



Comité de
Turismo Comunal
San Pedro de Atacama



ASEMIAL
Asociación Empresarial de Turismo
Indígena Atacameña-Lickanantay

Turismo indígena para el fortalecimiento socio-económico local en Atacama la Grande

Levantamiento y construcción de las bases para la creación de un sistema de información para el turismo indígena.

Diciembre 2020 - Febrero 2021

Invita:



GOBIERNO REGIONAL
REGIÓN DE ANTOFAGASTA
¡Más región, mejor calidad de vida!

CORE
Consejo Regional
REGIÓN DE ANTOFAGASTA

SERNATUR
Región de Antofagasta

Este proyecto se enmarca dentro del programa F.N.D.R "Ejecución del Plan de Turismo Sustentable 2019-2022" financiado por el Gobierno Regional de Antofagasta y aprobado por el Consejo Regional, coordinado por el Servicio Nacional de Turismo-SERNATUR Región de Antofagasta y ejecutado por la Consultora IO.

Unidad Técnica de Turismo Municipal

Dirección de Desarrollo Comunitario
Área social - Unidad de Turismo
Contacto: secdideco@munispa.cl

Fundación Municipal de Cultura y Turismo
Área de Turismo
Contacto: turismo@fundacionspa.cl

Asemtial

Asociación empresarial
de turismo indígena Atacameño-Lickanantai
Contacto: turismoindigenalickanantay@gmail.com

Invita:



Este proyecto se enmarca dentro del programa F.N.D.R "Ejecución del Plan de Turismo Sustentable 2019-2022" financiado por el Gobierno Regional de Antofagasta y aprobado por el Consejo Regional, coordinado por el Servicio Nacional de Turismo-SERNATUR Región de Antofagasta y ejecutado por la Consultora IO.

INTRODUCCIÓN DEL DIAGNÓSTICO			23
MARCO TEÓRICO			25
MARCO METODOLÓGICO			25
CONTEXTO TERRITORIAL			27
DESCRIPCIÓN GEOGRÁFICA			27
OCUPACIÓN HUMANA			29
ANTECEDENTES SOCIODEMOGRÁFICOS			32
ANTECEDENTES DE LA ORGANIZACIÓN SOCIAL			36
Configuración De La Administración Estatal-local			36
Configuración de la organización socio - política en el territorio			41
Consejo De Pueblos Atacameños			47
BIENESTAR SOCIAL E INFRAESTRUCTURA			48
Pobreza Multidimensional			48
Riesgo Social			49
Infraestructura			49
DE LA ECONOMÍA LOCAL A LA ECONOMÍA GLOBAL			51
DE LA ORGANIZACIÓN SOCIOECONÓMICA LOCAL AL CONFLICTO CON LA MULTINACIONAL			51
LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN LA ADI ATACAMA LA GRANDE			53
LOS INICIOS DEL TURISMO EN SAN PEDRO DE ATACAMA			58
LOS PROBLEMAS GENERADOS POR EL TURISMO MASIVO			63

PRIMERAS APROXIMACIONES SOBRE EL TURISMO INDÍGENA		68
Pueblo De Artesanos		78
Asociación De Turismo Indígena Ecored Lickanantay		80
TURISMO INDÍGENA COMO GESTIÓN TERRITORIAL		82
Los inicios de la participación de las comunidades atacameñas por medio de la administración de los sitios turísticos		82
Comunidad Atacameña De Coyo		84
Comunidad Atacameña De Quito		86
Comunidad Atacameña De Toconao		87
Comunidad Atacameña De Socaire		89
Asociación Indígena Valle De La Luna		91
Comunidad Atacameña De Solor		92
Asociación Turi Hualka		93
Comunidad De Catarpe		96
Comunidad De Talabre	  	96
INTERVENCIONES DESDE EL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO	  	101
INTERVENCIONES EN LOS 2000'S		103
Conadi	  	103
Programa Orígenes	  	104
Red Lican Huasi	  	107
Primer Borrador de Pladetur 2000's		112

Fundación Eurochile		113
INTERVENCIONES 2010'S		115
TIE – Turismo de Intereses Especiales		117
Fundación De Cultura Y Turismo		118
Geockoi		121
SERNATUR		122
CORFO		123
EVALUACION GENERALES RESPECTO DE LAS INTERVENCIONES EN TURISMO INDÍGENA EN ADI ATACAMA LA GRANDE		130
PARTE 3:		142
CATASTRO Y CARACTERIZACIÓN		142
Introducción		143
Marco teórico		143
Marco metodológico		144
BASE DE DATOS		144
ENCUESTA		146
INFORME CUANTITATIVO Y CUALITATIVO DEL CATASTRO Y CARACTERIZACIÓN		149
DATOS GENERALES DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS		149
DATOS PERSONALES		149
Pertenencia a comunidad indígena		149
DATOS DEL EMPRENDIMIENTO O EMPRESAS		151

DATOS RELATIVOS A LAS EMPRESAS O EMPRENDIMIENTOS CON ACTIVIDAD RELACIONADA CON EL TURISMO

Actividad principal	152
Figura administrativa	153
Fuente de financiamiento	154
Localidad	156
Actividad principal por localidad	157
Año de inicio de actividad	159
Correos electrónicos y páginas web	161
Intercambio cultural con los visitantes	161

DATOS RELATIVOS A LAS EMPRESAS O EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS CUYO DUEÑO DECLARA QUE PERMITE EL INTERCAMBIO CULTURAL CON LOS VISITANTES

AUTO-EVALUACIÓN RELATIVA A TURISMO INDIGENA

Principios asociados a las actividades turísticas	163
Valorización y respeto de la cultura indígena	163
Protección del territorio y de los recursos naturales	164
Impacto positivo en la cultura y la economía de la comunidad indígena	165
Reducción de los impactos negativos de su negocio	166
Información a los visitantes	167
Personal perteneciente a la comunidad indígena	167

Actividades/productos culturales		168
Aspectos de la cultura atacameña-Lickanantay		169
OPERACIONES		171
Lugar de realización de las actividades turísticas		171
Comunicación y marketing		171
Canales de información y reserva		172
Informaciones disponibles		173
Informaciones disponibles para confirmar de reserva		174
Medios de pago		175
Boletas y facturas		176
Evaluación de satisfacción		177
PROYECCIONES DE ASESORAMIENTO Y CAPACITACIONES		179
Primeros auxilios		179
Protocolos e implementación COVID 19		179
Plan de prevención y manejo de riesgos	  	180
Página web propia	  	181
Material audiovisual	  	181
Relación con los demás actores del sector turístico		183
Capacitaciones	  	184
Conectividad	  	188
SOBRE LA RECEPCIÓN DEL PROYECTO		190

			191
PARTE 4:			194
CONCLUSIONES			194
Y			194
PROYECCIONES			194
Conclusiones del diagnóstico situacional de intervenciones de desarrollo en turismo indígena en ADI Atacama la Grande			195
Propuestas para el futuro del turismo indígena en la comuna.			203
Propuestas para el futuro del turismo indígena en la comuna.			205
Conclusiones generales, proyección y lineamientos de acciones			208
Definición de conceptos			208
Brechas sobre la disponibilidad de información para la toma de decisiones			209
Brechas en el posicionamiento del turismo indígena en el mercado turístico			210
Acompañamiento de parte de las organizaciones públicas			211
Invisibilización del turismo indígena y cambio de paradigma			213
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS			215
ANEXOS			220
ANEXO 1			221
ANEXO 2			231
ANEXO 3			240

Agradecimientos

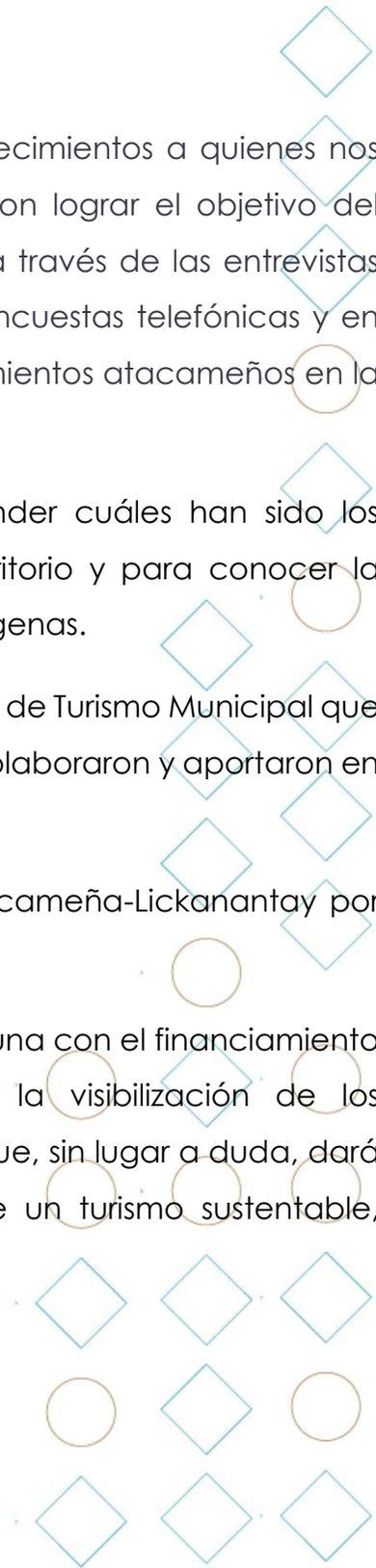
En primer lugar, queremos manifestar nuestros agradecimientos a quienes nos otorgaron generosamente su tiempo y nos permitieron lograr el objetivo del proyecto, recopilando información específica tanto a través de las entrevistas para elaborar el diagnóstico como a través de las encuestas telefónicas y en líneas del catastro y caracterización de los emprendimientos atacameños en la comuna.

Estas informaciones son de gran aporte para entender cuáles han sido los resultados de las intervenciones anteriores en el territorio y para conocer la situación y realidad actual de los emprendedores indígenas.

Agradecemos también al equipo de la Unidad Técnica de Turismo Municipal que ejecutó el proyecto y a los servicios municipales que colaboraron y aportaron en todas las etapas.

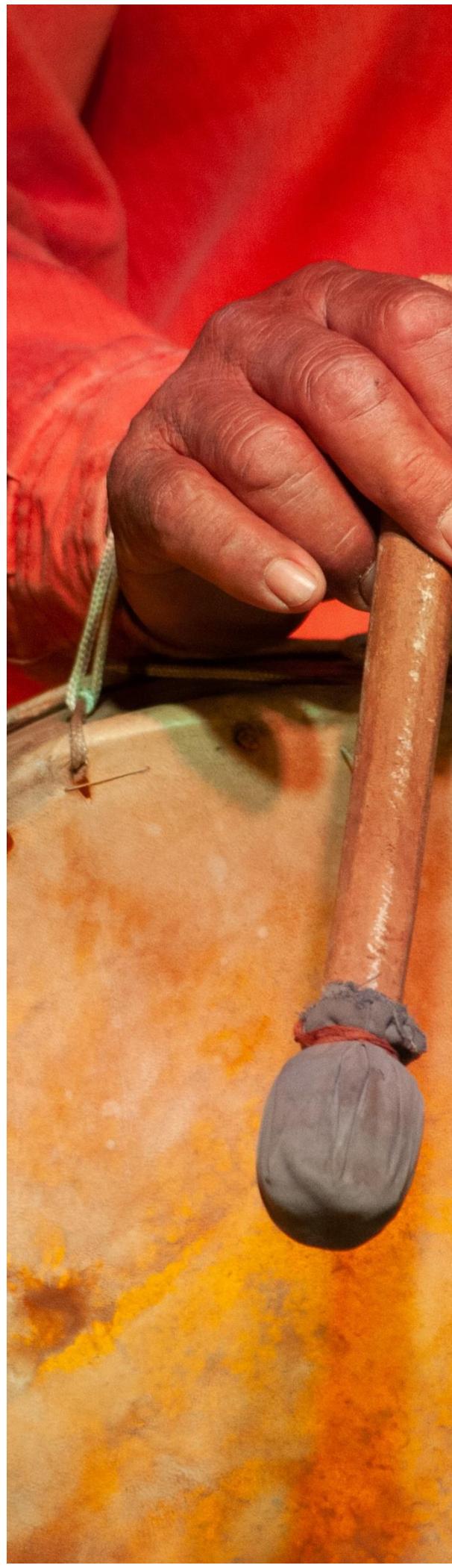
A la Asociación Empresarial de Turismo Indígena Atacameña-Lickanantay por proponer iniciativas de proyecto en asociatividad.

A SERNATUR por la consideración de aportar a la comuna con el financiamiento de la ejecución de este proyecto que abarcó la visibilización de los emprendedores de turismo indígena atacameño, lo que, sin lugar a duda, dará fundamentos para continuar el trabajo en favor de un turismo sustentable, sostenible e integral en San Pedro de Atacama.



PARTE 1: EJECUCIÓN DEL PROYECTO

Componentes y
antecedentes de la
ejecución del
proyecto

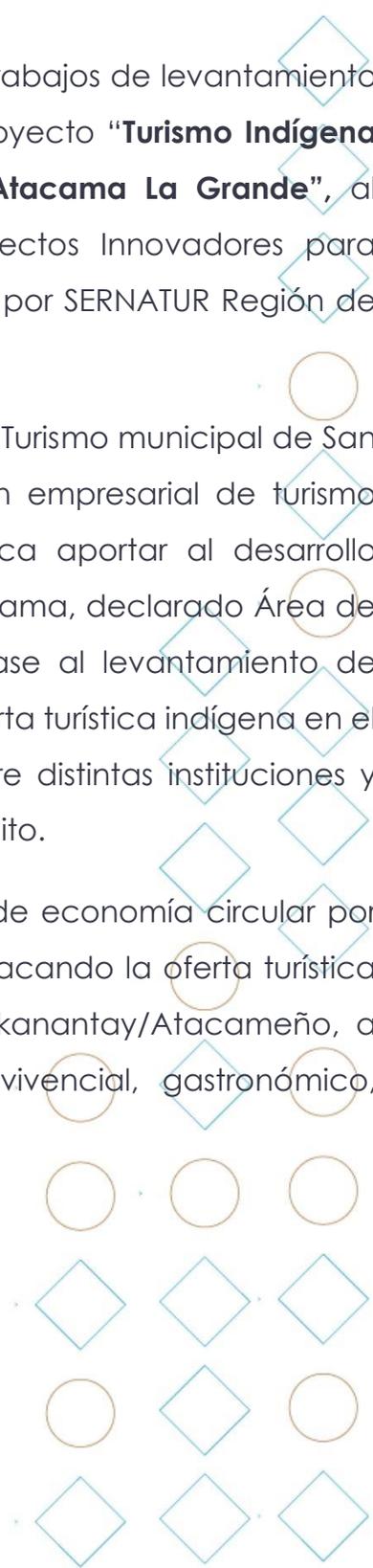


INTRODUCCIÓN

El presente documento fue elaborado en base a los trabajos de levantamiento de información realizados dentro la ejecución del proyecto **“Turismo Indígena para el Fortalecimiento Socioeconómico local de Atacama La Grande”**, al obtener el 4to lugar del concurso 2020 de “Proyectos Innovadores para Coordinadores/as de Turismo Municipal”, coordinado por SERNATUR Región de Antofagasta.

Este proyecto, levantado desde la Unidad técnica de Turismo municipal de San Pedro de Atacama, con el apoyo de la Asociación empresarial de turismo indígena atacameño - Lickanantay (Asemtial), busca aportar al desarrollo sustentable del destino turístico de San Pedro de Atacama, declarado Área de Desarrollo Indígena de Atacama La Grande, en base al levantamiento de información estructural para la identificación de la oferta turística indígena en el territorio, en conjunto con un trabajo asociativo entre distintas instituciones y organizaciones locales con competencia en este ámbito.

El objetivo es estimular a mediano plazo, dinámicas de economía circular por medio del fortalecimiento de trabajo asociativo, destacando la oferta turística indígena que pone en valor el patrimonio local Lickanantay/Atacameño, a través de experiencias turísticas que vinculen lo vivencial, gastronómico, educativo y contemplativo.



PARTICIPACIONES EN LA ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN

UNIDAD TÉCNICA DE TURISMO MUNICIPAL

La Unidad Técnica de Turismo Municipal, compuesta por DIDECO y la Fundación de Cultura y Turismo, tiene como objetivo aportar al desarrollo sostenible de la actividad turística en Atacama La Grande, a través de programas que pongan en valor la cultura y el patrimonio del territorio, la calidad de vida de los habitantes, que aporten a la justa retribución de los ingresos y asegure el resguardo de los recursos que utiliza el turismo, tanto para las generaciones actuales como para las futuras.

Esta iniciativa se enmarca en el eje estratégico y las líneas de acciones del PLADETUR que apuntan a la diversificación de experiencias que fomenten experiencias auténticas, significativas, únicas y memorables, y viene a sumarse al objetivo del proyecto “Turismo Comunitario Sustentable Lickanantay”, que lleva a cabo la Fundación de Cultura y Turismo de San Pedro de Atacama, con las comunidades atacameñas de Peine, Talabre y la asociación indígena Turi Hualka de San Santiago de Río Grande, que busca fortalecer y empoderar a las personas atacameñas en la gestión de la actividad turística.

ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DE TURISMO INDÍGENA ATACAMEÑO - LICKANANTAY

Asemtial es una asociación conformada desde el 10 de octubre de 2020 bajo la ley Indígena 19.253 y consta de 48 socios emprendedores atacameños, todos registrados en primeras o segunda categoría en el servicio de impuestos internos y todos con certificado de registro de calidad indígena en CONADI.

Se creó con el propósito de:

- Autogestionar los recursos patrimoniales, tangibles e intangibles que fomenta el intercambio de experiencias y conocimientos entre los locales, para:
 - el desarrollo sostenible y sustentable,
 - el mercado y la promoción,
 - la difusión de las diferentes ofertas existentes en el territorio,
 - un turismo alternativo basado en la construcción participativa y sus particularidades.
- Promover el desarrollo económico de los integrantes con pertinencia cultural, considerando los valores y principios de la cultura atacameña, velando por el fortalecimiento del espíritu de la comunidad y de solidaridad entre sus miembros.
- Formar parte de la cadena de valores de servicios turísticos en La Comuna, la Región y el País como un Producto importante del Turismo Indígena.

METODOLOGÍA

ETAPAS DEL PROYECTO

Una de las acciones principales del proyecto consistió en generar el levantamiento y construcción de las bases para la creación de un Sistema de información para el turismo indígena.

A través de una base de datos inicial conformada por la base de datos entregada por la Dirección de Administración y Finanzas (DAF) y el catastro levantado por la Asociación Empresarial de turismo indígena Atacameña – Lickanantay, realizada en agosto del año 2020, se pudo determinar el listado de contribuyentes (información otorgada por DAF), en calidad indígena (información en la plataforma de CONADI), que desarrollan actividades económicas en el territorio (cruce de contribuyentes y personas con calidad indígena atacameña).

Complementariamente al cruce de información descrito anteriormente, se generó una caracterización del contribuyente indígena a través de una encuesta telefónica orientada a la identificación de la oferta de turismo indígena y a la caracterización de la experiencia de turismo indígena que desarrollen las empresas pre-filtradas.

Este levantamiento de información de carácter cuantitativo y cualitativo, se complementa a través de un diagnóstico situacional de las distintas intervenciones y/o proyectos público/privados anteriormente ejecutados en el territorio, con orientación en el fortalecimiento o desarrollo del turismo indígena para empresarios o emprendedores en la ADI Atacama La Grande, para así generar un horizonte real en base a las posibles brechas, limitaciones y oportunidades en que se enmarca el desarrollo de la actividad .

EQUIPO DE TRABAJO

La Unidad Técnica de Turismo Municipal, como encargada del proyecto, dispuso sus recursos humanos en distintas áreas para el buen desarrollo de la ejecución del proyecto, contando entre otros con:

- Daniela Muñoz: Coordinadora del Área Municipal de Turismo, encargada del proyecto (hasta el 31 de diciembre de 2020).
- Pedro Vila: Encargado de programa municipal de turismo seguro, encargado del proyecto (a partir del 1 de enero de 2021).
- Karina Soza: coordinadora del área de turismo de la Fundación Cultura y Turismo, apoyo a la coordinación del proyecto.
- Emilie Hervé: Encargada de programas municipales de turismo de intereses especiales, apoyo en la coordinación y ejecución del proyecto.

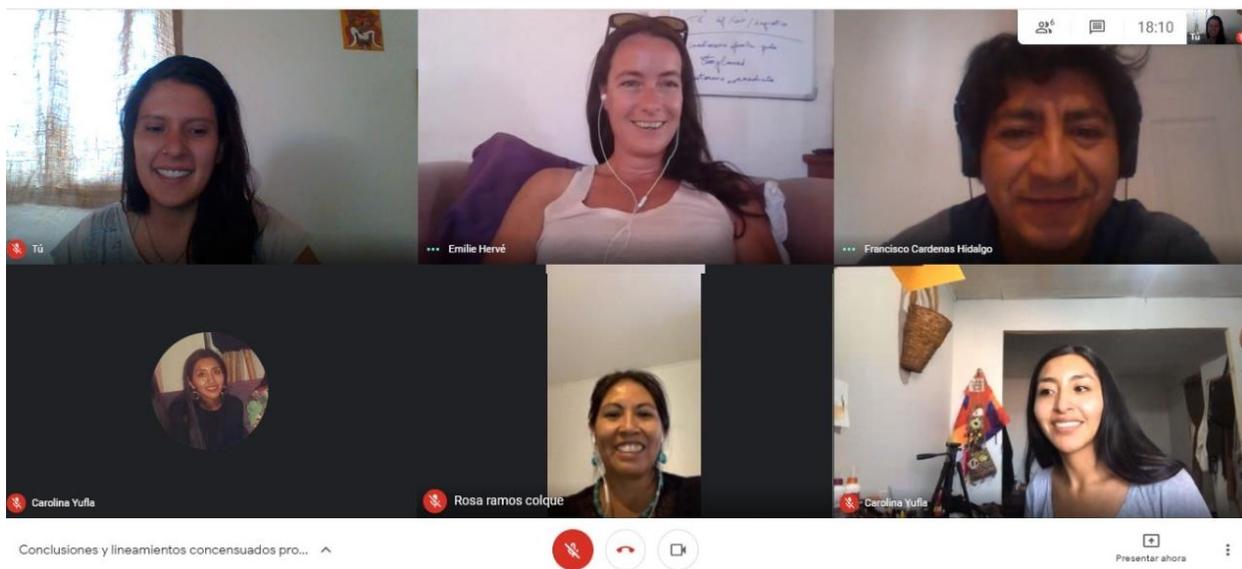
Además, el premio otorgado por SERNATUR en el marco del concurso permitió la contratación de 3 profesionales de apoyo para la ejecución del levantamiento de información.

- Rosa Ramos: Asociada y miembro del directorio de Asemtial, análisis de datos, encuestas telefónicas y redacción de informe de caracterización.
- Francisco Cardenas: Asociado de Asemtial, análisis de datos, encuestas telefónicas y redacción de informe de caracterización.
- Carolina Yufla: Antropóloga, recopilación de información, entrevistas y transcripciones y redacción del diagnóstico.

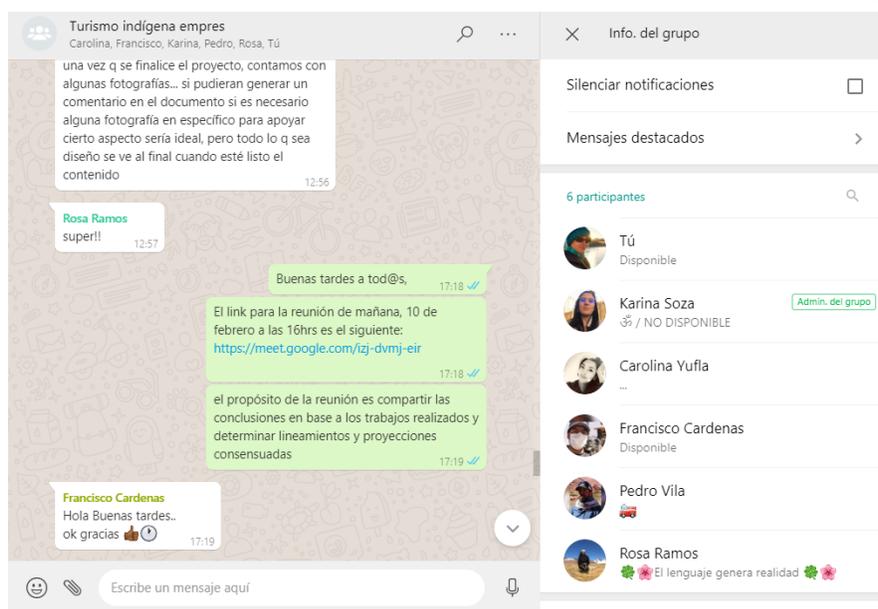
MODALIDADES DE EJECUCIÓN

A pesar de haber sido informado de los resultados del concurso al inicio de diciembre, la ejecución en sí empezó al final del mismo mes, una vez constituido el equipo de trabajo, siendo la primera reunión de todos los actores en modalidad presencial el 24 de diciembre de 2020.

Entre el 26 de diciembre de 2020 y el 21 de febrero de 2021, las reuniones se realizaron mayoritariamente en modalidad virtual a través de videoconferencia en la plataforma meet, en equipo reducido según el tema por tratar o con el equipo entero para determinar las orientaciones generales del proyecto.



La coordinación diaria se realizó a través de un chat grupal en la aplicación whatsapp, en chats internos o conversaciones telefónicas.



Para terminar, cada miembro del equipo tenía acceso a una carpeta compartida en drive, dentro de la cual se subieron archivos relevantes para el proyecto, documentos de trabajo y avances.

CALENDARIO DE EJECUCIÓN

La ejecución del proyecto se desarrolló entre el 24 de diciembre de 2020 y el 21 de febrero de 2021, involucrando a cada miembro del equipo en las tareas respectivamente asignadas durante la reunión de coordinación inicial.

Responsables de las tareas

- DMP = Daniela Muñoz Parraga
- PV = Pedro Vila
- KS = Karina Soza
- EH= Emilie Hervé
- RR = Rosa Ramos
- FC = Francisco Cardenas
- CY = Carolina Yufla

NÚMERO	TÍTULO DE LA TAREA	RESPONSABLE DE LA TAREA	FECHA DE INICIO	FECHA DE ENTREGA
1	Planificación e inicio del proyecto			
1.1	Coordinación inicial del proyecto	DMP	14/12/20	24/12/20
1.1.1	Definición y planificación del proyecto	DMP + EH	14/12/20	24/12/20
1.2	Recopilación de datos de contribuyentes	DMP + PV	22/12/20	11/01/21
1.3	Inicio y reunión de coordinación	Todos	24/12/20	24/12/20
2	Análisis de datos			
2.1	Cruce de bases de datos disponibles	KS	08/01/21	11/01/21
2.2	Aplicación filtros en la base de datos	FC + RR	12/01/21	15/01/21
2.3	Identificar contribuyentes con condición indígena	FC + RR	12/01/21	19/01/21

3 Caracterización				
3.1	Elaboración de la ficha de caracterización	EH	04/01/21	14/01/21
3.2	Despliegue preliminar y Validación de la herramienta	FC + RR + EH	20/01/21	26/01/21
3.3	Encuestas telefónicas de caracterización	FC + RR	20/01/21	07/02/21
3.4	Limpieza base de respuestas	EH	07/02/21	07/02/21
3.5	Elaboración de informe de catastro y caracterización	EH	07/02/21	08/02/21
3.6	Redacción informe general	FC + RR	08/02/21	12/02/21
4 Diagnóstico				
4.1	Definición metodología	DMP + CY + EH + KS	24/12/20	05/01/21
4.2	Recopilación preliminar de recursos	CY	24/12/20	22/01/21
4.3	Entrevistas y transcripción	CY	26/01/21	05/02/21
4.4	Redacción del diagnóstico	CY	12/01/21	10/02/21
5 Finalización				
5.1	Creación y redacción del documento final	KS + EH	10/02/21	21/02/21

EVALUACIÓN GENERAL DE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

EQUIPO DE TRABAJO

El hecho de haber podido reunir un equipo de trabajo múltiple e interdisciplinar, fuertemente comprometido con el tema central del proyecto, contribuyó en enriquecer las reflexiones en torno al proyecto y a las problemáticas que conlleva, y permitió asegurar la continuidad de su ejecución en los tiempos planeados, la contingencia relacionada con la crisis sanitaria dificultó la ejecución del proyecto en distintos ámbitos, entre otros, imposibilitando reuniones presenciales o jornadas de trabajo en común.

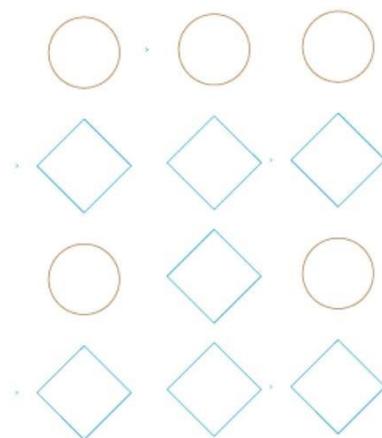
CONECTIVIDAD

Sumándose a la obligación de realizar reuniones, entrevistas y encuestas a través de medios digitales o por teléfono, y los trabajos comunes en documentos en línea, cabe destacar que la mala conectividad en la comuna (internet y red telefónica móvil) constituyó una traba en la ejecución del proceso y ha generó frustración tanto para el equipo de trabajo como para las personas participantes de las entrevistas o de las encuestas.

FECHAS Y DURACIÓN DE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

Parte del proyecto se relacionaba con la base de datos de los contribuyentes de la comuna, sin embargo, la fecha de ejecución del proyecto, entre diciembre y febrero, coincide con la renovación y los pagos de patente del primer semestre. Por lo tanto, se tuvo que trabajar con un listado de contribuyentes distorsionado, considerando que parte de los contribuyentes a la fecha de emisión del archivo no habían renovado su patente, o que los nuevos contribuyentes todavía no estaban registrados.

Por otra parte, la duración de ejecución del proyecto, acortado por algunos retrasos administrativos, nos impidió profundizar algunos aspectos tanto del diagnóstico como del catastro y de la caracterización, y obligó a una ejecución acelerada.



RECOPIACIÓN DE DATOS

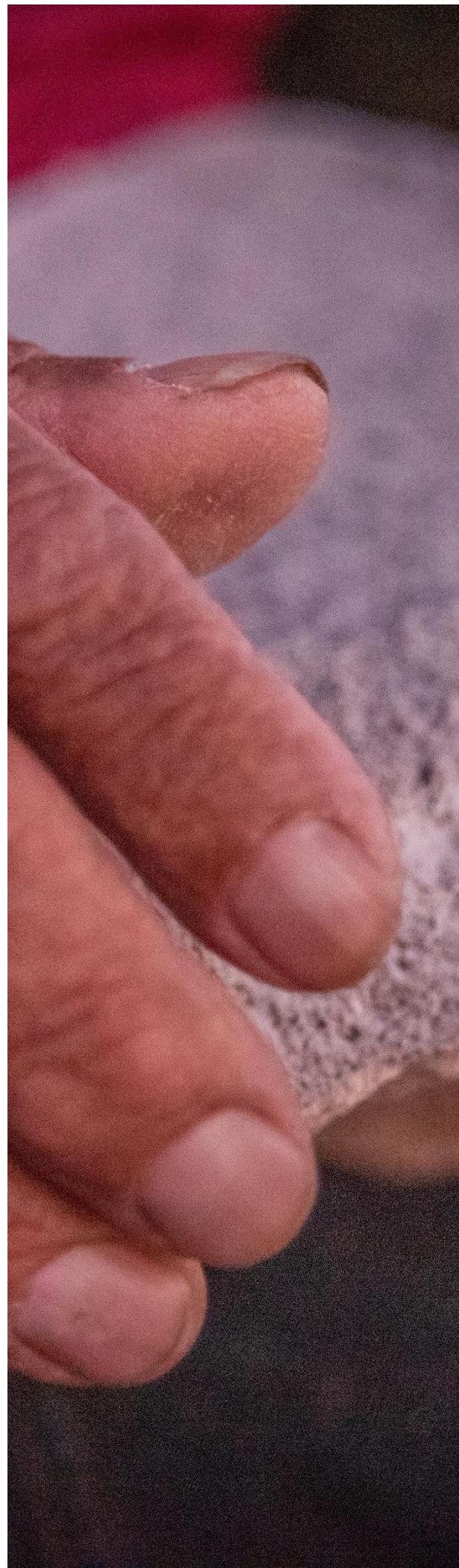
Una de las dificultades inesperadas que surgieron durante la ejecución del proyecto se relaciona con las bases de datos a disposición y la colaboración con organizaciones estatales:

- La base de datos de DAF cuenta con información desactualizada (número de teléfono, correos electrónicos, dirección), no contemplaba una sistematización por giro y no integra algunos datos relevantes para este proyecto, como la localidad o fecha de vencimiento de la patente.
- Inicialmente se contempló un cruce de datos con la base del registro SERNATUR, lo que no fue posible porque los datos entregados estaban en su mayoría protegidos.
- Se solicitó a CONADI por Ley de transparencia el listado de las personas registradas en la comuna como miembros del pueblo atacameño - lickanantay, información que la Corporación se negó a transmitir en virtud de la ley de protección de los datos personales.

Por lo tanto, se modificó en la fase preliminar del proyecto la metodología de cruce de datos, de catastro y de caracterización inicialmente prevista para adaptar la ejecución a los datos compilados. La verificación del registro en CONADI de los contribuyentes, se hizo a través de la plataforma que permite conseguir el certificado entrando el RUT de la persona (<https://conadi.oficinainternet1.cl/OficinaInternet2.0/home.aspx?Type=0#>)

PARTE 2: DIAGNÓSTICO

Diagnóstico
situacional de
intervenciones de
desarrollo en turismo
indígena en ADI
Atacama la Grande



INTRODUCCIÓN DEL DIAGNÓSTICO

El área de Desarrollo Indígena o ADI Atacama la Grande se encuentra ubicada en la provincia El Loa al interior de la segunda región de Antofagasta. Esta área se encuentra inserta dentro del extenso Desierto de Atacama que es configurado por diversos pisos ecológicos que definen sus paisajes y recursos naturales. En particular, Atacama La Grande ha sido habitada desde tiempos prehispánicos por el pueblo *Lickanantay* o Atacameño quienes a lo largo de su desarrollo histórico han sido actores, sumándose u obstaculizándose, en las transformaciones económicas, políticas, sociales y culturales de su territorio, reivindicando una identidad definida por su estrecho vínculo territorial.

Por su privilegiada ubicación Atacama La Grande históricamente se ha constituido como un área de encuentros e intercambios. Fue parte de rutas caravaneras desde y hacia los distintos puntos de Atacama, así también, fue parte de rutas desde el otro lado de la cordillera de los Andes hasta la costa del Pacífico. Recibió influencia de *Tiwanaku*, luego fue incorporada a la administración *Inka* y más tarde, a la colonia española. Recientemente, fue un territorio disputado en la Guerra del Pacífico por los tardíamente conformados estados-nacionales de Bolivia y Chile, y una vez anexada a territorio chileno se consolidó en ella un nuevo ciclo económico de mercado dirigido a la creciente industria salitrera y más tarde minera, lo que ha cumplido un rol fundamental hasta nuestros días en la economía nacional.

En las últimas décadas el particular entorno paisajístico y arqueológico ha sido crecientemente valorado por el mercado turístico nacional e internacional lo que ha convertido a Atacama la Grande en uno de los destinos turísticos nacionales más importantes, recibiendo visitas de turistas provenientes principalmente de Europa, Norteamérica y distintos puntos de Latinoamérica. Hoy, procurando ser partícipe de este creciente nicho económico sus habitantes

se han aventurado a integrar esta industria a sus vidas, apostando fuertemente por liderar el desarrollo del turismo indígena y comunitario en el territorio.

