.

### 8.1.6 Precio

El monto que el turista deberá pagar por el producto turístico es de \$275 por día por persona y se detalla de la siguiente manera:

<u>Detalle del servicio</u>	<u>Total</u>
Alojamiento con desayuno	\$80
Almuerzo	\$35
Paseo Guiado de senderismo *	\$25 (promedio)
Fondo común	\$25
Merienda regional	\$10



Cena	\$35
Recuerdo Artesanal**	\$40
Subtotal	\$250
Gastos operativos 10% del total***	\$25
<b>Total</b>	<b>\$275</b>

\* El guiado de senderismo no es de mas de 2 horas de dificultad baja, el precio aumenta para los casos de paseos a caballo o cicloturismo. El monto que se paga es diario-

\*\* El denominado recuerdo artesanal está compuesta por artesanías o productos que realizan los mismos artesanos miembros de la Red, a través de él, estos se garantizan tener una venta asegurada cada vez que un turista visita la Red. Para completar el recuerdo pueden hacerse alianzas entre distintos artesanos miembros para llegar a los \$40.

Al respecto Ramiro Ragno, en la entrevista digo **“El recuerdo se entrega estratégicamente antes de que se vayan, Para poder hacerlo manejamos un stock, en la oficina de turismo de la Red [...]” “[...] El recuerdo artesanal es un premio extra para aquellos que garantizan continuidad. Que la oficina no este vacía. Hay artesanos que garantizan que mes a mes haya productos, entonces se decidió que tengan la exclusividad de ser parte del recuerdo”** (ver Anexo entrevistas)

Vale aclarar que el recuerdo artesanal solo se paga una vez y es entregado al finalizar la reserva. Los montos totales son variables de acuerdo a los servicios que el turista requiera, esto es decir, depende del momento del día en el que el turista ingreso y se retire.

\*\*\* Los gastos operativos se cobran una sola vez



**Telera de la Red de Turismo Campesino**

## **8.2 Canales de distribución**

Como ya se mencionó existen tres vías posibles para comercializar los productos turísticos. La Red de Turismo Campesino utiliza dos vías de las anteriormente desarrolladas.

- a) Fabricante-minorista- consumidor
- b) Fabricante-consumidor

El primer canal de distribución hace referencia a un intermediario entre el fabricante y el consumidor. En el caso de Red de Turismo Campesino se trabajó durante un tiempo con la consultora Boomerang Viajes. Momentáneamente la Red no se encuentra operando con ninguna.

Mientras que la segunda vía, es directamente fabricante-consumidor. Está es la mas utilizada por la Red de Turismo Campesino. Son ellos mismos quienes se encargan mediante los medios que desarrollaremos en la sección canales de promoción para hacerse conocer a los turistas. Esto tiene que ver, principalmente a que el producto que ofrece la Red esta pensando para un perfil de turista respetuoso y responsable, que elija compartir las costumbres y el modo de vida de las comunidades campesinas.

## **8.3 Canales de promoción**

En el capítulo dedicado al Marco Teórico se hizo referencia a la existencia de diferentes canales de promoción, especificando que los más utilizados por el sector turístico eran los siguientes:

- Las revistas especializadas
- Los folletos
- Las ferias y las exposiciones
- El patrocinio
- Las nuevas autopistas de información

La RTC utiliza la mayoría de los canales anteriormente mencionados, solo que todavía les falta desarrollar mucho en material de promoción.

En lo que respecta a las revistas especializadas han sido mencionados en

En cuanto a los folletos, la RTC tiene folletería propia, la cual es entregada en cada una de ferias y exposiciones a las que acude. Así mismo, en la oficina de información que la Red de Turismo Campesino tiene en San Carlos tienen material y folletos.

En cuanto a las ferias y exposiciones, la RTC ha acudido a a varias exposiciones entre las que se encuentran: Feria Nacional de Navidad de la Economía Social y Solidaria (en Capital Federal), Feria Provincial Campesina en Salta, Fiesta Provincial del vino artesanal, Fiesta de la Vendimia en Animaná, etc.



Para acudir a estas ferias, la RTC cuenta con material preparado específicamente para ello; un conjunto de equipamiento e indumentaria completa para armado del stand institucional que contiene banners, bolsos, remera, gorra, gigantografías, etc.

En lo que respecta a las nuevas autopistas de información, se hace referencia mas que nada a Internet. En este caso, la RTC cuenta con un portal web propio, con galería de fotos y productos que ofrece la cooperativa (<http://www.turismocampesino.org>)



Además, varios blogs turísticos hacen referencia a la Red, entre ellos se encuentran:

- Turismo virtual: blog interactivo de comunicación turística (<http://tourismvirtual.blogspot.com/2008/01/red-de-turismo-campesino-valles.html>).
- Visiting Argentina. Comunidad de Viajes en Argentina (<http://www.visitingargentina.info/video/red-de-turismo-campesinovalles>)
- Blog de Últimos lugares.com (<http://www.ultimoslugares.com/blog/archives/389>)

Una pagina especial de Facebook, una de las redes sociales ampliamente conocida y utilizada por miles de usuarios en el mundo. <http://es-la.facebook.com/turismocampesino>.

