



INSTITUTO DE GEOGRAFÍA
FACULTAD DE HISTORIA, GEOGRAFÍA
Y CIENCIA POLÍTICA

El Boletín Electrónico de Geografía (BeGEO) es una publicación que intenta crear un espacio de difusión de los estudios realizados por los estudiantes del Instituto de Geografía de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

BeGEO reúne artículos originales de alta calidad que son elaborados por los estudiantes de pregrado en las distintas actividades curriculares impartidas por docentes del Instituto de Geografía.

ISSN 0719-5028

www.geografia.uc.cl

BeGEO

Boletín electrónico de Geografía

BeGEO, 2016, N°4

Potencialidades del turismo de montaña para el desarrollo local de la comuna de San Fernando, VI Región del Libertador Bernardo O'Higgins¹

Cecilia Daniela Morales Villablanca²

La investigación tiene como propósito analizar las potencialidades turísticas de la zona de montaña de la comuna de San Fernando, VI Región de O'Higgins, con el fin de proponer una ruta turística, en un contexto de escasa planificación, ausencia de datos, falta de investigación y la existencia de atractivos turísticos naturales inexplorados que pueden significar un desarrollo económico y cultural para las comunidades involucradas en el turismo de montaña. Se realizó un diagnóstico sobre gestión municipal y privada, identificación de atractivos, planta turística que permitieron la generación de la ruta turística: Alto Colchagua, la cual fue validada a través de técnicas cualitativas como entrevista semi estructurada, observación participante y *focus group*. La nueva geografía del turismo invita a renovar la valoración del espacio natural, construida en base a procesos sociales que contribuyan a la conservación del medio, la cual es gestionada por actores locales y públicos.

Palabras clave: actores estratégicos, atractivos turísticos, ruta turística.

Potentialities of mountain tourism for local development of San Fernando commune, VI Región de O'Higgins

Abstract

The investigation have like aim analyze the tourisitics potentialities of montain zone in San Fernando, VI Región de O'Higgins, for the porpoise of a tourist route, in a context of limited planning, lack of data and research and existence of naturals atracttives unchartered what can mean economic and cultural developed for communities involve on mountain tourism. It made a diagnosis about management municipality and private, identification of atracttives, touristi plant that enable a generation of touristic route called Alto Colchagua, which was validate through cualitatives tecniches like structure interview, sightings participant and focus group. The new geography of tourism invite to refresh an assessmen of natural espace, construct in base a social process that contribute for environment conservation wich management for local actresses and publics.

Keywords: strategic actors, tourist attractions, tourist route.

¹ Artículo recibido el 15 de septiembre de 2016, aceptado el 25 de noviembre y corregido el 17 de diciembre de 2016.

² Instituto de Geografía, Pontificia Universidad Católica de Chile (Chile). E-mail: cnmorales@uc.cl

El área de estudio corresponde, administrativamente, a la comuna de San Fernando y se localiza a 14 km al oriente de esta, incluyendo a las localidades de Puente Negro, Agua Buena, La Rufina, Las Peñas, Termas del Flaco y el futuro Paso Las Damas. El interés por esta zona, cuya ruta comprende al río Tinguiririca como principal eje, se fundamenta en la falta de investigación científica que ponga en valor los recursos naturales y culturales de esta zona de montaña.

Indagar sobre estas potencialidades territoriales, permitiría contribuir al incremento de la actividad turística comunal a través de la planificación del desarrollo turístico por parte de los gobiernos municipales de turno, apuntando a la cohesión social de la comunidad local para resguardar y proteger el valor natural de esta zona y estimular un desarrollo turístico sostenible, con procesos de calidad, abierto a la mirada y exploración global.

Participación de actores sociales estratégicos en los procesos de planificación de desarrollo turístico

Para proponer una ruta turística es posible realizar diversos tipos de análisis, como por ejemplo, desde la subjetividad individual, colectiva, económica y cultural sobre un imaginario geográfico de un territorio (Hiernaux, 2002). En este caso, se abordará desde el colectivo social de las localidades, es decir, desde la mirada de los habitantes que trabajan y viven de la actividad turística, para sostener y generar ingresos, empleos y cultura a las zonas aisladas geográficamente (Vachon, 2001) puesto que es un factor fundamental para el desarrollo de una ruta turística de montaña, por la asociación y cohesión local que se requiere al momento de atraer turistas, lo que conduce a establecer una visión compartida acerca de las condiciones en que se espera se desenvuelva la actividad turística local de montaña (Hernández, 2011).