En este escenario surge la necesidad desde diversos actores de levantar un Diagnóstico Situacional de las distintas intervenciones de instituciones públicas y privadas respecto del Turismo Indígena en ADI Atacama La Grande. Para esto, comenzaremos con la exposición del contexto territorial, es decir, sus particulares características geográficas, el desarrollo de su ocupación humana y su relación con el entorno, la importante presencia actual demográfica del pueblo atacameño y la continuidad de una economía sustantivista que se integra a un nuevo contexto de economía neoliberal, todo lo cual potencia y sustenta la discusión sobre una propuesta de desarrollo del turismo indígena en el territorio.

Se presentan los resultados obtenidos comenzando con una breve contextualización del inicial escenario turístico que se vivió en la comuna y cómo sus habitantes locales comenzaron a percibir las primeras transformaciones con el posicionamiento del turismo masivo en el actual ADI Atacama La Grande. Ante este escenario el Turismo Indígena se propone como propuesta para contrarrestar los impactos provocados por el acelerado crecimiento del turismo caracterizado por la desregularización, privatización y mercantilización del territorio.

Finalmente, se presentan las primeras aproximaciones para una definición de Turismo Indígena desde sus propios actores, cuya característica posee dos aristas: un Turismo Indígena como un servicio especializado y un Turismo Indígena como una proyección de gestión territorial. A esto finalmente sumamos las evaluaciones realizadas por los entrevistados a las diversas intervenciones sobre Turismo Indígena en ADI Atacama La Grande.

MARCO TEÓRICO

Hasta la fecha el turismo en la actual ADI de Atacama La Grande ha sido abordada desde una óptica que obedece los principios de la oferta y la demanda, sin embargo, las particularidades históricas del pueblo Atacameño, su temprana ocupación, sus procesos sociohistóricos y las dinámicas contemporáneas en las cuales se encuentra inmerso indica que se debe considerar muchos más factores para comprender sus complejidades. Para esto, hemos optado por abordar el desarrollo del turismo indígena en ADI Atacama La Grande desde una perspectiva histórico cultural, es decir, su abordaje a partir de la comprensión de las transformaciones históricas, sociales y culturales que ocurren en un tiempo y espacio determinado (Rodríguez, 2010).

MARCO METODOLÓGICO

En cuanto al marco metodológico del presente diagnóstico si bien es de carácter descriptivo de tipo cuantitativo y cualitativo, se hace énfasis en que los principales documentos que aportaron datos cuantitativos para este fueron el PLADECO 2017-2021 y PLADETUR 2020-2025. Ambos documentos presentan limitaciones y sesgos debido a la desactualización de sus datos y vacíos estadísticos en diferentes temáticas características de la zona como, la población flotante. Por lo que se acudió principalmente a diversos estudios, diagnósticos, proyectos e investigaciones que aportaron datos cualitativos que nutrieron ampliamente el desarrollo del diagnóstico, sin embargo, se hace mención que el corto tiempo asignado fue una limitante importante.

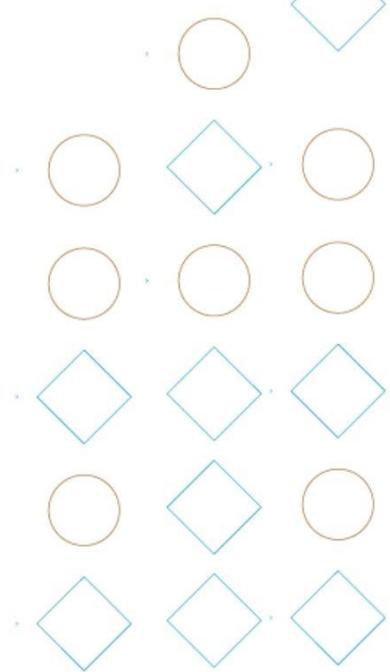
El diagnóstico se realizó en tres fases: revisión bibliográfica, realización de entrevistas estructuradas y sistematización, interpretación e incorporación de datos.

Para comenzar, se examinó la información secundaria de datos cualitativos y cuantitativos disponible sobre el contexto y desarrollo del turismo en ADI Atacama La Grande, luego, nos abocamos a los datos referentes al desarrollo de las emblemáticas iniciativas de turismo indígena surgidas desde el sector público y desde el sector privado en la zona.

Para la segunda fase, por contingencia de emergencia sanitaria por COVID-19 y las restricciones, las entrevistas estructuradas fueron realizadas vía meet y vía telefónica a actores claves involucrados directa o indirectamente con intervenciones en turismo indígena en ADI Atacama La Grande.

A cada entrevistado/a se le envió una carta de presentación del proyecto e invitación formal vía e-mail para su participación a través de la entrevista. Posteriormente, se coordinó los días y horarios para las entrevistas.

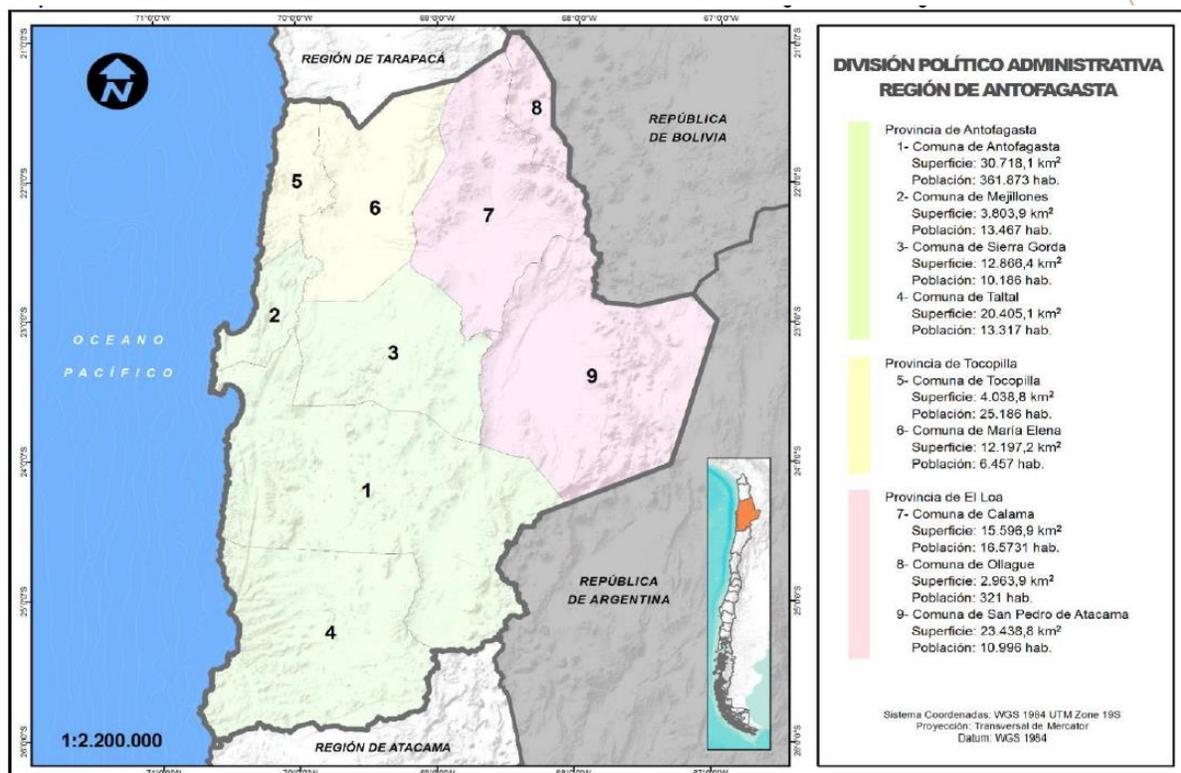
Una vez realizadas las entrevistas, estas fueron transcritas, fichadas y sistematizadas a través del programa MaxQda, para finalmente ser incorporadas al diagnóstico final.



CONTEXTO TERRITORIAL

DESCRIPCIÓN GEOGRÁFICA

El área donde se emplaza el presente diagnóstico se localiza en la actual Comuna de San Pedro de Atacama, Provincia El Loa, Región de Antofagasta.



Comuna de San Pedro de Atacama, Provincia El Loa, Región de Antofagasta.

Fuente: PLADECO 2017-2021 en base a datos del Sistema Nacional de Información Territorial (SNIT), 2018

Este sector geográficamente forma parte del extenso Desierto de Atacama que abarca un área superior a los 200.000 km² y administrativamente está dividida en cuatro regiones: Arica-Parinacota, Tarapacá, Antofagasta y Atacama. Estas regiones, están separadas por un criterio político-administrativo, sin embargo, poseen características fisiográficas relativamente homogéneas, exhibiendo de tanto en tanto específicas diferencias llamativas. Un componente importante de la historia del Desierto de Atacama está asociado a su clima que va desde una

extrema aridez hasta otro con características de estepa en la precordillera y la alta cordillera, condiciones climáticas que han existido durante millones de años (Chong 2012).

Dentro de este extenso desierto y dentro de límites de la actual Comuna de San Pedro de Atacama podemos encontrar la Cuenca del Salar de Atacama que se caracteriza por presentar un clima denominado "Desierto Marginal de Altura", esta posee una temperatura media anual de 10°C y precipitaciones concentradas en el período de verano que van entre 50 y 100 mm anuales. Su humedad relativa es baja, con marcadas diferencias de temperatura entre el día y la noche, lo que determina una elevada evapotranspiración, afectando la vegetación natural y la disponibilidad de agua. Los suelos fértiles que posee esta cuenca son muy escasos puesto que prácticamente están constituidos en su totalidad por cuerpos salinos, por lo que la vegetación en el área es escasa especializándose en ambientes áridos, al bajo régimen pluviométrico, la sequedad y la fuerte amplitud térmica. Sólo en el oasis de San Pedro de Atacama existe presencia tanto de especies características de los ambientes áridos, como especies que subsisten gracias al oasis y sus particularidades hídricas (PLADECO 2017-2021:172-173,175). Debido a estas características de extrema aridez el recurso hídrico constituye la base de la existencia de los Oasis. Este recurso constituye el factor principal que ha permitido el aprovechamiento agrícola de los suelos del desierto, siendo los principales cursos de agua que abastece el área, los ríos de San Pedro y Vilama (Sánchez y Morales 1990).

Además, en este ambiente marcadamente árido se presentan sistemas hídricos y vegetacionales característicos, conocidos con el nombre de vegas y bofedales, presentes tanto en la Cuenca del Salar de Atacama como en los pisos ecológicos de mayor altura. Las vegas y bofedales son formaciones vegetales que se establecen en un ambiente edáfico caracterizado por una condición de saturación hídrica permanente, presentando una gran diversidad biológica respecto del entorno y un mayor número de especies vegetales, las cuales son propias de estos sistemas. Estos humedales son zonas de forraje y bebederos de

valiosas especies amenazadas en su conservación, tales como camélidos: Llama (*Lama glama*), Guanaco (*Lama guanicoe*) y Vicuña (*vicugna vicugna*); aves como: flamenco andino, chileno y de james (*Phoenicoparrus andinus*, *Phoenicopterus chilensis* y *Phoenicoparrus jamesi*), Suri (*Rhea pennata tarapacensis*), el Pato puna (*Anas Puna*), Caiti (*Recurvirostra andina*), Gaviota Andina (*Larus serranus*), Guayatas (*Chloephaga melanoptera*), Taguas y Cometocinos (*Phrygilus sp*), además de Chinchillas, Vizcachas, Zorro Culpeo y Ñandú (*Rhea sp*), entre otros (PLADECO 2017-2021).

OCUPACIÓN HUMANA

Las más tempranas evidencias de ocupación humana en estas tierras dan cuenta de la particular adaptación a un espacio en el que aún no se imponía la extrema aridez que la caracteriza hoy. Entre 18.000 y 11.000 años atrás se vivía el fin de la era glacial, o periodo Pleistoceno. En las tierras altas de Atacama se gestaba un régimen climático especial, caracterizado por una exuberancia en la vegetación y en la fauna asociada a esta. Había grandes lagos en el altiplano y en tierras más bajas torrentosos ríos. Varios de estos desembocaban en el Salar de Atacama generando un clima húmedo y alimentando una cobertura vegetal de pastos, matorrales y árboles. Hace alrededor 11.000 años atrás, o alrededor de 9.000 a.C., se asentaron en Atacama grupos humanos que habían desarrollado una particular economía de caza y recolección siguiendo la huella de los primeros cazadores que recorrieron el continente tras las grandes presas pleistocénicas (Uribe 2012).

Al menos a partir de entonces las poblaciones ocuparon espacios muy vinculados a los recursos hídricos y vegetacionales, con el fin de maximizar sus cotos de caza, recolección y más tarde manejo pastoril y agrícola. Probablemente, las primeras vías de circulación que transitaban siguieron las sendas de vicuñas y guanacos, que seguían la línea de recursos hídricos y forrajeros que más tarde se complejizarían. En las quebradas, los seres humanos

hicieron uso de los abrigos rocosos y con el tiempo, a estos aleros se les agregaron muros complementarios, generando un patrón de ocupación vinculado al pastoreo de camélidos, lo que ha perdurado hasta tiempos actuales (Castro et al. 2004).

Castro (2001) señala que el desarrollo de la ocupación humana del territorio da cuenta de estrategias económicas sustantivistas, es decir, una economía de intercambio ecológico que logra incrustarse en las instituciones sociales. Esta economía es desarrollada por las poblaciones andinas en tiempos prehispánicos, aparentemente en un área de baja densidad demográfica, diferenciada principalmente por tener actividades económicas regidas por un sistema de complementariedad ecológica que incluye tanto desplazamientos verticales, siguiendo la gradiente altitudinal, como horizontales, vinculados a los recursos costeros, lo que promovió una alta movilidad dentro de un espacio macro regional, incrustandose y creando nexos socioculturales y relaciones de parentescos con áreas como la región de *Omasuyo* en el *Titikaka*, *Lípez*, *Chichas*, *Tucuman*, las tierras altas del Loa y la costa del Pacífico.

Hacia el año 200 a.C. se van produciendo asentamientos más aglutinados, algunos en terrenos agrícolas y otros en zonas de pastoreo. Muchas de estas construcciones son semi subterráneas y algunas de ellas delimitan espacios públicos (Núñez, 1992 en Castro et al.2004). Desde aproximadamente el año 750 d.C. en adelante, hay una mayor densidad poblacional asociada a una importante transformación del paisaje, los poblados se hacen más aglutinados y las paleotecnologías agrohidráulicas se magnifican. Desde este tiempo en adelante hay una arquitectura tradicional circular en la zona, que posteriormente el *Inka* interviene fuertemente con patrones propios, tales como un diseño ortogonal y el techo a dos aguas utilizando cactus y paja. Los caminos se formalizan y existe una mayor actividad agrícola marcada claramente en los extensos campos de terrazas agrarias en la zona de quebradas, como en *Socaire*, *Toconce* y *Paniri* (Castro et al. 2004).



Sistema de terrazas agrícolas en la Comunidad de Toconce.

Fuente: Patrimonio Culinario Andino

Desde el punto de vista cultural, este espacio que fue parte del *Kollasuyu* de los *Inkas*, se inserta dentro del Área Centro Sur Andina que comprende ambientes comunes a cuatro países andinos (Castro 2001).

Aproximadamente desde 1550 tras la conquista europea inician nuevas transformaciones, aparecen los pueblos de indios con nuevas edificaciones como las iglesias y el área es descrito en las crónicas como Atacama. Sin embargo, aun con todas las transformaciones las comunidades mantienen las características de una economía tradicional, sus chacras, estancias pastoriles en las cercanías y aprovechan los recursos en pisos ecológicos diferenciados entrelazos con relaciones socioculturales y de parentesco. Continúan utilizando antiguas rutas troperas y los caminos prehispánicos, los que a veces son transformados para ser usados por carretas y más tarde, vehículos motorizados. También se construyen caminos nuevos dentro de los cuales destacan los

yareteros y azufreros, que son considerados sorprendentes obras de ingeniería de comienzos del siglo XX que suben a las cimas de los cerros en el afán de dotar a la industria minera de yareta, apreciado y escaso combustible que crece sobre los 4.000 m (Castro et al. 2004).

ANTECEDENTES SOCIODEMOGRÁFICOS

Por las características históricas del desarrollo de la ocupación humana actualmente la comuna de San Pedro de Atacama es una de las comunas con mayor población indígena a nivel nacional.

Según el censo del año 2017 la Región de Antofagasta posee una población de 607.534 habitantes, de las cuales 571.748 habitan en las áreas declaradas urbanas. Mientras que en la comuna de San Pedro de Atacama se registra una población de 10.996 habitantes, con una distribución territorial donde un 61% corresponde a población rural y 39% a población urbana (INE 2017), sin embargo, cabe mencionar que existen vacíos respecto de la medición de población flotante que visita San Pedro de Atacama en temporadas de alta demanda turística y otros, en tanto no registrados.

Por las características del desarrollo histórico del territorio 5.523 habitantes, equivalentes al 50,23% de la población total, quienes declaran pertenecer a algún grupo étnico (INE 2017). Esta cifra es muy superior al promedio regional, que alcanza a un 13,57% de la población total y al promedio provincial que llega al 25,68%. A nivel nacional, el porcentaje de población que declara pertenecer a alguno de los grupos étnicos considerados en el censo 2017 alcanza al 12,44%, siendo San Pedro de Atacama una de las comunas con mayor proporción de población perteneciente a algún pueblo originario en el país (PLADECO 2017-2021).

POBLACIÓN QUE DECLARA PERTENECER A UN PUEBLO INDÍGENA. PAÍS, REGIÓN, PROVINCIA Y COMUNA					
Región, provincia y comuna	Población total	No pertenece a un grupo étnico	% Población	Pertenece a un grupo étnico	% Población
País	17.574.003	15.388.211	87,56%	2.185.792	12,44%
Región de Antofagasta	607.534	470.754	95,30%	1.859.672	4,70%
Provincia de El Loa	177.048	131.586	74,32%	45.462	25,68%
Comuna de San Pedro de Atacama	10.996	5.473	49,77%	5.523	50,23%

Fuente: PLADECO 2017-2021 San Pedro de Atacama en base a datos del Censo, 2017.

De las 5.523 habitantes de la Comuna de San Pedro de Atacama que declaran pertenecer a alguno de los pueblos indígenas, consideradas en el Censo 2017, el 73,66% señaló pertenecer al pueblo Atacameño o Lickanantay, seguidos del pueblo Quechua, Mapuche y Aymara.

POBLACIÓN SEGÚN GRUPO ÉTNICO A LA QUE DECLARAN PERTENECER A UN PUEBLO ORIGINARIO EN LA COMUNA DE SAN PEDRO DE ATACAMA	
Grupo étnico presente en la comuna de San Pedro de Atacama	Población
Lickanantay	4.068
Mapuche	341
Aymara	335
Rapa Nui	4
Quechua	531

Colla	25
Diaguita	80
Kawasqar	5
Yagan o Yamana	2
Otro	45
Pueblo ingnorado	87
Total	5.523
Fuente: PLADECO 2017-2021 San Pedro de Atacama en base a datos del Censo, 2017	

Por otra parte, es pertinente considerar que a partir de las últimas décadas el territorio ha transformado radicalmente su demografía, demostrando un acelerado crecimiento de población migrante principalmente atraídos por el desarrollo de la minería y turismo en la comuna. Los datos del Censo 2017 dan cuenta del importante cambio en el flujo migratorio de la comuna durante las últimas décadas, donde se registra que antes de 1990 el promedio de migrantes extranjeros fue de 66 nuevos residentes mientras que entre el año 2010 y 2017 esta cifra aumentó a 1.419 nuevos residentes, esto sin considerar la migración interna tanto regional como del resto de país y la fuerte presencia de población flotante que presenta la comuna.

PERIODO DE LLEGADA DE RESIDENTES EXTRANJEROS A LA COMUNA DE SAN PEDRO DE ATACAMA					
Comuna de Residencia Anterior	Período de Llegada al País				
	Antes de 1990	Entre 1990 y 1999	Entre 2000 y 2009	Entre 2010 y 2017	Total
Aún no nacía	-	-	-	39	39
En esta comuna	44	62	244	183	533

<i>En otra comuna</i>	18	34	43	45	140
<i>Perú</i>	-	1	5	84	90
<i>Argentina</i>	-	-	3	100	103
<i>Bolivia</i>	1	3	13	567	584
<i>Ecuador</i>	-	-	-	4	4
<i>Colombia</i>	-	-	-	34	34
<i>Otro</i>	3	2	3	363	371
Total	66	102	311	1 419	1 898
<i>Fuente: INE, Censo 2017</i>					

Si bien desde una perspectiva histórica a partir de la segunda mitad del siglo XX el fenómeno migratorio se transformó en uno de los procesos con mayor influencia en el desarrollo de las sociedades y sus transformaciones en el mundo contemporáneo, es importante hacer mención que este proceso se enmarca en ciertas especificidades y se caracteriza por desarrollarse dentro de una economía de mercado y un carácter forzado, es decir una movilidad producida principalmente por razones laborales, bases que lo diferenciarán de los procesos de movilidad tradicional anteriormente mencionados que ocurrieron en la macrorregión andina.

A este respecto, Picornell (1993) señala que los fenómenos migratorios ocurridos en contextos de desarrollo turístico impondrían nuevas dinámicas poblacionales, que pueden ser acompañados de un positivo rejuvenecimiento de la población, aumento de la población adultos jóvenes, aumento de tasa de natalidad y una posible generación de problemáticas segregacionistas asociadas a fenómenos migratorios, tema no menor, considerando el antagonismo presente en la poblaciones heterogéneas residentes actuales en San Pedro de Atacama. Es importante considerar estas nuevas dinámicas como parte de una nueva composición de la población y su tamaño, lo que conduciría a transformaciones

sociales importantes en las sociedades receptoras de turismo que son importantes de atender.

ANTECEDENTES DE LA ORGANIZACIÓN SOCIAL

Configuración De La Administración Estatal-local

La unidad básica de la administración del Estado corresponde a la comuna y la administración local de cada comuna reside en una Municipalidad que está constituida por un Alcalde como su máxima autoridad y por el Concejo Municipal respectivo. Una comuna es un ámbito territorial local definido por un conjunto de características geográficas, económicas, demográficas y culturales, en la cual la población habita, participa y se desarrolla, siendo el municipio el encargado de satisfacer las necesidades de la comunidad local y asegurar su participación en el desarrollo económico, social y cultural (SUBDERE 2011).

En el caso de la Comuna de San Pedro de Atacama esta fue creada en 1980 hecho que la independizó de la Comuna de Calama. La comuna de San Pedro de Atacama se ubica al Este de la Región de Antofagasta, siendo una comuna transfronteriza con la República Federal de Argentina y el Estado Plurinacional de Bolivia (PLADETUR 2020). Aquí se producen relaciones de carácter formal e informal (reuniones, suscripción de convenios, inserción en planes y estrategias locales, entre otros), todo principalmente en entorno a los objetivos del Plan de Desarrollo Comunal (PLADECOC) formulado participativamente por la Ilustre Municipalidad de San Pedro de Atacama (Centro de Investigaciones Culturales UWS 2009). Además, es relevante señalar que hasta hace algunos años no se contaba con personal capacitado en turismo y hoy, entidades han comenzado a elaborar planes estratégicos en el área de turismo en la comuna. Por ejemplo, durante el 2018 se levantó información respecto del desarrollo del turismo en Atacama. Luego, durante el año 2019 se trabajó en la propuesta de PLADETUR y ordenanzas municipales, trabajo liderado por la Fundación de Cultura y Turismo.

Para el año 2020 el PLADETUR es sometido a Consulta Ciudadana de sus instrumentos, trabajo liderado por la Municipalidad y la Fundación de Cultura y Turismo a través de la Unidad de Turismo Municipal, figura creada momentáneamente como modelo de gestión.

Por otra parte, por los antecedentes sociodemográficos, la relevancia sociocultural e histórica del pueblo Atacameño en el territorio, en el año 1997 es creada el “Área de Desarrollo Indígena (ADI) Atacama La Grande” (CONADI 2015) que coincide territorialmente con los límites administrativos de la comuna de San Pedro de Atacama. Según la Ley Indígena o Ley 19.253, las ADI's son espacios territoriales definitivos en los cuales los órganos de la Administración del Estado deben focalizar su acción para el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de origen indígena que habitan en dichos territorios (PLADETUR 2020). Además, en estas áreas se convoca a la participación de las organizaciones territoriales definidas por la Ley Indígena y desde su declaratoria y posterior puesta en funciones se han realizado esfuerzos, tanto desde la institucionalidad pública local especializada en materia indígena, como desde las dirigencias indígenas, por ampliar la participación indígena y otorgarles un marco que implique una verdadera concertación de actores territoriales en su estructura (Avedaño 2009).

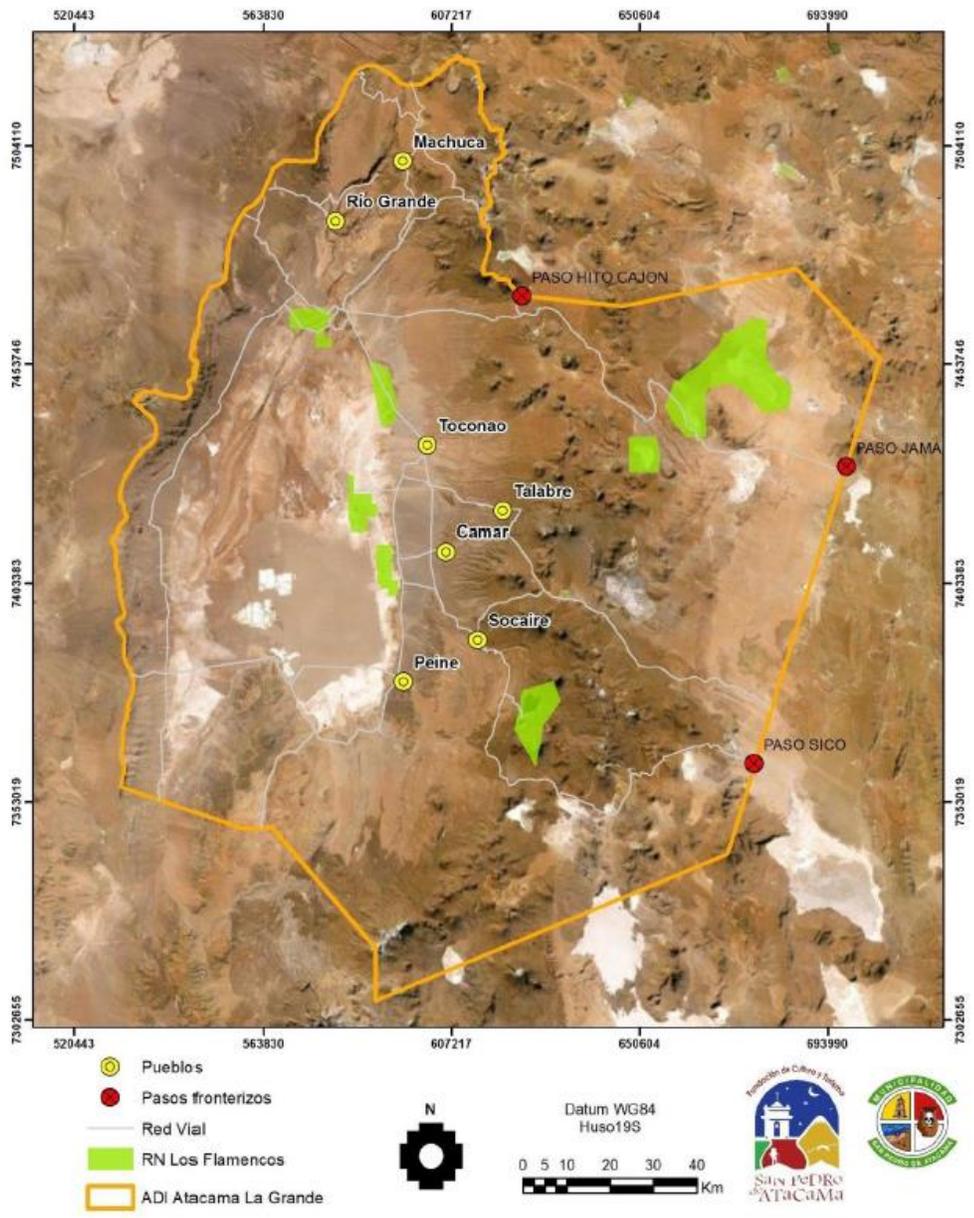
El Área de Desarrollo Indígena Atacama La Grande funciona operativamente en base a un reglamento interno, denominado Reglamento de Sala, este reglamento crea un Consejo Directivo, el que se encuentra integrado por los siguientes miembros: (Bello, 2005 en PLADETUR 2017-2021):

- Intendente Región Antofagasta.
- Gobernador Provincial de El Loa.
- Alcalde Municipalidad de San Pedro de Atacama.
- Seremi de Desarrollo Social, Región de Antofagasta.
- Seremi de Educación, Región de Antofagasta.
- Seremi De Salud, Región De Antofagasta.

- Seremi De Agricultura, Región de Antofagasta.
- Seremi De Bienes Nacionales, Región de Antofagasta.
- Seremi de Medio Ambiente, Región De Antofagasta.
- Seremi Del Trabajo y Previsión Social, Región de Antofagasta.
- Seremi De Obras Públicas, Región De Antofagasta.
- Jefe de División Planificación y Desarrollo Regional Región de Antofagasta.
- Concejales (3 elegidos) de la Comuna de San Pedro de Atacama.
- Jefe de la oficina de asuntos indígenas (CONADI)
- Presidente Comunidad Indígena Atacameña de Guafín.
- Presidenta Comunidad Atacameña de Talabre.
- Presidente Comunidad Atacameña de Toconao.
- Presidenta Comunidad Atacameña de Machuca.
- Presidente Comunidad Atacameña de Peine.
- Presidente Comunidad Atacameña de Socaire.
- Presidenta Comunidad Atacameña de Solcor.
- Presidenta Comunidad Atacameña de Larache.
- Presidenta Comunidad Atacameña de Coyo.
- Presidente Comunidad Atacameña San Pedro de Atacama.
- Presidente Comunidad Indígena del Ayllu de Cucuter.
- Presidente Comunidad Atacameña de Río Grande.
- Presidente Comunidad Atacameña de Séquitor y Checar.
- Presidenta Comunidad Indígena Atacameña de Catarpe.
- Presidenta Comunidad Atacameña de Quitar.
- Presidenta Comunidad Atacameña de Solor.
- Presidente Comunidad Atacameña de Camar.
- Presidente Comunidad Atacameña de Yaye.
- Presidente Asociación Consejo de Pueblos Atacameños.



CONTEXTO TERRITORIAL - ADI ATACAMA LA GRANDE



Fuente: PLADETUR 2020-2025, San Pedro de Atacama

Configuración de la organización socio - política en el territorio

La “Comunidad Sociológica o Comunidad Local”, tradicional forma de organización colectiva andina, es una institución de carácter social, económico-material y político que articula la red de relaciones sociales, económicas y religiosas al interior de los poblados. El carácter de estas comunidades sociológicas está definido por su constitución a partir de unidades familiares emparentadas entre sí que habitan un territorio de forma colectiva. Estas relaciones parentales son fundamentales para mantener la cohesión del grupo y funcionales para el desarrollo de trabajos colectivos de ayuda mutua (Gundermann y Vergara 2009, Sendón 2010 en Benavides y Sinclair 2014).

Benavides y Sinclair (2014) señalan que a partir de la segunda mitad del siglo pasado se inicia un proceso de cambio en las sociedades andinas como resultado del incremento de la intervención e influencia de los aparatos del Estado en el territorio, lo que rompe con el “monopolio de la organización comunitaria” e inciden en la transformación de las nuevas formas organizacionales. En 1968 durante el gobierno de Frei Montalva se instituyen las Juntas de Vecinos (JJVV) como la principal entidad organizativa, siendo su objetivo propiciar participación y canalización de las demandas locales. Luego, durante el gobierno de Allende por primera vez se estableció un método para el reconocimiento legal de grupos culturales diferenciados en el territorio nacional y se trató de incidir en un proceso de restitución de sus territorios, sin embargo, tras el golpe de Estado se pone fin a las políticas indigenistas y de restitución de territorios, y se aceleró el proceso de división y disolución de las comunidades tradicionales a través de la Ley de Municipalización que apuntó a fortalecer los límites territoriales a través de una fuerte presencia militar que buscaba acelerar el proceso de integración de “zonas marginales”.

Más tarde, a partir de la creación de la Ley 19.253 o Ley Indígena el Estado comenzó a imponer una nueva modalidad organizativa: las “Comunidades

Indígenas" y "Asociaciones Indígenas", que funcionan como mecanismo para el acceso a financiamiento de proyectos locales y para el cumplimiento de deberes y derechos reconocidos por el Estado. Desde ese momento, tanto en los *Ayllus* como en las localidades de Atacama comenzó a gestarse un acelerado proceso de constitución de comunidades en territorio atacameño como "organizaciones de base territorial y funcional con personalidad jurídica definida por y para el Estado" (Benavides y Sinclair 2014).

En definitiva, la constitución de comunidades y asociaciones indígenas conllevó su división en micro unidades jurídicas y en lo referente a los cambios en su carácter político, estos se encuentran directamente relacionado con las transformaciones que ha sufrido la comunidad producto tanto de circunstancias internas como por la influencia de contextos macros referidos principalmente a políticas públicas y presiones estatales. Cabe mencionar, que la imposición del Estado de nuevas autoridades y formas de control social incidirá en la capacidad de cohesión, sentido y legitimidad de las autoridades locales. Mientras que, la pérdida de la autonomía económica, los procesos de individualización y privatización tanto material como cultural, y sobre todo, la pérdida de control sobre recursos naturales, principalmente el recurso hídrico, han conducido en algunos casos, al paulatino debilitamiento de la identificación de los pobladores con la comunidad (Benavides y Sinclair 2014). Por su parte Barros (2004) señala que la Ley Indígena creó límites al desarrollo organizativo territorial indígena negando la posibilidad de organizaciones macro territoriales tipo confederación. Y si bien se han constituido comunidades territoriales y asociaciones no territoriales de indígenas rurales y urbanos, estas han sido incentivadas con fines específicos que las han constituido como "clientes étnicos" de políticas asistencialistas y clientelistas, que si bien no dejan de ser legítimamente demandados y requeridos por las comunidades, no abarcan las demandas estructurales que tienen en su centro el reconocimiento territorial (Benavides y Sinclair 2014) y han incidido en una desarticulación de formas organizacionales tradicionales colectivas.

Actualmente, la Ley Indígena define a las Comunidades Indígenas como:

“agrupación de personas pertenecientes a una misma etnia indígena y que se encuentra en una o más de las siguientes situaciones: provienen de un mismo tronco familiar, reconocen una jefatura tradicional, poseen o hayan poseído tierras indígenas en común o provienen de un mismo poblado antiguo” (Art.9, Párrafo 4º, Título I, Ley Indígena 19.253).