Y un video interactivo que se encuentra tanto en la página oficial de la Red como también se puede comprar en dvd en el centro de información que la Red tiene en San Carlos.



## Análisis F.O.D.A

A continuación se cristalizará las fortalezas y debilidades que posee la RTC a nivel interno, y las oportunidades y amenazas que arroja el contexto en el que está inmersa para analizarlas conjuntamente.

<b>Fortalezas:</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• El proyecto nace por iniciativa propia de la comunidad.</li><li>• Planificación del producto turístico previo a la llegada de los turistas</li><li>• Acceso igualitario a programas de beneficios de acuerdo a las necesidades de cada prestador</li><li>• Autogestión manifiesta</li><li>• Trabajo constante, integrado y aplicado a un producto turístico con fuerte identidad campesina.</li><li>• Equidad de géneros (alto número de participación de mujeres)</li><li>• Viabilidad de la RTC desde el punto de vista de la autogestión participativa de las comunidades a través de un proyecto turístico común</li><li>• Realización de obras legítimamente comunitarias por parte de los miembros de la RTC.</li><li>• Buena y alta predisposición de los miembros en recibir capacitaciones acompañadas del fuerte deseo de superación por parte de los miembros.</li><li>• Capacitaciones realizadas gracias al trabajo en conjunto de instituciones y organismos como el Ministerio de Turismo de la Provincia de Salta, La Embajada de Suiza, el Programa social agropecuario, etc.</li><li>• El producto turístico cumple con las expectativas de los turistas</li><li>• Creación de fondos rotativos para la compra de frascos y envases que permite un costo menor para todos los miembros</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cronograma festivo de la zona durante todo el año</li><li>• Resurgimiento del trabajo asociativo por parte de las comunidades Vallistas</li><li>• Mayor posicionamiento del turismo comunitario a nivel global gracias a la importancia que le están otorgando organismos especializados como al OMT y la Fundación Vida Silvestre</li><li>• Crecimiento del segmento de demanda que busca experiencias de intercambio cultural genuino entre turistas y residentes.</li><li>• Interés de distintos organismos e instituciones a cerca del turismo comunitario a nivel local y nacional.</li><li>• Apoyo por parte del Estado a este tipo de proyectos.</li><li>• Región de los Valles Calchaquíes como destino turístico reconocido y posicionado a nivel regional y nacional</li></ul>



<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dificultades para conseguir fondos para infraestructura.</li> <li>• Falta de inversión en equipamiento</li> <li>• Desgaste en las relaciones de poder dentro de a RTC</li> <li>• Infraestructura insuficiente</li> <li>• Comunicación organizacional deficiente</li> <li>• La RTC aun no consigue sostenerse con los ingresos provenientes de la actividad turística</li> <li>• Falta de profundidad sobre aspectos relacionados a la salubridad e higiene en los alojamientos.</li> <li>• Alta dependencia del técnico asesor dispuesto por el PSA</li> <li>• Página de Internet poco dinámica, pequeña y en un solo idioma</li> <li>• Falta de registro de información sobre los turistas que han recibido en los años previos.</li> <li>• Deficientes o ausentes obras de servicio e infraestructura básica (como agua potable, saneamiento, etc)</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemas de acceso al agua en todos los Valles Calchaquíes.</li> <li>• Emigración existente entre los jóvenes de la zona hacia las ciudades en busca de mejores oportunidades de trabajo.</li> <li>• Dificultad para consensuar una definición homogénea a cerca del concepto, características y alcances del Turismo comunitario a nivel internacional y nacional corriendo el riesgo de que se desvirtúe a futuro.</li> <li>• Falta de una ley que regulariza la práctica del turismo rural comunitario en Argentina.</li> <li>• Región de los Valles Calchaquíes con creciente interés de capitales extranjeros para inversiones turísticas.</li> <li>• Explotación indiscriminada y silenciosa de recursos naturales (especialmente mineros) sin la participación, información, consulta y decisión popular de los impactos que generan.</li> </ul>



# Capítulo 9: Conclusiones y propuestas



## **Capítulo 9: Conclusiones y propuestas**

### **9.1 Conclusiones**

El panorama mundial actual de crisis plantea la necesidad de tomar medidas eficaces y eficientes para combatir la pobreza. La gravedad de su situación la posiciona como un problema prioritario dentro de la agenda internacional. Para hacer frente a esta situación es necesario el trabajo en conjunto desde gobiernos, instituciones y comunidades, es mediante el involucramiento de todos los actores afectados que se puede encontrar una posible solución para mejorar los desequilibrios sociales.

El turismo ha demostrado ser una actividad con capacidades para contribuir con este problema, pero para ello la actividad debe ser pensada desde un concepto ya utilizado en el Marco teórico que es la “sostenibilidad de la triple base” donde se conjuga el bienestar de las comunidades pobres con la conservación del entorno, generando de esta forma un mayor equilibrio social y una distribución más equitativa de los beneficios económicos.