Asimismo, Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), institución encargada de desarrollar políticas públicas regionales, promueve la participación e integración de los actores estratégicos, como parte de un proceso de planificación participativa por medio de la “asociación de grupos locales”, en los cuales cada habitante voluntariamente se compromete a formar parte de las decisiones que les atañen, conociendo sus formas de vida, educación, y sensibilidad frente a temas que pueden afectar su cotidianidad y mejorar su calidad de vida económica y social. Su evaluación se basa en la medición de repercusiones cualitativas y subjetivas como la motivación a involucrarse participativamente en la emergencia de liderazgo y protección medioambiental de su espacio (Vachon, 2001), como base de la organización del “plan de desarrollo turístico comunal”, que refleje las necesidades y converja hacia una visión comunitaria sobre esta actividad. Es por esto, que se considerarán a todos los actores que incidan en el desarrollo local del turismo de montaña, tales como: habitantes, operadores y guías turísticos de la comuna, oficina de turismo municipal y complejos turísticos que estén asociados en corporaciones, comités, comisiones y cámaras de turismo, etc.

Finalmente, se asume la idea fuerza del autor Bertoncetto (2006), quien plantea la necesidad de enfocar la importancia de una sociedad de origen y sociedad de destino, en la puesta en valor de los atractivos, puesto que su valoración turística se dará solo a través de una relación que considere a las características de las condiciones de vida de la sociedad actual; (altamente urbanizadas y con clara diferenciación entre tiempo de trabajo y de ocio, entre tantas otras).

En los últimos años, se evidencia un creciente interés por el turismo por parte de la ciencia geográfica. Según Lindón & Hiernaux (2001) desde la crítica hacia los enfoques descriptivos, la geografía ha comenzado a renovar la valoración del espacio natural, entendiéndola como construida a partir de procesos sociales y gestionada por actores locales y públicos. De acuerdo a esto, Bertoncetto (2002), considera el territorio turístico como contenedor de sociedades de origen y de destino que intercambian productos, cultura y resignifican simbólicamente y materialmente sus espacios a través del encuentro por medio de la actividad.

El turismo correspondería a “aquellas expresiones geográficas de la contemporaneidad poco estudiadas habitualmente por su intrínseca dificultad, accesibilidad, o por su apariencia invisible, intangible, efímera y fugaz” (Hiernaux (2009: 5). A su vez, es una práctica sociocultural en microespacios, y por lo tanto, el geógrafo humano debe también tomar en cuenta que en esta práctica y en ese espacio es donde el turista encuentra al “otro”, como una propuesta de renovación de enfoque de la geografía, conviviendo y generando intercambios que muchas veces pueden generar contraindicaciones a las localidades (Hiernaux, 2009).

Investigaciones recientes han registrado casos en los cuales el turismo interviene negativamente, generando “sombras” que se traducen en transformaciones socio-espaciales, con la llegada de inmigrantes que comienzan a residir definitivamente en áreas montañosas, que reviven la necesidad de reproducción del antiguo modo de vida urbano, pero ahora al interior de un ambiente de montaña, ocultando la competitividad en el desarrollo local (González *et al.*, 2009). Por consiguiente, existen visiones contrarias al turismo en relación a convertir una zona montañosa en un destino turístico, puesto que puede ser perjudicial para territorios aislados.

Como punto de inicio, para descubrir si esta actividad puede tener un real impacto en la economía de las localidades, requiere, por lo tanto el reconocimiento de los atributos específicos de los lugares valorizados como atractivos turísticos, generando nuevas modalidades que el turismo adopta en el tiempo, con tendencias reflejadas en el espacio y transformaciones sociales específicas (Bertoncetto, 2006).