CATASTRO DE COMUNIDADES INDÍGENAS CON PERSONALIDAD JURÍDICA VIGENTE ANTE CONADI, COMUNA SAN PEDRO DE ATACAMA, FEBRERO 2021		
Nº PERSONALIDAD JURÍDICA	NOMBRE	TIPO SECTOR
2	COMUNIDAD ATACAMEÑA DE MACHUCA	RURAL
3	COMUNIDAD ATACAMEÑA DE RIO GRANDE	RURAL
4	COMUNIDAD ATACAMEÑA DE QUITOR	RURAL
5	COMUNIDAD ATACAMEÑA DE COYO	RURAL
6	COMUNIDAD ATACAMEÑA DE SAN PEDRO DE ATACAMA	RURAL
9	COMUNIDAD ATACAMEÑA DE SOLOR	RURAL
14	COMUNIDAD ATACAMEÑA DE SOCAIRE	RURAL
15	COMUNIDAD ATACAMEÑA DE CAMAR	RURAL
16	COMUNIDAD ATACAMEÑA DE TALABRE	RURAL
17	COMUNIDAD ATACAMEÑA DE PEINE	RURAL
19	COMUNIDAD ATACAMEÑA DE TOCONAO	RURAL
20	COMUNIDAD ATACAMEÑA DE SEQUITOR Y CHECAR	RURAL
21	COMUNIDAD ATACAMEÑA DE LARACHE	RURAL
23	COMUNIDAD INDÍGENA ATACAMEÑA DE CATARPE	RURAL
28	COMUNIDAD INDÍGENA DEL AYLLU DE CUCUTER	RURAL

29	COMUNIDAD ATACAMEÑA DE SOLCOR	RURAL
36	COMUNIDAD ATACAMEÑA DE YAYE	RURAL
43	COMUNIDAD INDÍGENA ATACAMEÑA DE GUATÍN	RURAL
48	COMUNIDAD INDIGENA ATACAMEÑA DE LA PUNA DE TOCOL, ALIS, CELESTE Y PUQUES	RURAL
50	COMUNIDAD INDÍGENA ATACAMEÑA DE AGRICULTORES Y REGANTES DEL RIO VILAMA	RURAL
56	ATACAMEÑA DE TULOR Y BETER	RURAL
63	LA ESTANCIA DE CHALARQUICHE	RURAL
68	COMUNIDAD INDIGENA ATACAMEÑA HIJOS DE SOLOR	RURAL

Fuente: CONADI San Pedro de Atacama, 2021. Obs.: Comunidades (en negrilla) relacionada a administraciones turísticas (formalizadas o no)

Mientras que las Asociaciones Indígenas reconocidas por la Ley Indígena son definidas como:

“agrupaciones voluntarias funcionales, sin necesariamente representación de las Comunidades Indígenas, integradas por, a lo menos, veinticinco indígenas que se constituyen en función de un interés y objetivo común” (Art. 36, Párrafo 2º, Título V, Ley Indígena 19.253)

CATASTRO DE ASOCIACIONES INDÍGENAS CON PERSONALIDAD JURÍDICA VIGENTE ANTE CONADI, COMUNA DE SAN PEDRO DE ATACAMA, FEBRERO 2021		
Nº	NOMBRE	TIPO SECTOR
2	ASOCIACIÓN ATACAMEÑA SAN BARTOLOME DE SOCAIRE	URBANO
3	ASOCIACIÓN ATACAMEÑA QUILAPANA	RURAL
8	ASOCIACIÓN ATACAMEÑA DE REGANTES Y AGRICULTORES DE SAN PEDRO DE ATACAMA	RURAL

10	ASOCIACIÓN ATACAMEÑA DE REGANTES Y AGRICULTORES DE ZAPAR	URBANO
11	ASOCIACIÓN ATACAMEÑA DE REGANTES Y AGRICULTORES DE TOCONAO	URBANO
12	ASOCIACIÓN ATACAMEÑA DE REGANTES Y AGRICULTORES DE CELESTE	URBANO
13	ASOCIACIÓN ATACAMEÑA DE REGANTES Y AGRICULTORES DE SONCOR	URBANO
14	ASOCIACIÓN ATACAMEÑA DE REGANTES Y AGRICULTORES DE AGUAS BLANCAS	URBANO
15	"ASOCIACIÓN ATACAMEÑA DE REGANTES Y AGRICULTORES DEL RIO VILAMA" O "ASOCIACION RIO VILAMA"	URBANO
19	ASOCIACIÓN ATACAMEÑA MUJERES DE SAN PEDRO DE ATACAMA	RURAL
20	ASOCIACIÓN ATACAMEÑA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE TOCONAO	RURAL
23	ASOCIACIÓN DE ARTESANOS Y FERIANTES DE SAN PEDRO DE ATACAMA	URBANO
24	ASOCIACIÓN ATACAMEÑA DE REGANTES Y AGRICULTORES DE MATANCILLA	URBANO
26	ASOCIACIÓN INDÍGENA ATACAMEÑA DE AGRICULTORES Y MADEREROS DE TAMBILLO	RURAL
27	ASOCIACIÓN INDÍGENA ATACAMEÑA DE LOS GENTILARES DE LARACHE	RURAL
29	ASOCIACIÓN INDIGENA DE COSTUMBRES Y TRADICIONES DE TOCONAO	URBANO
37	ASOCIACIÓN INDÍGENA DE REGANTES Y AGRICULTORES PASO JAMA	URBANO
49	ASOCIACIÓN INDÍGENA VALLE DE LA LUNA	URBANO
66	ASOCIACION CHAÑARES DE SOLOR	URBANO
70	ASOCIACION INDIGENA RED TURISMO RURAL LICANHUASI	RURAL
72	ASOCIACIÓN INDÍGENA PARA LA DIFUSIÓN DE LA CULTURA LICKANANTAI	RURAL
85	ASOCIACION DE TURISMO INDIGENA ECORED LICKAN ANTAY	URBANO
86	ASOCIACION DE TURISMO SAIRE HAALAR	URBANO
91	ASOCIACION ATACAMEÑA DE COSTUMBRES Y TRADICIONES ESPIRITU ANTAY ANCESTRAL	RURAL
92	ASOCIACION INDÍGENA TURI HUALKA	URBANO
99	ASOCIACION INDIGENA ECO-ETNO TURISMO POZO TRES	URBANO

100	ASOCIACIÓN INDÍGENA DE GANADEROS Y AGRICULTORES DE TAMBILLO LICKAN SILAR	RURAL
104	ASOCIACIÓN INDÍGENA CKUNA A CKUN LLOCOM AMA	RURAL
106	ASOCIACIÓN INDÍGENA DE MEDIADORES Y GUÍAS CULTURALES	RURAL
111	"ASOCIACIÓN INDÍGENA PURI CKAPUR CKAUSAMA (AGUA DE ALTA VIDA)"	URBANO
119	ASOCIACIÓN INDÍGENA NACIÓN LICAN ANTAY"	RURAL
122	ASOCIACIÓN INDÍGENA VALLE DE MARTE	RURAL
128	ASOCIACIÓN INDÍGENA DE TURISMO KUNZA HOIRI	URBANO
133	ASOCIACIÓN DE AGRICULTORES, REGANTES, INDÍGENAS DE SEQUITOR Y LARACHE	RURAL
139	ASOCIACIÓN MEDIOAMBIENTAL DE AGRICULTORES, GANADEROS, PISCICULTORES Y REGANTES DE CAMAR	RURAL
143	ASOCIACIÓN HIJOS DE LA PACHAMAMA	URBANO
146	ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DE TURISMO ATAMEÑA DE LICKANANTAY	URBANO

Fuente: CONADI San Pedro de Atacama 2021. Obs.: Asociaciones (en negrilla) relacionadas a actividades turísticas

Finalmente, Benavides y Sinclair (2014) señalan que, si bien la comunidad y la asociación indígena como forma organizacional han sido promovida y valida por el Estado, también señalan que a partir de esto han surgido organizaciones sociopolíticas locales que lejos de debilitarse con las imposiciones externas, ha otorgado complejidad al escenario político y legitimidad a las demandas históricas de los pueblos indígenas, sin embargo, es interesante mencionar que durante los últimos años han proliferado explosivamente nuevas comunidades y asociaciones indígenas como una aparente respuesta, en el caso particular de San Pedro de Atacama y sus *Ayllus*, al rechazo por la integración de nuevos socios y socias, lo que ha incidido en conflictos internos y lo que merece una particular atención considerando el escenario económico del territorio y los intereses en conflictos tanto internos y externos.

Consejo De Pueblos Atacameños

Otro organismo local de relevancia es el “Consejo de Pueblos Atacameños” o CPA. El Consejo de Pueblos Atacameños es un organismo de tipo federativo creada en 1952 por las propias Comunidades Atacameñas y posteriormente en 1994, amparadas bajo la Ley 19.253, se convirtió en asociación indígena manteniendo su carácter funcional que hoy conglomerada a 18 comunidades atacameñas territoriales del ADI Atacama La Grande, estas son: San Pedro de Atacama, Coyo, Cucuter, Solor, Sequitor, Yaye, Larache, Solcor, Quitar, Catarpe, Guatin, Machuca, Río Grande, Toconao, Camar, Talabre, Socaire y Peine. Estas comunidades se asociaron por medio de dirigentes representantes de cada comunidad, con el fin de coordinar las decisiones y actividades de interés para la mancomunidad, en protección del patrimonio común, material y cultural del pueblo atacameño.

Hoy, el Consejo de Pueblos Atacameños ha asumido mayores niveles de representatividad de las comunidades atacameñas territoriales de ADI Atacama La Grande frente al Estado, Municipio, organismos internacionales y empresas mineras metálicas y no metálicas, donde han surgido una serie de convenios de colaboración tanto como la Municipalidad de San Pedro de Atacama, Turismo Explora, Fundación Minera Escondida y Rockwood, entre otros (Benavides y Sinclair 2014). Particularmente, en cuanto a los convenios mineros se han centrado principalmente en responder, bajo compensación económica, las consecuencias medioambientales y sociales de sus actividades reflejo de la priorización del desarrollo extractivista como modelo económico del país. Tal es el caso del conocido “Convenio de Cooperación, Sustentabilidad y Beneficio Mutuo entre Consejo de Pueblos Atacameño, sus comunidades y Rockwood Lítico Ltda.”, suscrito el año 2016, que si bien es un ejemplo de cómo los actores lograron conciliar la convivencia en un espacio, también refleja los intereses contradictorios de cooperación y los conflictos dado por una relación de mutua dependencia, lo que siempre entra en tensión dado los intereses compartidos y

la distinta visión, a veces contradictoria, sobre el territorio y sus recursos, lo que para Benavides y Sinclair (2014) está lejos de abordar y solucionar los problemas estructurales que aqueja el territorio.

BIENESTAR SOCIAL E INFRAESTRUCTURA

Pobreza Multidimensional

Si bien los datos entregado por PLADECO 2017-2021 señalan que la Comuna de San Pedro de Atacama ha experimentado un proceso de descenso en las tasas de pobreza por nivel de ingresos de su población, pasando de un 10,5 % de pobreza el año 2011 a un 4,5 % el año 2015, de acuerdo a las mediciones de la encuesta CASEN (PLADECO 2017-2021) también este informe señala un preocupante crecimiento en la comuna de la Pobreza Multidimensional, definida como aquella que “reconoce que el bienestar, las necesidades y la situación de pobreza de los chilenos/as no sólo depende de contar con los ingresos suficientes para adquirir una canasta básica, sino que también depende de la satisfacción de sus necesidades y el acceso a educación, salud, trabajo, seguridad social y vivienda”. Considerando la definición de la pobreza multidimensional y los diversos aspectos que aboca la encuesta CASEN 2015, la comuna presentó un 34,4% de población en dicha situación. Este porcentaje es mayor que el registrado por la Región de O´Higgins (17,2%) y que el país (20,9%), en la misma medición. Además, PLADECO 2017-2021 señaló que la Comuna de San Pedro de Atacama ocupa el primer lugar entre las comunas de la región de Antofagasta con más pobreza multidimensional (PLADECO 2017-2021).

Los datos entregados por PLADECO 2017-2021 sobre la pobreza multidimensional presente en la comuna requiere de mayor atención puesto que es parte de las limitaciones, de las comunidades atacameñas y atacameños en particular, que puede aquejar una incidencia en un positivo desarrollo de iniciativas en

emprendimientos e incorporación de nuevas propuestas para un mejor desarrollo territorial.

Riesgo Social

Dentro de los problemas levantados por PLADETUR 2020 sus habitantes se refirieron a preocupantes problemas sobre droga, tráfico de personas, impactos medioambientales y múltiples problemas presentes en la comuna de San Pedro de Atacama

Irregularidades, ilegalidades, drogas, sobrecarga de sitios de visitación, escasez de recursos, son algunos de los impactos negativos del turismo masivo que se manifiestan evidentemente en el pueblo de San Pedro de Atacama (PLADETUR 2020:97)

Infraestructura

La infraestructura (Ver en Anexos 1) es considerada la base para que un destino turístico se encuentre en condiciones que permitan a la población local la facilidad de desarrollar el turismo como un nicho económico favorecedor y considerando las proyecciones de posicionar San Pedro de Atacama como un destino de interés internacional urge atender la situación de los servicios básicos que sustentan a la población local y la población visitante sobre todo si se quiere posicionar como un destino responsable y sustentable con el medioambiente y el territorio.

Respecto a esto, el año 2018 el Programa Estratégico CORFO "Transforma Turismo" encargó a la Pontificia Universidad Católica de Chile el diseño

conceptual de un Índice de Saturación de Destinos Turísticos o ISDT. Esta fue definida como una herramienta de gestión que mide el estado de un conjunto de variables, con el fin de indicar cuando una variable y al mismo el conjunto de variables, superan su estado (se satura) en el cual es necesario tomar acciones para salir de dicho estado o bien evitarlo. Para esto las dimensiones para su análisis fueron: 1) infraestructura y servicios básicos, dicho indicador busca conocer el grado de cobertura de los servicios en el territorio para la población residente y los visitantes; 2) medio ambiente, indicadores que permiten comprender la existencia y calidad de los recursos naturales en el destino turístico y sus variables posiblemente impactadas; 3) calidad de vida (local), indicadores que permiten medir el impacto de la industria turística en la calidad de vida de los residentes particularmente sobre su cultura y sus modos de vida y; 4) capacidad del sector turismo, indicadores permiten reflejar la cantidad y calidad de los servicios relacionados con la industria turística del destino. Para el resultado del primer testeó preliminar de ISDT para el destino San Pedro de Atacama (CORFO 2018):

- El ISDT arroja que el destino San Pedro de Atacama se encuentra en estado de latencia en los meses de enero y febrero y muy cercano a la saturación. Asimismo, se encuentra muy cercano a la latencia en octubre, noviembre y diciembre.
- El indicador que tiene mayor incidencia en el resultado del ISDT es el de Aguas servidas seguido del Agua potable. Esto es una gran preocupación visibilizada en lo recogido durante los talleres y una de las principales preocupaciones de los participantes.
- Los indicadores de vivienda, incivildades e inversión se encuentran igualmente en latencia varios meses del año.
- El indicador de cajeros automáticos se encuentra saturado. Es posible que requiera una re-calibración que ajuste su nivel óptimo.
- Para el segundo cálculo del ISDT, se consideró la población flotante en función de la recolección de RSD. Este segundo cálculo arroja como

resultado que el destino San Pedro de Atacama se encontraría completamente saturado en enero, en latencia en febrero, julio, noviembre y diciembre.

DE LA ECONOMÍA LOCAL A LA ECONOMÍA GLOBAL

DE LA ORGANIZACIÓN SOCIOECONÓMICA LOCAL AL CONFLICTO CON LA MULTINACIONAL

La economía atacameña ha sido históricamente tributaria del desarrollo andino en cuanto a especies vegetales y animales, técnicas de cultivo y su manejo, infraestructura y uso del agua, así también, tributaria respecto de la organización social del uso de factores productivos. Actualmente, el patrón tradicional de cultivos aún incluye la alfalfa, una producción clave para una agricultura que todavía sigue siendo interdependiente con la ganadería, el cultivo del maíz, el trigo, diversas hortalizas, frutas y en algunos sectores, explotación de chañares y algarrobos. Estas actividades silvoagropecuarias históricamente han sido la base o soporte de una economía sustantivista, la sociedad y la cultura del pueblo atacameño. Por miles de años la producción de sus escasas tierras de cultivo y riego, la crianza de ganado en las quebradas y las altas cordilleras y la explotación de bosques nativos, les inspiró en formas de organizarse y trabajar, les ayudó a moldear sus convicciones y sueños, tanto que se ha señalado a la sociedad atacameña como un pueblo del desierto, de la tierra y del agua que la fecunda (Gundermann y González, 1996). Sin embargo, la incidencia de la minería y en consecuencia la extracción de aguas produjo transformaciones económicas que ha afectado profundamente la economía tradicional de

Atacama la Grande y Alto Loa durante el último siglo provocando la disminución dramática de los aportes hídricos superficiales y subterráneos. Sólo en el caso de los caudales del río San Pedro, disminuyó desde un caudal medio bajo de 1.127 l/s en la década de 1940 a 630 l/s en el periodo 2000-2010, mientras que el río Vilama bajó de 332 l/s a 134,5 l/s para el mismo período. Con estas dramáticas transformaciones la agricultura tradicional ha disminuido casi a la mitad en superficie (PLADECO 2017-2021) y con ello las transformaciones económicas del pueblo Lickanantay.

EVOLUCIÓN DE LA SUPERFICIE CULTIVADA DE SAN PEDRO DE ATACAMA ENTRE LOS AÑOS 1964-2014				
Cultivo	1964	1995	2000	2014
<i>Alfalfa</i>	801	795	794,3	495,2
<i>Alfalfa-maíz</i>	0	0	4,9	0
<i>Otras praderas</i>	0	0	0,7	14,1
<i>Trigo</i>	176	6,5	14	0
<i>Maíz</i>	147,2	53,7	48,8	134,5
<i>Frutales</i>	32	11,7	11,2	49,3
<i>Hortalizas</i>	0	2	13,2	8,1
<i>Otros</i>	53	1,4	1,4	7,8
Ha totales	1209,2	870,3	888,5	709
Fuente: PLADECO 2017-2021 de San Pedro de Atacama en base a datos de Aguas, riego y cultivos: cambios y permanencias en los Ayllus de SPA				

Además, no solamente ha sido afectada la productividad agrícola del pueblo atacameño sino también el sistema ecológico de la Cuenca del Salar de Atacama y la alta puna. Un claro ejemplo han sido las vegas y bofedales altoandinos que comenzaron a secarse con la consecuente pérdida de recursos naturales (flora y fauna silvestre), todo esto debido a la obtención y explotación de derechos de agua por parte de otros usos no agrícolas (minería

fundamentalmente) que están poniendo en riesgo la sustentabilidad y la sobrevivencia del sistema ecológico y el grupo humano que habita en este (Alegría et al. 2001). No obstante, pese a la profunda crisis hídrica, la permanencia de los cultivos tradicionales demuestra que siguen siendo importantes más allá de una valoración económica, por ejemplo, la alfalfa sigue ocupando la mayor superficie cultivada, dada su importancia en la mantención del ganado (PLADECO 2017-2021).

Según Morales y Azócar (2016) este escenario ha provocado un creciente conflicto principalmente entre comunidades indígenas y minería, relación que emerge en contextos neoliberales y multiculturales. Por ejemplo, en el caso célebre de San Pedro de Atacama con Pampa Colorada, se da una situación interétnica en que se enfrentan las comunidades atacameñas con la empresa transnacional MEL y el Estado. En este contexto, las comunidades atacameñas se organizan buscando todos sus elementos comunes identitarios con fines de una organización social para enfrentarse a un poderoso de la industria cuprífera mundial y al Estado, un contacto interétnico, en que hay intereses opuestos sobre un mismo recurso, el agua, el cual tiene diferentes usos y valoraciones para ambos actores. Tales niveles de organización política se han ido desarrollando desde comienzos de la década de 1990. Es en esta clase de conflictos entre comunidades indígenas y minería, que emerge el conflicto situado en un contexto de economía de mercado en el cual una oligarquía empresarial bajo la venia de un Estado subsidiario, que protege la propiedad privada y libertad económica, posee poder sobre todos los recursos naturales, para este caso, el recurso más vital de todos en un desierto, el agua.

LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN LA ADI ATACAMA LA GRANDE

Actualmente, el turismo se ha transformado en el 4º sector exportador más importante de Chile, después de las industrias de minería, frutícola y de celulosa, situándose por sobre la industria vitivinícola, forestal y salmonera (MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE 2014).



Fuente: Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020

Según los datos entregados en la Cuenta Pública Participativa 2019 de SERNATUR, Chile es el tercer destino sudamericano más visitado, siendo sólo superado por Perú, Uruguay y Colombia. Se ha registrado que la tasa de crecimiento de la llegada de turistas extranjeros a Chile entre 2010-2019 es de 61,3%. Para el año 2019 se registró un total de 4.517.962 llegadas de turistas internacionales, equivalente a una disminución de 21,1% respecto del año anterior. En cuanto al impacto del turismo en la economía nacional, el año 2019 registró un aporte directo de 3,3% al PIB nacional, mientras que su aporte al empleo en Chile directo fue de un 7%, manteniendo cerca de 600 mil personas ocupadas a nivel nacional en actividades de alojamiento y servicios de comidas (SERNATUR 2019).

En los últimos años San Pedro de Atacama se ha convertido en el destino más visitado de la Región de Antofagasta y en uno de los destinos turísticos más importante del país, proyectándose como un destino turístico internacional. Según los resultados del Estudio del Turismo Receptivo (2009) realizado por SERNATUR, el 4,4% de los turistas extranjeros que visitan Chile, visitan la zona de San Pedro de Atacama, de ellos, alrededor del 68% procede principalmente de Europa (55,3%) y Norteamérica (12,7%) (PLADECO 2017-2021).

LLEGADA DE TURISTAS CHILENOS Y EXTRANJEROS A SAN PEDRO DE ATACAMA EN EL AÑO 2016		
Chilenos	Extranjeros	Total
49.013	107.464	156.478
Fuente: PLADECO 2017-2021 de San Pedro de Atacama, 2018. Según datos de INE		

El empleo en San Pedro de Atacama está directamente relacionado con la actividad turística, la cual tiene una alta gama de ofertas laborales que pueden ser de tipo informal, temporal, profesional y de servicios.

TRABAJADORES DEPENDIENTES POR RUBRO, COMUNA DE SAN PEDRO DE ATACAMA		
Rubro	Nº trabajadores	Porcentaje
<i>Hoteles y restaurantes</i>	561	30,9%
<i>Comercio al por mayor y menor, rep.</i>	491	27,1%
<i>Servicios sociales y de salud</i>	310	17,1%
<i>Industrias manufactureras no metálicas</i>	154	8,5%
<i>Construcción</i>	108	6,0%
<i>Transporte, almacenamiento y comunicaciones</i>	56	3,1%

<i>Suministro de electricidad, gas y agua</i>	42	2,3%
<i>Agricultura, ganadería, caza y agua</i>	40	2,2%
<i>Industrias manufactureras metálicas</i>	26	1,4%
<i>Act. Inmobiliarias, empresariales y de alquiler</i>	21	1,2%
<i>Act. de servicios comunitarias, sociales y personales</i>	6	0,3%
<i>Fuente: PLADECO 2017-2021 en base a datos SII, 2017</i>		

Por otro lado, otras actividades comerciales, de servicios y de emprendimiento también generan ocupación de diferente índole. El 30,9% de los empleos se concentra en hotelería y restaurantes, el 27,1% corresponde al comercio, el 17,1% a los servicios sociales y de salud y el 8,5% a las manufacturas no metálicas. Indicadores que demuestran que la principal fuente laboral de la comuna de San Pedro de Atacama se concentra en el sector turístico donde no hay una temporada baja definida, sino más bien, una temporada alta y otra muy alta que se caracterizan por demandar trabajos relacionados con tours, servicios de hotelería y restaurantes (PLADECO 2017-2021).

Los datos entregados por PLADECO (2017-2021), según cifras oficiales del Servicio de Impuestos Internos (SII), la comuna de San Pedro de Atacama se caracteriza por el desarrollo económico que apunta mayoritariamente al suministro de bienes y servicios, principalmente de alimentación, operadores de turismo y hospedaje, en donde San Pedro de Atacama concentra el mayor número de patentes comerciales registradas. En términos generales, la comuna dispone de una amplia oferta de bienes y servicios, sin embargo, estos se encuentran limitados en cuanto a necesidades del mercado local por tratarse de un territorio complejo en cuanto factores como la distribución geográfica, la ruralidad y la fragilidad ecológica.

DISTRIBUCIÓN DE PATENTES COMERCIALES POR TIPO Y LOCALIDAD, COMUNA SAN PEDRO DE ATACAMA

Tipo de patente	SP A	Pein e	Río Grande	Socair e	Talabr e	Tocon ao	Machu ca
Alimentación, almacenes, supermercados y relacionados	20 0	7	2	10	3	22	0
Alojamiento y hospedaje	17 1	4	0	2	0	3	1
Artesanía, kiosco, bazar y librería	19 7	2	0	3	0	14	0
Confección, calzado y estética	11	1	0	1	0	0	0
Construcción, servicios, insumos y comunicación	38	1	0	1	1	4	0
Financiero, casa de cambio y servicios profesionales	15	0	0	0	0	1	0
Transporte, arriendo y reparación de vehículos	28	0	0	0	0	1	0
Viajes, turismo y entretenimiento	17 9	1	1	0	0	1	0
Alcoholes	13 1	0	0	0	0	18	0
TOTAL	97 0	16	3	17	4	64	1

Fuente: PLADECO 2017-2021 de San Pedro de Atacama en base a datos provenientes de la Municipalidad de San Pedro de Atacama

LOS INICIOS DEL TURISMO EN SAN PEDRO DE ATACAMA

El padre jesuita belga Gustavo Le Paige, fundador del Museo de San Pedro de Atacama, fue un agente importante en la transición económica que aconteció en la Cuenca del Atacama a partir de mediados de la década del 50. Como ya se ha señalado, a principios de los años 30's comenzó a consolidarse la industria minera y con ello su incidencia en la economía tradicional atacameña. Si bien la explotación de llareta y el comercio arriero de ganado irán declinando a mediados de siglo, estas fuentes de ingresos e intercambio serán sustituidas por la creciente contratación de obreros atacameños en las faenas de Chuquicamata y también por la venta de la producción agrícola local consumidas por el campamento de la mina. Así también, a partir de los años cuarenta se observa una mayor presencia del Estado en el área del salar de Atacama, construyendo rutas, pozos y plantas eléctricas, respondiendo también a las demandas de las organizaciones locales, que solicitan escuelas y retenes. A la creciente presencia del Estado se sumarán el episcopado y la Universidad del Norte con el Plan Cordillera (1955) destinado a la reactivación agrícola, y los primeros "turistas", principalmente residentes de Chuquicamata (Pavez Ojeda 2012). A estos primeros pasos se sumaron iniciativas como la fundación en 1963 del Museo Arqueológico de San Pedro de Atacama Padre Le Paige, que entre sus "atractivos", mostraba cuerpos momificados de culturas precolombinas del área.

Cecilia Cruz, se crió y nació en San Pedro, no recuerda precisamente los años, pero lo que la marcó mucho en su crecimiento fue el museo ya que estaba relacionada a él. Los turistas siempre venían al museo con la necesidad de aprender y conocer la cultura Lickanantay, para profundizar sobre el lugar y la cultura. En ese entonces había pocos sitios de visitación como Valle de la Luna, Tolor y Lagunas Altiplánicas. Más o menos en el 2000 cambia rotundamente y pasa a ser de un interés cultural de

arqueología a interés de sitios, donde ya no importaba el conocer sobre la comunidad atacameña, la gente solo venía a sacarse la foto los sitios. De hecho, considera que la gente piensa que no existe relación con los pueblos originarios (Acta 4 Mesa de Comunidades Atacameñas y Administraciones Indígenas de Sitios de Visitación octubre 2020).

Durante la década de los 90's se produjeron importantes inversiones en hotelería y servicios asociados lo que gatillaría el posicionamiento turístico del sector. Una de estas fue una importante inversión pública de la Corporación de Fomento (CORFO) que aportó en la construcción del primer complejo hotelero, Hostería San Pedro de Atacama. El objetivo de estas iniciativas apuntaba a impulsar como "destino turístico" esta desolada región del desierto (Cardenas 2008, Molina 2018).

Nolfa nos relata sobre su primer trabajo en la Hostería San Pedro de Atacama los años 90's era lo más exclusivo y que tenía mejores servicios en esa época, recuerda pocas agencias que existían. Los tours en esa época eran exclusivos y muy bien pagados, venían muchos extranjeros mayores y con un interés más cultural. Los guías bilingües eran escasos. Los turistas venían la mayor parte de Europa así que venían en su verano y en nuestro invierno, antes los guías siempre eran Guía-Chofer, no pagábamos la entrada a los sitios de visitación, luego nosotros los mismos (comuneros) tomamos la administración de los lugares bajo el Convenio 169. Quien mejor que los dueños de casa para cuidar su territorio y mantenerlo... Antes el turista venía con una preparación de la zona, se ha visto cambiar con el transcurso del tiempo, sobre todo con el respeto hacia el territorio y las personas, así se puede comprender mejor porque

a veces se ponen en posición de resguardo para proteger su cultura y tradiciones para no perder lo suyo que los identifica como comunidad, su esencia. (Acta 4 Mesa de Comunidades Atacameñas y Administraciones Indígenas de Sitios de Visitación octubre 2020)

El testimonio de Marlene también relata cómo vivió esos años...

Marlene, cuenta que cuando era niña solo existía la escuela E-26 entonces para tener estudios superiores había que emigrar de San Pedro y su madre tenía que quedarse. Por necesidad se queda trabajando en San Pedro en el Hostal Juanita que también era una cocinería. El turismo era más exclusivo, únicamente para gente que ya sabía mucho sobre San Pedro y eran muy respetuosos porque sabían de la escasez, en esa época la luz era escasa solo hacía un par de horas y en los Ayllus no había agua potable. El pueblo tenía una pulpería en la Hostería donde te daban fiado como Don Mario y la Eca. El turista solo buscaba un lugar limpio y cómodo. Estuvo de joven en el movimiento anti la construcción Hotel Explora, porque siempre le inculcaron su cultura y tradiciones, y siempre lo ha resguardado de este turismo que llegó repentinamente donde no tomaron en cuenta a los habitantes (Acta 4 Mesa de Comunidades Atacameñas y Administraciones Indígenas de Sitios de Visitación octubre 2020)

Una de las personas entrevistadas, ex guía local y con un emprendimiento hotelero, nos cuenta cómo vivió los cambios desde aquellos recordados años en que el turismo aparentemente cumplía con las expectativas locales...

[...] antiguamente hacíamos caminatas al Pukara de Quitor llegábamos caminando desde Tulo, y hacíamos una experiencia de cómo era habitar un desierto durante miles de

años, pero esa esa experiencia ya no están y solamente se someten a la naturaleza en todo su esplendor pero que al mismo tiempo el ser originario habitante del territorio desaparece no está visible [...] hace 10 años que deje de hacer excursiones, cuando me dí cuenta de que a pesar de todo el trabajo que hicimos... queríamos prevenir... oye se nos viene el turismo masivo la solución de nuestro territorio es los viajes de Intereses Especiales, ósea, que solamente vengan o que estipulemos a las personas que quieran conocer una experiencia originaria real, porque el turismo masivo... lo que va pasar es que nos va destruir como territorio, va destruir los sitios turísticos, va aumentar la basura, etc, etc.. Bueno... en esa época lamentablemente ni las autoridades de gobierno ni las autoridades indígenas, los dirigentes indígenas no escucharon y se produjo... se vino un turismo masivo. Yo tempranamente, yo viajaba a Europa a la feria internacionales de turismo a Berlín, a la ITB de Berlín, a la BIT de Milán, al a FITUR de Madrid que son ferias internacionales de turismo y ahí yo presentaba mi propuesta de viaje y con un año de antelación me reservaban los grupos para venir a Atacama y organizaba mis caminatas mis campamentos, etc, etc... Bueno ¿cuál era el eslogan que yo presentaba en esa época? mi eslogan decía, viaje al silencio, ese era mi eslogan, porque yo vivía en el silencio, el silencio en la Cordillera de la Sal, el silencio de los Geiser del Tatio de la Cordillera de los Andes y cuando... empezó el turismo masivo pasó lo que pasó... se acabó la experiencia de viaje al silencio pu, por lo tanto, mis clientes ya no me creían ya no era tan silencioso el Valle de la Luna donde había 500 personas... no era tan silencioso los Geisers del Tatio donde habían 600 personas, por lo tanto, esa experiencia ya no estaba y yo también decepcionado deje de operar, dije no puedo yo traer... me da mucha tristeza porque el territorio lo veía



caerse con esto del turismo masivo [...] y me centre solamente en mi Lodge y decir mira acá yo los acojo, duerman tranquilos, les preparo un rico desayuno y eso fue lo que hice durante los últimos años... ya no hice más excursiones deje de ser guía. Entonces, efectivamente el turismo masivo se instaló en nuestro territorio y sucedió lo que sucedió. Llevamos en una caída, en una picada gravísima y tuvo que llegar el COVID para detenerlo... porque nosotros los seres humanos fuimos incapaces de detenerlo y no lo íbamos a detener al contrario se iba se iba agravar más... Entonces, yo creo que esa parte la hicimos muy mal... en términos de la administración del territorio... (Entrevistas 2021)

Los relatos recolectados para este proyecto y en otras instancias puestas a disposición a través del Comité de Turismo Comunal reflejan que los primeros pasos del turismo tuvieron la venia de la población local, sin embargo, las primeras transformaciones que el turismo masivo provocaría en el sector no se dejarían esperar, resultando de ello el posicionamiento de un sector privado externo. Según Cardenas (2008) a partir de este momento se propició la mercantilización de la propiedad privada en un escenario de fuerte presión de empresas y terceros vinculados a esta actividad por la adquisición de terrenos lo que fue favorecida por el acuerdo de sus habitantes quienes comenzaron a vender o arrendar tanto sus espacios residenciales como aquellos destinados al uso agrícola. Además, se estimuló la inserción de la población local al mercado asalariado ofrecido principalmente por el sector hotelero. De esta forma, es evidente que el turismo ha generado alteraciones sustantivas en los estilos de vida y en los patrones económicos de la población atacameña, y si bien, el acelerado posicionamiento del turismo de la Cuenca del Salar de Atacama ha abierto un nicho económico importante, también durante su proceso se ha manifestado malestar y la disconformidad por parte de las comunidades locales,

especialmente atacameñas, que visualizaron este fenómeno como una amenaza a la continuidad cultural de sus integrantes.

LOS PROBLEMAS GENERADOS POR EL TURISMO MASIVO

El acelerado despegue de la industria turística en este sector ha generado escenarios que no necesariamente han impulsado el desarrollo de estrategias y políticas de protección hacia el patrimonio histórico, natural y cultural presente en la zona. Más aún, en las últimas décadas se ha presenciado un incremento de la actividad turística de forma acelerada y en términos de visitantes, según estadísticas, San Pedro de Atacama ha alcanzado a ser el segundo destino más importante en Chile (ARDP, 2008 en Cardenas 2008). Sin embargo, aun cuando el crecimiento del turismo en la zona se ha considerado un éxito, en términos económicos, el incremento acelerado de visitantes ha traído consigo consecuencias no deseadas, como la desregularización, falta de planificación, mercantilización y privatización.

Quinteros (2004) señala que estas consecuencias no deseadas del turismo pueden ser el resultado de una compleja interacción de impactos de índole medioambientales, socioculturales y económicos, sumados al componente estructural de un país, territorio, región o localidad determinada. De estas interacciones surge la llamada "capacidad de carga" que es el límite de tolerancia que puede afrontar un destino, sobrepasar estos límites implica saturar las instalaciones (capacidad carga física), disminuir el bienestar del visitante (capacidad de carga perceptual), malestar que la población local siente por el aumento excesivo de visitantes (capacidad de carga social) y/o degradación del medio ambiente (capacidad de carga ambiental).

En cuanto al impacto del medioambiente según lo ha señalado CONAF (2008) el turismo no controlado puede ser particularmente dañina para los distintos componentes del frágil ecosistema andino, pues sus actividades pueden ejercer

una acción de impacto negativo sobre los recursos naturales. Ejemplos de este tipo de actividades son: ingreso a sitios de alta fragilidad ecológica, ingreso en cualquier época del año, uso de vehículos no adecuados, alto flujo de número de visitantes y múltiples vías de acceso. Todo esto, tiene una connotación especial debido a que se ejerce selectivamente sobre determinados sectores donde sus recursos naturales son afectados, especialmente microorganismos, flora y fauna. Los casos de las Islas Galápagos y Machu Picchu que se encuentran en la Lista del Patrimonio de la Humanidad en Peligro son ejemplos de los problemas que puede generar el turismo si no hay una gestión adecuada de la actividad y que puede producir efectos como la sobrecarga de la capacidad tanto social como ambiental de un destino (Centro de Investigaciones Culturales UWS 2009).