Una de las modalidades turísticas que parece conjugar la mayor cantidad de estos criterios es el turismo comunitario, su implementación puede significar una gran oportunidad no sólo para las comunidades objeto del desarrollo sino también para la población local en su conjunto.

Las características por las cuales este modo de gestión puede ser una herramienta eficaz para contribuir con el desarrollo de comunidades originarias y campesinas son:

- El turismo rural comunitario contribuye a aumentar y diversificar los ingresos de las comunidades rurales y originarias al plantearse como un complemento de las actividades tradicionales aportando a la consolidación de la económica en general. Estos ingresos pueden ser especialmente importantes en aquellas épocas de baja actividad productiva y escasos ingresos. Además, la actividad turística necesita de infraestructura que a la vez benefician a la comunidad en su conjunto.
- Contribuye a la continuación y mantenimiento de las comunidades permitiéndole la reafirmación y valorización de las culturales locales. Le otorga a la mujer un rol más activo en cuanto a la participación y los asuntos públicos dentro de la comunidad, además que le permite desarrollar trabajos menos pesados que en el campo.
- El turismo rural comunitario contribuye al mantenimiento de la propiedad y tenencia de tierras por parte de las familias campesinas y comunidades originarias.



- Constituye una oportunidad para preservar, rescatar, valorizar, y desarrollar conocimientos, tecnologías, habilidades, tradiciones y modos de vida locales; con lo que contribuye también a la conservación de las diversidades culturales.

Hasta el momento sólo se ha desarrollado cuales son los aportes que le genera a la comunidad, pero la implementación de la actividad puede provocar riesgos y dificultades.

El abuso y dependencia puede ocasionar daños devastadores, en la cultura y las prácticas sociales. Teniendo en cuenta que las comunidades que utilizan esta gestión necesitan en muchos casos de subsidios y donaciones, hay que tener especial cuidado de no volverse dependiente de ellos. Además, no hay que adjudicarle a la actividad la capacidad de resolver todos los problemas sociales, económicos y culturales que largos procesos históricos han producido en cada una de las comunidades.

Para que el turismo rural comunitario se convierta en una herramienta para el desarrollo debe ser concebido siempre como una actividad alternativa, importante si, pero alternativa para el crecimiento y prosperidad de la comunidad. Debe enfocarse como un elemento agregado que permite colaborar a lograr el equilibrio comunitario. Tomándolo de ese modo y sabiendo aprovechar el potencial que la actividad turística presenta a través de este modo de gestión, puede ser eficaz para lograr el desarrollo de una comunidad.

Habiendo descrito los múltiples beneficios que presenta el turismo rural comunitario y los riesgos que trae aparejado, es que puede apreciarse un creciente interés en las comunidades, en los organismos internacionales y en los propios gobiernos por esta actividad. En Latinoamérica varios países ya han comenzado a desarrollar hace unos años esta alternativa que poco a poco va ocupando mas lugar en las medidas políticas gubernamentales. Uno de los casos analizados en la investigación es Ecuador donde el turismo rural comunitario juega un papel clave para la distribución de los recursos y la estabilidad social de comunidades originarias.

En la Argentina, el turismo comunitario es trabajado desde la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario, está busca contribuir al desarrollo de comunidades originarias y campesinas mediante la implementación del turismo, para eso brinda apoyo técnico, capacitaciones y diferentes seguimientos que les permiten a las comunidades contar con el apoyo institucional para poder llevar a cabo la actividad.

Una de las primeras provincias en trabajar el turismo rural comunitario en la Argentina, fue como ya se desarrolló Salta, donde luego de un largo proceso de reuniones, encuentros, charlas y capacitaciones se constituyó lo que hoy se conoce como Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes, si bien la organización viene funcionando desde hace ya nueve años, comenzaron a trabajar el turismo hace pocos.

Con la implementación del turismo rural campesino la RTC ha experimentado importantes avances: A nivel cultural, se ha revalorizado el concepto de identidad, los miembros de la Red han sabido reconocerse como



descendientes directos de la cultura diaguita-calchaquí, que fue el pueblo predominante de la zona, para ello han trabajado con los abuelos temas centrales como platos tradicionales, festividades religiosas e historias ancestrales, que luego comparten abiertamente con los turistas.

Desde el plano económico, han logrado mejorar la infraestructura, dos avances son distintivos en este aspecto: Uno de ellos está dado por la construcción de una red de agua potable en el Divisadero beneficiando a 24 familias campesinas, elemento destacable teniendo en cuenta que solo seis son miembros de la Red.

El otro de los avances tiene que ver con la erradicación de la letrina y sustitución por baños de material, elemento importante para el bienestar de las familias enteras. Sin embargo, aún quedan varios aspectos en cuanto al equipamiento que hay que considerar: La red actualmente se encuentra operando al 50% de su capacidad, esto se debe a que aun le falta desarrollar muchos aspectos dentro de cada una de las casas.