Desarrollo local de las zonas montañosas

Un concepto relevante a considerar en la investigación es el desarrollo local, entendido como un proyecto que pretende superar los imperativos del crecimiento económico y

corregir sus efectos indeseables, como la desvitalización local que experimentan los territorios excluidos por aislamiento geográfico, como el despoblamiento de las áreas rurales por falta de oportunidades laborales, bajos niveles de escolarización y cualificación profesional, falta de liderazgo, degradación medioambiental (Vachon, 2001: 60), desde esta perspectiva el turismo se puede considerar como opción de desarrollo, en el sentido de introducir una lógica económica dispuesta a adaptarse a la macroeconomía, puesto que una apropiada dirección constituye una oportunidad para el espacio, en cuanto a la vía que el turismo ofrece para reconciliarse con el entorno natural y reconocer su pertenencia a él (Cooper *et al.*, 2001). A su vez, en un contexto de economía global en crisis y exclusiva a ciertos espacios, la respuesta a los problemas del mundo rural no puede venir desde la perspectiva exclusivamente agraria, sino desde una estrategia de desarrollo integral que promueva una diversificación de la actividad económica, sin perder de vista la identidad cultural de las zonas rurales ni la preservación de sus valores patrimoniales (Flores & Barroso, 2012).

El desarrollo local debe ser un proceso dinámico alimentando por actitudes y comportamientos basados en la acción de la colectividad, en los cuales las aspiraciones y las prioridades son específicas al territorio, a través de este concepto se proponen soluciones válidas para el problema de la inadaptación individual y colectiva, por lo que es importante establecer potencialidades, condiciones, limitaciones y medios que posibiliten la elaboración y realización de iniciativas locales de desarrollo, ante una situación que no responde a las necesidades de la colectividad, en condiciones y medios muy diferentes a los que rigen el funcionamiento de los grandes ciudades (Vachon, 2001). Es también una estrategia cuyos actores son los beneficiarios y se aplica en territorios diversos, sobre todo en espacios geográficamente rezagados del desarrollo económico global, como zonas montañosas, cercanas a límites fronterizos. Una de las propuestas es recabar y reconocer las problemáticas ligadas al aislamiento de estas zonas por medio de proyectos de presupuesto participativo, que permitan comprender como se expresan las dinámicas socioeconómicas en el territorio.

Propuesta de Rutas turísticas

Debido a la amplia distancia de las zonas montañosas con respecto al centro de la ciudad, es importante la propuesta de rutas turísticas que enlacen los atractivos de una forma cohesionada (SERNATUR, 2010), para promover la visita de “consumidores” o más bien turistas, con el objetivo de mostrar al mercado un territorio por sus características y valores presuntamente singulares.

Según Hernández (2011), el problema de la propuesta de rutas turísticas, es que comúnmente olvida las dinámicas socioculturales internas de cada territorio, porque se desarrollan de acuerdo a estándares globales, esto es en cuanto a que una ruta basada en criterios muy externos, con fórmulas estandarizadas de desarrollo turístico, desde consultoras, es decir, sin la observación participante del investigador para considerar las especificidades de un espacio geográfico, puede reducir a un mero producto económico

sin identidad o utópico. Ante esto sugiere, la observación participante de los modos de vida, o estudios etnográficos, así estas rutas turísticas deben ajustarse a la organización territorial, evitando desequilibrios económicos socio-territoriales y promoviendo una visión holística del lugar.

Por otra parte, existe consenso en que la integración de los actores y recursos, genera un valor agregado al turista, puesto que contribuye a la cohesión social desde valores compartidos con una clara identidad cultural. Sin embargo, las rutas tradicionales al no disponer de la visión de los actores involucrados, recaen en valorar a los atractivos turísticos como meros productos económicos, ajenos a la realidad del territorio.

En marco del reciente turismo asociado a la naturaleza, historia y cultura, están surgiendo con fuerza la propuesta de rutas turísticas que integran atractivos naturales y actividades que incentivan la cooperación entre las diferentes áreas rurales interconectadas por medio una red vial segura y señalizada con las atracciones por visitar (López *et al.*, 2006).

Un ejemplo desarrollado con éxito es el caso de la ruta del Tempranillo, Andalucía, en España, la cual ha dado importantes muestras de cohesión y voluntad política de las autoridades involucradas para el desarrollo local, a partir de la creación de tres instrumentos de planificación que coordinados, desarrollaron los objetivos del plan de desarrollo turístico, esto es, la creación de una fundación para el desarrollo de los pueblos, la firma de un convenio marco de colaboración de la junta de turismo, comercio y deporte y programas concretos de coordinación con las consejerías, de medio ambiente, innovación, cultura, ciencia y empresa, de esto se puede decir que un elemento clave, es la organización de los actores y autoridades públicas para la ejecución de la planificación turística, esto aplicado en nuestro país, se traduce en el trabajo conjunto de las distintas organizaciones, en este caso cámaras de turismo, agencias de turismo aventura en conjunto con la oficina de información turística.

