



# RATURC

Red Argentina de Turismo Rural Comunitario

Un experiencia de trabajo  
colectivo, identidad y soberanía

IX Encuentro Nacional de Turismo Comunitario

Pasto, Colombia. Junio de 2018

Ing. Ramiro Ragno



Secretaría de  
Agricultura Familiar - Salta

Ministerio de Agroindustria

Presidencia de la Nación



# Hola!

**Mari Mari** (mapuzungun)      **Aguyjevete** (mbya guaraní)

**Amtena is toj lanom** (wichi)      **Jega, yaqáya** (pilagá)

**Ikabiko Peyu** (avá guaraní)      **Helchultu Quina** (huarpe)

**Onaqaic na alviraqa** (qom)      **Hamuska kapaychik** (quechua)



# Antecedentes del TRC en Argentina...

- ▶ Experiencias previas
- ▶ Organismos de apoyo: SAF - MINTUR - SECTUR - APN - ONG's
- ▶ Encuentros regionales y nacionales 2009, 2010, 2013 y 2017
- ▶ Visibilidad política y sensibilización en organismos, gobiernos, universidades y sector privado
- ▶ X Conferencia Iberoamericana de Ministros de Turismo 2012
- ▶ FIT 2009 a 2014: logo, catálogo, web, folleto
- ▶ Casi 70 grupos y comunidades involucradas en todo el país
- ▶ Capacitaciones, intercambios y gestiones en territorio
- ▶ Cursos para técnic@s en Universidades
- ▶ Mesa Nacional de Turismo Rural con Inclusión Social 2012 - 2015



# Organización interna de la RATuRC



# RATuRC

Red Argentina de Turismo Rural Comunitario

**Comité Nacional  
-  
Delegados Regionales**

**Región Norte:**  
Jujuy, Salta, Catamarca,  
Tucumán  
y Santiago del Estero

**Región Litoral:**  
Entre Ríos, Chaco,  
Formosa y Misiones

**Región Cuyo  
y Patagonia:**  
Río Negro, Neuquén,  
Mendoza y San Juan



## El turismo rural comunitario

### Una definición...

Es una modalidad de gestión asociativa y control colectivo de productos y servicios turísticos en manos de la población campesina originaria local, en su territorio, gestada sobre los pilares de su cosmovisión, identidad, inclusión y organización, y que promueve el encuentro de culturas, la convivencia con la naturaleza, la producción tradicional y el comercio respetuoso y transparente.



# Dimensiones e ideas fuerzas que construyen al TRC

## Actor social y comercial

- Colectivo social
- Pueblos originarios y organizaciones campesinas rurales
- Prestador de servicios turísticos



# Dimensiones e ideas fuerzas que construyen al TRC

## Mirada integral

- ▶ Parte del proyecto de vida de la comunidad
- ▶ Actividad complementaria
- ▶ Conservación y rescate del patrimonio
- ▶ Diálogo intergeneracional
- ▶ Retribución de beneficios
- ▶ Rentabilidad y Reciprocidad



# Dimensiones e ideas fuerzas que construyen al TRC

## Proceso participativo

- ▶ Consenso y control colectivo de la comunidad
- ▶ Inclusión sin distinción
- ▶ Protagonismo de la mujer rural
- ▶ Rol de lxs jóvenes
- ▶ Cadena productiva local solidaria



# Dimensiones e ideas fuerzas que construyen al TRC



## Fundamento político ideológico

- ▶ Interculturalidad y respeto a los saberes
- ▶ Reconocimiento de derechos y territorio
- ▶ Autogestión y Control local
- ▶ Políticas y normas acordes
- ▶ Una actividad que genera impactos