En cuanto a los impactos socioculturales se ha señalado que estos son consecuencias de las nuevas relaciones sociales que se establecen en un destino turístico. La magnitud de los impactos dependerá en gran medida de las diferencias socioculturales entre habitantes locales, nuevos residentes y visitantes, lo que puede afectar en múltiples variables. Entre los procesos que se pueden afrontar se señala "*ghettos turísticos*" que reflejan el nivel de separación físico y social de los residentes y visitantes, problemas derivados de la inmigración, xenofobia, racismo, banalización de la cultura, pérdida de sentido cultural, cambios en las formas de vida locales, marginación de la población indígena, problemas de drogas y alcohol, inseguridad ciudadana, prostitución etc (Picornell 1993).

En el caso del ADI Atacama La Grande existen pocas referencias que abordan los posibles impactos socioculturales que se han producido por el acelerado crecimiento de la industria turística. Los estudios existentes mencionan la aparición de nuevos problemas sociales, tales como consumo de drogas y alcohol, altos niveles de ruido, choque sociocultural y desigualdad de oportunidades para la población indígena versus la no-indígena (Centro de Investigaciones Culturales UWS 2009). Y a pesar de que en la actualidad muchos

de los habitantes originarios de Atacama desarrollan actividades laborales relacionadas con este rubro, muchos de los roles laborales han sido secundarios vinculados principalmente a la prestación de servicios menores como guardaparques, servicio de mucamas y choferes, entre otros. Esto debido fundamentalmente a la falta de preparación técnica de sus habitantes lo que ha constituido un factor que ha limitado la participación activa de la población local en torno al desarrollo del turismo que hasta ahora ha sido liderada por el sector privado (Cardenas 2008). A estos problemas se suma la saturación de los servicios básicos durante temporadas altas, lo que ha intensificado los conflictos sociales y ambientales ya existentes. Además, entre otros de los efectos negativos que ha generado el turismo ha sido la banalización de la cultura o lo que algunos autores denominan autenticidad escenificada (Monreal 2002 en Cardenas 2008:4-7).

Por su parte entre los problemas levantados por PLADETUR 2020 se señaló que

Bajo la premisa de ignorancia, desconocimiento, indolencia, se incurren en faltas de respeto, por lo que se sustenta la necesidad de estrechar la brecha entre el mundo andino indígena y no indígena. Se afectan actividades tradicionales como el pastoreo: en tiempo de veranada, los vehículos que se acercan a las montañas para subirlas, lo que puede estresar al pastor y su ganado. Dañan plantas con sus huellas y contaminan con basura. El desarrollo del turismo está afectando la calidad de vida de los habitantes del territorio, sobre todo de localidades y Ayllus. Se comenta mucho el "se meten en nuestras casas (Machuca)", por no entender los ciclos y creer que, porque está desocupada, no es el hogar de nadie. Sacan fotos a las personas, abuelitos, pastores, como si fueran un elemento del paisaje, sin pedir

*permiso. Desarman estancias para hacer refugios de montaña.
(PLADETUR 2020:96-97)*

En cuanto a los impactos económicos Quinteros (2004) señala que estos son abordados entre la medida de los beneficios y costos que son generados por el desarrollo de esta actividad. A nivel macroeconómico la importancia de los ingresos turísticos para el conjunto de la economía pueden expresarse en términos cuantitativos y se miden principalmente a través de la contribución al Producto Interno Bruto (PIB) y entre los costes considerado se mencionan fuga de inversiones, competencia intersectorial, inflación, importación de bienes y servicios, estacionalidad de la demanda y la sobredependencia económica del turismo, lo que lo vuelve una economía muy vulnerable a los cambios en la demanda que la sujeta a las coyunturas nacionales e internacionales.

Finalmente, se señala en PLADETUR (2020:98) que existe

...sistemáticas e históricas contradicciones entre el modelo de gestión turístico actual y el modelo de vida de las comunidades indígenas, en términos identitarios, productivos, culturales en el uso y ocupación del territorio (PLADETUR 2020:98)

Estas contradicciones nos aproximarían a comprender por qué en sus inicios el turismo es recordado positivamente y por qué actualmente se ha convertido en un escenario de constantes enfrentamientos. Además, es importante señalar que en Atacama este actual auge de turismo masivo no es una particularidad de este territorio, sino más bien, es parte de procesos globales que se han definido como neoliberalización del desarrollo turístico. Según esto Fletcher (2019:47) señala que:

PRIMERAS APROXIMACIONES SOBRE EL TURISMO INDÍGENA

El Turismo de Intereses Especiales o TIE es un concepto que fue acuñado en la década de 1980 y corresponde a una forma de turismo que busca contrarrestar los impactos del turismo masivo. El TIE lo que propone es un tipo de turismo que está basado en el desarrollo de viajes de experiencia diseñados para intereses especializados en torno a los recursos naturales, la cultura y/o la historia (Espinosa et al. 2014). Entre las propuestas de especialización que proponen el TIE en ADI Atacama La Grande se encuentra turismo de bienestar, turismo astronómico, turismo gastronómico y turismo cultural, entre otros.

Por otro lado, en el caso particular del ADI Atacama La Grande, se ha propuesto el Turismo Indígena como otra variante para contrarrestar al turismo masivo. Esta propuesta se basa fundamentalmente en el contexto histórico territorial. Esto, entendido como las particulares características territoriales, el desarrollo de su ocupación humana y su relación con el entorno, la importante presencia actual demográfica del pueblo atacameño y la continuidad de una economía sustantivista, todo lo cual potencia el desarrollo del turismo indígena en la zona. Sin embargo, uno de los primeros pasos que este diagnóstico obligó a realizar fue una primera aproximación hacia una definición del Turismo Indígena desde los propios atacameños y atacameñas.

Según las entrevistas realizadas, definir Turismo Indígena desde sus actores visibilizó que, si bien ha sido un término introducido de manera esquemática desde instituciones públicas y/o privadas, para sus actores aún está en proceso de construcción lo cual potencia su desarrollo a partir del contexto particular que caracteriza el territorio. Para el caso particular de este trabajo las entrevistas demostraron un único consenso en que todos los entrevistados coincidieron en comprender el Turismo Indígena como “...el turismo hecho por indígenas...” (Entrevistados por proyecto de Turismo Indígena para el fortalecimiento

socioeconómico de Atacama La Grande, 2021). A partir de esto, el Turismo Indígena se aborda desde dos aristas: como la creación de un servicio o producto especializado y también, como una propuesta hacia una gestión territorial.

Para la primera arista, el Turismo Indígena se propone como la creación de un servicio o producto especializado desde las propias comunidades y/o atacameñas/os, que en el caso particular del ADI Atacama La Grande buscan compartir prácticas con las y los visitantes. Esta arista es definida como...

[...] son actividades que las practican los indígenas o los pueblos indígenas y que llevan inserto el tema del aprendizaje y el conocimiento de las costumbres y tradiciones de los pueblos que no pueden alejarse de la esencia digamos del pueblo [...] ...Hay harta cultura, hay harto conocimiento del manejo de los tiempos, del manejo de la tierra, del manejo del agua, del manejo de la cosmovisión andina. Entonces, hay muchos por entregar, entonces, creo que es un turismo netamente enriquecedor porque creo que... quienes lo practiquen [deben ser] descendientes de pueblos indígenas po, porque... yo creo que esa es la esencia principal... (Entrevistas 2021)

Por su parte una de las personas entrevistadas llama a esta definición Experiencias Indígenas que es compartida con el visitante

[...] la experiencia indígena, para no ponerlo dentro de una caja que se llama turismo indígena, la experiencia indígena puede aportar muchísimo en términos de mostrar, tanto los visitantes como a los que operan en turismo, cuál es la visión del mundo, cuál es el modo de vivir que tienen los pueblos originarios en torno a la naturaleza, en torno a lo que lo rodea, creo que eso sería el gran aporte... en términos digamos comunitario [...] Ahí tenemos una experiencia valiosísima de compartir con la gente

¿qué es la cosmovisión? y ¿cómo se vive? cómo se opera ahí desde ese punto de vista yo creo que nosotros podemos aportar muchísimo (Entrevistas 2021)

Según lo señalado por uno de los entrevistados, esta definición de turismo indígena como servicio o producto especializado tiene variantes, las cuales se han desarrollado dependiendo de los contextos locales. Por ejemplo,

[...] la experiencia en Alto Loa es absolutamente distinta y ahí más bien se trabaja con emprendimiento pero que son expuestos de forma temporal, ósea, no se venden en la misma comunidad [...] sino que es la participación en feria... porque todos los emprendimientos se preparan y se trabajan para después asistir a alguna feria. Ahí las comunidades han sido como mucho más cautelosas y han tratado de que no... incluso ocupan mucho la imagen de San Pedro, para decir "no quiero cometer el mismo error que San Pedro y quiero que cuando llegue el turismo acá ojalá llegue cuando tenga la capacidad de hacerlo bien y hacerlo de forma ordenada y que no se me escape esto de las manos". Entonces, por eso que más bien se ha desarrollado un tipo de feria (Entrevistas 2021).

Mientras que según señala, lo que caracteriza el turismo indígena en ADI Atacama La Grande es un servicio especializado orientado a una experiencia originaria

[...] aquí en San Pedro como uno puede ver paseo en llamo, producción de maíz, de chañar, etc [...] y la persona que a lo mejor siendo indígena pero aporta un servicio netamente indígena ya va a tener una experiencia asociada a su estilo de vida. Entonces, ahí cambia absolutamente como en el caso del arrope de chañar o el paseo en llamo o la experiencia del Wildo

con su maíz o la experiencia en Río Grande con el manejo del ganado hasta llegar a los textiles, entonces, ahí hay una experiencia diferente (Entrevistas 2021).

[...] La Caravana Ancestral, personas que sí pertenecen a la comunidad de Coyo practican digamos de cierta forma el turismo indígena... porque tienen ahí por ejemplo y tienen ahí como un pequeño programa dentro del Ayllu... que es la Caravana Ancestral... en el tema de aprender a pelar la patasca... ósea, a aprender a pelar el maíz para transformarla en patasca, tienen el tema de cómo procesar el chañar para hacer arrope ... eso creo que es lo que yo alcancé a ver... pero lo practican las personas de forma individual y no tiene, creo que no tiene que ver con la comunidad (Entrevistas 2021).

Aquí es importante mencionar que existen divergencias y desacuerdos sobre las posibles implicancias de lo que puede implicar la creación de experiencias indígenas, lo que produce fuertes discusiones tanto en ADI Atacama La Grande como en ADI Alto Loa.

[...] está la tendencia... y el riesgo en transformarnos en Andeslandia, ¿qué es un Andeslandia?, es una forma occidental y artificial de recrear una experiencia pero que a toda luz se sabe que es superficial ambientada para el turista... nosotros no podemos caer en eso, sería una falta de respeto para el territorio y para nosotros, ahí es donde tenemos que explorar... así que ahí tenemos que tener cuidado del borde de lo que es la experiencia originaria y las experiencias inventadas para lo que es el turismo [...] El gran error del turismo indígena es transformar la convivencia en función del turismo, eso en términos prácticos inclusive es peor negocio porque el turista no lo va comprar y además, es muy

peligroso en términos morales y éticos porque se rompe la vivencia de una comunidad, así que ahí yo creo que esta esa virtud que tiene que ver con la identidad y la conservación de la experiencia originaria... a eso el turismo si puede aportar, pero cuando tenemos claro esa parte (Entrevistas 2021).

Sobre esta primera arista la literatura antropológica del turismo ha hecho estudios extensos respecto del impacto en la invención y producción cultural. Entre algunas de estas perspectivas se encuentra quienes cuestionan los beneficios que generaría el turismo en contextos indígenas planteando que supondría una pérdida de autenticidad, considerando que se trataría de una etnicidad inventada para un producto turístico (Van del Bergue y Keyes 1984, McCannell 1984 en Bustos 2015:144). Mientras que otros autores como Comaroff y Comaroff (2011) señalan que la creciente "industria de la etnicidad" ha derivado en la proliferación a escala global de "etnoempresas" y "etnomercancías", es decir, la conversión de determinados elementos culturales potencialmente explotables como mercancías que asumen un valor de cambio en un contexto de economía de mercado. Aquí el turismo indígena como mercancía se ha transformado en una manera de comercializar una identidad enajenable en un contexto globalizado y en donde a su vez en este proceso se puede convertir en parte de una estrategia de reivindicación política respecto de la soberanía y derechos de un grupo étnico (Bustos 2015:149).

A este respecto, es interesante las discusiones que se dan en las entrevistas de manera indirecta respecto de problemas que se han desarrollado de manera teórica. Actualmente, los servicios o productos turísticos especializados orientados a un turismo o experiencia indígena son liderados actualmente en San Pedro de Atacama por emprendimientos individuales, lo que nos obliga de alguna manera a introducir el término de "turismo indígena empresarial" y es

aquí donde surgieron interesantes reflexiones desde los propios emprendedores indígenas...

[...] para mí es un tema súper complejo [refiriéndose a turismo indígena empresarial]... porque creo que se ha manoseado mucho el tema indígena, entonces, creo que [...] también hay hartas contradicciones que uno tiene que sentarse a analizar y ver cuál es el camino que se va tomar. Lo encuentro delicado, lo encuentro riesgoso, de que nos aventuremos a hablar de turismo indígena o que queramos ver el tema indígena cuando por otro lado, desde las comunidades existe una negativa digamos a apoyar de cierta forma el turismo tradicional. Entonces, porque en ambos o en cualquier actividad de turismo que se haga o cualquiera sea el nombre que se le dé o el enfoque que se le quiera dar, va significar digamos la presencia de personas dentro del territorio que claramente vamos a ser nosotros [...]. Entonces, yo creo que hay que partir por hacerse la pregunta bien, ¿si acaso nosotros queremos realmente trabajar el turismo? y puede que sea turismo rural, turismo tradicional, turismo indígena, turismo campesino, no sé, hay tantas formas de cómo llamar al turismo, entonces, yo creo que ahí ponerle un énfasis cómo se avanza con eso (Entrevistas 2021).

Por su parte una de las personas entrevistadas y que posee un emprendimiento, reflexiona sobre el "turismo indígena empresarial"

[...] que el mundo indígena que el emprendimiento indígena se suban al riel del empresariado y tratemos de hacer esto en función del lucro, en función de la competencia, en función en donde... hay algunas veces ganadores y otras veces

perdedores... si el mundo indígena se mete en ese riel yo creo que ya deja de ser indígena y lo que es peor, nos puede ir muy mal porque además no conocemos las herramientas que el mundo occidental tiene para sobrevivir en eso porque en eso son expertos, tienen universidades donde los forman en eso, nosotros no somos expertos, [en] lo que nosotros somos expertos es en el buen vivir en el modelo comunitario y ahí nosotros tenemos que... nuestras fortalezas y donde nos tenemos que afirmar hacia el buen vivir (Entrevistas 2021).

Mientras que uno de las personas entrevistadas, persona atacameña y con una amplia trayectoria como agente gubernamental, reflexiona...

[...] yo creo que eso es tremendamente relevante porque si yo como emprendedor, si yo como programa vengo e instalo una suerte de beneficio para el desarrollo de mi emprendimiento pero dirigida solo al emprendedor, puede cometer un tremendo error, porque después finalmente los emprendedores van a terminar desarticulándose de la vida de comunidad. Entonces, eso llevaría o podría llevar, no cierto, que en el tiempo la comunidad pierda protagonismo o pierda el control de lo que se hace o no se hace dentro de su territorio, porque los emprendedores mandan, cada uno hace lo que quiere y eso entra a desarticular muchos otros funcionamientos internos de su organización o de su territorio. Entonces, yo creo que para darle sostenibilidad en el tiempo los emprendimientos deberían estar de alguna manera en el plan de la comunidad, vale decir si ya... si pero estos emprendimientos tienes que entender qué quieres hacer tú, no, "no, yo quiero hacer fiesta está de alegre"... "chuta no pu, nuestra comunidad tú sabes que aquí no se puede"... Por lo tanto, tu emprendimiento tiene que encajar

dentro de nuestro estilo de vida y le va dando orden, le va dando orden porque si no va quedar como lo que ocurre habitualmente en el libre mercado, tú ofreces lo que quiere y mientras te funcione está bien y si produce algún daño colateral... bueno, veremos cómo arreglamos la carga en el camino. Entonces, bueno yo creo que eso es lo que debería evitarse para que se den espacios muchos más, en este caso, más efectivo y de desarrollo y sustentable en el tiempo
(Entrevistas 2021).

Definitivamente existen divergencias, pero también hay convergencias como el deseo de construir en colectivo o al menos de que lo colectivo supere la acción individual. Esto, supone un gran desafío puesto que implica la necesidad de hacer parte activa a un pueblo heterogéneo en la construcción de propuestas a largo plazo, lo que conlleva la necesidad de una participación no solamente direccionada a la validación de propuestas sino en la construcción mismas de estas propuestas y un desafío mayor, el de apoyar en la articulación al pueblo atacameño.

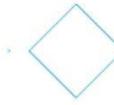
Para la segunda arista, se define el Turismo Indígena como una proyección hacia una gestión territorial. La pregunta en este caso fue usted como emprendedora y también como parte del pueblo atacameño ¿cuáles son sus aspiraciones sobre el desarrollo del turismo indígena en San Pedro?

Mire yo creo que, para mí es fundamental por ejemplo tener... mantener un control del territorio y que las actividades sean realizadas por atacameños, que se resguarden dentro de los principios y los valores de la buena fe y de poder adquirir de hacerlo bien [...] Entonces, yo creo que ahí es una conjunción de todo que permite el bienestar de forma general tanto económica, cultural, ambiental, no sé, creo que eso. (Entrevistas 2021).

Según el contexto histórico territorial, sus particulares características territoriales, el desarrollo de su ocupación humana y su relación con el entorno, la importante presencia actual demográfica del pueblo atacameño y la continuidad de una economía sustantivista, potencia la perspectiva de un Turismo Indígena como apuesta a una gestión territorial a largo plazo. Esto ya ha sido trabajado en estudios antropológicos que han definido el Turismo Indígena como una apuesta en territorios indígenas liderada por los propios originarios, quienes buscan gestionar el patrimonio natural, histórico y sociocultural de una manera responsable y sustentable según su vinculación ancestral e histórica con su territorio. Es importante mencionar que para esta perspectiva del Turismo Indígena se menciona que debe ser acompañado de un proceso de concientización cuya cúspide puede alcanzar la ampliación de las áreas de control geopolítica, socioeconómica y sociocultural, restitución de territorios, derechos de propiedad intelectual sobre su imagen, mayor poder sobre la representación de su propia identidad y un control compartido a través de una gestión responsable y sustentable (Esperso-Molinero y Pastor-Alfonso 2017). Además, para Pereiro (2015) el turismo indígena desde esta perspectiva puede representar una forma alternativa de hacer un turismo más reflexivo, ético y educativo, pero esto sólo será posible mientras sea de manera planeada (Butler y Hinch, 1996 en Pereiro 2015) y autocontrolada (Coronado, 2014 en Pereiro 2015) en su velocidad, forma, recursos y empoderamiento de los propios indígenas. Acompañado de un proceso de concientización y de un proceso de autoeducación el Turismo Indígena, como proyección de una gestión territorial, es un proceso amparado por el desarrollo histórico del área en cuestión que puede contrarrestar los principios de la privatización, desregularización y mercantilización, pilares de la economía moderna en los que se ha desarrollado el turismo masivo en las últimas décadas. A este respecto Fletcher (2019) señala...

[...] lograr un verdadero turismo sustentable requiere a una reflexión sobre las nociones de cultura del consumismo y la

ideología pro-crecimiento económico, dado que, como sistema económico, el capitalismo en su conjunto depende de dicho crecimiento. El turismo «no tiene que ser una actividad capitalista». Para realizar su potencial «post-capitalista», el turismo debe, ante todo, «pasar radicalmente de una actividad privada y privatizadora a una fundada en lo común y contribuyendo a lo común». La práctica turística post-capitalista puede ser aprovechada como una fuerza para la consecución de justicia política, social y ambiental. El éxito del turismo como instrumento de la política post-capitalista, en suma, debe evaluarse en la medida en que persigue: (1) formas de producción que no se basan en la apropiación privada de la plusvalía; y (2) formas de intercambio no dirigidas a la acumulación de capital; que (3) internalizan completamente los costos ambientales y sociales de la producción de una manera que no promueve la mercantilización y (4) están basados en regímenes de propiedad común (Poreso, Higgins-Desbiolles 2010; Fletcher 2011; Büscher y Fletcher 2017; Higgins-Desbiolles 2006, 2008, 2018; Agrawal, 2003).



~~EXPERIENCIAS E INTERVENCIONES EMBLEMÁTICAS DE TURISMO INDÍGENA COMO SERVICIO O PRODUCTO ESPECIALIZADO~~

TURISMO INDÍGENA COMO EXPERIENCIA O SERVICIO ESPECIALIZADO

Si bien se ha señalado que los servicios o productos especializados, al menos los que han tenido una cierta continuidad en el tiempo, han sido liderados por emprendimientos de forma individual o familiares ocurre también que, en algún momento del desarrollo de estas iniciativas suelen desembocar en la creación de nuevas asociaciones indígenas, que proponen el desarrollo de un turismo indígena responsable y sustentable con el patrimonio natural y social de las comunidades atacameñas. Para esto, hasta la fecha el rol del sector privado y/o público como intermediarios, ha sido trascendental puesto que han financiado los primeros pasos de los emprendedores atacameños. Las iniciativas en turismo indígena como servicios o productos especializados más mencionada entre los entrevistados fueron:

Pueblo De Artesanos

Esta iniciativa surgió como El Pueblo de Artesanos Atacameños, fundado el año 1995, surgida en parte desde la Agrupación de Artesanos Licancabur y dirigido por un Consejo Estratégico integrado por SERCOTEC, la Municipalidad de San Pedro de Atacama y la misma agrupación. El objetivo principal de este proyecto fue convertir este espacio en centro cultural y de producción in situ de artesanía original atacameña permitiendo el posicionamiento de una oferta cultural diferenciada. Entre sus objetivos buscaban superar la poca capacidad productiva, aumentar la comercialización, incidir en el posicionamiento de la artesanía atacameña y superar la discontinuidad de los ingresos mínimos de los

artesanos. La idea fue albergar a los artesanos atacameños existentes en los poblados del interior y en sus inicios se buscó beneficiarlos directamente a través de la implementación de 14 talleres de artesanía, 1 restaurant y 1 sala de reuniones, generando nuevos y permanentes ingresos para sus socios. Las instalaciones iniciales tuvieron una inversión de \$280 millones que fueron entregadas a la Agrupación en el segundo semestre de 2008. Los fondos para la operación del pueblito fueron de \$33 millones que fueron aportados por SERCOTEC vía Fondo de Competitividad (Escondida 2008). Actualmente, el Pueblo de Artesanos ha abierto su espacio a artesanos no-atacameños transformándose en los ocupantes mayoritarios de este sitio.

Para una de las personas entrevistadas el desarrollo de esta intervención en turismo indígena ha sido evaluada como poco exitosa, según su perspectiva

[...] Porque no se entiende la naturaleza del turismo originario, no entienden la naturaleza del turismo de intereses especiales, entonces, alguien en Santiago o algún teórico viene e inventa un proyecto imaginándose en su mente lo que podría ser bueno y vienen y lo aplican con recursos de todos nosotros, lo chilenos y arman estas cosas y al final resultan ser fracasos. ¿Por qué? porque el artesano hace artesanía en su casa, atacameño o no atacameño, su trabajo es parte de su dinámica relacional de la familia, si su tallercito está en un rincón y la señora va, mientras cocina... va teje un rato, después vuelve, lleva a los niños al colegio, vuelve y se sienta otra vez más y sigue tejiendo... o el señor que está tallando en la piedra, en vez de ir al cuarto, se queda un ratito tallando, va y vuelve, es decir, es un modo de vivir. Entonces, cuando alguien se imaginó que iba a tomar a ese artesano y lo iba a instalar ahí en un cubículo de 2x2, no tenía idea de lo que es la dinámica relacional de un artesano,

por lo tanto, el proyecto un fracaso que se transformó en un terminal de buses (Entrevistas 2021).

La perspectiva de la persona entrevistada sustenta que los remanentes existentes de lo que se propone como una economía sustentivista, que se incrusta en las instituciones y relaciones sociales, incide en el fracaso de las intervenciones externas que no consideran estos aspectos lo que imposibilita desarrollar iniciativas que logren una continuidad en el tiempo y la aprobación de quienes son intervenidos.

Asociación De Turismo Indígena Ecored Lickanantay

Esta iniciativa surge como resultado de un trabajo entre pertenecientes del *Ayllu* de Coyo para luego consolidarse a través de la Asociación de Turismo Indígena EcoRed Lickanantay fundada el 2009. Sus participantes crearon la EcoRed como un emprendimiento específicamente de servicios turísticos donde aspiraban en constituirse como una red autosustentable de turismo indígena, rural y comunitario de tipo vivencial. En sus inicios el proyecto fue financiado por Chile Emprende en la línea de fomento al Turismo de Intereses Especiales (Centro de Investigaciones Culturales UWS 2009).

Se trata de emprendimientos familiares y negocios de pequeños microempresarios locales que tienen alojamiento, comidas típicas, producción de artesanías, que han decidido encadenar sus productos y generar su propia oferta turística étnica, autodenominada como "turismo experiencial". Dentro de su oferta turística esta red ofrece: Sendero Comunitario, recorrido por el *Ayllu* de Coyo para conocer cómo viven y cómo sería una forma de vida tradicional comunitaria; Caravana Ancestral, realizado por una familia del *Ayllu* Coyo que ofrece un circuito en torno al *Ayllu* junto a un guía atacameño y una caravana de llamas y; Astronomía Andina, realizada por un habitante de Coyo que ofrece

el conocimiento ancestral que poseen las comunidades andinas en relación con el cosmos. Actualmente, conforman la EcoRed 27 miembros de distintas comunidades atacameñas: Coyo, Socaire, Sequitor, Solor y Peine (Bustos 2015).

Para una de las personas entrevistadas el desarrollo de esta iniciativa en experiencia indígena ha sido evaluada como la más exitosa, nos compartió respecto a esto

[...] nos tocó participar como dirigencia de este proyecto “Loa Emprende” que me tocó presidir [...] en ese momento nos habíamos adjudicado 70 millones de pesos que era mucho dinero en ese momento y como no resultó el voucher integrado esos fondos se reorientaron para armar esta ruta, esta ruta de intereses especiales [...] se hizo una invitación, juntos después se elaboró la ruta y tampoco fue una generación espontánea del Ayllu [...] yo quedé hasta ahí, después continuaron otros dirigentes y lo desarrollaron de esa manera [...] Ahí sacamos dos proyectos, uno de esos recursos se fueron hacia el Ayllu... de Coyo y ahí sacaron una ruta, se sacó una ruta de experiencias originarias. A mi juicio esa ha sido la más exitosa en la historia de lo que hemos hecho, porque caminando íbamos al Ayllu, y nos encontrábamos en la casa de la señora Espirita y ella nos explicaba cómo se hacía la añapa o cómo se hacía el arrope, etc. y después íbamos a la casa de otro comunero y nos explicaba, -qué se yo- los huertos... y finalizábamos en la casa también de otro comunero que nos preparaba una comida rica tradicional. Pero... -te das cuenta- ahí nosotros caminábamos, hacíamos una ruta y participábamos de la dinámica relacional de las personas, ellos no transformaron su vida para recibir al turista... no transformaron sus casas... ni hicieron edificios de hormigón... se conservó la Ayllu... lo único que hacíamos era hacer esta ruta y poder experimentar cómo era el vivir una

Ayllu... Para mi juicio, esa ha sido una de las experiencias más valiosas hasta el momento indígena... en el territorio. (Entrevistas 2021).

Ambas experiencias aportan en comprender las posibles dinámicas que determinarían la continuidad y apropiación de ciertas iniciativas por parte de sus beneficiarios. Para el caso del Pueblo de Artesanos se señaló esta intervención externa como un fracaso debido a la poca comprensión de las dinámicas relaciones en las que se desenvuelve el quehacer cotidiano de un artesano o artesana, lo que incidió en su continuidad en el tiempo y su apropiación por parte de artesanos atacameños. Mientras que para el caso de la EcoRed Lickan Antai fue una de las pocas iniciativas evaluadas como exitosa, que, a diferencia de la anterior, se señala que esta surgió como una iniciativa de dirigentes y comuneros del *Ayllu* de Coyo lo que le da una característica en particular puesto que significaría que hubo un involucramiento directo en la construcción de esta propuesta desde los propios dirigentes y comuneros, lo que diferencia la propuesta de la iniciativa anterior.

TURISMO INDÍGENA COMO GESTIÓN TERRITORIAL

Los inicios de la participación de las comunidades atacameñas por medio de la administración de los sitios turísticos

El 17 de noviembre de 1990, como iniciativa del Estado de Chile, se constituyó la creación de la Reserva Nacional Los Flamencos acción que buscaba consolidar la Cuenca del Salar de Atacama como un destino turístico nacional y al interés de proteger los sitios de migración y nidificación de flamencos, salvaguardar los sitios arqueológicos y preservar los sitios de relevancia geológica, todos los cuales

se encuentran emplazados dentro de una extensa área que cubre diferentes pisos ecológicos de la cuenca del Salar de Atacama.

Esta década fue un tiempo particular para los pueblos indígenas de Chile, así también, para los movimientos sociales indígenas en todo Latinoamérica donde surgieron aceleradamente demandas reivindicativas étnicas ante los Estados. En Chile las primeras demandas que surgieron desde los pueblos indígenas de forma colectiva al Estado comenzaron a gestarse a fines de los años 80's y estas se centraron en el reconocimiento constitucional de los pueblos indígenas, la restitución de sus territorios y la implementación de la autonomía (Molina 2018). Fue durante este proceso que en el Desierto de Atacama comenzó a articularse la demanda por el control de la Reserva Nacional Los Flamencos y junto con aquello la demanda por la incorporación del pueblo Lickanantay como partícipe en la gestión del desarrollo turístico del territorio.

En este caso esta demanda en particular comenzó a articularse debido a que la distribución de estos sitios se encuentra dentro de la demanda territorial que las comunidades atacameñas solicitaron formalmente tras la promulgación de la Ley Indígena, por lo que se firmó un "Acuerdo Marco" entre CONADI y el Ministerio de Bienes Nacionales en conformidad a los procesos de saneamiento y constitución de la propiedad según el Art. 63 de la Ley 19.253. Finalmente, el resultado de los estudios realizados en 1991, 1997 y 1998 señalaron que la ocupación territorial ancestral del pueblo atacameño alcanzaba más de 2 millones de hectáreas, área que incluye los sitios de la Reserva Nacional Los Flamencos (Molina 2018).

Tras la determinación de la ocupación territorial ancestral de las comunidades atacameñas comenzó una solicitud formal para el traspaso de la administración de los sitios de la Reserva Nacional Los Flamencos. Esta solicitud fue argumentada sobre la constitución del Área de Desarrollo Indígena (ADI) Atacama La Grande creada en 1997 bajo la Ley 19.253 que establece en su Art. 35 *"La administración de las áreas silvestres protegidas, ubicadas en las áreas de*

desarrollo indígena, se considerará la participación de las comunidades ahí existentes”, así también, bajo la apelación de la ocupación ancestral y al desarrollo de diversas actividades económicas de subsistencia que permitió la sobrevivencia del pueblo Lickanantay en el Desierto de Atacama. Según Molina (2018) el interés de las comunidades atacameñas por demarcar la territorialidad tenía como un inicial fin el resguardarlo de las injerencias de las empresas particulares o mineras, sin embargo, surgió la posibilidad de gestionar el territorio y su patrimonio a través del desarrollo del turismo por las propias comunidades atacameñas que hasta entonces eran excluidas como actores de esta industria.

Finalmente, las gestiones entre las comunidades atacameñas y CONAF llevaron a acordar la coadministración de los sitios de la Reserva Nacional Los Flamencos a través de sucesivos contratos de asociatividad que se constituyeron como la primera experiencia de este tipo en Chile. Más tarde, estos contratos fueron sustentados en un plan de manejo realizado por CONAF el 2008 que consideraba una línea base ambiental y cultural, planes de conservación de especies, unidades de paisaje, identificación de amenazas, zonificación por sector y otras normativas (Molina 2018).

Los primeros pasos de participación en turismo indígena como gestión territorial fueron los siguientes contratos de asociatividad que permitieron la coadministración de CONAF en conjunto con las comunidades atacameñas en Atacama, así también, posteriormente la adquisición de concesiones turísticas autónomas por parte de las Comunidades atacameñas, estas han sido las siguientes:

Comunidad Atacameña De Coyo

En el año 1998 la Comunidad Atacameña de Coyo firmó el primer contrato de asociatividad para la coadministración del sitio Aldea de Tulo, sitio arqueológico de gran importancia local e internacional, hasta entonces parte de la Reserva

Nacional Los Flamencos. En este primer contrato de asociatividad se argumentó que la Aldea de Tolor era una importante herencia cultural y patrimonial (Datura 2000 en Molina 2018). Los beneficiarios iniciales fueron 23 familias y generó empleos directos para 3 comuneros de la comunidad atacameña de Coyo (CONAF 2008).

Más tarde, a partir de este contrato comenzó a operar el modelo de manejo participativo entre CONAF y la comunidad de Coyo para la administración etno-turística, lo que fue replicado por sucesivos contratos de asociatividad en diferentes sitios en el ADI Atacama La Grande (Molina 2018).

La administración actualmente posee una caseta de información y control, servicios higiénicos, salas de interpretación e información territorial y patrimonial, senderos de bajo impacto, guías locales, miradores de bajo impacto transporte para visitantes y replica estructura arqueológica de sitio. Entre los servicios de turismo indígena ofrecidos por la comunidad se encuentran caminatas y paseos a caballo, actividades centradas en el área del agroturismo en el cual participan los mismos comuneros. Su estrategia se ha basado en mostrar al turista su agricultura, gastronomía típica, costumbres y cabalgatas, entre otros. Se asocia además una oferta de turismo familiar (Escondida 2008).

Más tarde, en un trabajo colaborativo entre el *Ayllu* de Coyo y Solor lograron adquirir la administración formal de la Laguna Tebenquinche, que luego, en 2019 fue declarada oficialmente como Santuario de la Naturaleza con la firma del Presidente Sebastián Piñera y de la ministra de Medio Ambiente, Carolina Schmidt, formalizándose a través de la publicación en el Diario Oficial en el Decreto Supremo N°95 que declara: "Santuario de la Naturaleza la laguna Tebenquinche, ubicada en el sector norte del salar de Atacama". Este sector se caracteriza por su formación geológica y su particular biodiversidad ecológica donde conviven ecosistemas microbianos extremófilos capaces de soportar condiciones extremas. Según el decreto, el objeto de conservación incluye los

ecosistemas microbianos que están adaptados a condiciones extremas junto a la flora, fauna y el humedal.

La administración actualmente posee casetas de información y control, servicios higiénicos, senderos autoguiados y miradores naturales.

Comunidad Atacameña De Quito

La comunidad Atacameña de Quito en el año 2001 consiguió la administración del sitio arqueológico Pukara de Quito, fortaleza defensiva del siglo XII y Monumento Nacional declarado en 1982. Durante este año el Ministerio de Bienes Nacionales otorgó formalmente la concesión del sitio arqueológico a la comunidad y desde entonces, comenzaron a desarrollar un plan de gestión. En el año 2005 levantaron un Museo Local, un espacio multifuso que originalmente fue pensado como un restaurante típico y actualmente se ha adaptado para realizar distintos tipos de eventos. Además, han implementado distintos circuitos turísticos principalmente Pukara de Quito, Sendero al Mirador, la Caverna del Diablo y actualmente existe una proyección de crear una empresa etnoturística con el propósito de diversificar su oferta y ofrecerla a grupos organizados (Bustos 2015).

Además, más tarde la comunidad adquirió ante el Ministerio de Bienes Nacionales la autorización para la explotación y administración del Valle de la Muerte, sector de la Cordillera de la Sal que es cotizado principalmente por su formación rocosa y dunas con pendientes ideales para la práctica del trekking, cabalgatas y sandboard (Escondida 2008). Ambos sectores cuentan con caseta de información y control, servicios sanitarios, estacionamientos, señalética informativa senderos y miradores.

Una dirigente del Ayllu de Quito señala sobre la experiencia de la administración turística...