Otro ejemplo de valoración de atractivos naturales a través de rutas turísticas, importante a destacar es la creación del geoparque que contempla al Parque Nacional Conguillio y el volcán Llaima, en la región de la Araucanía, “Kutralkura” propuesto por el Servicio Nacional de Geología y Minería (SERNAGEOMIN), el cual consiste en identificar geositos y enlazarlos a través de rutas, y que contribuye a desarrollar y a mejorar la calidad de vida de sus habitantes, a través de la educación y capacitación de operadores turísticos locales, junto con esto, serán implementados con miradores, señaléticas, paneles para facilitar la interpretación (Shilling *et al.*, 2009).

Metodología

Para este estudio se utilizó el método mixto, el cual es definido como un proceso de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos, (Hernández *et al.*, 2006), porque se busca comprender las distintas visiones de los actores ligados al turismo, para realizar un análisis acerca de sus acciones, las que se complementan con datos

descriptivos sobre las potencialidades de los atractivos, para el posterior diseño de una ruta turística que nos permita mirar el espacio geográfico y a las comunidades, desde una perspectiva integradora y holística.

Para analizar las potencialidades turísticas de la zona, es necesario generar un diagnóstico general de la actividad, con el objetivo de conocer la situación actual y potencial de la actividad turística en la comuna, (Rivas, 2015), de acuerdo a esto, es necesario establecer comunicación con los principales actores sociales a través de la entrevista semiestructurada, estos son: habitantes dedicados al turismo, cámaras de Turismo, empleados a cargo de la oficina de Información turística municipal, autoridades municipales, guías turísticos, microempresarios, cámaras de turismo. El tamaño muestral consistió en 11 actores estratégicos, lo cual permitió vislumbrar un diagnóstico más confiable, amplio y veraz, lo que a su vez, se complementa con lo investigado en terreno.

El criterio para la selección de entrevistados es de acuerdo a su participación activa en organizaciones o entidades ligadas al turismo de naturaleza o montaña de la comuna, que se obtienen a través de la técnica “bola de nieve” la cual consiste en la obtención de datos a partir de la información que aporta el entrevistado, sobre posibles participantes para la investigación (Hernández *et al.*, 2006).

Otra técnica cualitativa aplicada en esta investigación, es la observación participante y no participante, la cual consiste en el involucramiento pertinente del investigador en el espacio social dentro del cual se desarrolla la actividad, constatando actitudes, visiones, estableciendo diálogo con los actores y reflexividad crítica del proceso de investigación, (Rose, 1997).

Para profundizar el diagnóstico, se procedió a la revisión de los documentos institucionales: Análisis FODA y el documento de los “Líneas de trabajo propuesta de la Oficina de Turismo San Fernando”, facilitado por la Oficina de Información Turística de San Fernando y el Plan Comunal de Desarrollo (PLADECO).

A partir de lo anterior, con el objetivo de sintetizar y organizar resultados obtenidos sobre la realidad presentada en la comuna, se realizará una matriz Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA). El objetivo es convertir los datos levantados (información primaria y secundaria sistematizada) en información lista para la toma de decisiones.

De acuerdo a esto, es indispensable el recorrido de cada localidad considerada en el área de estudio, para ser contada como base de datos con información proporcionada por la Ilustre Municipalidad de San Fernando, la cual contiene el registro de los servicios patentados por Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), lo cual permitirá identificar la oferta turística establecida y su localización con respecto a los atractivos naturales y culturales.

Los atractivos se identificaron de acuerdo a metodología cualitativa de observación participante y no participante, es decir, junto con realizar un recorrido por las localidades, se establecieron diálogos con la comunidad que permitieron descubrir aquellos atractivos que son de mayor interés y potencial para ser puestas en valor por la sociedad de origen y de destino.

Para complementar y profundizar el análisis, se llevó cabo, la aplicación del catastro e Inventario de Oferta Turística, el cual sistematizará la identificación de los recursos turísticos comunales, estos se definen como todo bien o servicio que por intermedio de la acción humana y de los medios (técnicos, económicos y financieros) con que se cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda (OMT, s.f) Para esto, se elaboró un informe que contiene la planta turística de cada localidad, este contiene: accesibilidad, transporte, salud, comunicaciones, sanidad, energía, servicio de alojamiento y servicios turísticos.