Gracias a la Red, los artesanos especialmente han obtenido una mejora en sus equipamientos, han conseguido telares nuevos y refrigerios para las bodegas artesanales. Además gracias a las capacitaciones han podido diversificar sus productos incorporando opciones que hasta entonces no tenían como ser quesos, jaleas y jugos frutales.

En cuanto al plano ambiental, la RTC ha colocado algunos cestos de basura, carteles informativos y códigos de conducta para que el viajero respete el medio ambiente, además de haber establecido el concepto de carga potencial que la RTC podía tolerar. Sin embargo, este es uno de los aspectos menos trabajados. Al respecto en la entrevista realizada el técnico de la Red decía: **“Yo estudié medio ambiente. Pero los impactos que siempre me preocuparon más son los sociales y culturales. Porque el medio ambiente se sabe cuidar, pero los impactos sociales son irreversibles. Por ejemplo el hecho de mercantilizar la cultura y ponerle precio”**

Por último, en el ámbito social, la RTC ha mantenido la igualdad de género, de hecho el 60% de los integrantes son mujeres y la vicepresidenta es mujer, factor por mas destacable. Sin embargo, en este aspecto aún sigue teniendo deudas con la población joven. Hasta el momento los hijos de los miembros de la RTC no han visto en la misma incentivos que le hayan hecho quedarse.

Según lo anteriormente desarrollado, se puede inferir que en la Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes la implementación del turismo rural comunitario ha traído aparejados varios de los aportes: Revalorización de la cultura, equidad de género, diversificación de actividades, obras de infraestructura.

Pero también, se pueden identificar algunos de los riesgos y dificultades, también previamente analizados y ellos son: En cuanto a la viabilidad económica la dificultada para promover el destino y la comercialización, hasta el momento la Red de Turismo Campesino no ha promovido alianzas con agencias turísticas que le permitan incrementar el ingreso de turistas, aunque es importante en esta aclaración hacer una salvedad. La alianza que la RTC logre debe ser con una agencia dedicada a trabajar estas modalidades de



turismo nuevas, ya que para que la actividad siga aportando beneficios es necesario que los viajeros que se acercan a conocer la red sean respetuosos de las culturas y del medio ambiente. Además hay que tener en cuenta, que esta modalidad de gestión apunta a recibir un número selectivo de turistas a lo largo del año.

En cuanto a la dependencia de la cooperación internacional, la RTC debe manejar con mayor cuidado el hecho de la dependencia de subsidios y donaciones así como también el manejo del acompañamiento recibido por parte del técnico en terreno. El mismo solo debería efectuarse en tanto y en cuando la comunidad necesite de requerimientos técnicos para su evaluación, pero esto no debe transformarse en una costumbre.

Otro de los riesgos y dificultades que presenta la RTC es la falta de políticas públicas en beneficios al sector comunitario. Desde hace muy poco tiempo, y por presión por parte de las mismas comunidades y por intereses económicos es que los municipios han comenzado a observar las necesidades del sector.

La RTC está recién incursionando en cuanto a lo que a la actividad turística respecta, hasta ahora los beneficios que han obtenido han sido en parte gracias a las donaciones, subsidios y créditos que han conseguido pero no por medio del ingreso del turismo rural comunitario. La inexperiencia en la actividad es entendida y es valorado el esfuerzo que estas comunidades rurales están haciendo para poder empezar a adecuarse a la actividad. Pero es necesario comenzar a pensar en mejoras que puedan beneficiar la llegada de turistas respetuosos y acordes al producto turístico que la RTC ofrece y al regreso por parte de los visitantes a la Red, es por tal motivo que a continuación se realizan una serie de propuestas que buscan contribuir de algún modo en estos aspectos:

- Establecer alianzas con servicios de remises locales para el traslado desde la terminal hasta los alojamientos familiares. Esto permitiría un beneficio para la empresa de traslado locales que se vería beneficiada con una clientela establecida y a la Red ya que podría cobrar un monto determinado por garantizarle un servicio. Además esto generaría un nivel de confianza mayor por parte de los turistas cuando llega al destino. Los remises podrían estar aguardando con alguna insignia de la RTC o cartel con el nombre del pasajero.
- Utilizar los alojamientos familiares como modo de promoción de los dulces, vinos, jaleas etc. Sí en cada casa de familia donde el turista se hospeda se usaran para las comidas algunos de los productos fabricados por miembros de la Red los turistas tendrían una posibilidad de degustación y hasta quizás de encargo inmediato.
- Establecer controles periódicos en las casas donde se brinda alojamiento para promover las formas higiénicas. Por cuestiones culturales básicamente, algunas de las familias no tienen conceptos higiénicos (es decir suciedad acumulada en los baños, las cocinas sin desinfección, etc)
- Crear un sistema simple de datos de reservas que permita ser utilizado por cualquier miembro, para comenzar a establecer una base de datos histórica sobre los turistas que se reciben.