[...] Lo que yo mantendría es el turismo local con la administración de los centros turísticos por indígenas, por Lickanantay, atacameños. Lo que llevamos cada comunidad o cada sector tiene su espacio turístico, ¿cierto? Está ahí las lagunas, Pucará, Valle de Marte, Valle de la Luna, son centros que están administrados por los atacameños [...] la comunidad de Quitar, Pucará y más que nada Valle de Marte, que es la asociación que nosotros tenemos, funcionamos de una manera muy normal... nosotros tenemos seis trabajadores ... y en Valle de Marte lo mismo. Teníamos seis trabajadores con turnos 7x7 [...] Mire, yo siento que el turismo de la sobrepoblación, eso es lo que a mi me causa más ... (pausa) Nosotros tenemos nuestros territorios que son nuestros centros turísticos y desde esa mirada estamos en la administración, que falta tomarle la importancia y la transparencia también nosotros como atacameños o como Lickanantay a desarrollar el turismo. Ser transparentes, ser leales con nuestras comunidades, transparentar los dineros que entran y salen a nuestras comunidades, y hoy día eso se ve envuelto en muchas cosas muy extrañas (Entrevista Observatorio Comunidad de Quitar)

Comunidad Atacameña De Toconao

El siguiente contrato de asociatividad fue entre la Comunidad de Toconao y CONAF el 19 de diciembre de 2001 y comenzó sus operaciones de coadministración el 2002. Este acuerdo de asociatividad le permitió la administración inicial del sector turístico del Sector Soncor y beneficiar inicialmente a 168 familias generando empleos directos para 8 personas de la comunidad atacameña de Toconao (CONAF 2008).

Hoy la comunidad se ha centrado en la administración de los sitios de Quebrada de Jerez y el sector Soncor donde cuenta con espacios dedicados a la interpretación de los recursos (GTS Consultores 2014). La infraestructura básica existente en Soncor es un complejo turístico, refugio guardaparques, senderos autoguiados, estacionamiento, servicios higiénicos, miradores, señalética interpretativa, informativa y de bienvenida, sala de interpretación e información ambiental y cultural. Actualmente, la asociación cuenta con apróx. 30 trabajadores (Escondida 2008).

Una dirigente de la Comunidad de Toconao comparte las proyecciones de la administración turística...

El guiado local ojalá potenciarlo, capacitarlos mucho más para que ojalá sean buenos guías quienes recepcionen a todo lo que es (turistas) tanto nacional como internacional. O sea, tenemos tanto trabajo todavía para hacer con nuestros guías, pero eso es importante mantener a los guías locales y aumentar, obviamente. Y trabajar por su puesto con lo que es el turismo, porque nosotros tenemos todavía lo que son nuestros huertos, frutas, tenemos artesanía y ello conservarlo y potenciarlo mucho más [...] Los cambios que queremos hacer, lo que queremos mantener, ampliarnos por su puesto. Trabajar con ese hotel comunitario o cultural. Ojalá agilizar ese trabajo. Tenemos de verdad muchos potenciales que queremos activarlos ojalá con nuestras próximas directas y no quedarnos ahí no más, porque si no, no ganaríamos. No podemos quedarnos muy atrás. O sea, no podemos quedarnos, dicen, con que tenemos Chaxa, tenemos Jerez y no podemos quedarnos con eso no más. Tenemos que ir ampliándonos [...] por su puesto que las condiciones principalmente tienen que ser de respeto a las

personas, por supuesto que el respeto al medio ambiente, al hábitat y al territorio en general, aguas, la pertinencia nuestra cultural, y bajo esas condiciones. (Entrevista Observatorio de Turismo del Comité de Turismo - Comunidad de Toconao).

Comunidad Atacameña De Socaire

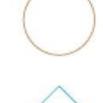
El siguiente contrato de asociatividad lo realizó la Comunidad Atacameña de Socaire y CONAF quienes firmaron el convenio en agosto del año 2003. A partir de este momento se dio inicio la coadministración formal del sector Lagunas Miscanti y Meñiques beneficiando inicialmente a 85 familias y generando empleos a 6 personas de la comunidad atacameña de Socaire (CONAF 2008).

Actualmente, el sitio posee una caseta de información y control, refugio de guarda parque, estacionamiento, servicios higiénicos, cabañas turísticas, sendero autoguiado, miradores, señaléticas interpretativas y de bienvenida. Entre otros de sus servicios ofrecidos se encuentran: alojamiento (17 camas), alimentación típica, artesanía, interpretación e información ambiental y cultural (Escondida 2008). Hoy se suma a su administración el sitio Salar de Agua Caliente que cuenta con su caseta de información y control.

Un dirigente de la Comunidad de Socaire comparte sobre su visión del turismo en San Pedro y sus proyecciones como administración turística...

Yo cambiaría la forma totalmente de hacer turismo en San Pedro. Ya no tour-operadores, ya no agencias. Quizás con agencias dedicadas a un sistema de turismo, a una forma de turismo. Tour-operadores yo creo que, tour-operadores no le hacen bien al turismo en San Pedro, cierto, porque son los que arrasan con todo sin importar nada. Entonces en ese sentido,

agencias de un turismo, o que el visitante tenga la posibilidad de elegir con qué agencia de acuerdo al turismo que quiere hacer: aventura, paisajístico, turismo más comunitario, de esa forma debería distribuirse. Ya no estos tour-operadores que llegan a correr para hacer cinco vueltas en el día para ganar plata por cantidad. Porque a la final eso también afectó y se muestra un mal turismo [...] sí porque al final son los tour-operadores y los guías que van abriendo nuevos sitios de visitación, porque no hay control, por no querer pagar, porque no hay reglas para hacer lo que quieren. Nos pasó un caso bien inédito en la comuna, cuando nosotros tomamos Aguas Calientes, mal llamado Piedras Rojas, entonces ahí nos vimos en la necesidad de esto por lo mismo. Porque en ese sitio era un desorden total. Todo el mundo andaba por donde quería, hacían todo lo que querían adentro. Entonces nos vimos en la obligación de tomar este sitio y administrarlo. Entonces ha sido así desde siempre. Y eso no son, no es que el turista del extranjero venga diciendo, no, mira sabes que yo quiero ir a un sitio nuevo, vamos, metámonos. Eso es netamente, se hace responsabilidad de los tour-operadores o de estas agencias que se mueven en San Pedro. Quienes trasladan a los turistas, quienes hacen conocer a los turistas, ahí está el problema. No hay regulación también [...] Por ejemplo, nosotros como comunidades queremos tener un tipo de turismo más comunitario, donde haya muestras culturales, muestra de nuestra propia vida. Un turismo más de la familia o de formas de vida. Pero eso es imposible en San Pedro, porque ese turismo no llega. Y si llega lo toman estos tour-operadores o estas agencias y lo sacan totalmente de foco. Entonces para poder arrancar eso, nosotros tendríamos que hacer una especie de agencia que se dedique a esto o tomar alianza con cierto empresariado, no sé, para tomar esta forma



*de turismo. Pero al final estamos con las manos atadas
(Entrevistas Observatorio de Turismo del Comité de Turismo -
Comunidad Socaire).*

Asociación Indígena Valle De La Luna

El siguiente contrato de asociatividad con CONAF ocurrió el año 2004 y tuvo una particularidad: formaron parte de ésta las comunidades atacameñas de Solor, Sequitor, Coyo, Quitar, Larache y San Pedro de Atacama quienes crearon el año 2002 la Asociación Indígena Valle de la Luna para la coadministración en conjunto del sitio que entró en operaciones durante febrero del año 2004. Con este contrato de asociatividad colectiva se benefició inicialmente a 738 familias y generó empleos para 18 atacameños (CONAF 2008).

Actualmente, la infraestructura cuenta con casetas de información y control, servicio de interpretación e información cultural y ambiental, estacionamientos de vehículos, servicios higiénicos, señaléticas informativas, senderos autoguiados y acceso a miradores naturales (Escondida 2008).

Según el Centro de Investigaciones Culturales UWS (2009) esta administración es una de las mejor encaminadas para convertirse en un emprendimiento puesto que sus objetivos estratégicos apuntan a un desarrollo productivo así también como social. Como asociación comercial emplea a cerca de 23 atacameños incluyendo a una veintena de guías locales de distintos *Ayllus* que cuentan con algún tipo de estudio relacionado con el turismo y quienes ven esta como una buena oportunidad de desarrollo profesional sin tener que optar por labores mineras. Además, la asociación invierte en capacitación de sus guías para ofrecer nuevos servicios y nuevas rutas (Bustos 2015).

Se ha considerado esta asociación como un buen ejemplo de innovación turística en donde se persiguen objetivos estratégicos claros como son la diversificación de la oferta turística, el fortalecimiento y recuperación del

patrimonio cultural Atacameño, la conservación del medio ambiente y el manejo sustentable de agua y desechos y por sobre todo, el abrir oportunidades de participación a las comunidades en el negocio del turismo (como hostales comunitarios, etc.). Para el año 2008 la asociación se encontraba en un proceso de construcción de una imagen corporativa en eco-etnoturismo (Centro de Investigaciones Culturales UWS 2009).

Sin embargo, a pesar de una positiva evaluación externa y en referencia a específicas iniciativas desarrolladas por la asociación con fondos externos sobre servicios especializados en turismo indígena una de las personas entrevistadas comparten su evaluación sobre el proyecto Turismo Artesanía, señalando que

[...] el proyecto de turismo de artesanía, financiado con Fondo FIAT, en la entrada del Valle de la Luna, hacia el Valle de la Luna [...] el taller artesanal, de artesanos del Valle de la Luna, otro fracaso, porque los turistas al Valle de la Luna no van a eso... por favor, nadie le preguntó al turista "oiga usted cuando vaya al Valle de la Luna a las 4 de la tarde va a querer bajarse a mirar una feria de artesanos ahí en la garita del Valle de la Luna..." "¡No!, a mi lo único que me interesa es ir al Valle de la Luna, Ah pero entonces a la vuelta, no, al día siguiente tenemos que ir al Tatio" [...] y alguien se la imaginó la cuestión e hicieron un proyecto carísimo ahí, y no resultó (Entrevistas 2021).

Comunidad Atacameña De Solor

La comunidad atacameña de Solor hoy posee la administración de las lagunas de Piedras y Cejar. Las áreas de las lagunas Cejar y Piedras están rodeadas de

vegas que poseen una rica biodiversidad de fauna, microorganismos y vegetación especializada. Particularmente, este sector es visitado para tomar baños recreacionales y medicinales por las particularidades de sus aguas. La administración posee casetas de información y control, servicios sanitarios, duchas, senderos autoguiados y miradores.

La coadministración de la Laguna Cejar y Piedras se ha centrado principalmente en el cobro de entradas, sin dar valor agregado con servicios, información o interpretación del espacio. La propuesta de GTS Consultores (2014) para Solor consiste en la creación de un espacio que pueda dar valor al atractivo principal a través de un centro de interpretación y educación ambiental sumando a un espacio de servicios como cafetería y venta de productos típicos.

Asociación Turi Hualka

La comunidad atacameña de Río Grande no es una de las principales atracciones turísticas de la comuna, sin embargo, la existencia de petroglifos de épocas prehispánicas y el valle del arcoíris cada vez están siendo más demandado por turistas que llegan a San Pedro de Atacama. A partir del año 2012 se organizaron 11 de los comuneros de la Comunidad de Río Grande para formar la "Asociación Turi Hualka" y de esta manera formalizar la administración turística del sitio arqueológico Hierbas Buenas y el Valle del Arcoíris.

Inicialmente, la "Asociación Indígena Turi Hualka" manifestó la necesidad de especialización para administrar y potenciar su labor, apostando por formar a los propios habitantes como guías turísticos, con el claro objetivo de generar nuevas fuentes laborales y proteger el área. Esta iniciativa denominada "Petroglifos de Hierbas Buenas, Conociendo Historias", resultó ganadora del Fondo de Inversión Social Codelco División Gabriela Mistral y fue ejecutado por la Corporación de Desarrollo de la Provincia de El Loa (PROLOA), donde se contempló las capacitaciones a los integrantes de la organización a cargo de profesionales del

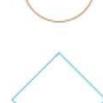
Museo Arqueológico Gustavo Le Paige de San Pedro de Atacama y se confeccionaron folletos sobre el sector de Hierbas Buenas para ser entregadas a los turistas que visitan la zona.

En este caso particular la asociación le cede un monto mensual a la comunidad por la secesión de la administración a la asociación, lo que no está exento de discusiones internas. Hoy, la administración posee caseta de información y control, servicios higiénicos, estacionamiento, senderos autoguiados y guías locales.

Una dirigente de la Comunidad de Río Grande comparte sobre el turismo masivo y sus proyecciones como administración turística...

[...] discrepo en el tema de que ya es hora que valoricen a las comunidades. Yo esto te lo estoy diciendo en términos generales. Porque las comunidades son las que tienen los sitios. Las comunidades, administración buena o administración mala, pero algo han hecho. Algo están haciendo ahí. Están protegiendo los sitios, porque hace poco o recién se están poniendo en marcha. Sí, hay muchas falencias, totalmente de acuerdo. Hay falencia, porque no hay un acompañamiento, no hay un seguimiento, o bien las comunidades, las personas o los sitios que administran, los sitios administrados, todo este tema del turismo llegó tan invasivo a San Pedro que cada cual llegó ordenando y cada cual llegó cobrando la entrada como lo dicen los pasajeros. Pero lamentablemente ellos no ven para dónde se va esta entrada. A lo mejor, en lugares donde hay más ingresos puede ser que se haga mal uso las cosas, no lo sé. Pero donde hay menos, pucha que cuesta juntar un peso con otro peso para poder avanzar y para poder prestar un servicio de calidad. Nosotros como agrupación Turi Hualka, siempre estamos

apuntando a prestar un servicio de intereses especiales, que el pasajero se vaya contento y que tengamos un poco, ósea no un poco, si no llegar a la calidad misma [...] Si no que nosotros apuntamos a un turismo de intereses especiales. Que el que va a ir a ver los petroglifos realmente le interese ver los petroglifos. Y el que va a ir al Valle del Arcoíris que vaya a ver y que vaya a disfrutar de esa conexión con la naturaleza [... Y] Nosotros presentar nuestros productos, nosotros dar a difundir nuestros productos agrícolas. Y que esa es la otra línea y la otra brecha que va también a ayudar que apunta a la cesantía en las comunidades. Potenciar lo que es la agricultura, porque si nosotros potenciamos un desayuno, o potenciamos empresa X, hace una caminata, nosotros le damos el almuerzo, se busca una persona quien haga el almuerzo. Y ese almuerzo que sea con productos locales y esos productos locales ya va a ser un valor agregado, ya va a ser una economía que va a entrar a una persona que trabaje en la agricultura netamente. Porque no todos trabajamos en turismo, no todos trabajamos en la agricultura, no todos somos artesanos, no todos somos, por decirle, ganaderos. Entonces ahí vamos abriendo la gama de oportunidades para que todos vayan tomando un poquito de ingresos. Y así vamos apoyando un poco la economía dentro de la comunidad. Entonces eso es a lo que apuntamos y obviamente decir las cosas pertinentemente, con altura de mira y eso es a través de un diálogo. Si estuvieran las instancias, se haría un diálogo netamente con las personas administradoras de sitios, con las agencias turísticas, con los tour-operadores, con realmente las personas que hagan turismo. Porque mucha gente lo hace clandestinamente y mata lo que nosotros queremos levantar. Y abierto al diálogo (Entrevista Observatorio de Turismo del Comité de Turismo Asociación Turi Hualka).



Comunidad De Catarpe

La Comunidad de Catarpe actualmente tiene una concesión turística para administrar y explotar el Tambo y Centro Administrativo Incaico de Catarpe. Entre otros atractivos naturales ofrecidos en el Ayllu de Catarpe se cuentan con La Garganta del Diablo o Quebrada de Chulacao, EL Valle de Catarpe, La Iglesia y El Túnel antiguo, todos visitados a pie, caballo, bicicleta o en vehículo. Actualmente sus comuneros han manifestado su interés en participar del negocio turístico y cuentan con un plan de negocios a la espera de fondos concursables. Pretenden iniciar proceso de formalización ante el SII para desarrollar el agroturismo. Si bien el turismo no lo desarrollan como actividad, se les ha presentado espontáneamente (Escondida 2008). Además, la comunidad posee un atractivo no oficial que corresponde a los Altos de Catarpe. El núcleo para la elaboración del producto debe ser el atractivo más importante, en este caso es la Quebrada del Diablo. La propuesta de producto se enfoca a la creación de un parque patrimonial en el espacio que conforma el territorio de Catarpe, con cada uno de sus atractivos tanto oficiales como aquellos que aumentan el valor a la visita a la zona (DTS Consultores 2014).

Comunidad De Talabre

Es de recordar que Talabre se ha caracterizado por tener atractivos interesantes tanto naturales como culturales: Talabre Viejo, Volcán Lascar, Laguna Lejía, Quebrada de Tumbre, Quebrada de Kezala y el Volcán Lascar. Según la GTS Consultores (2014) el Volcán Lascar si bien es un atractivo que es explotado indirectamente por las comunidades, se debe transformar en un núcleo de atracción a través de un relato que lo incorpore. En cuanto a la quebrada de Kezala es factible encontrar un sendero interpretativo de los petroglifos que ahí se encuentran. (GTS Consultores 2014). Por otra parte, la lejanía de Talabre con

los demás poblados y las condiciones naturales que han debido superar durante generaciones han permitido la conservación de costumbres, tradiciones y celebraciones. Hoy los servicios turísticos ubicados en el poblado son un servicio de alojamiento y alimentación para 10 personas de propiedad de la sra. Elisa Soza (Escondida 2008).

Una dirigente de la Comunidad de Talabre comparte sobre el trabajo que se ha realizado como comunidad la administración del área...

[...] Mira, les explico. Lo que pasa es que Talabre empezó a cobrar por el paso por una zona privada. Se empezó a controlar eso porque muchas veces no había control porque en el volcán Lascar subían a las cinco de la mañana. Entonces Talabre no tenía control de eso. Entonces no sabían qué era lo que pasaba y claro, Talabre yendo a hacer un estudio y yendo a fiscalizar el tema de la Laguna Lejía, porque hay muchas personas que tienen sus animales. Entonces viendo así, el turismo estaba siendo como muy invasivo, porque estaban generando huellas por todos lados, asustaban a los animales. Entonces decidieron cerrar y ahí se decidió contratar a las personas que estaban trabajando y las otras cuatro personas que empezaron a trabajar en la madrugada. Entonces, claro, ahí se empezó a reflejar el flujo de personas que subía hacia el volcán Lascar, hacia la Laguna Lejía, porque en este caso lo que se controlaba era la entrada a Quezala, a la quebrada de Quezala. Entonces ahí como que se reflejó el flujo de personas, de extranjeros que subían al Lascar. Entonces, ahí se empezó ya a controlar. Entonces es como algo negativo, pero dentro de eso negativo se generó un control. Entonces los que trabajábamos en la caseta teníamos una idea, teníamos registrados a las personas que entran y salen, qué agencias son, si bajaron o si bajaron, porque muchas veces toman el otro camino. Entonces para

tener un control también y seguridad también, porque muchas veces personas que subían y se quedaban allá y nadie sabía que estaban allá y que les podría haber pasado una emergencia. Entonces, dentro de eso negativo que había antes, se logró algo positivo. Es más eso. [...] Bueno, en realidad la comunidad había logrado contratar cuatro personas más. Eran cuatro guías que estaban trabajando acá en Talabre en caseta y ya en enero se contrataron cuatro personas más. Entonces, habían logrado un aumento en la generación de trabajo, porque todas las personas que trabajan son comuneros, o sea son personas pertenecientes a la etnia. En el turismo, claro está todo surgiendo bien. Se habían generado más entradas, había más personas que estaban ingresando a Quezala que es la ruta que ofrece Talabre y también lo que es Talabre Viejo, Laguna Lejía y el volcán Lascar. Entonces hubo un ingreso mayor de personas en Talabre comparado con años anteriores. Por eso igual que se generaron más puestos de trabajo. Eso estaba bien. Por parte de la comunidad se estaban gestionando capacitaciones para las personas que estaban ingresando. Entonces por la parte positiva, yo creo que es eso (Entrevista Observatorio de Turismo del Comité de Turismo - Comunidad de Talabre).

El inicio de la participación de las comunidades atacameñas en la administración de los sitios turísticos sea por contrato de asociatividad o concesiones turísticas, ha significado los primeros pasos para gestar un control y gestión del territorio de su patrimonio natural, histórico y sociocultural del ADI Atacama La Grande. Sin embargo, estos primeros pasos han sido señalados como insuficientes para una efectiva gestión del territorio...

[...] no hay elementos como para que el mundo indígena pueda intervenir, el mundo indígena o las comunidades se han transformado en administradores del resultado de estos productos turísticos... (Entrevistas 2021).

[...] la verdad es que yo creo que las comunidades no han intervenido para nada, porque si las comunidades hubiésemos intervenido en el turismo, otro gallo cantaría po... nadie aquí andaría haciendo lo que quiere por el lado del Licancabur, del Toco, pa' Puritama pa arriba [...] Es que el pueblo atacameño se tiene que empoderar del uso y dominio de sus territorios. Y tiene que imponer respeto... si no importa que no nos quieran, pero que nos respeten es suficiente (Entrevistas 2021).

También se ha señalado que dentro de las principales limitantes que han tenido las Comunidades Atacameñas para tener un rol efectivo en una gestión territorial se deben principalmente a problemas macroestructurales, como lo menciona una de las personas entrevistadas a continuación...

[...] el poder económico ha hecho en el territorio lo que ha querido. Porque mientras por ejemplo nos acusan todos los días que vendemos las aguas, que somos unos traicioneros, que hemos traicionado a medio mundo, pero no es así po. Por ejemplo, el Consejo Pueblo va con dos abogados a defender el caso de SQM. SQM tiene 3 staff de abogados y cada staff trabajan 20 abogados, tienen 60 personas trabajando y nosotros tenemos 2 que tienen que cubrir esa causa y un montón de cosas pequeñas más para poder avanzar. Entonces, es el grado de desigualdad terrible, un atacameño a no ser que se saque la

lotería, no sé, podría construir un hotel 5 estrellas tal vez y que quizás los mismos atacameños ni siquiera se los vamos a permitir, pero si le vamos a permitir a otra persona que compre un terreno y construya un hotel. Entonces, ahí se generan las diferencias, claramente yo por ejemplo con toda la intención que yo quisiera poner una agencia de turismo y si tengo dos autos más o menos y viene Turistour con un montón de furgones, más buses y con toda la clientela comprada en Santiago, entonces, las canchas son muy disparejas po. [...] Entonces, los principales actores del turismo en San Pedro de Atacama en este momento son: la empresa privada, que es la que lleva la iniciativa total en todo esto, un grupo de económicos que se instalaron en el territorio y han construido estas grandes estructuras hoteleras y han desarrollado una imagen del turismo en San Pedro de Atacama algunos especializados, otros más masivos... (Entrevistas 2021).

Finalmente, es importante mencionar que las limitantes macroestructurales son definitorias en el desarrollo de las propuestas que puedan surgir desde las comunidades y emprendedores Lickanantay, sin embargo, hay avances que enfatizan la capacidad de agentes del pueblo atacameño quienes han señalado “aún falta”. Por una parte, las administraciones turísticas hasta el momento se han concentrado en habilitar una infraestructura adecuada para los visitantes y ampliar espacios de empleabilidad para sus bases, no obstante, aún no existen antecedentes respecto de un proyecto de gestión responsable y sustentable a largo plazo propuesta por las comunidades mucho menos existen referencias sobre sus posibles fundamentos. En este sentido, entendemos que el turismo indígena como gestión territorial está en pleno proceso de desarrollo en Atacama y por sus particularidades históricas se presenta como una potencial propuesta del pueblo Lickanantay.

INTERVENCIONES DESDE EL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO

Tanto el dictamen de la Ley 19.253 o Ley Indígena como la posterior ratificación internacional del Convenio 169 de la OIT asumidos por el Estado y la consecuente política indigenista de intervención Estatal, devienen de un proceso histórico que se desató a partir de la finalización del período de la Dictadura Militar (1973-1990) y que fue asumido por parte del Estado de Chile como la rectificación de una deuda histórica con los pueblos indígenas. Es entonces que a partir de 1993 la acción del Estado asume la existencia de sujetos con identidad étnica, se inaugura una política cultural y se da inicio a una serie de medidas entre las que se encuentra la creación de la Ley 19.253, la creación del Área de Desarrollo Indígena (ADI) y la creación de la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI). Es en el marco de este proceso y la construcción de políticas indigenista que, tanto el sector público como el sector privado, comenzaron a asumir un importante rol en la intervención, en este caso sobre Turismo Indígena en ADI Atacama La Grande a través de programas y sus respectivos proyectos que buscan financiar emprendimientos colectivos y/o individuales en la comuna de San Pedro de Atacama.

Las primeras intervenciones en el territorio respecto de la gestión turística surgieron tras la conformación del ADI Atacama La Grande. Según nos relata una de las personas entrevistadas, el rol que el ADI cumplió en el territorio fue trascendental para el inicio de las primeras intervenciones del sector turístico

[...] los ejercicios que se hicieron con respecto a la actividad turística fue a partir de la creación de la ADI en el año 97. Bueno, se creó en el año 97 pero el 98 empezó a sesionar, entonces, a partir del año 98 yo diría que comienza como algo como más estructurado, vale decir, que el turismo ya ... empieza a

planificarse dentro de lo que son las Área de Desarrollo Indígena. Entonces, en un comienzo se parte como comisiones, comisiones de territorio, comisiones de turismo y estas comisiones de turismo finalmente le va dando [...] como estructura y le [...] van generando inversiones porque las áreas en un comienzo, las Áreas de Desarrollo generamos bastante inversiones focalización de las inversiones ... en distintos ámbitos y una de esas fue turismo [...] y que de alguna manera se involucra también ahí, bueno son trabajos hechos en conjunto con el Municipio, así que uno va a ver que casi todos los estudio están con el logo del Municipio y ... cómo fue una época de mucha actividad, de mucho estudios, no sé pu estaba el proyecto de "huella única" ... análisis informe, informe de análisis estratégico, informe diagnóstico, bueno un montón de cosas que se hicieron en esa, en esa época. [...] y ya [...] desde el 2009 venía en la Municipalidad en un programa de turismo... directamente... en donde ya se involucra la Municipalidad como programa en esos años, de hecho a mí me tocó trabajar el año 2012 como encargado de turismo en la Municipalidad de... este programa de fomento productivo y turismo. En ese entonces no había unidad, no había nada sino que solamente era un programa, pero como programa ahí nacieron distintas propuestas, también, de cómo trabajar sobre todo lo que ya era gestión de destino turístico. Entonces, ahí nació como lo que en ese momento fue crear ya sea ... dentro de una unidad de gestión de turismo a partir de la misma posibilidad que entregaba la ZOIT o generar una Unidad de Gestión parecida a la que tienen en Argentina, Bolivia, Perú, ya una OGT, una Unidad de Gestión de Destino... una organización de gestión de destino... (Entrevistas 2021).

INTERVENCIONES EN LOS 2000'S

A groso modo se señaló que las intervenciones han tenido una evolución favorable a lo largo de los años, sin embargo, continúan siendo evaluadas como poco acertadas. Para el caso de las intervenciones ocurridas en los 2000's una de las personas entrevistadas las evalúa como...

[...] si bien estamos hablando a comienzos del 2000 ... las intervenciones eran muy pensadas desde el escritorio. Decían sabes que, no, vamos a hacer este programa, no, vamos a hacer esto otro o como el "PLADETUR" [primer PLADETUR de la comuna] que fracasó en su momento porque dijeron sabe que no me gustaba... el director de SERNATUR de esos años "aquí está el PLADETUR y que les parece, lo aprobamos en el ADI" y bueno dijeron que no, pero ahí [...] había de mucho de traer cosas que a lo mejor venían del escritorio (Entrevistas 2021).

Las intervenciones del sector público y privado más comentadas durante los años del 2000's fueron las siguientes:

Conadi

La Corporación Nacional de Desarrollo Indígena o CONADI tiene como misión institucional promover, coordinar y ejecutar la acción del Estado en favor del desarrollo económico, social y cultural de las personas y comunidades indígenas, así también, de impulsar su participación en la vida nacional a través de la coordinación intersectorial, financiamiento de iniciativas de inversión y prestación de servicios (CONADI 2021). En ADI Atacama La Grande parte de los fondos CONADI han sido destinados al desarrollo de proyectos turísticos a nivel de comunidades en infraestructura para administración de sitios, imagen corporativa, puesta en valor de sitios arqueológicos e implementación de talleres artesanales (Escondida 2008).

Actualmente, sus fondos están orientados a financiar iniciativas orientadas a la “gestión turística” de los pueblos indígenas mediante la adquisición de equipamiento turístico, infraestructura y habilitación productiva. Además, de estudios necesarios para el desarrollo de esta actividad que tiene por objetivo contribuir al desarrollo integral de personas, comunidades y organizaciones indígenas, aportando a la consolidación de una sociedad chilena más equitativa que respete los derechos y valores culturales de los pueblos originarios. Sus programas destinados al sector turístico son “Líneas de financiamiento de emprendimientos turísticos” (PLADETUR 2020).

Una de las personas entrevistadas comparte su experiencia sobre las intervenciones en turismo indígena realizadas por CONADI, señalando que

[...] entonces... sobre todo en el año 2000 empezamos a planificar a partir de la CONADI muchos proyectos como por ejemplo la infraestructura turística en distintas comunidades como los albergues por ejemplo ... [Recientemente] con lo mismo que estaba haciendo la CONADI, con la creación de una plataforma de ventas del servicio turístico indígena a nivel nacional, para vincularlos también a todo el trabajo que hizo, no se pu, con aquí con convencerlo cuando vino a San Pedro de Atacama también con turismo indígena (Entrevistas 2021).

Programa Orígenes

El Programa Orígenes surge dentro de los procesos de implementación de políticas orientada a los pueblos indígenas y en este caso en particular, como la principal medida adoptada por el Estado chileno para fortalecer el proceso de desarrollo de los pueblos originarios. Esta iniciativa buscó materializar un nuevo vínculo entre el Estado y los pueblos indígenas, al promover un diálogo horizontal

e incluso sustentado en una comprensión holística y pertinente. Su objetivo consistió en "mejorar las condiciones de vida y promover el desarrollo con identidad de los pueblos Aymara, Atacameño y Mapuche, en el área rural, particularmente en los ámbitos económico, social, cultural y ambiental". Este Programa multifase se desarrolló entre los años 2001- 2005 y 2006- 2010 y fue financiado por el Gobierno de Chile y un préstamo del Banco Interamericano de Desarrollo. Su ejecución estuvo a cargo del Ministerio de Planificación en conjunto con el Ministerio de Salud, Ministerio de Educación, CONADI, INDAP y CONAF como organismos co-ejecutores (Yopo 2012).

Una de las personas entrevistadas comparte su experiencia sobre las intervenciones en turismo indígena realizadas por el Programa Orígenes, señalando que

[...] el año 2001 entra en acción el programa Orígenes, ahí ... me tocó asumir a mí como encargado de la segunda región del programa Orígenes que empezó el año 2001. Ahí participando mucho más fuerte porque la estructura del Programa Orígenes se fusionó con la estructura de la ADI, por lo tanto, ya pasa a formar parte del equipo organizador de las reuniones, etc. Yo diría que ahí se vivió una etapa muy interesante en donde la metodología Programa Orígenes implicaba trabajar con planificaciones por comunidad, entonces, se transformaron los planes de desarrollo comunitario... y los planes de desarrollo comunitario se dividían en planes de desarrollo productivo, después venían en planes de desarrollo en lo educacional, en salud, fortalecimiento organizacional... Entonces, lo que era el fomento productivo estaba todo lo que era la actividad turística, riego, ósea, la agricultura, la ganadería y además, después se

terminó con construir un plan de desarrollo territorial, que abarcaba la iniciativa que le eran comunes a todo el territorio. Habían ahí casos de temas de ganaderos, de riego y la radio Orígenes que nació en ese tiempo como producto de una demanda más bien compartida entre todas las comunidades. Eso fue en periodo muy fuerte hasta el 2005 que dura el Programa Orígenes con las comunidades de San Pedro [...] trabajando con las comunidades del Alto el Loa y se trabaja muy fuerte en lo que es la esta planificación turística, tanto así, que en el año 2002 se crea la ZOIT. La ZOIT, es todo esto nace al alero del trabajo de la ADI, una sesión en la localidad de Peine en el año 2002 donde nace la ZOIT que bueno duró hasta hace poco, a veces no sé si ya perdió su vigencia pero por ley ya debería haber perdido la vigencia [...] en el programa Orígenes ya prácticamente no habían presidentes de comunidades participando dentro de la de la gobernanza sino que habían presidente de Asociaciones de Turismo Indígena y la visiones es absolutamente distinta. Porque los presidentes de asociaciones están pensando en el mediano y largo plazo... y el presidente de comunidad su foco va a estar en la contingencia, va a estar, no cierto, en los problemas que están ocurriendo, entonces, la importancia de sus intervenciones va a estar más enfocada que en turismo estará en la contingencia del momento. Entonces, yo diría que las intervenciones en el último tiempo han ido mejorando en pertinencia (Entrevistas 2021).



Red Lican Huasi

La Red Lican Huasi nace un 30 de agosto de 1998 como una iniciativa del Grupo de Investigaciones Agrarias (GIA) y tuvo alcance en 17 localidades de las comunas de Ollagüe y San Pedro de Atacama, en la provincia El Loa, región de Antofagasta (Tabilo 2001). Los objetivos de esta iniciativa estaban orientados al desarrollo de un turismo comunitario como una apuesta socioterritorial que por medio de la apropiación del entorno medioambiental y patrimonial en conjunto con una educación ambiental intercultural se esperaba posicionar el turismo comunitario como una alternativa socioeconómica responsable complementaria a las actividades productivas tradicionales de las comunidades indígenas. Las fases propuestas para esta iniciativa se orientaron a una fase formativa o educativa y a una fase productiva. La fase formativa o educativa estuvo dirigida principalmente a la capacitación de líderes atacameños y quechua mientras que la fase productiva se enfocó en la orientación a la asistencia técnica en ámbitos de administración de empresas de turismo comunitario a los administradores designados por las comunidades indígenas (Morales 2006).

Para dar inicio al programa, una de las primeras acciones del GIA fue recurrir al Consejo de Pueblos Atacameños para plantear esta iniciativa y

[...] se coincidió que un aspecto clave para abordar estos problemas, era la promoción de acciones educativas en medioambiente y patrimonio cultural, que activaran procesos de autoconciencia y valoración de los recursos locales, de una conciencia cívica y control ciudadano sobre el entorno, y la búsqueda de alternativas productivas sustentables para mejorar su calidad de vida (SERNATUR 2004).

Estas falencias educativas repercutían en la poca fiscalización y control de las comunidades respecto de las iniciativas del Estado y el sector privado en el territorio. Tras el encuentro se definió en conjunto la coordinación del programa

y se definió una propuesta que más tarde recibiría los primeros recursos para el inicio del programa que fueron asignados por el Fondo de las Américas (FDLA), quien financió 30 millones de pesos para 2 años de trabajo, estos fueron utilizados para cubrir recursos operativos, profesionales y técnicos que apoyarían la implementación de la iniciativa en ambas comunas, esto significó avances importantes en cuanto a los objetivos principales de la propuesta. Por otro lado, fueron diseñados 16 proyectos de gestión ambiental con las comunidades de los cuales 12 fueron financiados por fondos CONADI-FDLA por un monto total de 92 millones de pesos. Mientras que en las escuelas rurales trabajaron alumnos, profesores y apoderados en 11 microproyectos ambientales que fueron financiados por el GIA-FDLA (Tabilo 2001).