Para catastrar los atractivos es adecuada y vigente la utilización del Inventario y Clasificación de acuerdo a la Metodología CICATUR-OEA modificada (2011), la cual consiste en fichas de Registro que permitieron el registro de los atributos de acuerdo a la infraestructura y equipamiento próximos a los atractivos.

Para el registro material de la información se realizará para cada atractivo una ficha con atractivos turísticos presentes en la zona de montaña de la comuna de San Fernando. En ellas, se detallan las características de cada una, su clasificación, potencial turístico, ubicación, estado de conservación, nombre, categoría y tipo o subtipo, jerarquía, altitud, medios de acceso, distancia.

Como parte de los objetivos propuestos, es necesario luego de una revisión y clasificación de los atractivos turísticos, la confección de una ruta que promueva las visitas en toda época del año, estableciendo las zonas con mayor potencial, a partir de la jerarquización de los recursos disponibles, realizadas en los objetivos anteriores.

Una vez recolectada, analizada y procesada la información se procederá a generar cartas temáticas que sinteticen los lugares con mayor potencial turístico, que reconozcan la evaluación de la investigación.

- Localización de atractivos turísticos naturales.
- Infraestructura y equipamiento turístico.

Las cartografías elaboradas con el *software Arcgis* 10.2 en total fueron 11 a distintas escalas desde 1:8.000 hasta 1:200.000 a fin de representar óptimamente el área de estudio.

Para la validación social de la ruta propuesta, es necesario generar instancias para la exposición de los resultados a los actores involucrados en la actividad turística comunal,

en la que podrán manifestar su grado de aprobación frente a esto. Para eso, se aplicó un método de recolección de datos, denominado “Focus group” o “grupo focal” que se caracteriza por reunir grupos de 5 a 10 personas cada uno, en torno a una mesa de trabajo, en la que podrán opinar abiertamente sus inquietudes, lo que permitirá al investigador recoger todas las posturas y aportes sobre un objeto determinado, (Hernández et al, 2006) en este caso: la ruta Alto Colchagua. Se realizaron dos grupos focales; el primero el viernes 10 de junio en San Fernando y Puente Negro el sábado 11 de junio del presente año, se contó con la asistencia de 5 y 7 personas, respectivamente. Se expuso la cartografía elaborada, posteriormente se generó discusión en torno al turismo local actual, además de contribuir con datos desconocidos para agregar. Los asistentes se mostraron conformes con lo realizado y se decide mantener el nombre. Por supuesto reconociendo la autoría de la “Cámara de turismo Cordillera Alto Colchagua”.