- Constituir alianzas con agencias turísticas responsables que conozcan las necesidades de la gente de la zona y le permitan incrementar el ingreso de turistas teniendo en cuenta todos los aspectos antes mencionados sobre el tema.

Las propuestas antes generadas solo buscan contribuir al desarrollo de la RTC desde algunos aspectos turísticos propiamente dichos sin intentar modificar la forma de vida y la concepción social que los mismos tienen.

Después de todo lo analizado y a modo de conclusión final se puede decir que la implementación del turismo rural comunitario es una herramienta eficaz para el desarrollo de comunidades campesinas y originarias, y que la aplicación del mismo a la Red de Turismo Campesino le ha aportado importantes avances, aunque todavía les resta un largo camino por recorrer.



## **Bibliografía:**

- **Vieytes, Ruth.** Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad. Editorial de las Ciencias. Año 2004
- **Sampieri Carlos, Fernandes- Colladom Pilar Baptista.** Metodología de la investigación. Cuarta edición,. McGraw Hill, 2006
- **Vieytes. Kerlinger, F.** Investigación del comportamiento. Técnicas y metodología. México: Iberoamericana, 1987.p 111-112
- **Balanzá, Isabel Milio.** Diseño y comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales. Editorial Thomson. 2004
- **Balanzá, Mónica Cabo, Milio Isabel.** “Comercialización de Productos y Servicios Turísticos”. 1º Edición. Madrid. Editorial Paranainfo. Año 2000.
- **Aguilar, Siliceo Alfonso,** Capacitación y desarrollo de personal. 4ta Edición. México. Editorial Limusa, 2009
- **Kotler Philip, Bowen, John, Makens James.** Mercadotecnia para hotelería y turismo . Prentice Hall
- **Kothel,Philip.** “Marketing para turismo” 3º edición. Editorial Pearson Prantice Hall. Madrid 2004
- **Maldonado, Carlos.** Pautas metodológicas para el análisis de experiencias comunitarias de turismo comunitario, documento de trabajo número 73, SEED, Oficina Internacional del Trabajo (OIT), Ginerbra, Suiza, 2005
- **Leonard, Lickorish; Carlson, Jenkins.** “Una introducción al turismo”.Madrid. Editorial Síntesis. 1997
- **Amartya Sen.** “Desarrollo como libertad”.Oxford University.1999
- **Todaro M, Smith S.** “Economic Developmente” New York, Addison Wesley, 2005
- **Krieger, Mario.** “Sociología de las organizaciones”. Capítulo 4: Los grupos, los equipos y la organización. Prentice Hall. Buenos Aires. 2001
- **Coceres, Claudia Maria.** “Una lectura antropológica para el turismo cultural. Análisis desde Latinoamérica”. Ladevi ediciones. Buenos Aires. 2007



- **Maldonado Carlos**, Turismo y comunidadesn indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta, documento de trabajo número 79, SEED, Oficina Internacional del Trabajo (OIT), Ginebra, Suiza, 2006
- **Romàn, Florencia, Cicolella, Mariana**. Turismo Rural en la Argentina. Conceptos, situación y perspectivas. Instituto Interamericano de cooperación para la agricultura. 2009

### **Sitios web consultados**

- Sitio web oficial del Ministerio de Turismo y Cultura de la Provincia de Salta : [www.turismosalta.gov.ar](http://www.turismosalta.gov.ar) (Información general de la provincia)
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. Presidencia de la Nación: [www.minagri.gob.ar/site/agricultura\\_familiar/index.php](http://www.minagri.gob.ar/site/agricultura_familiar/index.php) (Información sobre el Programa Social Agropecuario)
- Red de Turismo Campesino de Valles Calchaquíes <http://www.turismocampesino.org> (Información general de la Red de Valles)
- Sitio Web Oficial de Salta. [www.salta.gov.ar](http://www.salta.gov.ar) . Información oficial sobre la provincia y estadísticas sobre el turismo en la provincia
- Valles del Norte. [www.vallesdelnorte.com.ar](http://www.vallesdelnorte.com.ar). (Mapas)
- Federación Plurinacional de Turismo comunitario. [www.uct.edu.ec](http://www.uct.edu.ec) (Definición de turismo comunitario)
- Destino Exótico de Salta. [www.destinoexotico.com/salta/es/mapas.html](http://www.destinoexotico.com/salta/es/mapas.html). Mapas de Salta
- Consejo Federal de Inversiones. [www.cfired.org.ar](http://www.cfired.org.ar). (El turismo como oportunidad de desarrollo. Experiencias. Salta. Red de Turismo Campesino. Información y datos sobre la Red)
- Ministerio de Desarrollo Social –Presidencia de la Nación. [www.desarrollosocial.gov.ar](http://www.desarrollosocial.gov.ar). (Proyecto Integral. Plan Manos a la Obra)
- Real Academia Española [www.rae](http://www.rae)

### **Informes especializados sobre la Red de Turismo Campesino**

- Renfiges, Marcelo. Informe técnico para elevar ante el Ministerio de Turismo de la Provincia de Salta. RED DE TURISMO CAMPESINO. Valles Calchaquíes Sur en Salta. 2008. 5 de Mayo. Salta



- Fairstein, Catalina. Las prácticas asociativas de familias rurales. La experiencia de la Red de Turismo Campesino de la Provincia de Salta. La asociatividad de las familias campesinas en torno a la producción de servicios turísticos y su vinculación con la estrategia de ingresos.