# Dimensiones e ideas fuerzas que construyen al TRC

## Oferta

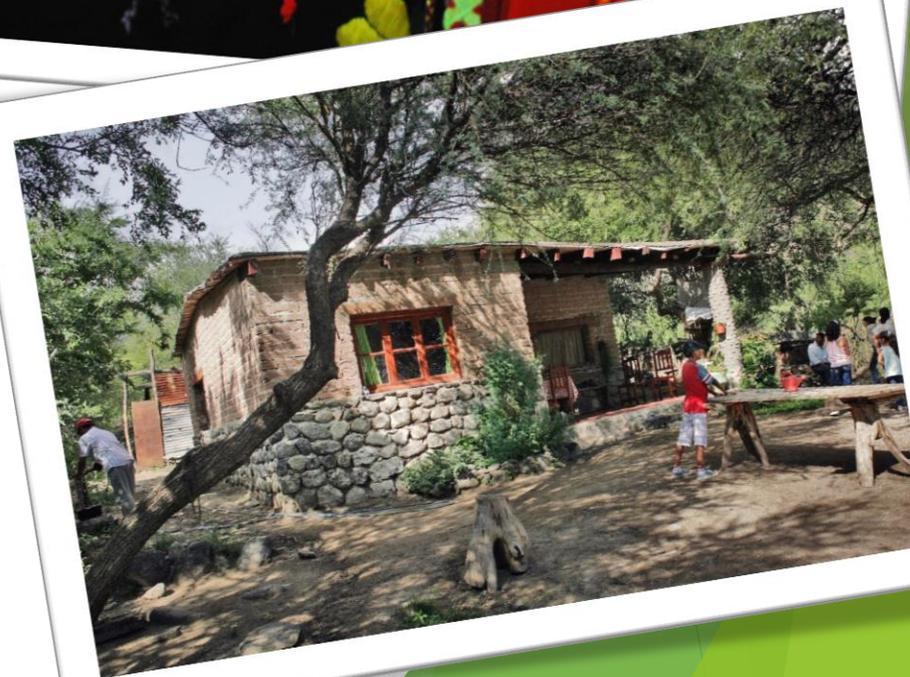
- ▶ Oferta integral multiservicios multirubros:
- ▶ Cultura y autenticidad como diferencia
- ▶ Trato personal y atención familiar
- ▶ Precio / Calidad / Valor
- ▶ Experiencia vivencial, más que simple contemplación



## Dimensiones e ideas fuerzas que construyen al TRC

### Comercialización y Comunicación

- ▶ Central de reservas o contacto
- ▶ Saber comunicar
- ▶ Imagen turística real consensuada
- ▶ Comercialización directa / indirecta
- ▶ Elaboración de precios
- ▶ Certificación: confianza y reciprocidad
- ▶ Alianzas estratégicas
- ▶ Uso de las tecnologías virtuales



# Dimensiones e ideas fuerzas que construyen al TRC

## Demanda

- ▶ Turistas y viajeros
- ▶ Locales, nacionales e internacionales
- ▶ Diferentes perfiles para distintas ofertas
- ▶ Cantidad o calidad
- ▶ Fidelidad y reincidencia
- ▶ Formas de organizar el viaje y de viajar
- ▶ Viajeros informados y con experiencia
- ▶ Valoración: recuerdo de lo vivido



# Limitaciones internas para el desarrollo del TRC

- ▶ Aplicar herramientas de gestión y control local
- ▶ Formalización de los ETC
- ▶ Lo político sobre lo comercial - liderazgos
- ▶ Manejo administrativo y contable
- ▶ Uso de tecnologías
- ▶ Elaboración de precios y tarifarios
- ▶ Demoras en responder
- ▶ Saber comunicar
- ▶ Banco de imágenes propias y consensuadas
- ▶ Calidad de servicio muy diversa
- ▶ Desconocimiento de la demanda y del viajero
- ▶ Replicar modelos