En un inicio, algunas instituciones públicas no estaban muy interesadas en el proceso que se desarrollaba en ambas comunas, con el correr del tiempo se fue sensibilizando respecto de las virtudes de la Red de turismo comunitario con una clara vocación social y especial preocupación por la conservación del medioambiente y/o por el respeto a las comunidades locales y la generación de actividades productivas para éstas (SERNATUR 2004). Lo que sumado al alcance y desarrollo del proyecto comenzó a despertar interés en los organismos públicos, tales fueron: Municipalidad de San Pedro de Atacama, Municipalidad de Ollagüe, Corporación Nacional del Medioambiente y la Secretaría Provincial de Educación, todas instituciones claves en el desarrollo estratégico de esta iniciativa y su continuidad (Tabilo 2001). Este interés externo generó en la población local el convencimiento de las comunidades en sus capacidades como microempresarios y gestores del desarrollo local (Tabilo 2001).

Otro gran alcance fue que el programa logró ser insertado como prioridad en un ADI, lo que dispuso la ampliación de la participación de distintos organismos públicos en el desarrollo de la iniciativa, sin embargo, según lo señalado por Morales (2006) una de las grandes limitaciones fue las dificultades que las instituciones públicas manifestaron para efectuar coordinaciones entre sí a partir de una misma iniciativa. Tal fue el caso de SERNATUR que, al coincidir en objetivos

comunes con CONAF, que no fueron visualizados al momento de programar sus actividades, entorpecieron un proceso que estaba avanzando aceleradamente por parte de las comunidades (Morales 2006). Así también, se señala que SERNATUR ha intervenido en el sector turístico desde afuera y no “con” las comunidades lo que demuestra sus falencias metodológicas y poco interés en comprender los procesos que se ha venido desarrollando durante las últimas décadas (Tabilo 2001) y que sigue siendo su característica de cómo abordar las intervenciones.

Otro gran hito que devino de las relaciones estratégicas que surgieron paralelamente en el transcurso del trabajo fue que producto de una fructífera relación, particularmente entre comunidades indígenas y la CONAF, produjo que en el año 2000 iniciara el proceso de traspaso de la administración de ciertas áreas protegidas de la Reserva Nacional Los Flamencos a las comunidades directamente vinculadas con ellas a través de “Contratos de asociatividad público privado” (Morales 2006). Este logro significó la consolidación de una relación colaborativa y el inicio del control territorial efectivo amparado por la normatividad nacional por medio de la administración turística de los sitios.

A grandes rasgos, según Morales (2006) La Red Lican Huasi ha contribuido en fortalecer la constitución de los campesinos atacameños, principalmente mujeres, como actores y/o participantes activos de su propio desarrollo. La Red no sólo ha cumplido la labor de coordinar la oferta y demanda de las comunidades indígenas sino también ha incentivado el asentamiento de nuevas organizaciones productivas que se han visto fortalecidas por las aún existentes instituciones tradicionales comunitarias que operan en forma colectiva lo que ha permitido mejores resultados que iniciativas direccionadas a beneficiarios individuales (Morales 2006). No obstante, sin perjuicio de lo anterior los alcances a largo plazo de este programa ha sido despertar el interés en la formación con acento en la productividad de microempresarios turísticos en algunos ayllus de la comuna lo que recientemente ha conformado una Red de Microempresarios turísticos de la Provincia de El Loa (Tabilo 2001). Finalmente, una vez que el GIA

finalizó su programa en la zona, la Red de Microempresarios junto al Consejo de Pueblos Atacameños continuaron coordinando la gestión de sus necesidades a nivel local, contando con un alto nivel de convocatoria y aceptación por parte de todos los actores locales.

Entre las proyecciones se señala que las debilidades en este tipo de propuestas radican en la fragilidad de los sistemas políticos locales, sin embargo, se ha visualizado que las comunidades están lo suficientemente preparadas como para enfrentar situaciones de cambio político sin que esto desestructure su orgánica interna (Tabilo 2001). Según Tabilo (2001) las debilidades fundamentales radican en la situación económica de la zona, puesto que muchas veces los participantes deben integrarse a las labores de turismo empresarial y la minería para sustentar sus hogares, lo que genera situaciones de baja participación.

Por otro lado, según el Informe de la Minera Escondida (2008) la apuesta comercial de la Red Lican Huasi se ha basado en ofrecer un conjunto de servicios turísticos rurales de alojamiento y alimentación, siendo sus principales críticas la poca consideración de las bases en cuanto a la definición de mercado objetivo y productos con identidad indígena. A lo que suma la Centro de Investigaciones Culturales UWS (2009) que existe consenso en que parte del fracaso de la Red Lican Huasi en su consolidación tuvo que ver con una falta de coordinación central, una posible la falta de entendimiento de las propias comunidades sobre sus alcances y posiblemente el *“hecho de que la mejor apuesta pasa por los emprendedores individuales y no las comunidades”*. Es probable que parte del problema haya sido la inversión sustancial en infraestructura en conjunto con una inversión en educación y capacitación en turismo, antes que un posicionamiento del destino y sus atracciones más remotas. Además, el hecho que los turistas se quedan en promedio dos noches en San Pedro de Atacama hace aún más difícil que éstos se queden en las comunidades más alejadas, lo cual también ayudó a contribuir a la falta de éxito del programa Lican Huasi. Queda claro en todo caso que existe tensión entre los actores con respecto a la

función que debieran cumplir los emprendedores individuales, las asociaciones y las comunidades en el negocio turístico, lo que ha originado roces, especialmente cuando los ingresos han sido mínimos (Centro de Investigaciones Culturales UWS 2009).

Para una de las personas entrevistadas la intervención de la Red Lican Huasi entre el ADI Atacama La Grande y ADI Alto Loa sobre turismo indígena ha sido evaluada como una experiencia exitosa, señalando que

[...] yo destacaría la Red Lican Huasi lo que lo veía INDAP a través de un profe que lo financiaba y que hubo un gerente que la Red Lican Huasi lo que pretendía, no cierto, generar una red entre todos los albergues y todos los emprendimientos turísticos. Te estoy hablando de los años por ahí por el 2000's 2004, 2005, 2006 todos estos años y que duró muchos años funcionando y a lo mejor fue atemporal, diría yo, porque creo que esa red debería haberse construido cuando ya existiese la oferta y en ese momento no había una oferta desarrollada. Entonces, la Red Lican Huasi no generaba movimiento de turistas... Entonces, mucha gente se fue desencantando de la Red Lican Huasi porque se tenía un gerente que trataba de buscar que llegara gente pero después la gente que llegaba no le llegaba por las redes sino llegaba por su propia iniciativa. Entonces, como que ahí fue muriendo la red hasta que desapareció la Red Lican Huasi, todavía quedan los letreros puestos y todavía quedan algunos dirigentes que trabajaron hasta el final con la Red Lican Huasi como la señora Mercedes Paniagua por ejemplo, con la asociación de turismo indígena [Además,] Yo creo que [...] la Red Lican Huasi funcionó mientras estaba financiado porque la

idea era que en un comienzo lo financiara una institución pública y después que se autofinanciara con los ingresos que iba a generar con las utilidades de cada uno de los que estaban siendo beneficiados de esa red, cosa que no ocurrió, ya, pero esa actividad funcionó mientras tuvo financiamiento de una entidad pública. (Entrevistas 2021).

En cambio, para una de las personas entrevistadas el desarrollo de esta intervención no fue evaluada como exitosa, señalando que

[...] vi por ejemplo la [Red] de Licanhuasi, un fracaso nunca los turistas fueron a eso, esas hotelerias finalmente terminó siendo alojamiento de empresas mineras y de contratistas... (Entrevistas 2021).

Fracaso o no, lo interesante de esta intervención que surgió desde el Grupo de Investigaciones Agrarias (GIA) fueron sus ambiciosos objetivos, únicos en este tipo de intervención, que se centraban en la promoción de acciones educativas que buscaban activar los procesos de autoconciencia, conciencia cívica y gestión del control ciudadano sobre el entorno, lo que tal como lo señala una de las personas entrevistadas aparentemente fueron objetivos atemporales lo que de alguna manera condenó su éxito puesto que estos procesos educativos y de autoconciencia se desarrollan en un largo plazo y en donde generalmente es la contingencia que incide en acelerar en su desarrollo.

Primer Borrador de Pladetur 2000's

Un Plan de Desarrollo Turístico o PLADETUR actualmente es definido como un "instrumento de planificación de carácter participativo, que busca llevar a cabo

los objetivos dispuestos por los actores involucrados mediante la identificación, desarrollo y establecimiento de lineamientos estratégicos. Este plan actúa como marco referencial para las autoridades, la comunidad y los empresarios involucrados directa o indirectamente en el sector turístico. Para San Pedro de Atacama, este instrumento de planificación busca ordenar la actividad turística, entregando las orientaciones que la Municipalidad ha definido para el desarrollo del turismo en la comuna, en base a la realidad de la práctica de la actividad, focalizando y articulando los esfuerzos dentro del territorio en esta materia, en un tiempo y espacio determinado” (PLADETUR 2020).

Una de las personas entrevistadas nos entrega antecedentes de cómo se desarrolló el primer borrador PLADETUR en la comuna y cuáles fueron sus debilidades

[...] algo que muy pocas personas saben que es que... en esos años también se aprobó, ósea perdón, se presentó el primer PLADETUR. Muchos asumen que... no hubo PLADETUR pero la verdad es que sí se presentó un PLADETUR, pero el Consejo de Pueblo Atacameños no lo aprobó, no lo aprobó en ese momento porque pensó que .. en debería hacer su proceso más participativo y había indicado como que era un proceso que se había trabajado más bien como propuesta de SERNATUR pero que había que abrirlo más. Bueno eso finalmente como no se aprobó quedó y nunca se mostró o entró en acción ese plan ese PLADETUR... ya, estos años fueron como muy fuertes también en las intervenciones que vinieron (Entrevistas 2021).

Fundación Eurochile

La Fundación Eurochile es una organización privada, sin fines de lucro, creada en 1993 por el Estado de Chile y la Unión Europea que busca promover la

cooperación económica, comercial y tecnológica entre empresarios e instituciones de Chile y la Unión Europea mediante la promoción de negocios, transferencia de tecnología y saber hacer, así como a través de proyectos de mejoramiento del entorno para la competitividad empresarial (EuroChile 2021).

La Fundación EuroChile ha sido una agencia nacional importante en la ejecución de proyectos en turismo, donde se ha centrado en tres líneas de acción: desarrollo de nuevos destinos turísticos, asistencia especializada para destinos posicionados y desarrollo de productos turísticos territoriales. Además, es importante mencionar que proyectos de turismo comunitario sustentable han comenzado a emerger fuertemente en Chile en los últimos años, particularmente en Áreas de Desarrollo Indígena en La Araucanía, en Tarapacá, en Los Lagos, Antofagasta, Rapa Nui y San Pedro de Atacama no es la excepción. Particularmente, en ADI Atacama La Grande la Fundación EuroChile, ha llevado a cabo importantes estudios de diagnóstico en temas claves como la diversificación de la demanda turística y las tendencias actuales en innovación turística. Sus resultados han apuntado a la importancia y el crecimiento del turismo rural, ecológico, cultural, de aventura, de intereses especiales así como la tendencia generalizada hacia mercados nichos (Centro de Investigaciones Culturales UWS 2009).

Una de las personas entrevistadas comparte su experiencia sobre las intervenciones de EuroChile...

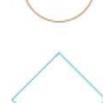
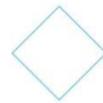
[...] el 2005 se inician los estudios de capacidad de carga que los trabajo EuroChile... eso se trabajó con cada sitio turístico. Hay un listado de estudios de capacidad de carga que se hicieron, no solamente acá sino también en el Alto Loa, que el 2006 termina utilizándose ese mismo estudio de capacidad de carga para hacer el estudio de intensidad de uso de suelo o la intensidad de uso turístico para cada uno de sus sitios... que

también lo hizo EuroChile [...] Entonces, hay mucho trabajo, mucho trabajo, que como todo esto le digo que en gran parte nace como el trabajo de la ADI... [...] Por ahí por el año 2012 también siguen los trabajos de EuroChile aquí en EuroChile estuvo trabajo bastante, bastante fuerte con lo que significa trabajo de diagnóstico y en el fondo propuestas de turismo sostenible. En 2013 ... este trabajo que entrega ya EuroChile y que hace una caracterización también, de hecho vienen algunos expositores de España hacen como una caracterización de todas las actividad turística de San Pedro, ...respecto de el tipo de servicio que se está ofreciendo y la calidad de esto, dónde están la brecha en el alojamiento, en la alimentación, en el servicio turístico para la experiencia turística propiamente tal. Hace una evaluación y recomendaciones para el destino dónde entonces puede o el emprendedor podría enfocar donde colocar su apuesta si hay un espacio que no están siendo cubiertos, etc. Estudio muy interesantes que se hizo en esa época... (Entrevistas 2021).

INTERVENCIONES 2010'S

A partir del año 2010 se señala un leve cambio en el desarrollo de las intervenciones, en donde aparentemente las nuevas intervenciones tienden a realizarse de forma más pertinente con las comunidades, organizaciones y pertenecientes atacameños. Para el caso de las intervenciones ocurridas durante estos años una de las personas entrevistadas las evalúa de la siguiente manera...

[...] yo creo que cada vez las intervenciones se han hecho más y más pertinentes por decirlo de alguna manera [...] Yo diría que ya en los últimos 10 años eso ha ido cambiando significativamente y tal vez por la misma experiencia de la frustración de inversiones que no cuajaron en resultados concretos, finalmente, hoy en día es muy difícil pensar en hacer algo sin la participación de los beneficiarios Por ejemplo, la gobernanza que se generó en turismo, el rumbo que iba tomando las acciones era lo que los mismos dirigentes, los mismos representantes de asociaciones iban decidiendo sobre eso. Entonces, yo creo que hoy en día existe una evolución respecto a la pertinencia por la mayor participación más efectiva, también, porque muchas veces hay participación pero no es efectiva de los representantes del turismo. Ahora, cuando digo representantes del turismo yo creo que también ha habido un cambio en eso [...] pero los resultados no siguen siendo favorables, yo creo que principalmente, porque también... ahí debería hacerse una discusión en término de las organizaciones indígenas, de las comunidades indígenas, Consejo Pueblo, de las asociaciones que se están creando, de cómo darle sustentabilidad a la participación indígena, no puede ser que la participación este rotando constantemente y así esto, definitivamente no se puede construir un proceso de esa manera, yo creo que ahí tenemos una fuerte debilidad. Por eso te digo que la responsabilidad es compartida, porque tal vez a lo mejor el servicio público ha ido de alguna manera generando mayor espacio de pertinencia en las intervenciones, pero de parte de las comunidades las respuestas siguen siendo las mismas, de en muchos años digamos de desde que se creó, desde que se empezó a hablar de turismo ha sido la misma dinámica. Que esto está sujeto a visiones particulares que



pueden haber del dirigente del momento. Entonces, yo creo que ahí tenemos nuestro talón de Aquiles que deberíamos trabajar para que los procesos puedan ser contruidos en forma mucho más eficiente no queden en tronco una y otra vez (Entrevistas 2021).

TIE – Turismo de Intereses Especiales

Una de las primeras iniciativas propuestas para contrarrestar los futuros impactos del turismo masivo fue el Programa de Turismo de Interese Especiales:

[...] queríamos prevenir... oye se nos viene el turismo masivo la solución de nuestro territorio es los viajes de intereses especiales, ósea, que solamente vengan o que estipulemos a las personas que quieran conocer una experiencia originaria real, porque el turismo masivo lo que lo que va pasar es que nos va destruir como territorio, va destruir los sitios turísticos, va aumentar la basura, etc, etc. Bueno... en esa época lamentablemente ni las autoridades de gobierno ni las autoridades indígenas los dirigentes indígenas no escucharon y se produjo... se vino un turismo masivo (Entrevistas 2021).

Esta fue una de las primeras iniciativas centradas en servicios especializados que podría ofrecer el Turismo Indígena como una respuesta a los impactos posiblemente generados por el turismo masivo.

Fundación De Cultura Y Turismo

La Fundación de Cultura y Turismo nace en septiembre del año 2013 bajo la administración de la Ex alcaldesa Sandra Berna. Su objetivo principal es promover la cultura y el desarrollo de turismo sustentable, consciente del patrimonio material inmaterial y natural del Salar de Atacama. En la actual administración del alcalde Aliro Catur Zuleta (2016-2021), este propósito se configura en torno a la comprensión del territorio Atacama la Grande, razón por la cual la Fundación se ha propuesto desarrollar sus proyectos de forma participativa, sinérgica y sustentable (Fundación de Cultura y Turismo 2021).

Los principales programas de la fundación en el área de turismo son: Turismo Comunitario, Comité de Turismo Comunal (en conjunto con DIDECO de la Municipalidad) y el Programa de Concientización Turística. En cuanto al Turismo Comunitario, se trabaja bajo la óptica del turismo indígena con implicancias comunitarias en el territorio. En una etapa inicial la fundación se centró en aportar calidad al capital humano y a la gestión de la actividad turística. Actualmente, se busca un trabajo colaborativo con las administraciones turísticas para avanzar en un plan de gestión turística territorial. En cuanto al programa Comité de Turismo Comunal, se generaron instrumentos de planificación (PLADETUR 2020) y regulación (Ordenanzas de turismo) para la actividad turística, estudios de los impactos de la pandemia en el turismo, el primer registro oficial de prestadores de servicios turísticos de San Pedro de Atacama, y se comienza a sentar las bases para el apoyo municipal al desarrollo del turismo de intereses especiales. Estas fueron generadas entre la Fundación de Cultura y Turismo y la Municipalidad a través de procesos de participación comunitaria indígena y vecinal.

Una de las personas entrevistadas comparte su experiencia como ex colaborador en la Fundación...

[...] me tocó trabajar en la Fundación de Cultura y Turismo en el año 201... los primeros días de diciembre alcancé a ingresar lo

que significa las fichas de para postulación para... la postulación, pero ... para la actualización de la ZOIT de San Pedro, trabajo que también participé con Daniela Muñoz en todo el periodo de 2 años anteriores trabajó con la ZOIT con el nuevo reglamento. Bueno ahí esto fue aceptado por la subsecretaría de turismo y después se asignaron los fondos para que se construyera el plan de acción turística, cosa que hizo con la nueva administración de la fundación, pero después nunca se presentó la ZOIT y quedó ahí hasta la fecha... sigue ahí en carpeta en la fundación¹ ya que se consideró que debería esto ir a una Consulta Indígena y... Bueno ahí quedó... ahí sí que en este momento como desafío si se va implementar o seguramente o no se va hacer [...] Entre el año 2014 al 2016 que fue crear la mesa de Turismo Indígena en donde lo único que se pedía a las comunidades, que no solamente asistiera el dirigente o que el dirigente más bien podría asistir a todas las sesiones, pero si no podía la comunidad, cada comunidad tenía un representante de turismo porque la idea era que ese representante de turismo tuviese un trabajo más permanente que trascendiera en los cambios de directorio. Entonces, ¿por qué? porque si no viene un dirigente tiene una idea, viene otro dirigente desarma todo lo que construyó el primero y arma algo nuevo, y así yo creo que hemos estado repitiendo la historia por años, y no logramos avanzar no logramos avanzar entonces estos procesos cuando se alargan mucho no logran llegar a puerto ... [Se hicieron] pasantías que se hicieron con la Fundación de Cultura y Turismo a las comunidades de Huillo en Perú para compartir las experiencias de cómo allá se desarrolla

¹ La declaración ZOIT está a cargo de SERNATUR y es quien tiene que llevar el proceso de acuerdo al marco legal correspondiente. La planificación presentada por la Fundación fue modificada por la institución a cargo de declarar este instrumento.

el turismo indígena, cómo desarrollan productos y experiencias indígenas y cómo la comunidad lo trabajan. Las pasantías a Brasil con todos los administradores de sitios tanto de Alto Loa como de acá para que las administradores de sitios pudiesen entender los beneficios que tiene poder trabajar asociadamente con el voucher integrado, generando estadísticas a nivel de territorio, de poder controlar las malas prácticas, no solamente debe ser una plataforma de ventas de servicio... (Entrevistas 2021).

Para una de las personas entrevistadas las intervenciones realizadas por la Fundación de Cultura y Turismo en el ADI Atacama La Grande sobre turismo indígena han sido evaluada desde su perspectiva como exitosa, señalando que

[...] otros otra iniciativa... yo diría ... así de turismo indígena, turismo indígena... la misma que ha hecho la Fundación de Cultura y Turismo, que partimos nosotros y después que lo siguió desarrollando la actual administración. Yo diría que se hizo un buen ejercicio con los fondos de Minera Gaby², con el programa turismo indígena, a lo mejor uno puede decir claro puede ser limitado porque... no estaban todas las comunidades, sino que eran algunas comunidades como Río Grande, Talabre y Peine. Pero yo considero, que ese tipo de iniciativa le dan continuidad a este proceso porque va también con etapas, ósea, eran etapas de generación de ciertos tipos... de habilidades, generación de competencias, manejo de riesgo, entonces, estaba incorporado WFA, No Dejar Huella, una serie de

² Desde el 2017 es financiado por CODELCO.

herramientas que van generando mayores capacidades en las organización que se dedican al turismo. [El] caso de Río Grande que había una asociación ya no una comunidad, sino que una asociación, que lleva por años el turismo que es la Turi Walka.

Entonces, yo creo que ese es un ejercicio importante que yo creo que han trascendido [...] Y después yo creo que en el caso de la Fundación de Cultura y Turismo funciona o mientras haiga continuidad, por ejemplo, cuando viene Minera Gaby y dice "sabe que este programa lo vamos a retrasar porque no sé po, cambiaron las prioridades y no está la continuidad para poder seguir trabajando en el plan que se había generado", se genera desilusión. Entonces, la clave tiene que ver muchas veces, yo creo, que tuvo mucho éxito mientras contaba con recursos permanentes también y contaba con un programa de acciones que iban escalando en el tiempo. Entonces, la gente lo entendía de esa manera, entonces, la gente decía si "sabe que hoy día me preparé en manejo de manejo de situaciones críticas y después me va a tocar con esto otro y así voy a terminar con tener todo el abanico, no cierto, de habilidades y capacidades para enfrentar mejor mi emprendimiento"... pero cuando eso queda trunco yo creo que... es muy difícil después partir... partir nuevamente, digamos, de echar adelante el programa cuando existen estas detenciones de procesos (Entrevistas 2021).

Geockoi

La Escuela de Guías y Guardaparques, Geockoi es una iniciativa liderada por una geóloga atacameña que plantea la escuela como una respuesta al aumento progresivo y al impacto de la actividad turística en San Pedro de Atacama. Los objetivos de la escuela son generar una red de profesionales en

turismo que forjen conciencia en la población local y visitantes acerca de la importancia del cuidado del ecosistema y del patrimonio natural y social del territorio, sin embargo, siendo sus objetivos importantes en cuanto a los alcances que pueda tener en el desarrollo de esta actividad económica se señala que no despierta iniciativas por parte de los actores locales

[...] después de una crítica larga de muchos años, de “que estamos cansados, de que vengan guía de afuera hablar de lo nuestro” pensé que este iba a ser la tremenda [refiriéndose a contexto de Emergencia Sanitaria]... iban a aprovechar la oportunidad, ya que habían formado, se habían formado muchos guías locales, muchos guías indígenas de fortalecer esa más aún más existiendo esta escuela, no cierto, de ACAMARACHI que formaba guías, de poder aprovechar eso del GEOCKOI de poder preparar nuevos guías y abrir este nuevo escenario de reseteo turístico con guías, con guías indígenas, con guías de las comunidades... emm... (Entrevistas 2021).

SERNATUR

El Servicio Nacional de Turismo o SERNATUR, es la institución encargada de promover y difundir el turismo a través de políticas y programas que buscan contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país.

En San Pedro de Atacama algunos de los trabajos que ha realizado SERNATUR ha sido levantar un “Catastro de Atractivos Turísticos de la Región de Antofagasta”. En este se catalogaron 365 atractivos en la región de los cuales 97 corresponden al ADI Atacama La Grande. Los atractivos naturales correspondientes a la Reserva Nacional Los Flamencos se encuentran incluidos en el listado (Escondida 2008). Este último catastro fue actualizado en su

recientes estudios “Destinos turísticos consolidados de Chile: Antecedentes básicos para la gestión turística”, editado el 2016. En este actualiza el total de atractivos turísticos en la Comuna de San Pedro de Atacama en 87 de los cuales 37 corresponden a sitios naturales, 25 a museos o manifestaciones culturales, 12 a folklore, 7 a realización técnica, científica o artística contemporánea, 5 a acontecimiento programado y 1 a centro o lugar de esparcimiento (SERNATUR 2016). Actualmente, las políticas y programas que SERNATUR lidera para sustentar propuestas del sector turístico son: SIGO experiencia, Sello Q y Sello S (PLADETUR 2020).

Para el caso particular de las intervenciones realizadas por SERNATUR como parte de la institucionalidad gubernamental, se ha evaluado de la siguiente forma

[...] yo creo que... todos los servicios públicos y en todos lados le piden a uno la ¿cómo se llama esta cuestión?... la legalización. Ósea, yo creo que ni siquiera a los inmigrantes que entran en Chile le piden tantos papeles como a una persona que quiere emprender y si po, imagínese que la resolución sanitaria que da SERNATUR no te puede hacer propaganda y que si lo hace, tení que estar formalizado y haberle prendio' vela al papa y a todos los que vengan pa adelante para que te resulte y te puedan considerar (Entrevistas 2021).

CORFO

La Corporación de Fomento o CORFO es una agencia del gobierno dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. La CORFO está a cargo de apoyar el emprendimiento de alta innovación y competitividad en el país junto con fortalecer el capital humano y las capacidades tecnológicas con el fin de contribuir al desarrollo económico del país (CORFO 2021). A través de Innova Chile, CORFO se encarga de fomentar sectores con potencial de

innovación. En la Comuna de San Pedro de Atacama el comité CORFO InnovaChile ha financiado dos proyectos de gran importancia:

Estudio de Capacidad de Carga. realizado en toda la comuna de San Pedro y cuyo objetivo fue identificar y caracterizar los sitios de interés turístico potenciales y en desarrollo, determinando su estado actual y la capacidad teórica y real de visitación turística generando un plan de manejo sustentable de los sitios (Escondida 2008).

Gira Tecnológica a Israel, se hizo un esfuerzo en otorgar conocimientos de experiencias exitosas extranjeras a pequeños empresarios locales. Para esto, se gestionó la formulación y ejecución del proyecto de gira tecnológica "Prácticas Innovadoras para obtención de Calidad Total en el Ejercicio de Turismo Étnico Rural en Zonas Desértica y Semidesérticas" donde se financió el 70% del total proyecto y el 30% restante fue financiado por los propios 14 empresarios. El objetivo central de la gira fue conocer las últimas innovaciones y experiencias en turismo étnico rural desarrollado en lugares desérticos y semidesérticas (Escondida 2008).

Otro financiamiento importante fue "Puesta en marcha de un sistema de gestión turística sustentable" el que se constituyó como el primer esfuerzo por intentar coordinar a los actores involucrados en este rubro productivo, sentó las bases de una necesaria colaboración entre los actores ante el progresivo deterioro que experimentaron y experimentan los recursos turísticos del destino (Cardenas 2008). Los logros más importantes de proyectos financiados por medio de InnovaChile de CORFO son las redes de asociatividad entre gobiernos locales, universidades, organizaciones no gubernamentales nacionales y extranjeras, grupos de la sociedad civil y comunidades indígenas en la implementación y desarrollo de los proyectos (Centro de Investigaciones Culturales UWS 2009).

Programa territorial Integrado o PTI, este instrumento de CORFO tuvo por objetivo posicionar competitivamente a un territorio a través de la reducción de brechas en la cadena de valor de sus principales vocaciones productivas que tengan como foco producir impacto en las economías regionales y locales. Cabe destacar que el Programa Territorial Integrado (PTI) “Turismo del Desierto”, es un programa impulsado por CORFO y el Comité de Desarrollo Productivo Antofagasta, que se sustenta en la creación de los cimientos sobre los cuales se articulen todas las iniciativas que potencien el turismo, para promover el Turismo del Desierto al interior de la Provincia El Loa (PLADETUR 2020:61).

Una de las personas entrevistadas comparte su experiencia sobre las intervenciones en turismo indígena realizadas PTI Turismo del Desierto, señalando que

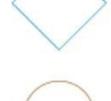
[...] yo he participado [...] dentro del PTI Turismo del Desierto... A partir de claro esos años trabajar con el PTI Turismo del Desierto se generó la gobernanza del Turismo Indígena porque este programa está dirigido justamente turismo indígena. Bueno eso, fueron 3 años también hasta el 2020 que ya se cerró definitivamente hasta agosto del 2020 se cerró el PTI. La fundación también era miembro de esta gobernanza y yo diría que en ese período se trabajó fuertemente en todo lo que tiene que ver con la solución de brecha para el ejercicio del trabajo con los emprendedores, así también, poder posibilitar que otras instituciones pudieran hacer algunos pilotos acá cómo fue el índice de saturación turística para el destino San Pedro de Atacama, eso fue casi a portas de lo que fue la crisis social. Creo que ahí con los resultados se obtuvieron una línea base muy interesante para después en la etapa reactivación económica en San Pedro, poder tener esos antecedentes y saber si a partir

de ahí poder hacer el monitoreo para evitar la saturación turística del destino, también se trabajó en lo que, en un comienzo se determinó como unos planes de gestión por sitio turístico y que en el tiempo fue derivando a después escalando hasta después llegar en convertirse en una propuesta de voucher integrado para todas las comunidades, para todos los sitios turísticos [...] Ese voucher... permitía administrar mejor los recursos y en vez que las comunidades tuvieran administraciones separadas, pudiéramos a través de alguna fundación o corporación. Hacer un eje central y poder administrar todos esos recursos... eso fue un proyecto que... lo intentamos sacar y te estoy hablando del año 2014... o 2010 por ahí, no me acuerdo, obviamente no se... no se obtuvo y esos recursos, porque finalmente las comunidades lo rechazaron [...] yo diría que con la experiencia del voucher se repite un poco lo que ha sido esta historia de intervenciones y ... algún momento hubo no sé yo como una opción personal... Advierto que.. a veces se responsabiliza mucho a los... a los servicios públicos que en algunas ocasiones no han sido tan pertinente en su llegada(Entrevistas 2021).

Una de las personas entrevistadas evalúa las intervenciones en turismo indígena realizadas PTI Turismo del Desierto, señalando que

[...] a lo mejor puede sonar como un poco autorreferente pero también de lo que se hizo en el PTI Turismo del Desierto que es donde ya se iban ligando las distintas posibilidades, ósea, trabajando desde los sitios turísticos desde el destino, con estos índices de saturación turística todo para evitar la saturación turística del destino, o desde la gobernanza desde los sitios

turísticos, como te decía para llegar al voucher integrado que finalmente no se concretó y que quedó traspasado toda la información a las misma Fundación de Cultura y Turismo, a la Municipalidad y al Consejo de Pueblos, a ver si se logra finalmente después llegar a buen puerto con ese proyecto ... o también desde los recursos humanos que fue la formación de guías de las pasantías, todo para ir redondeando como desde las distintas puntos de vista, desde la participación de ferias, de las ferias como la ATA o la feria DIVA, los workshop, relacionamiento con los destinos cercanos, ósea, compartir las experiencias con Alto el Loa, que los dirigentes, ósea, la gente que hace turismo de Alto Loa como la Asociación de Turismo Rural Alto el Loa vinieron acá a San Pedro para conocer lo bueno y lo malo... o nosotros ir para allá o entre Alto Loa y San Pedro conocer la experiencia de turismo indígena que desarrollan en el circuito que normalmente hacen los turistas alrededor nuestro en destino cercanos como fue entre Uyuni e Hito Cajón que es algo que hacen permanentemente los turistas y que tuvimos también la oportunidad con gente de Alto Loa y de acá de hacer el mismo circuito y entender .. de las .. de las virtudes y debilidades que existen en ese circuito, y hacer también hermanamiento con los emprendedores que hay ahí entendiendo también que el territorio que identifican desde Europa por ejemplo, algunos tour operadores que no nos ven solamente a nosotros como un sello turismo particular, sino es compartido este sello de turismo indígena de.. altura.. de desierto y altura de salares es que llega un poquito más allá, que llega al sector de Uyuni, que llega también al noreste argentino y que nos involucra a nosotros, entonces, esa relación creo que fue muy.. muy.. importante con con ese sector de Jujuy con las comunidades del sector de Jujuy y también de San Antonio de



los Cobres que también se fue para allá para conocer la experiencia que tienen ellos y también tienen paseo en llamo y trabajo en cerámica eh que fue una forma de poder entender el territorio como algo un poco más amplio que lo que solamente ofrecemos nosotros, entonces, esos creo que son como las- a mi juicio, como las iniciativa que han generado como mayor impacto en el territorio y que de alguna manera se usan como referente de cada vez que va a haber una intervención para... para el diseño que plantea (Entrevistas 2021).

Además, las políticas y programas posibles de postular en CORFO en el sector turístico son NODOS, PTI programa territoriales integrados, PFC programa de formación para la competitividad, FOCAL, ACELERA, FNDR fondo nacional de desarrollo regional, PROFO programas asociativos de fomento, PAR programa de apoyo a la reactivación, IPRO inversión productiva y SIGO tecnología (PLADETUR 2020).

Una de las personas entrevistadas comparte su experiencia sobre las intervenciones en turismo indígena realizadas por NODO Turismo Indígena, señalando que

[...] después nos saltamos al 2015 donde se trabajó con el NODO de Turismo Indígena financiado por CORFO, [que] derivaría en el año 2016 con la creación de la "Asociación de Turismo Indígena Lickan Ckunsa"... y después en el mismo 2016 empiezan con la formación de guías turísticos que después más adelante se concretaría ya,... no me acuerdo muy bien, el 2017 el 2018 se concreta con lo que es la formación de guías indígenas. Un programa dedicado a la formación de guías y también, no solamente de guías, sino, en este caso de guías locales sino

también de ... capacitación a los emprendedores indígena para que tuviéramos un mejor relato con su experiencia que ofrecía y también intérpretes culturales, vale decir personas que, ya por su edad y por el conocimiento del territorio no... requieren de una formación más técnica sino más bien de entregarle herramientas para que puedan compartir sus propias experiencias con el turista (Entrevistas 2021).

Una de las personas entrevistadas fue beneficiaria del programa NODO y relata su experiencia...

[...] organizaron mediando un NODO, de CORFO y yo entré. Yo no asistí nunca a ninguna reunión porque tenía desconocimiento de eso y me enteré como al final cuando ellos ya se estaban constituyendo y todo... y producto de eso una vez me dijeron, "oiga sabe que hay un curso para marketing y si usted quiere puede postular", yo postulé y quedé. Entonces, y de ahí empecé como a ser considerada digamos... dentro de los... de los trabajos que se iban haciendo, para las reuniones así, pero un programa especial así dedicado al turismo indígena, no (Entrevistas 2021).

EVALUACION GENERALES RESPECTO DE LAS INTERVENCIONES EN TURISMO INDÍGENA EN ADI ATACAMA LA GRANDE

Finalmente, los entrevistados realizan evaluaciones generales respecto de las intervenciones realizadas por el sector público y privado respecto del desarrollo del Turismo Indígena en ADI Atacama La Grande. Entre las principales limitaciones que se señalan son: problemas de financiamiento y su continuidad, regulación y las limitantes para los servicios de turismo indígena, estrategias macro y micro asociatividad, discontinuidad de las iniciativas y problemas estructurales locales.

Respecto a los problemas de financiamiento y su continuidad una persona entrevistada señala:

¿Las limitantes? Yo creo que tiene que ver con el tema económico, ósea, porque si uno quiere hacer de esta actividad el sustento familiar igual es complejo si no se cuenta con una red de apoyo, ya sea para el marketing qué es lo más difícil digamos de poder hacer... la captación del cliente y lo otro también que considerar de que, ósea, estas actividades que se van a presentar digamos al turista igual tienen que tener un margen... ¿cómo le dijera?... un estándar de calidad... ósea, por muy practica ancestral y todo, no tiene que tener, ósea, tampoco tiene que tener errores. Entonces, yo creo que ahí, es como que y vencer el temor po de enfrentarse digamos a otra persona para yo enseñar lo que estamos haciendo [...] Mire la verdad, no tengo una así como una experiencia propia de la evaluación de cómo evaluar y decir "si, no sé la CONADI... en la CORFO se puso con tantos millones" porque cuando al final uno formula a un proyecto, que es ahora lo que estamos formulando a través

de la Asociación Nacional de Turismo Indígena, para la publicidad, ósea, para el marketing del del turismo indígena, uno siempre se topa con la traba de que no hay recursos y siempre los recursos son pocos, ósea, el estado chileno el gobierno, siempre llora pobreza. (Entrevistas 2021).