### **Proyectos vinculados al desarrollo de la Red de Turismo Campesino**

- Conservación de los recursos naturales de los valles áridos de la Cordillera Oriental Sur de Salta, a través de una gestión ambiental y comunitaria del turismo responsable, el trabajo territorial en red, y la complementariedad de la producción campesina agropecuaria y artesanal tradicional. Programa de pequeñas donaciones del Fondo para el Medio Ambiente Mundial. Formulario de presentación del proyecto. 2009. 31 De Octubre
- Asociación Villa de los Cinco Nombres de San Carlos y Red de Turismo Campesino. Proyecto Integral Plan Manos a la Obra. 2009

### **Cartas y Documentos oficiales**

- Convención sobre la Protección de Patrimonio Mundial, Cultural y Natural en la Conferencia General de la ONU para la Educación, la Ciencia y la Cultura celebrada en París

### **Publicaciones de Congresos, Seminarios y Otros**

- Pérez Palomo, Salvador. Documento Estratégico, versión definitiva. I Encuentro Internacional de Turismo Justo. 2006 Junio 1y 2. Palacio de Congresos y Exposiciones de la costa del sol, España, Málaga: Departamento de Turismo. Área de Recursos e Iniciativas Locales. Diputación de Málaga
- Maldonado, Carlos, Red de Turismo Comunitario Sostenible de America Latina (REDTURS), Primer seminario regional sobre ética en el Turismo, Quito, Ecuador, 29 y 30 de junio de 2009. Disponible en:  
[www.unwto.org/code\\_ethics/sp/sem\\_quito/presentaciones/maldonado.pdf](http://www.unwto.org/code_ethics/sp/sem_quito/presentaciones/maldonado.pdf)

### **Revistas especializadas:**

Turismo: Una herramienta más para el desarrollo rural en manos de la gente. Revista Enlace. Edición especial sobre turismo rural comunitario. Año 16. Managua, Nicaragua.



# Anexos



## **Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 - MINTUR**

Boletín Técnico

### **La SECTUR realizó un ciclo de capacitaciones en la Red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes de Salta**

12/12/2008 | ? Subsecretaría de Desarrollo Turístico

Fue en el marco del Proyecto Red Federal Turismo Comunitario en ámbitos rurales (RFTC) de la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico de la Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR), en conjunto con el Plan Federal de Capacitaciones de la de la Dirección Nacional de Calidad y el Ministerio de Turismo de Salta.

El objetivo de dichos seminarios fue profesionalizar la actividad, fortalecer la gestión y la organización, en base al desarrollo comunitario de la actividad turística.

En los seis cursos dictados se puso énfasis en la gestión de pequeños alojamientos rurales familiares, la comercialización y marketing para servicios y productos, la legislación turística provincial, el rol del informante turístico, los primeros auxilios y turismo alternativo y la bromatología y seguridad de los alimentos.

Los asistentes fueron alrededor de 50 familias que son miembros de la Red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes de dicha provincia.

Recordemos que el proyecto Red Federal de Turismo Comunitario se propone contribuir al desarrollo local mediante el fortalecimiento de la gestión comunitaria del turismo por parte de pueblos originarios y campesinos.

Tal accionar se sustenta en los ejes rectores de la política turística nacional plasmados en el Plan Federal de Turismo Sustentable 2016 (PFETS) que aluden al desarrollo económico con inclusión social y la conservación del patrimonio. El PFETS se propone, entre sus objetivos específicos, lograr una mayor calidad de vida garantizando el respeto a la cultura, la identidad y los valores de las comunidades receptoras.

Durante el 2008 participaron en los talleres para construcción de la red de referentes técnicos, las provincias de Salta, Jujuy, Misiones, Corrientes, Chaco y Catamarca.

Es importante destacar, que en el próximo año se realizará una nueva invitación a las provincias para sumarse a la Red Federal de Turismo Comunitario que incluirá la región Patagonia.



## **Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 – MINTUR**

Boletín Técnico

### **El Turismo Comunitario de Salta concreta una red de agua en una comunidad campesina**

16/01/2009 | ?Subsecretaría de Desarrollo Turístico

La Red de Turismo Campesino (RTC) de los Valles Calchaquíes de Salta, es un emprendimiento territorial gestado hace 5 años por más de 50 familias campesinas, pequeños productores agropecuarios y artesanos residentes en 12 comunidades rurales.

Dicho emprendimiento se encuentra en los alrededores de los pueblos de Angastaco, San Carlos, Animaná y Cafayate. El proceso de formación social y organizativa ha llevado años de reuniones informativas, asambleas generales, capacitaciones, dedicación y mucho compromiso y continuidad.