Atractivos y potencialidades del área montañosa del valle del Tinguiririca

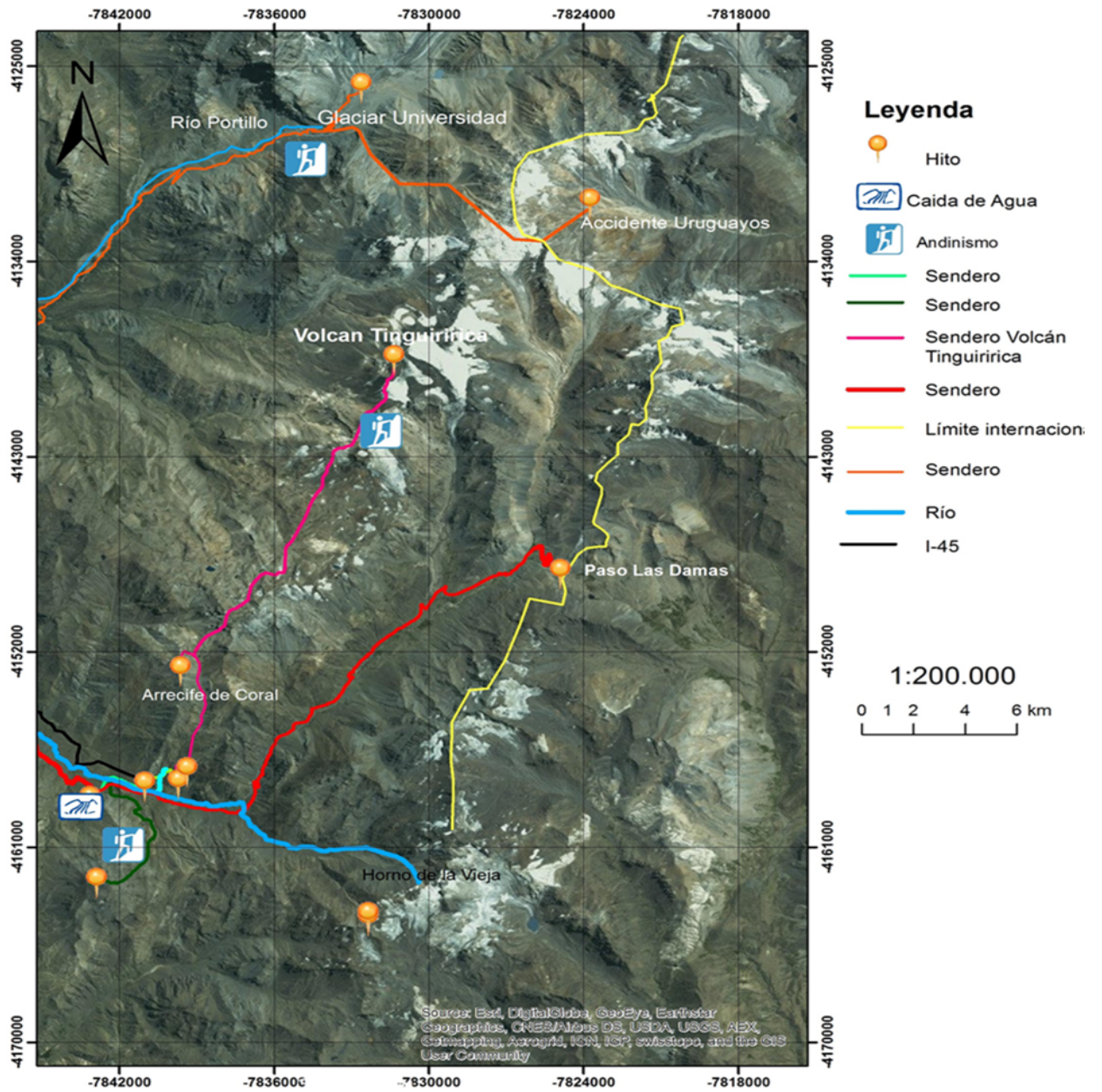
A continuación, el Cuadro N° 1 y la Figura N° presentan un resumen de los atractivos identificados y los tramos propuestos.

Cuadro N° 1
Principales atractivos identificados

Tramo	Hito
San Fernando- Agua Buena	Pueblo Agua Buena
Agua Buena- Puente Negro	Río Claro
Isla de Briones- Villa Cordillera	Granja educativa Mosaico accidente uruguayos. Parque de las Esculturas
Villa Cordillera- Shangri-La	Playa río Claro
Las Peñas-Alto Huemul	Río Claro Santuario Alto Huemul
Hacienda El Encanto	Laguna del Encanto Cuevilla
La Rufina- Casa Pintada	Mirador De la Rufina Casa Pintada

Termas del Flaco- Paso Las Damas	Chorro de la Vieja Huellas dinosaurio Gruta de la Virgen Arrecife de coral Alto del Padre Baños termales Vegas del Flaco Glaciar Universidad Volcán Tinguiririca Horno de La Vieja Accidente de los uruguayos Paso Las Damas
----------------------------------	---

Figura N° 1
Mapa de atractivos Termas del Flaco



Fuente: Elaboración propia.

Análisis y conclusión

De acuerdo, a los resultados obtenidos, pudo determinarse el estado actual de la actividad turística relativa a la zona de montaña de la comuna de San Fernando, desde la perspectiva de los actores sociales estratégicos tanto municipales como personas naturales ligadas a la actividad, a fin, de proponer una ruta turística.

La metodología mixta permitió internarse en el turismo de montaña desde el enfoque como producción social del espacio geográfico y abordar el estado del arte desde distintas perspectivas, como observador participante y no participante, como turista e investigador, lo cual facilitó el análisis y la identificación de las potencialidades de los atractivos turísticos presentados.