Otro problema que mencionan con respecto a los servicios de turismo indígena es con respecto a las limitaciones que provoca la regulación para compartir las actividades tradicionales con los visitantes.

Una de las personas entrevistada en referencia a esto señala:

[...] es complejo, porque por ejemplo... si queremos vivir como, no sé si vivir, pero si queremos hacer la práctica de algo ancestral de parte de nuestras costumbres de parte de nuestra forma de vida, choca también con la regulación que tiene por ejemplo, que tiene el Servicio de Salud, el tema de la construcción. Entonces, ósea, como que hay agentes que no logran cohesionar bien para que funcione (Entrevistas 2021).

Uno de los problemas señalados es la discontinuidad para crear especialización encadena de los beneficiarios sobre proyectos turismo indígena

[...] la realidad indica que no avanzamos pu, que si tu preguntas a la mayoría de la gente que está en los emprendimientos que están haciendo algo en turismo, yo creo que la mayoría de ellos de alguna manera han estado en pasantías, han estado en

distintos ámbitos... participando pero más bien como espacios que se dan de lo que no están de alguna manera insertos dentro de un programa de largo plazo, de mediano, largo plazo en donde mira dice que todo los que fueron pasaron a esta etapa, ahora ustedes, todos los que están acá están preparados para pasar a la etapa dos.. así como lo hacen no sé pu. En algún momento trajimos a la gente de, no cierto, de Canadá para para que ellos pudiesen implementar la metodología de "Market Ready" acá en San Pedro, para así trabajar estratificadamente con los distintos intereses porque ese es un temazo [...] Entonces, y si yo soy de una institución y le digo mira sabes que, en realidad aquí hay dos personas nomas que están dispuestas y que estén preparadas para ir a la feria ATA, por lo tanto, le digo a la organización a la que pertenecen sabe que yo quiero que vaya tal persona chuta las organizaciones dicen, pucha aquí ustedes vienen claro no ofrecen pero están apuntando con el dedo y eso no corresponde y aquí, esa persona ya ha ido a muchas ferias por lo tanto aquí no po, tenemos que darle la oportunidad a otro, esa es la lógica de la organización.

Entonces, terminan mandando a alguien que va a dar a la feria de llegan allá y se encuentran que no hablan inglés que no tiene oferta para poder exportar que no puede dar respuesta a un montón de cosas. Finalmente, se pierden oportunidades y claro las ferias estaban diseñadas para un cierto nivel ya de cierto de emprendimiento mientras que si uno lo estratifica uno dice sabe que aquí hay un nivel incipiente, aquí hay un nivel que ya está listo para el mercado y esto otro están a nivel de exportación, entonces, las actividades se van diseñando según ese estrato de nivel de desarrollo de un emprendimiento y así todos nos dice sabe que mire aquí dentro de este estrato puede postular usted e ir a la feria viva en Santiago para mostrar sus productos y así se

va fogueando en el tema, en los dos o tres que están acá arriba ya están eh para nivel eh estar con todo lo que significa representar a nuestro-nuestras actividad a nivel internacional y los que están acá abajo bueno... tendremos que ir generando pasantía hasta que ustedes lleguen a escalar, si es que quiere escalar, porque hay algunos también que dicen no yo quiero quedarme acá, no quiero seguir más allá, no tengo ninguna ambición yo me quiero quedar hasta este nivel nomas pero eso, así a grandes rasgos yo llegue como a estos errores que a veces se comete o que el sistema funciona así, de generar actividades que terminan como que todos los públicos están al mismo nivel y no funciona y por otro lado, la falta de institucionalidad permanente para que darle un trabajo más allá de la proyección de los liderazgos que van cambiando cada dos años y que finalmente cualquier proceso (Entrevistas 2021).

Otro problema señalado es respecto a la discontinuidad de los avances realizados por las directivas de las comunidades a largo plazo

[...] creo que ya no es una suerte solamente de responsabilidad institucional, ya lo hemos comentado, yo también lo he dicho al interior de las propias organizaciones indígenas, creo que hay muchas responsabilidad también [es] de nosotros mismos como indígenas de no hablar de turismo de una forma que esta sea una discusión permanente, que sea una discusión que no esté sujeta a este caso a los distintos liderazgos que son transitorios...

[...] Por ejemplo... a nosotros mismos nos pasó en algún momento con la ZOIT, cuando finalmente se logra avanzar en una propuesta y ya habían cambiado de dirigente, porque

algunas comunidades cambian a los dos años, entonces, si un proceso dura más de dos años es volver hacerlo, porque tú puedes avanzar con la venia de esos dirigentes, y después cuando asume los nuevos cuestiona lo que decidió el otro. Entonces, es como nuevamente.... volver a replantearse todo lo que... lo que se habló y como las comunidades tienen... traslada su cambio de dirigente, entonces, ocurre que este cambio son permanentes, ósea van ocurriendo todos los años, entonces, no se logra avanzar aquí tenemos que, yo creo que a lo mejor lograr en turismo contar con personas que puedan trabajar en forma más estable estas temáticas para darle sostenibilidad en las decisiones sino no logramos avanzar [...] (Entrevistas 2021).

Otro limitante mencionada es respecto a los problemas de continuidad y asociatividad que se producen tanto a nivel de propuestas institucionales o provenientes del sector privado como a nivel comunitario

La limitante yo lo veo principalmente en dos aspectos, una que tiene que ver con la falta de continuidad de una visión más permanente más estable de parte de los dirigentes por producto de las continuas rotaciones... Y lo otro es el trabajo asociativo ese es nuestro gran talón de Aquiles, el voucher integrado no se ha logrado ejecutar solamente por una falta de acuerdo de un trabajo asociativo o de las potencialidades que tiene un trabajo asociativo. Yo creo que finalmente el voucher integrado lo que va a terminar es [en] la creación de plataformas venta por sitio, esa es mi percepción... para evitar trabajar asociativamente con todos los sitio turístico, siendo que en términos de transparencia o en términos de operatividad y en términos de beneficios que tiene para el territorio el hecho de trabajar

integradamente [...] yo creo que ahí se necesita a lo mejor un agente externo que haga un trabajo permanente, que de alguna manera vaya ayudando a que este trabajo asociativo se dé, porque si no se da se sigue... y esto se da no solamente, en el mundo indígena sino que ha sido un comportamiento del destino en donde cada año tú vas a encontrar una nueva organización que se crea y eso creo que no es bueno, en un comienzo cuando no hay creación de organizaciones pero después cuando ya ves tú que se empiezan a duplicar las organizaciones con el mismo interés ya creo que ahí ya no es algo bueno que ocurra para el destino... yo cuando estuve hasta el año 2016 habían 10 gremios, yo creo en este momento, deben pasar las 15 (Entrevistas 2021).

Además, se hace mención a los problemas de asociatividad entre el mundo empresarial de San Pedro de Atacama y las comunidades indígenas

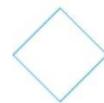
[...] no hay una relación fluida sobre todo en el mundo empresarial no originario... no hay comunicación... no hay comunicación fluida y eso evidentemente entorpece el desarrollo, desde mi punto de vista, las razones las podríamos explorar ... pero en la realidad tanto en las comunidades originarias no han querido establecer un diálogo fluido y permanente con el mundo empresarial y tal vez el mundo empresarial busca esa comunicación tal vez por un algún interés o no sé ... quisiera digamos pensar que hay una honestidad entremedio del mundo empresarial tratar de conectarse con las comunidades indígenas pero también a la base hay una historia y un proceso de injusticia de no visibilidad de fondo originario

por parte de la empresa de San Pedro de Atacama por décadas entonces hay dolores relacionales que hay que primero intentar resolverlo para ver cómo nos podemos mejor comunicar. (Entrevistas 2021).

Se señala que los continuos problemas tanto de continuidad como de asociatividad es posible relacionarlo a problemas estructurales locales

[...] otra cosa, se viene en mente como por ejemplo... en este caso tratando de lograr trabajos asociativos, yo creo que se es un dolor de cabeza porque alguien parte proponiendo un trabajo asociativo y va aparecer, se cola, o se va crear otra organización que va a decir, "no, esto nos compete a nosotros, por lo tanto lo vamos a desarrollar nosotros" y el trabajo que inició alguien va a quedar en el tiempo y eso es algo repetitivo, cíclico en la historia de San Pedro, ósea, ha ocurrido una y otra vez, y creo que gran parte se debe algo estructural, vale decir que, ha crecido anárquicamente, ósea es un proceso que ha supeditado que las instituciones del momento se van a relacionar con la..., estoy hablando de institucionalidad pública, se van a relacionar con la gente locales que le den cabida, ósea, que le preste atención. Entonces, en algún momento por ejemplo va a ser una organización indígena, en otro momento va ser el Consejo de Pueblos Atacameños, en otro momento va ser una asociatividad de algún sector del turismo. Entonces, nunca es toda la actividad y creo que hasta que no se trabaje en la creación de una Unidad de Gestión de Destino hasta que no se genere... algo centralizado y validado por todos, que le

dé cabeza, que le dé gobernanza al destino, va ser muy difícil que funcione actividades en donde cómo te digo, no logra, no logran como el consenso de todos los públicos. Entonces, yo creo que es un gran desafío, porque por ejemplo, por eso hacía las preguntas, “¿cuál era el objetivo final que había de esta iniciativa?”, porque uno dice ya... a lo mejor la iniciativa final va proponer a precisamente generar estas formas de poder solucionar, las fechas para que los emprendedores... todos puedan acceder de... de buena forma al mercado, y si el Consejo de Pueblos Atacameños aparece con sus propias propuestas nuevamente empieza el conflicto de en este caso de posicionamiento sobre la iniciativa. Entonces, y eso como te digo ha sido reiterado, reiterado, entonces, yo creo que ahí hay que ponerle un poco de foco de darle estructura a la gestión de destino y a partir de ahí yo creo que ahí se ordena... ahí se va obligatoriamente ordenar porque ahora como en todo... de repente aparece y dice, no nosotros somos el consorcio empresarial representamos la actividad turística y por lo tanto, presentamos esta iniciativa hacía SERNATUR o hay conversaciones con subsecretaria de turismo y después aparece otra organización dice “no, nosotros representamos a todos los tour operadores y nuestra idea es hacer esto” y así hemos estado por años... [...] como te digo.. acá ya tenemos para llenar una biblioteca con tanto material que se ha ido generando de San Pedro, con tanto estudio con tanta intervenciones con tanto insumo pero que no logra cuajar, yo creo que pasivamente se debe a eso, yo creo, que es una cuestión que nos cuesta mucho trabajar asociativamente y mientras no generemos institucionalidad a cargo de la gestión turística, mientras no hagamos definiciones básicas como por ejemplo, qué tipo de turismo finalmente es el que nos va



representa como destino, entonces, difícilmente vamos a lograr el tipo de acciones que podemos o el tipo de actividades que podemos desarrollar por ejemplo cómo podemos limitar el uso de ciertas actividades... me dice uno. Bueno como se clasifica San Pedro, naturalmente es un pucha San Pedro el destino es un destino pintado para un turismo más bien de experiencia turística y de paisaje... y uno dice ya y lo buggy calzan en dentro de este sistema... la experiencia turismo indígena, entonces dice no, como que impide o limitar ese tipo de actividades, chuta no, veámoslo a través de una ordenanza nopo, si no hay una definición del tipo de turismo que se puede desarrollar en San Pedro. Entonces, difícilmente se va poder acotar unilateralmente a través de una ordenanza si se puede o no hacer o en qué lugares se puede hacer. Entonces creo que por ahí va el ejercicio de un poco de lo que se ha hecho un poco en la históricamente en San Pedro o en la comuna y porque tal vez la realidad indica que no avanzamos pu (Entrevistas 2021).

En cuanto a las oportunidades...

¡Sí!, Yo veo que en términos de turismo indígena, las oportunidades parten desde las debilidades, ósea, si se logra trabajar asociativamente el desarrollo de las actividad de tu turismo indígena se va a catalizar enormemente, ósea, si se aborda desde la solución de esa brecha que tiene que ver con el trabajo asociativo yo creo que esto va a cambiar absolutamente, lo otro, nosotros ya contamos con ofertas de servicio turístico que son reconocidos internacionalmente y creo que eso es una tremenda plataforma para enlazar y también entregar el mismo grado de seguridad de servicio a otros

emprendimiento que puedan ser impulsadas [...] Yo creo que ahí tenemos... dos formas de poder ver las potencialidades del territorio, una tiene que ver con el trabajo asociativo que ojalá eso se pueda dar con un trabajo más permanente de personas que hagan el trabajo más permanente en el desarrollo de la actividad turística y por otro lado,... de trabajar estratificadamente para... poder... en este caso saber y contar con una oferta segura en los niveles que uno está y en los niveles que corresponden [...] como te digo esas son las cosas que yo creo nos generaría tremenda oportunidades de realmente diversificar la oferta y de posicionar la oferta en el mercado y también hacer un desarrollo de turismo, de turismo responsable dentro del territorio y con esto a lo mejor redondear la pregunta que, qué tiene que ver que con la potencialidad se va a dar también de que esto no crezca, no crezca desarticuladamente con el ejercicio de la comunidad, yo creo que eso es tremendamente relevante (Entrevistas 2021).

Finalmente, compartimos las principales críticas y molestias que surgieron desde los entrevistados respecto de su evaluación sobre las intervenciones en turismo indígena desarrolladas en ADI Atacama La Grande.

Se señala que gran parte del levantamiento de información sólo queda en carpeta

Lo que pasa es que eso han sido como iniciativas para levantar información que al final todo se queda en eso... (Entrevistas 2021).

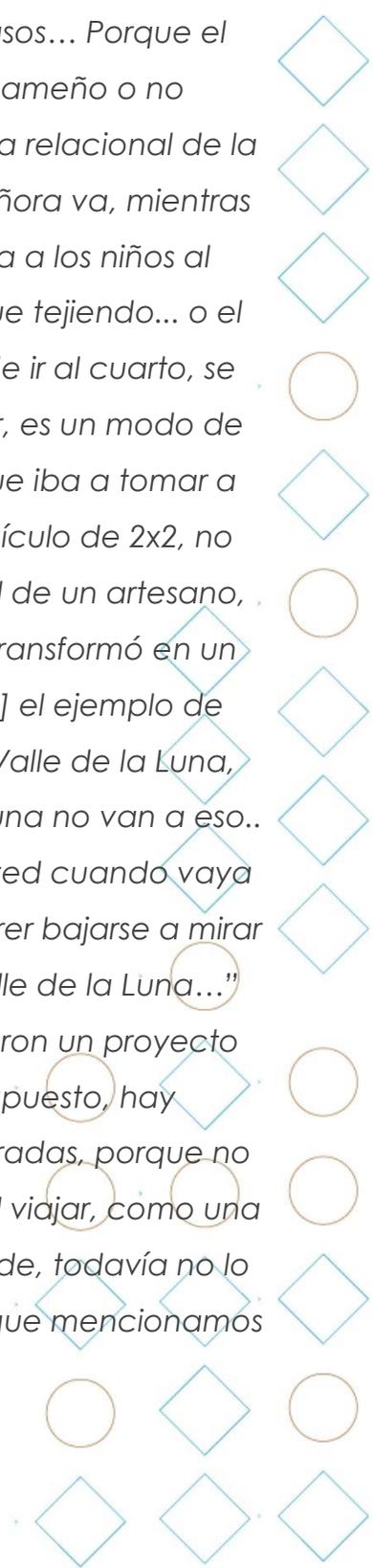
Ausencia de los actores locales en la construcción de la planificación local

[...] Es que sabes lo que pasa, es que yo tengo una opinión bien particular con respecto a todo el tema de servicio. Que todo lo arman primero entre cuatro paredes y después lo vienen como a presentar, como que no hay una retroalimentación y después, por ejemplo, aunque uno haga su apreciación, uno algunas veces dice "no, porque encuentro que le falta esto y todo", finalmente, todos los servicios públicos sin excepción, terminan haciendo lo que ellos habían planificado (Entrevistas 2021).

Esto a su vez tiene implicancias para la materialización de ciertas propuestas, su éxito y su continuidad

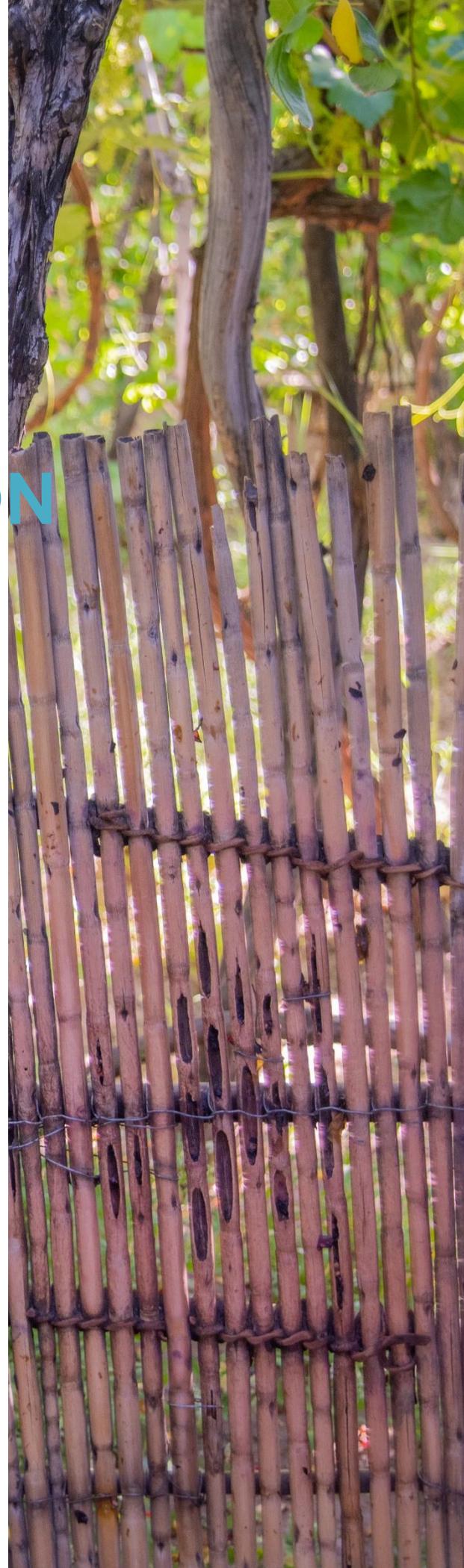
[...] quienes han intervenido de manera directa es el Estado a través de que la relación de estos parques nacionales y... y estos proyectos que ellos inventaron para generar un turismo y mi opinión que son intervenciones que no son acertadas [...] por ejemplo que vi la de Licanhuasi, un fracaso nunca los turistas fueron a eso, esas hotelerías finalmente terminó siendo alojamiento de empresas mineras y de contratistas. El Mercado Artesanal que se gastaron no se cuanta cantidades de millones y millones de pesos, el mercado de artesanos de acá del pueblo que fue una intervención del gobierno tampoco resultó [...] ¿Por qué? Porque no se entiende la naturaleza del turismo originario, no entienden la naturaleza del turismo de intereses especiales. Entonces, alguien en Santiago o algún teórico viene e inventa un proyecto imaginándose en su mente lo que podría ser bueno y

vienen y lo aplican con recursos de todos nosotros, los chilenos y arman estas cosas y al final resultan ser fracasos... Porque el artesano hace artesanía en su casa, atacameño o no atacameño, su trabajo es parte de su dinámica relacional de la familia, si su tallercito está en un rincón, y la señora va, mientras cocina va teje un rato, después vuelve, lleva a los niños al colegio, vuelve y se sienta otra vez más, y sigue tejiendo... o el señor que está tallando en la piedra en vez de ir al cuarto, se queda un ratito tallando, va y vuelve, es decir, es un modo de vivir. Entonces, cuando alguien se imaginó que iba a tomar a ese artesano, y lo iba a instalar ahí en un cubículo de 2x2, no tenía idea de lo que es la dinámica relacional de un artesano, por lo tanto, el proyecto, un fracaso, que se transformó en un terminal de buses, y te puedo mencionar [...] el ejemplo de también el taller artesanal, de artesanos del Valle de la Luna, otro fracaso, porque los turistas al Valle de la Luna no van a eso.. por favor, nadie le preguntó al turista "oiga usted cuando vaya al Valle de la Luna a las 4 de la tarde va a querer bajarse a mirar una feria de artesanos ahí en la garita del Valle de la Luna..." [...] y alguien se la imaginó la cuestión e hicieron un proyecto carísimo ahí, y no resultó, entonces por supuesto, hay intervenciones y han sido extremadamente erradas, porque no se entiende la naturaleza de la experiencia del viajar, como una experiencia de interés especial... no se entiende, todavía no lo entendemos y hacemos esto una cosa de las que mencionamos (Entrevistas 2021).



PARTE 3: CATASTRO Y CARACTERIZACIÓN

Catastro y
caracterización de la
oferta actual de
turismo indígena en
ADI Atacama la
Grande



INTRODUCCIÓN

Una de las acciones principales del proyecto consistió en generar el levantamiento y construcción de las bases para un Sistema de información para el turismo indígena cuyos objetivos eran:

- Identificar y armar un catastro de los emprendimientos y empresas turísticas de contribuyentes atacameños - lickantay,
- Caracterizar los servicios y/o productos relacionados con el turismo indígena local,
- Identificar brechas y líneas de acciones necesarias para este segmento de la oferta turística en la comuna

MARCO TEÓRICO

En el PLADETUR de la comuna de San Pedro de Atacama, aprobado en 2020, se declara como objetivo a largo plazo, lograr a que *el destino turístico de San Pedro de Atacama sea un destino consolidado, sustentable y el fiel reflejo de su identidad territorial, en donde la actividad turística se convierta en una herramienta de empoderamiento y unión social y comunitaria, aportando al bienestar de los habitantes del territorio.*

En el mismo documento, se identificó la necesidad de potenciar los emprendimientos de Turismo Indígena Lickanantay como unas de las acciones ligadas a la estrategia de Diversificación de la experiencia.

En base a las definiciones emitidas por diversos organismos internacionales y nacionales, el equipo de trabajo elaboró para la necesidades del proyecto un marco teórico para poder caracterizar el turismo indígena en la comuna.

De forma más específica, se determinó como definición del turismo indígena atacameño-Lickanantay lo siguiente:

Turismo indígena atacameño-Lickanantay: actividad turística liderada por colectivos o individuos atacameños - Lickanantay, como una actividad que busca poner en valor y proteger el territorio y patrimonio (material e inmaterial) a través de la gestión de su desarrollo responsable y sustentable económica y socialmente. El operador turístico atacameño-Lickanantay es uno de los protagonistas del control y de la planificación del desarrollo sostenible económico, social, educativo del pueblo atacameño o Lickanantay.

Experiencia turística Atacameña-Lickanantay: Experiencia turística diseñada y llevada a cabo por una(s) persona(s) perteneciente del pueblo atacameño o Lickanantay, que son empresarios y/o emprendedores indígenas, la cual pone en valor, protege y le da realce al patrimonio natural y cultural local. Esta actividad se realiza bajo los principios de respeto, sustentabilidad, reciprocidad, complementariedad y autenticidad.

MARCO METODOLÓGICO

BASE DE DATOS

El estudio se realiza bajo los métodos acordados anteriormente con el equipo, utilizando la base de datos de los contribuyentes correspondientes al día del 15 de enero de 2021, del departamento de administración y finanzas de la I. Municipalidad de San Pedro de Atacama y el cruce de datos de la Fundación Cultura y Turismo, complementando el cruce de la base de datos de la asociación ASEMTIAL.

La base de datos inicial cuenta con 911 contribuyentes.

Atributos de la base de datos:

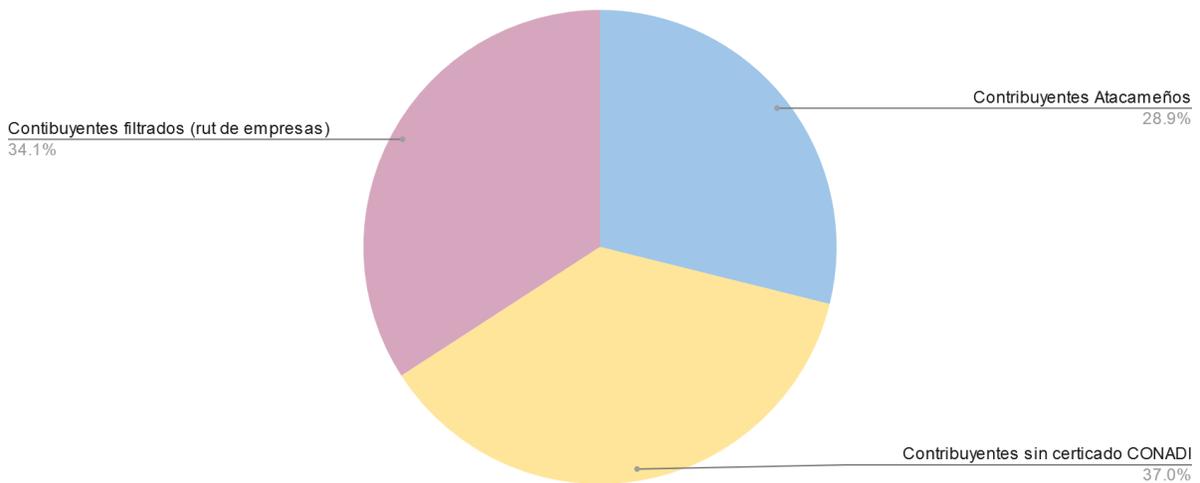
- RUT
- Nombre

- Teléfono celular
- Correo electrónico
- Dirección comercial

Se definen 600 contribuyentes con Rut de persona natural para comenzar la validación de calidad indígena, la cual se realiza a través de la plataforma de la CONADI³, la solicitud para conseguir la base de datos de las personas registradas en CONADI como miembro del pueblo atacameño - Lickanantay en la comuna habiendo sido rechazada por CONADI.

Se comprueba la calidad de indígena atacameña de 263 contribuyentes con su respectivo certificado de calidad indígena atacameña.

Filtros aplicados al registro de contribuyentes



Fuente: Elaboración propia en base a Listado de Contribuyentes de la I. Municipalidad de San Pedro de Atacama

Se contacta a través de vía telefónica y/o correo electrónico a los 263 contribuyentes pre-filtrados los cuales corresponden al 28.9% de la base de datos

³ <https://conadi.oficinainternet1.cl/OficinaInternet2.0/home.aspx?Type=0#>

inicial, logrando obtener 166 respuestas positivas para participar del levantamiento de información.

ENCUESTA

Paralelamente a la creación de la base de datos de contribuyentes con calidad indígena de la comuna, se elaboró la encuesta permitiendo el catastro y la caracterización de los emprendimientos y empresas de turismo indígena, en base a documentos ya existentes, en particular la “*Guía para la evaluación de Experiencias Auténticas de Turismo Indígena en Chile*” incluida en el manual de “*Lineamientos para la comercialización de experiencias auténticas de turismo indígena en Chile*”, publicado en abril 2020 por la Subsecretaría de Turismo y La Asociación Nacional de Turismo Indígena, en colaboración con la Asociación de Turismo Indígena de Canadá (ITAC: Indigenous Tourism Association of Canada).

Tomando en cuenta los limitantes asociados al tiempo de ejecución del proyecto y la contingencia relativa a la crisis sanitaria del Covid 19, el equipo optó por

- Una encuesta en línea (por Google Form)
- Una doble difusión (por correo electrónico y a través de encuestas telefónicas con limpieza posterior de los resultados en caso de identificar respuestas duplicadas)

Finalmente la encuesta se compone de 47 preguntas divididas en 4 categorías (ver anexo 2):

- los datos personales del encuestado,
- los datos de su empresa o emprendimiento,
- una auto-evaluación relativa al concepto de turismo indígena como definido anteriormente,
- una auto-evaluación en término de operaciones,
- una proyección de sus necesidades en distintos ámbitos.

Aplicando filtro excluyente en dos momentos de la encuesta, relativos a las siguientes preguntas:

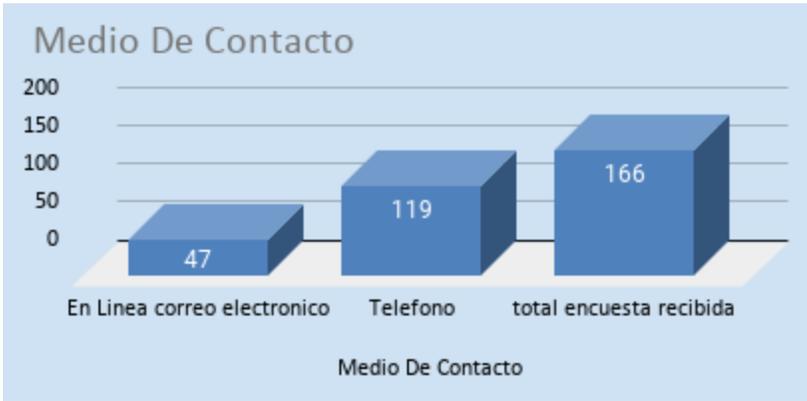
- ¿Su actividad comercial está relacionada con el turismo?
- Considera usted que los servicios y productos turísticos que ofrece su negocio ¿Permiten el intercambio cultural con el visitante?

El despliegue de la encuesta se realizó entre el 20 de enero y el 7 de febrero de 2021, en línea y por teléfono, siendo Rosa Ramos y Francisco Cárdenas las dos personas a cargo de esta tarea. (ver anexo 3)

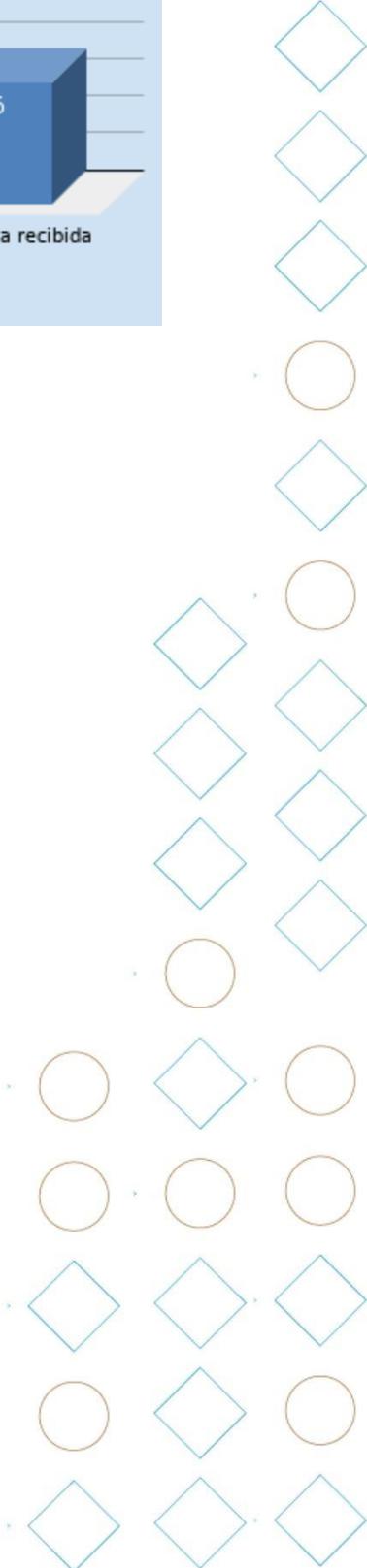
Posteriormente, se efectuó una limpieza de la base de respuesta (para unificar formato, corregir errores de tipeo, eliminar respuestas en doble, etc...) y así generar el informe que se encuentra a continuación.



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



INFORME CUANTITATIVO Y CUALITATIVO DEL CATASTRO Y CARACTERIZACIÓN

- Datos generales de las personas encuestadas,
- Datos relativos a las empresas o emprendimientos con actividad relacionada con el turismo,
- Datos relativos a las empresas o emprendimientos turísticos cuyo dueño declara que permite el intercambio cultural con los visitantes,
- Análisis

DATOS GENERALES DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

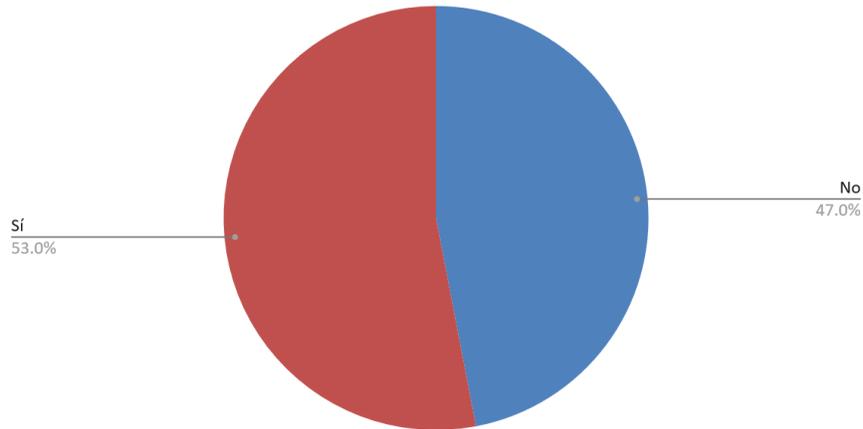
Después de la limpieza de la base de datos, contamos con un total de 166 respuestas a las encuestas telefónicas realizadas entre el 20 de enero de 2021 y el 7 de febrero de 2021.

DATOS PERSONALES

Pertenencia a comunidad indígena

De las 166 personas encuestadas, 53% (correspondiente a 88 personas) declaran pertenecer a alguna de las comunidades indígenas de Atacama la Grande, y 47% declaran no pertenecer a ninguna comunidad.

Recuento de 06: ¿Usted pertenece a alguna comunidad indígena de Atacama la Grande inscrita en CONADI?

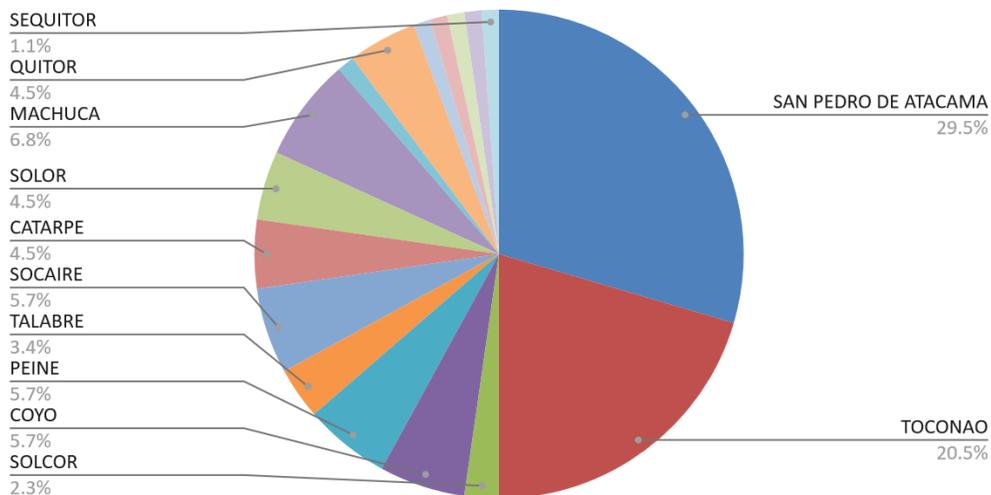


Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

De las 88 personas que declaran pertenecer a alguna comunidad indígena, 29.5% indican pertenecer a la Comunidad de San Pedro de Atacama, 20.5% a la comunidad de Toconao, 6,8% indican pertenecer a la comunidad de Machuca y 5.7% forman parte de la comunidad de Coyo, Peine o Socaire.

Mencionadas pero con un porcentaje inferior a 5%: Catarpe, Solor, Quitar (4.5%), Talabre (3.4%), Solcor (2.3%), Sequitor, Tular, Cucuter, Yaye, Guatin (1.1%).