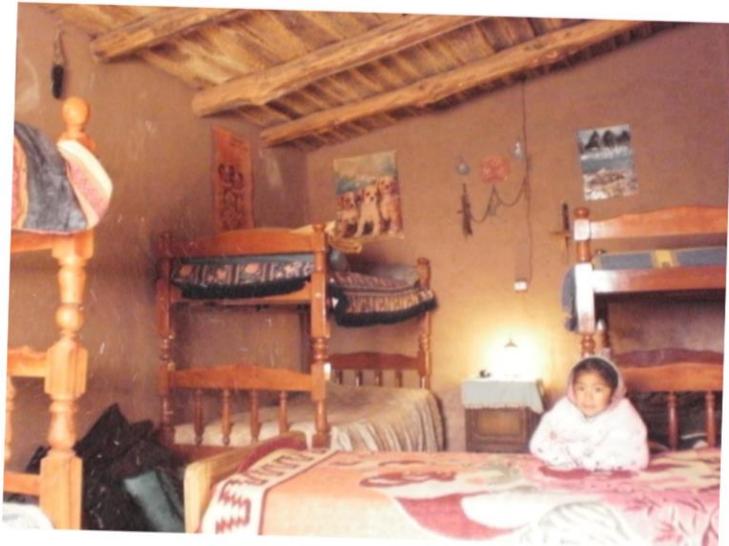


## Otras limitaciones en el desarrollo del TRC

- ▶ Modalidad de gestión o producto turístico?
- ▶ Normativas específicas y en diferentes organismos
- ▶ Costos de los seguros y de impuestos
- ▶ Acceso a la bancarización
- ▶ Desinformación comunidad - agencias de viaje
- ▶ Costos de traslados terrestres y aéreos
- ▶ Alianzas del TRC en destino y con otros productos
- ▶ Prejuicios externos a la calidad del TRC
- ▶ Estadísticas propias
- ▶ Viajero local y nacional vs. turista extranjero