En cuanto a la situación actual, se consideraron tres aspectos fundamentales: gestión municipal, desarrollo local y patrimonio natural-cultural, pues en estos ejes sobre los cuales se puede generar gestión y políticas públicas, apuntadas a mejorar la calidad del servicio y a tecnificar a los emprendedores locales de esta ruta, a partir de lo anterior, es entonces, como aumenta la probabilidad de seguir desarrollando el turismo de montaña como una actividad que les permita mantener una calidad de vida a los emprendedores locales durante todo el año, en conjunto con el aporte de los gobiernos locales y regionales, lo cual se traduce en apoyo a través de capacitaciones para crear conciencia turística y contribuir a la valoración de los propios habitantes de su espacio natural, para posteriormente establecer turismo como una actividad que sea sostenible en el tiempo.

San Fernando posee un desarrollo turístico en estado inicial y más específicamente en la zona de montaña, que abarca por supuesto actividades rurales. De acuerdo a esto se puede concluir, que el desarrollo turístico de las localidades se presenta desigual, posicionando a Puente Negro como puerta de entrada a la cordillera y destacando a l pueblo Termas del Flaco como lugar con variados atractivos naturales, que son ignorados por los visitantes, a excepción de las huellas de dinosaurios. Según los entrevistados, los atractivos mencionados se distribuyen homogéneamente hasta Termas del Flaco el cual cuenta con 11 atractivos naturales de alta exigencia, lo que permite inferir que son atractivos para turistas interesados en actividades de trekking montañismo, andinismo, en ciencias de la tierra como paleontología, geología, geografía y también para personas que prefieran realizar actividad física a través del recorrido de estos atractivos.

En términos de desarrollo local, es optimista la existencia de la Cámara de turismo de Puente Negro, de agrupación de tejedoras de lana de oveja, la presencia de manifestaciones artísticas como el “Parque huellas del arte” o el “mosaico de los uruguayos”, como atractivos que refuerzan la identidad local de San Fernando, por lo tanto es importante reforzar las alianzas entre la Oficina de Información Turística de San Fernando, para promover estas localidades como destinos de tranquilidad y conexión con la naturaleza y a su vez proporcionar recursos que permitan fortalecer la señalética e infraestructura, protección de monumentos, inversión vial y facilitar accesos más

expeditos a recintos privados que contengan potenciales atractivos para prolongar la temporada y diversificar la oferta de estos.

La infraestructura y el equipamiento turístico son deficientes, tanto en cantidad como en calidad a lo largo de toda la comuna, y lo poco desarrollado dice relación con la elaboración de productos locales por parte de los habitantes, que de manera informal los comercializan desde sus residencias. Por otra parte, existen actividades y fiestas típicas para dinamizar y revalorizar el patrimonio cultural cordillerano, pero que aún son iniciativas recientes y escasas en cuanto a su promoción desde la Ilustre Municipalidad de San Fernando.

Los actores estratégicos muestran interés en ser partícipes de la actividad, sin embargo, deben buscar otras vías laborales en temporada baja. Manifiestan escasa ayuda de parte de la municipalidad para proteger hitos naturales y deben buscar alternativas de financiamiento de parte de proyectos asignados por empresas hidroeléctricas.

En cuanto a la demanda turística, la información es inexistente, por lo tanto no se abordó como un objetivo importante, más bien se dio énfasis en identificar atractivos, establecimientos de alimentación y alojamiento para concluir en una ruta turística que incluya a emprendedores locales, para facilitar la promoción dentro y fuera de las localidades.

En relación al desarrollo local, los entrevistados reconocen la falta de “asociatividad” entre empresarios, por lo tanto, se desconoce información sobre la frecuencia del número de turistas en alojamientos, pues esta no es una exigencia para los establecimientos certificados por SERNATUR. A través de esta investigación, se determinó que la localidad con más atractivos con categoría IV es Termas del Flaco, dada la proximidad con el pueblo y su equipamiento, son destinos que pueden ser conocidos internacionalmente por sus especificidades relacionadas a la geología, geografía, paleontología, o escalada, andinismo para atraer turistas que busquen este tipo de destinos. Por lo tanto, la zona de montaña de San Fernando, si representa una oportunidad para potenciar el desarrollo local económico por medio del turismo de montaña.