La oferta turística gestada en el seno de estas comunidades campesinas y con fuerte presencia de asesoramiento técnico en territorio, ha adquirido la modalidad del turismo comunitario, en donde la misma comunidad decide los pasos y los modos de abrirse al turismo.

Esta organización de base, luego de una etapa de evaluaciones, reflexiones y decisiones participativas, ha iniciado un proceso de aprendizaje en la acción: ya recibe viajeros, se promociona en mercados específicos del turismo no masivo, viene obteniendo reconocimientos de los organismos del sector, comercializa a través de reservas y se ha constituido formalmente en una cooperativa de turismo rural comunitario y como tal, será reconocida como legal operadora de turismo.

El proyecto Red Federal de Turismo Comunitario (RFTC) de la Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR), viene apoyando institucionalmente esta organización campesina y sobre todo, asegurando acompañamiento técnico continuo a este proceso.

Recordemos que el proyecto RFTC define al turismo comunitario como la actividad turística autogestionada y organizada por comunidades de pueblos originarios y campesinas, en respeto a su organización tradicional, saber y cosmovisión, generando ingresos complementarios y equitativos.

Esta modalidad turística es motivada por el intercambio cultural y una relación responsable entre lugareños y viajeros. Además fomenta el desarrollo local integral, no sólo a través del trabajo digno mediante la actividad del turismo responsable y sustentable; sino también fortaleciendo la unión, la organización, la identidad, e integración de las comunidades en su conjunto, poniendo en valor su patrimonio y garantizando sus derechos y buen vivir.

El turismo comunitario es posible y real, si éste se basa en la acción y el crecimiento de toda la comunidad. En este contexto, la RTC de Salta ha inaugurado una red comunitaria de agua domiciliaria para consumo en el paraje El Divisadero.

La organización campesina junto a su asistente técnico, debieron encarar y dar solución a este grave y postergado problema y de manera decidida ejecutaron un proyecto y a pico y pala y mucho esfuerzo, finalizaron la tan deseada obra.

Hoy esta comunidad campesina de ese territorio ya tiene agua, en sus viviendas de adobe y piedra. Hoy ese derecho de agua para consumo y su mejoría en la salud de familias y niños, es una realidad y un sueño cumplido.

Las necesidades básicas de estas comunidades aun no están satisfechas y faltan muchas obras por hacer, y el proyecto RFTC y los principios rectores del turismo comunitario continuarán su compromiso para darles solución.



Esta obra de agua para consumo beneficia a 24 familias campesinas de bajos recursos, demandó más de 200 jornales voluntarios y fue posible gracias al trabajo de la comunidad, la responsabilidad social de la RTC, al aporte económico y la confianza de la Embajada de Suiza y el acompañamiento técnico del Programa Social Agropecuario (PSA) de Salta y del proyecto RFTC de la SECTUR.

Apoyaron también en este proceso, la Secretaría de Recursos Hídricos del Ministerio de Medio Ambiente de la provincia de Salta, la municipalidad local y la autoridad legislativa de la región.

El acto de inauguración, realizado a fines de diciembre del 2008, contó con las palabras de: Miguel Terraza, delegado de la comunidad; Javier Frías, presidente de la Red de Turismo Campesino; Ing. Ramiro Ragno, asesor técnico del proyecto; Ing. Alfredo Fuertes, Secretario de Recursos Hídricos de la provincia de Salta; Dra. Silvina Vargas, senadora provincial y varios comuneros presentes.

Así mismo, la Embajada de Suiza estuvo presente mediante un comunicado de salutación firmado por su Agregada de la Cooperación, Lic. Isabelle Petersen y por su parte, el PSA de Salta, por nota de felicitación y apoyo de parte de su coordinadora, Ing. Cristina Sanz.



## Código de conducta al viajero de la RTC

### Información para el viajero

#### Que visita la red de turismo campesino de Salta

“Turismo campesino: Lo entendemos como la modalidad de turismo en donde las y los campesinos somos protagonistas de la actividad y en donde el viajero es un compañero que busca vivir un intercambio cultural genuino, con quienes nos interesa compartir nuestras actividades cotidianas y formas de vida familiares y de la comunidad; que nos permite a su vez, valorar junto a ellos nuestras costumbres, identidad, diversidad productiva, gastronomía y nuestros paisajes, en el marco de una relación de mutuo respeto, solidaridad y amistad”.