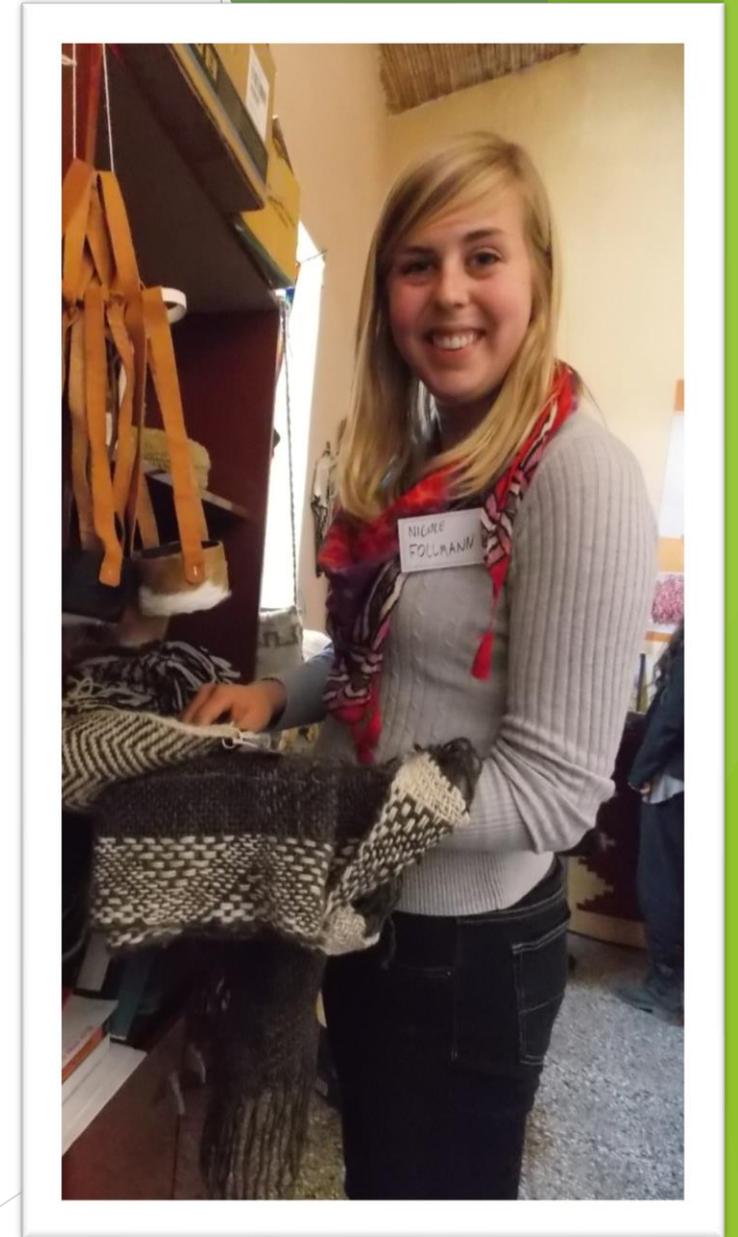
## Impactos del TRC: A tener en cuenta



- Individualismo
- Mercantilización de la cultura
- Consumo excesivo de recursos
- Generación de residuos
- Diferencias internas en comunidad
- Monocultivo hacia el turismo
- Relación emprendedor/comunidad
- Sobrecarga tareas de mujer rural
- Concentración de rubros en pocos
- Transculturización
- Saqueos de sitios arqueológicos
- Urbanización de lo rural

## Impactos del TRC: Aspectos positivos

- Potencia la organización y el diálogo interno
- Reivindica los derechos y la defensa territorial
- Genera actitud emprendedora, dirigencial y comercial
- Canal de venta a precio justo y valor agregado
- Impulsa el encadenamiento productivo local
- Genera arraigo y empleo digno
- Promueve cambios en la relación de género
- Incentiva el diálogo entre generaciones,
- Promueve el rescate de la identidad y la memoria oral
- Mejora la infraestructura
- Concientiza viajero, sector privado y público
- Incentiva energías amigables y la reducción de residuos



## Priorizaciones a futuro

- Obtener normativas específicas
- Formalización de los ETC
- Sumar agencias de viaje sensibles
- Sello diferenciador RATuRC - MINTUR - Agencias
- Normas de calidad
- Indicadores locales de sostenibilidad
- Apropiación de herramientas de gestión
- Acciones de RSE para el TRC
- Alianzas en destinos y otros productos
- Corredores regionales MERCOSUR
- Acciones de promoción
- Capacitaciones acordes



## Presentación

Catálogo Latinoamericano  
de Turismo rural

# Comunitario

Iniciativas turísticas de comunidades rurales en 15 países



# Argentina

con Origins.



**Origins** es una empresa de viajes y turismo habilitada por el Ministerio de Turismo de la Nación de Argentina. Desde su creación en el año 2011 tuvimos el objetivo de trabajar mancomunadamente con los lugareños quien son los mejores anfitriones para recibir a los visitantes, y respetando los principios de comercio justo. Aspiramos a que los viajeros descubran y disfruten de las bellezas de nuestro país y a la vez conozcan los saberes y la formidable adaptación a su entorno natural de la gente que puebla esos rinconcitos escondidos y tan variados, del norte al sur de la Argentina. Nuestro compromiso para la práctica de un turismo responsable nos llevó a firmar el primer Código Ético de Mutua Colaboración entre emprendimientos de Turismo Rural Comunitario y agencia de viaje.

### Contacto

**Origins - Empresa de Viajes y Turismo**  
Legajo n°14858  
Dirección: pasaje Zorrilla 171 – A4400AVC Salta, Argentina  
Teléfono: [54] 387 431 38 91  
Móvil: [54] [9] 387 4 130 545 / 128 811  
Correo electrónico: info@originsargentina.com  
Website: <http://www.originsargentina.com/>  
Facebook: Origins Argentina Travels



Muchas gracias!

Ramiro Ragno

+54 9 387 6058057

ramiroragno@yahoo.com.ar