Una de los aportes más significativos provendría de la gestión municipal, desde la cual se puede invertir en infraestructura turística, capacitaciones para mejorar la calidad y fondos para material de folletería. En esta investigación quedó demostrado que la cultura y la naturaleza son la base para el desarrollo de un turismo de montaña que sea sostenible y que la comprensión del espacio simbólico asociado al turismo y al reconocimiento del patrimonio natural-cultural se corresponde e identifica con la visión de emprendedores sociales del área estudiada para generar como propuesta a la ruta “Alto Colchagua”.

Si se visualiza al turismo como un agregado a la actividad agrícola para fomentar los recursos de las familias, a la vez que la administración pública invierta en preservar y mantener los atractivos turísticos analizados, la comuna y más específicamente las

localidades involucradas, puede incrementar los beneficios socioculturales y económico de las personas, la identidad se fortalecerá y el patrimonio se revalorizará simbólicamente (Valle & Galluci, 2015) para reconstruir el espacio turístico desde los actores sociales, entonces el turismo de montaña si representará una oportunidad para el desarrollo local.

Referencias Bibliográficas

Bertoncello, R. Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y Transferencias*, 2002, Vol. 6, N° 2, p. 29-50.

Bertoncello, R. Turismo, territorio y sociedad. El “mapa turístico de la Argentina”. En: Geraiges de Lemos, A.I.; Arroyo, M. & Silveira, M.L. *América Latina: cidade, campo e turismo*. Sao Paulo: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2006. Disponible en Internet:
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/18berton.pdf>

Centro Interamericano de Capacitación Turística y Organización de Estados Americanos (CICATUR-OEA). *Método para el inventario de Patrimonio Turístico, modificada*. 2011.

Cooper, C.; Fletcher, J.; Fyall, A.; Gilbert, D. & Wanhill, S. *Turismo Teoría y Práctica*. Madrid: Editorial Síntesis, 2005.

División de Planificación y Ordenamiento Territorial. *Estrategia de Desarrollo Regional 2011-2020*. Disponible en Internet:
http://www.delibertador.cl/documentos/ERD_2011-2020.pdf

Gobierno de Chile. *Estrategia Nacional de Turismo, 2012-2020*. s/f. Disponible en Internet:
<http://www.subturismo.gob.cl/documentos/estrategia-nacional-de-turismo/>

Servicio Nacional de Turismo. *Turismo Cultural: Una oportunidad para el desarrollo local. Guía Metodológica*. Santiago de Chile: SERNATUR, 2014.

Flores, D. & Barroso, M. El turismo como estrategia del desarrollo rural Sostenible. Los Parques Naturales Andaluces. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época*, 2012, N° 1, p. 59-83.

Hernández, R.; Fernández-Collado, C. & Lucio, P.B. *Fundamentos de Metodología de la Investigación*. 4° Edición. México: Mc Graw Hill, 2005.

Hernández, J. Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales. *Revista Pasos*, 2011, Vol. 9, N° 2, p. 225-236.

Hiernaux, D.; Cordero, A. y Van Duynen Montijn, L. *Imaginarios sociales y turismo sostenible*. San José de Costa Rica: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, 2002.

Ilustre Municipalidad de San Fernando. *Plan de Desarrollo Comunal 2013-2014*. San Fernando. 2013.

López, T.; Lara, V. & Merinero, R. Las Rutas turísticas como motor de desarrollo económico local. La ruta del “Tempranillo”. *Estudios Turísticos*, 2006, N° 167, p. 131-145.

Rivas, H. *Orientaciones para el diseño de planes de desarrollo turístico*. Santiago de Chile: SERNATUR, 2015.

Rose, G. Situating knowledges: positionality, reflexivities and other tactics. *Progress in Human Geography*, 1997, Vol. 21, N° 3, p. 305-320.

Shilling, M.; Toro, K.; Contreras, P.; Levy, C. & Moreno, H. *Geoparque Kütralcura: Patrimonio geológico para el desarrollo sustentable de la Región de la Araucanía*. Santiago de Chile: SERNAGEOMIN, 2009. Disponible en Internet:
http://biblioteca.sernageomin.cl/opac/DataFiles/14127_pp_896_898.pdf

Vachon, B. *El Desarrollo Local. Teoría y Práctica. Reintroducir lo humano en la lógica del desarrollo*. Madrid: Editorial TREA, S. L., 2001.