Es una oferta destinada entonces, a los viajeros que comparten y practican los principios del **turismo responsable, respetuoso y el desarrollo sustentable y el comercio justo.**

**!!!LA RED NO OFRECE TURISMO DE AVENTURA NI ACTIVIDADES DE RIESGO!!!**

### CODIGO DE ÉTICO DE CONDUCTA

- ∂ Pedimos al viajero acercarse con respeto, tranquilidad y sin gritos perturbadores.
- ∂ Sean y seamos amables y pacientes, pues nuestra cultura e idiomas a veces son muy diferentes.
- ∂ Cuiden y protejan las instalaciones de las familias y las comunidades anfitrionas.
- ∂ Si generan residuos, solicitamos depositarlos sólo en cestos de basura habilitados.
- ∂ Respeten las costumbres locales, y no anden con el torso desnudo mientras estén en las comunidades campesinas.
- ∂ Usemos responsablemente el agua corriente domiciliaria como también la leña, pues son recursos naturales escasos en la zona.
- ∂ Respeten los horarios y costumbres de la familia campesina en cuanto a los tiempos, el descanso, el silencio, trabajo, comidas y privacidad.
- ∂ Cumplan sin discutir, las condiciones y recomendaciones de los servicios y actividades que la Red ofrece (transitar por sendas autorizadas, respetar la propiedad privada, pedir autorización para fotografiar, respetar la autoridad de los guías locales)
- ∂ Ayuden a cuidar nuestro patrimonio natural y sitios arqueológicos, en ellos esta nuestra identidad.
- ∂ No regalen medicinas ni caramelos, pues su uso incontrolable no es sano para nosotros y nuestros niños y puede generar mendicidad.
- ∂ Respeten y paguen la totalidad de los precios establecidos de los productos y servicios ya adquiridos.
- ∂ Acepten la decisión de no habilitar zonas de camping dentro de las fincas y comunidades.
- ∂ Se les solicitará comprensión ante el surgimiento de imprevistos, pues tenemos poca experiencia en atención al turista, pero mucha voluntad y responsabilidad.



## Inscripción de la RTC al INAES.

### Ficha

COOP DE AGROTURISMO "RED DE TURISMO CAMPESINO" LTDA

Matricula:	34186	Fecha de inscripción:	30/12/2008
Provincia:	SALTA	Dirección:	SAN MARTIN
Código Postal :	A4427	Localidad:	SAN CARLOS (Sta)
Partido:	SAN CARLOS (STA)	CUIT:	30-71111122-7
Teléfonos:		Correo electrónico:	

### Principios de una cooperativa

#### **1.- Membresía abierta y voluntaria:**

"Las cooperativas son organizaciones voluntarias abiertas para todas aquellas personas dispuestas a utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades que conlleva la membresía sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religioso".

#### **2.- Control democrático de los miembros:**

"Las cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus miembros quienes participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y mujeres elegidos para representar a su cooperativa responden ante los miembros.

En las cooperativas de base los miembros tienen igual derecho de voto (un miembro, un voto), mientras en las cooperativas de otros niveles también se organizan con procedimientos democráticos".

#### **3.- Participación Económica de los miembros:**

"Los miembros contribuyen de manera equitativa y controlan de manera democrática el capital de la cooperativa. Por lo menos una parte de ese capital es propiedad común de la cooperativa.

Usualmente reciben una compensación limitada, si es que la hay, sobre el capital suscrito como condición de membresía. Los miembros asignan excedentes para cualquiera de los siguientes propósitos: el desarrollo de la cooperativa mediante la posible creación de reservas, de la cual al menos una parte debe ser indivisible, los beneficios para los miembros en proporción con sus transacciones con la cooperativa; y el apoyo a otras actividades según lo apruebe la membresía".

#### **4.- Autonomía e independencia:**

"Las cooperativas son organizaciones autónomas de ayuda mutua, controladas por sus miembros. Si entran en acuerdos con otras organizaciones (incluyendo gobiernos) o tienen capital de fuentes externas, lo realizan en términos que aseguren el control democrático por parte de sus miembros y mantengan la autonomía de la cooperativa".



## **5.- Educación, entrenamiento e información:**

"Las cooperativas brindan educación y entrenamiento a sus miembros, a sus dirigentes electos, gerentes y empleados de tal forma que contribuyan eficazmente al desarrollo de sus cooperativas.

Las cooperativas informan al público en general, particularmente a jóvenes y creadores de opinión, acerca de la naturaleza y beneficios del cooperativismo".

## **6.- Cooperación entre Cooperativas:**

"Las cooperativas sirven a sus miembros más eficazmente y fortalecen el movimiento cooperativo. Trabajando de manera conjunta por medio de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales".

## **7.- Compromiso con la comunidad:**

"La cooperativa trabaja para el desarrollo sostenible de su comunidad por medio de políticas aceptadas por sus miembros".

## **Tipos de Cooperativas**

Toda entidad cooperativa nace y se origina con el propósito de satisfacer necesidades y es así que existen diversos tipos de cooperativas, como necesidades a satisfacer.

La Red de Turismo Campesino es del tipo de cooperativa agropecuaria.

- **Cooperativas Agropecuarias.**

Son organizadas por productores agropecuarios para abaratar sus costos y tener mejor inserción en el mercado, así compran insumos, comparten la asistencia técnica y profesional, comercializan la producción en conjunto, aumentando el volumen y mejorando el precio, inician procesos de transformación de la producción primaria, etc.