En caso de haber respondido que sí, pertenece a una comunidad indígena, indica cuál:



Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

DATOS DEL EMPRENDIMIENTO O EMPRESAS

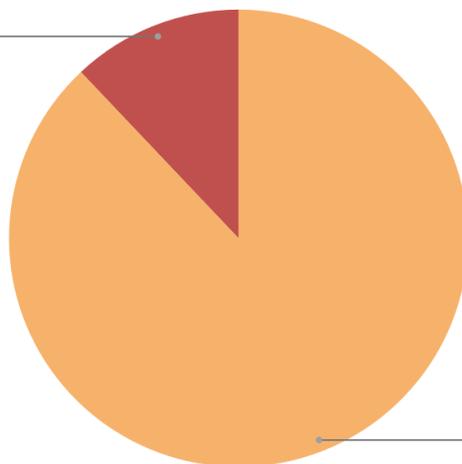
Sector turístico

De las 166 personas encuestadas, 88% declaran que su actividad comercial está relacionada con el sector turístico.

El 12% de las personas que declaran que su actividad comercial no está relacionada con el sector turístico, no participan del resto de la encuesta.

Recuento de 08: ¿Su actividad comercial esta relacionada con el turismo?

No
12.0%



Sí
88.0%

Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

Esta cifra elevada de emprendimientos ligados al turismo refleja la metodología adoptada (base de datos de contribuyentes de la comuna y asociados de la Asociación empresarial de turismo Atacamaña-Lickanantay), pero también el hecho que los demás sectores económicos presentes en la comuna no propician la formalización de emprendimiento particular, que sea la minería (asalariamiento) o las actividades agrícolas y ganaderas.

DATOS RELATIVOS A LAS EMPRESAS O EMPRENDIMIENTOS CON ACTIVIDAD RELACIONADA CON EL TURISMO

De las 166 personas encuestadas, 20 personas no tienen una actividad comercial relacionada con el turismo. Por lo tanto, las siguientes respuestas están en base a las 146 personas que declaran que sí, tienen actividad relacionada con el sector turístico.

Actividad principal

Las 146 personas encuestadas que tienen una actividad comercial relacionada con el turismo, se reparten de la siguiente manera:

39% declaran como actividad principal la actividad de alojamiento,

17.1% realizan actividades de creación y/o venta de artesanía, o preparación y/o venta de alimentación y bebida,

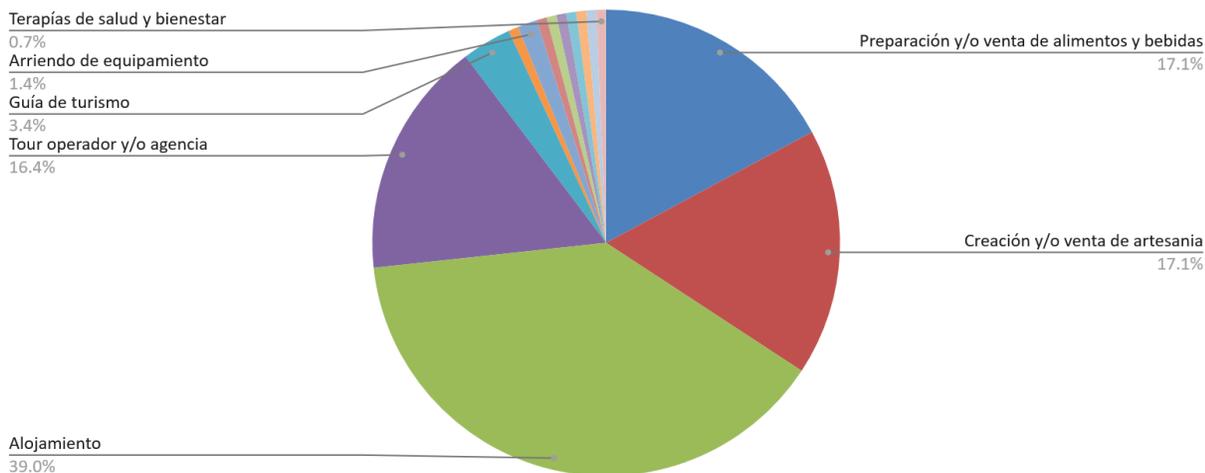
16.4% tienen una agencia o son tour operadores,

3.4% son guías de turismo,

1.4% se dedican al arriendo de equipamientos,

0,7% mencionaron como actividad principal Terapias de salud y bienestar, Producción de eventos, Danza Andina, Grupo musical, Arriendo de locales comerciales, Transporte de turistas o Librería con pertinencia atacameña, vulcanización.

Recuento de 09: ¿Cual es su actividad principal?



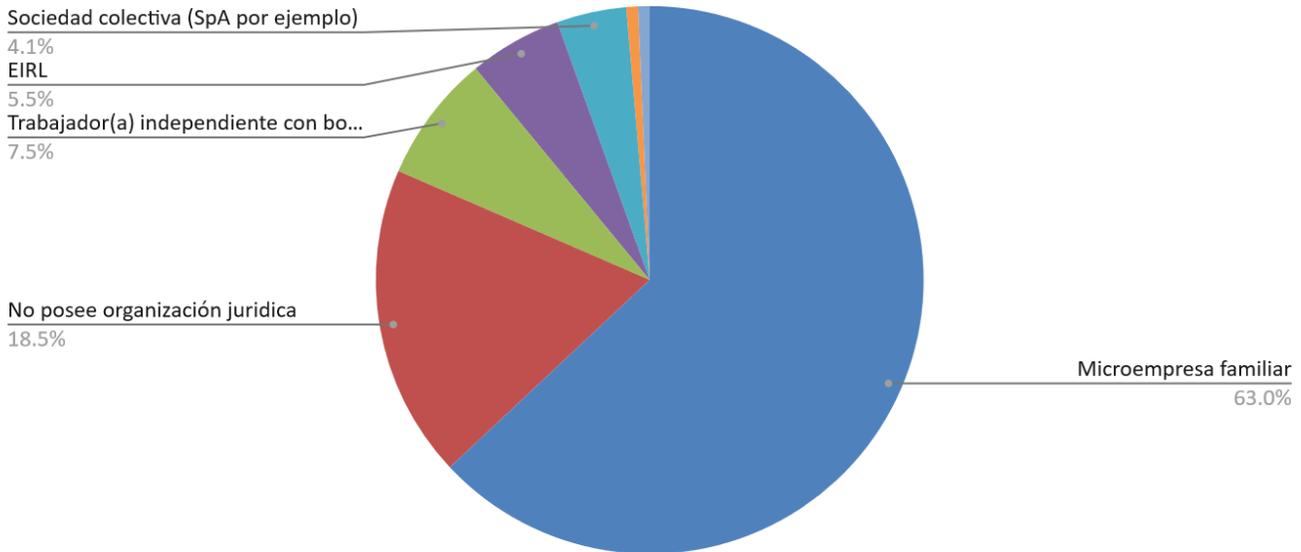
Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

El hecho de que la mayoría de los emprendimientos turísticos atacameño-Lickanantay estén relacionados con actividades de alojamiento refleja la ventaja de la propiedad de un bien inmueble en el desarrollo de dicha actividad, y por lo tanto la transformación de una casa habitacional en fuente de ingreso económico.

Figura administrativa

De las 146 personas encuestadas que tienen una actividad comercial relacionada con el turismo, 63% tienen una microempresa familiar, 18.5% no poseen organización jurídica, 7.5% son trabajadores independientes (persona natural con iniciación de actividad en segunda categoría), 5.5% tienen un EIRL, 4.1% tienen una sociedad colectiva, y 0.7% tienen una empresa con responsabilidad Ltda o sociedad de hecho.

Recuento de 10: ¿Cuál es la figura administrativa de su empresa o emprendimiento?



Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

Fuente de financiamiento

De las 146 personas encuestadas que declaran tener una actividad comercial relacionada con el turismo,

70.5% financiaron su emprendimiento únicamente con fondos propios, 10.3% con fondos personales y el apoyo de banca(s) comercial(es), 4.1% con fondos personales y el apoyo de al menos un programa de gobierno o privado, 3.4% con fondos personales y préstamo(s) particulares.

4.1% financiaron su emprendimiento únicamente a través de banca(s) comercial(es).

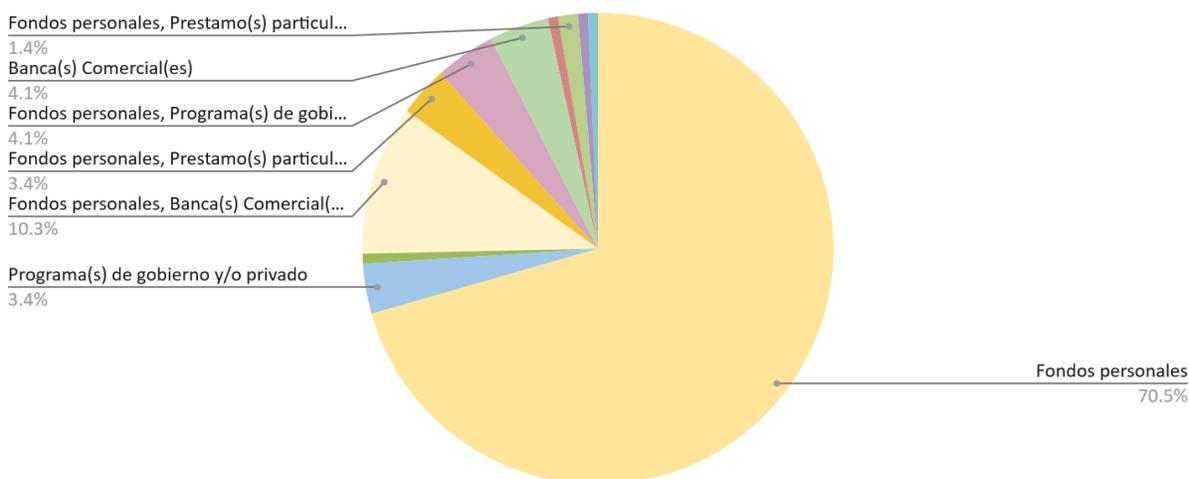


y 3.4% financiaron su emprendimiento únicamente a través de un programa de gobierno y/o privado.

4,2% consiguieron un financiamiento mixto sin involucrar fondos propios.



Recuento de 11: Para la puesta en marcha de su emprendimiento en turismo ¿Cuál fue su fuente de financiamiento?



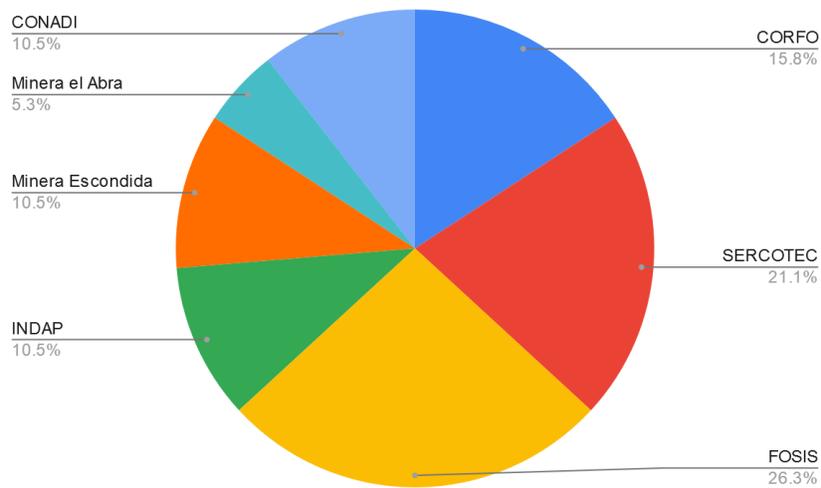
Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama



15 personas declararon haber financiado integralmente o parcialmente la puesta en marcha de su emprendimiento turístico a través de al menos un programa de gobierno y/o privado.

26.3% de estas 15 personas mencionaron el programa Fosis, 21.1% SERCOTEC, 15.8% CORFO, 10.5% la minera Escondida, CONADI o INDAP y 5.3% la minera El Abra.

El hecho de que solo 10.27% de las personas encuestadas tuvieron acceso a programas de gobierno y/o privados, nos indica una brecha en cuanto al acceso a estos programas.

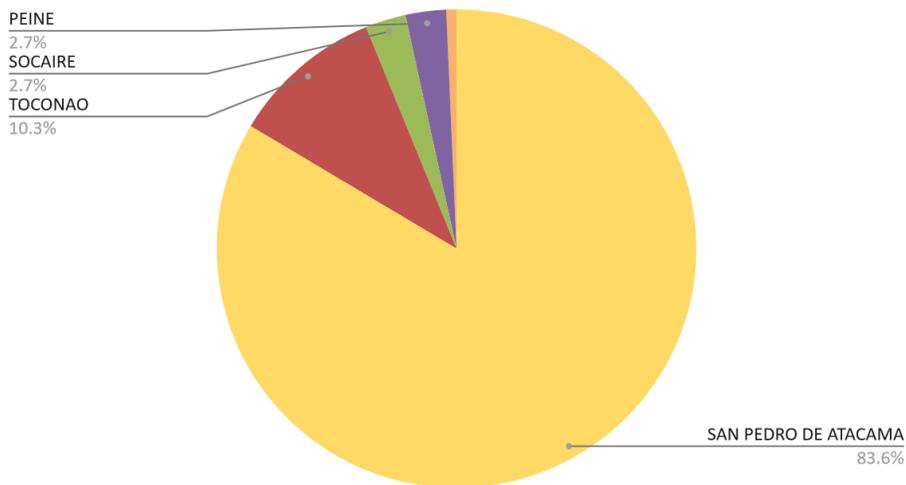


Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

Localidad

De las 146 personas encuestadas que tienen una actividad comercial relacionada con el turismo, 83.6% declaran la dirección de su emprendimiento en la localidad de San Pedro de Atacama, 10.3% la localidad de Toconao, 2.7% la localidad de Socaire o la de Peine, 0.7% la localidad de Talabre.

Recuento de 17: LOCALIDAD



Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

La concentración de las actividades turísticas en la localidad de San Pedro de Atacama se relaciona con su alto nivel de conectividades con las ciudades de Calama y Antofagasta y con las facilidades urbanas tales como telecomunicaciones, posibilidad de asociatividades, servicios públicos, además de la promoción turística enfocada en el nombre del pueblo.

Actividad principal por localidad

4 personas declaran la dirección de su emprendimiento en la localidad de **Socaire:**

- 2 se dedican a la preparación y/o venta de alimentos,
- 2 son alojamientos.

4 personas declaran la dirección de su emprendimiento en la localidad de **Peine:**

- 1 se dedica a la preparación y/o venta de alimentos,
- 1 se dedica a la creación y/o venta de artesanía,
- 1 es un alojamiento,
- 1 es una agencia o tour operador.

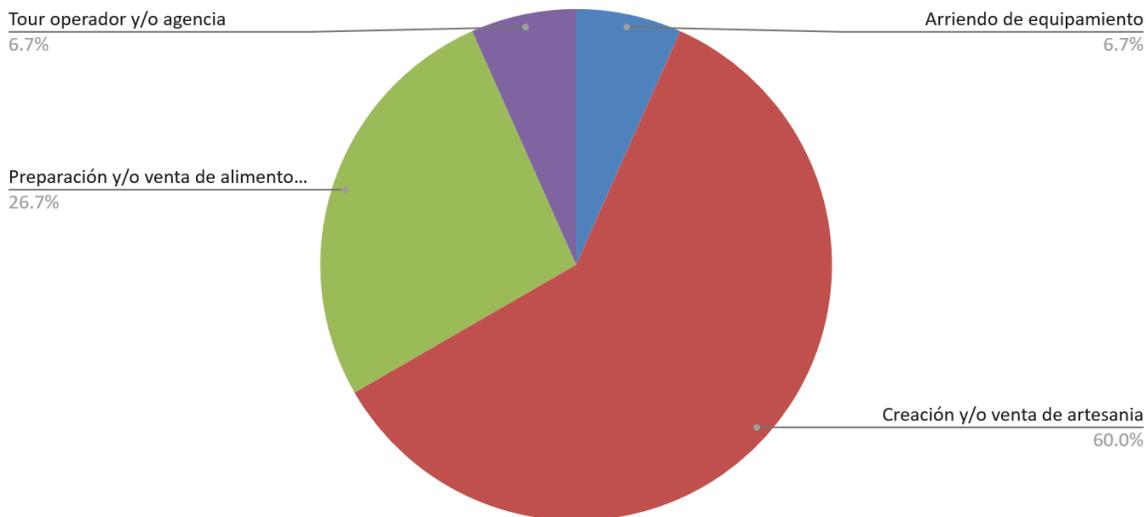
1 persona declara la dirección de su emprendimiento en la localidad de **Talabre** y es agencia o tour operador.

15 personas declaran la dirección de su emprendimiento en la localidad de **Toconao:**

- 9 se dedican a la creación y/o venta de artesanía,
- 4 se dedican a la preparación y/o venta de alimentos,
- 1 es agencia o tour operador,

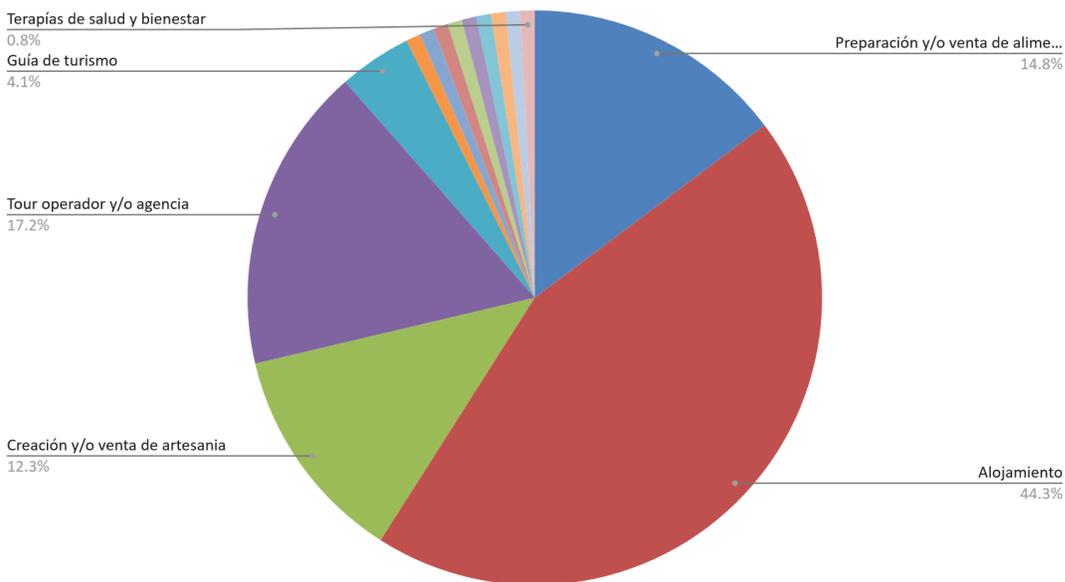
- 1 tiene un negocio de arriendo de equipamientos.

Actividad principal por localidad: TOCONAO



Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

Actividad principal por localidad: SAN PEDRO DE ATACAMA



Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

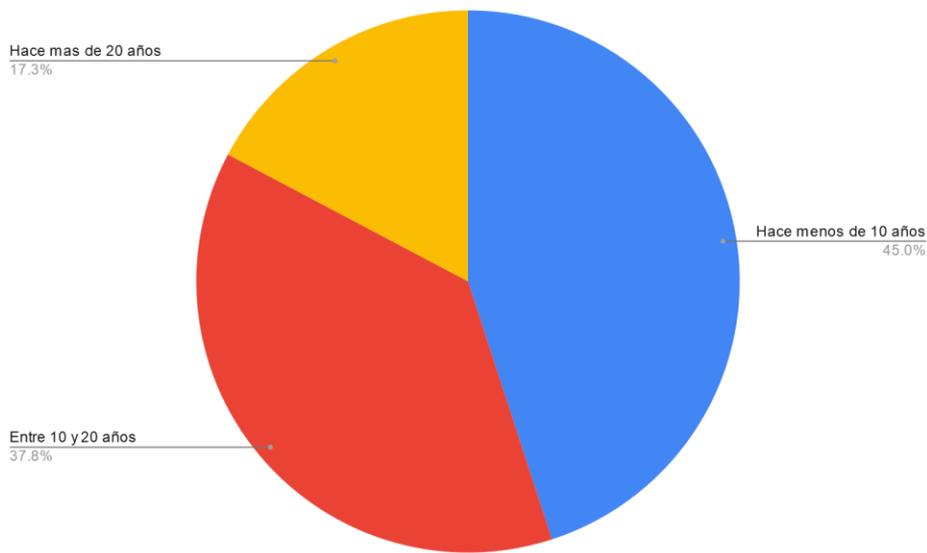
122 declaran la dirección de su emprendimiento en la localidad de **San Pedro de Atacama:**

- 54 de estas empresas o emprendimientos son alojamientos,
- 21 son agencias o tour operadores,
- 18 se dedican a la preparación y/o venta de alimentos,
- 15 se dedican a la creación y/o venta de artesanía,
- 5 son guías de turismo,
- 1 se dedica a las Terapias de salud y bienestar,
- 1 a la Producción de eventos,
- 1 a la Danza Andina,
- 1 es un Grupo musical,
- 1 se dedica al Arriendo de locales comerciales,
- 1 tiene un negocio de arriendo de equipamientos,
- 1 realiza Transporte de turistas,
- 1 es una Librería con pertinencia atacameña y
- 1 tiene un negocio de vulcanización.

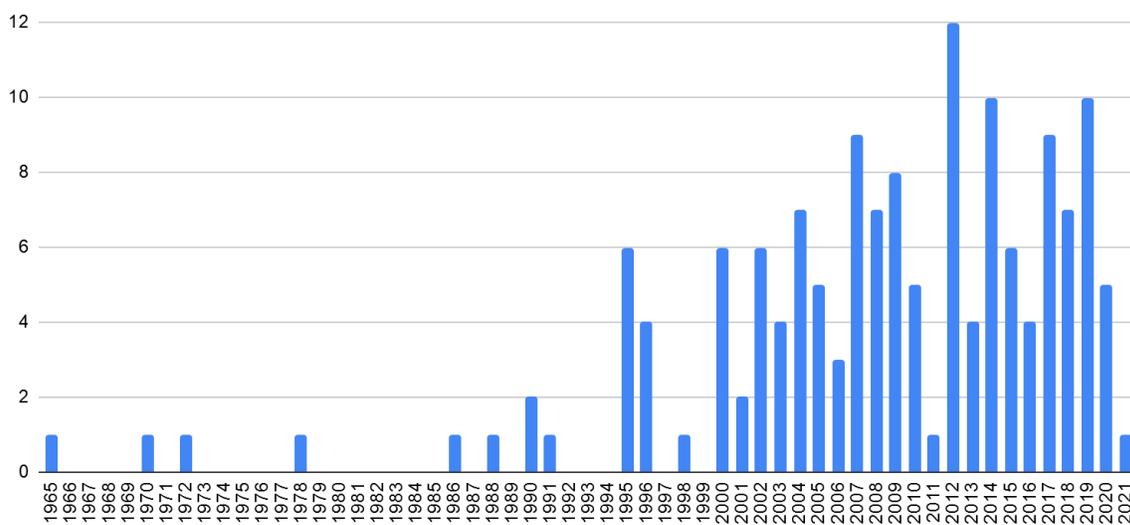
Año de inicio de actividad

De las 146 personas encuestadas con una actividad comercial relacionada con el turismo, 45% iniciaron su actividad durante la última década, 37.8% entre 10 y 20 años, y 17.3% iniciaron su actividad hace más de 20 años.





Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama



Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

Se nota un aumento de las iniciaciones de actividad con el inicio de los 2000, pero con una notable excepción en 1995 y 1996.

Estas informaciones concuerdan con todos los estudios en esta materia que relatan que el inicio del turismo “moderno” en San Pedro de Atacama se dio en los años 90, con el término de la dictadura militar, la instalación del hotel Explora

durante la misma década y posteriormente el pavimento de la ruta 23-CH entre Calama y San Pedro de Atacama.

Correos electrónicos y páginas web

De las 146 personas encuestadas con una actividad comercial relacionada con el turismo, 65% indican un correo electrónico, mientras que 35% no cuentan con este medio de comunicación.

Por otra parte, 26% registran una página web dedicada a su actividad comercial, 74% no registran ninguna página o sitio web.

Estos datos revelan la brecha digital que existe en la comuna, siendo zona mayoritariamente rural con poca conexión, pero también intergeneracional.

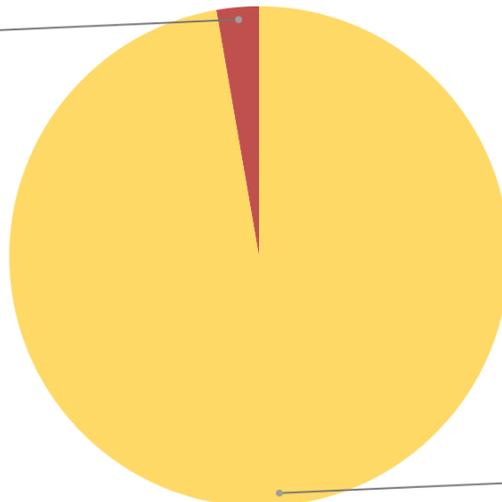
Intercambio cultural con los visitantes

De las 146 personas encuestadas que declaran una actividad comercial relacionada con el turismo, 97.3% indican que su actividad permite el intercambio cultural con los visitantes, mientras que 2.7% estiman que su actividad no permite un intercambio cultural.



Recuento de 22 : Considera usted que los servicios y productos turísticos que ofrece su negocio ¿Permiten el intercambio cultural c...

No
2.7%



Sí
97.3%

Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

El intercambio cultural con el visitante es una de las características definidas por el equipo de trabajo en base a las definiciones emitidas por diversos organismos.

DATOS RELATIVOS A LAS EMPRESAS O EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS CUYO DUEÑO DECLARA QUE PERMITE EL INTERCAMBIO CULTURAL CON LOS VISITANTES

De las 146 personas encuestadas con una actividad comercial relacionada con el turismo, 4 personas consideran que su actividad no permite el intercambio cultural con los visitantes. Por lo tanto, **las siguientes respuestas están en base a las 142 personas que consideran que sí, su actividad permite el intercambio cultural con los visitantes.**

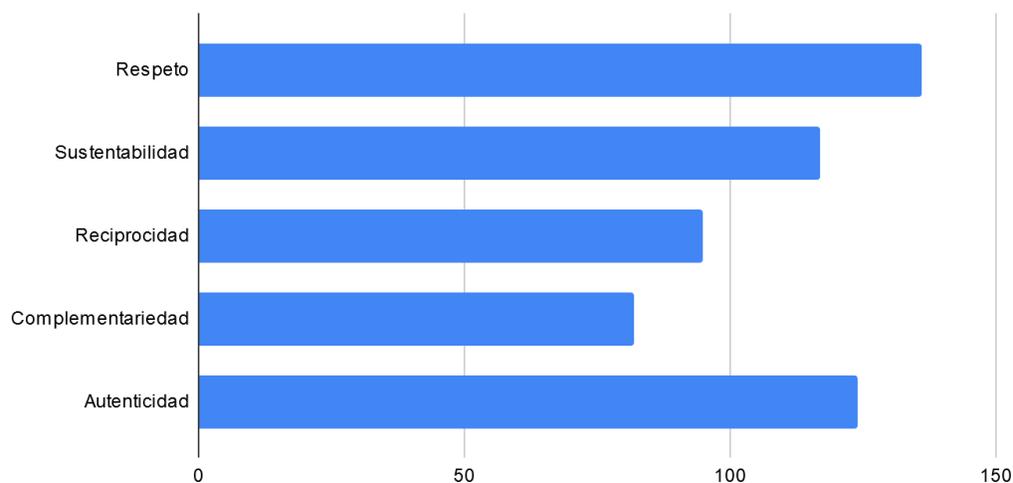
AUTO-EVALUACIÓN RELATIVA A TURISMO INDIGENA

Principios asociados a las actividades turísticas

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, todos se identifican con al menos uno de los principios que el grupo de trabajo había elegido como característico del turismo indígena.

136 mencionaron el "respeto", 124 la "autenticidad", 117 la "sustentabilidad", 95 la "reciprocidad" y 82 la "complementariedad".

¿Considera usted que su actividad se realiza bajo los principios de:



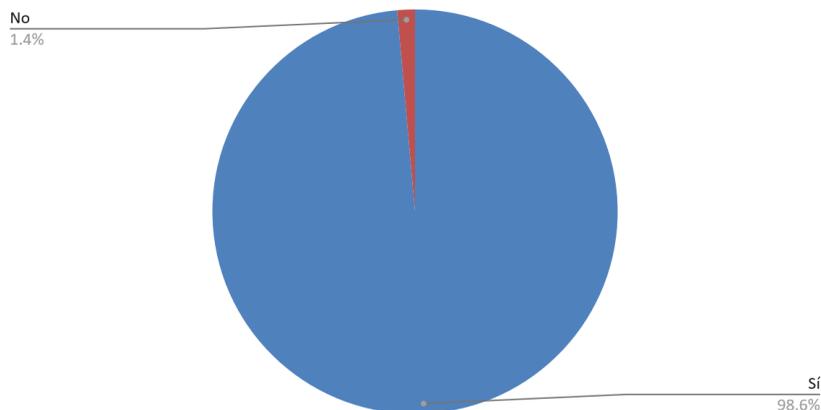
Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

Valorización y respeto de la cultura indígena

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, 98.6% declaran considerar que su

negocio favorece la valorización y el respeto de la cultura indígena, mientras 1.4% consideran que no.

Recuento de 24: Considera que su negocio turístico ¿Favorece la valorización y respeto de la cultura indígena?

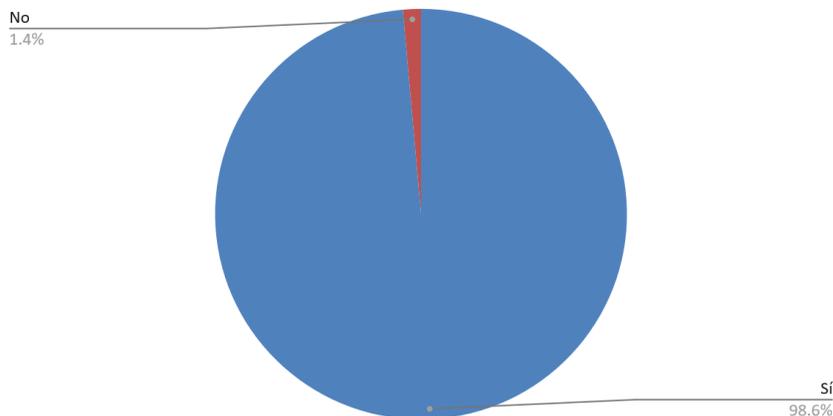


Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

Protección del territorio y de los recursos naturales

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, 98.6% declaran considerar que su negocio educa a favor de la protección del territorio y de los recursos naturales, mientras 1.4% consideran que no.

Recuento de 25: Considera que su negocio turístico ¿Educa a favor de la protección del territorio y de los recursos naturales?



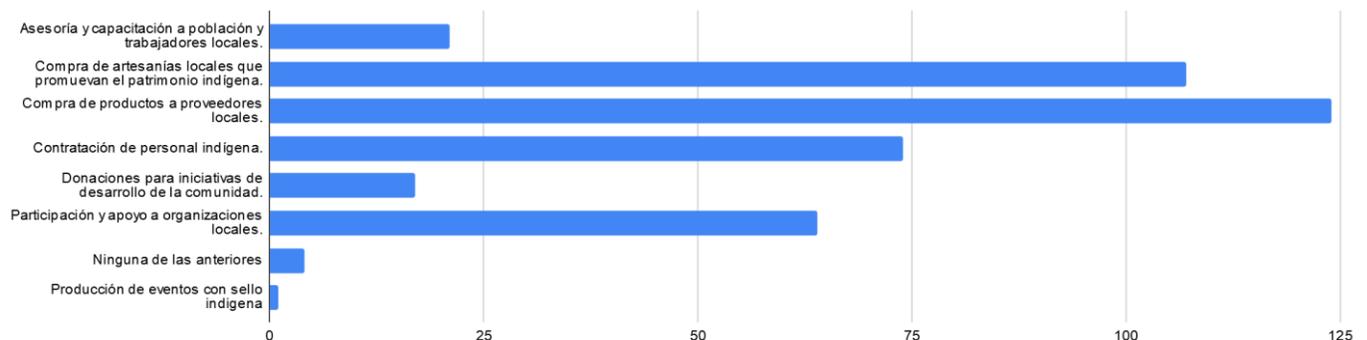
Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

Impacto positivo en la cultura y la economía de la comunidad indígena

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, 138 indican realizar al menos unas de las siguientes acciones para generar un impacto positivo en la cultura y la economía de la comunidad indígena:

- 124 realizan compras de productos a proveedores locales
- 107 realizan compras de artesanías locales que promuevan el patrimonio indígena,
- 74 contratan a personal indígena
- 64 participan y apoyan a organizaciones locales
- 21 realizan asesoría y capacitación a población y trabajadores locales
- 17 realizan donaciones para iniciativas de desarrollo de la comunidad
- 1 produce eventos con sello indígena.
- 4 declaran no realizar ninguna de actividades relacionadas con este aspecto.

Su negocio de turismo indígena ¿genera un impacto positivo en la cultura y la economía de la comunidad indígena? Marque las acciones que usted realiza:



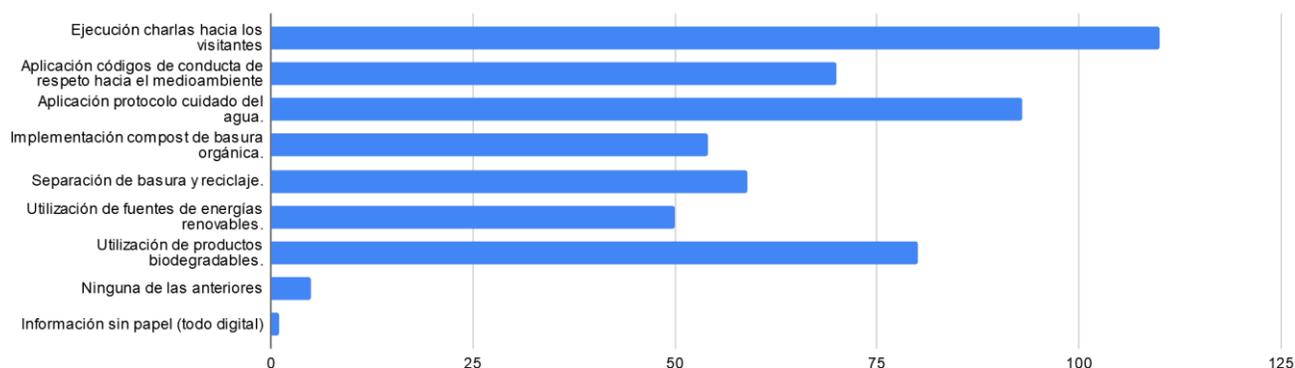
Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

Reducción de los impactos negativos de su negocio

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, 137 indican realizar al menos unas de las siguientes acciones para reducir los impactos negativos en la vida diaria de la comunidad y el medio ambiente:

- 110 ejecutan charlas hacia los visitantes sobre el buen vivir, el cuidado al medioambiente y lo importante que es para el pueblo indígena y la comunidad
- 93 aplican un protocolo de cuidado del agua
- 80 utilizan productos biodegradables
- 70 aplican códigos de conducta de respeto hacia el medioambiente
- 59 separan las basuras para el reciclaje
- 54 utilizan un compost para la materia orgánica
- 50 utilizan fuentes de energías renovables
- 1 declara no utilizar ninguna forma de papel o folletería para entregar información.
- 5 declaran no realizar ninguna de actividades relacionadas con este aspecto.

¿Cómo se reducen los impactos negativos de su negocio en la vida diaria de la comunidad y el medio ambiente? Marque todas las actividades que realiza.

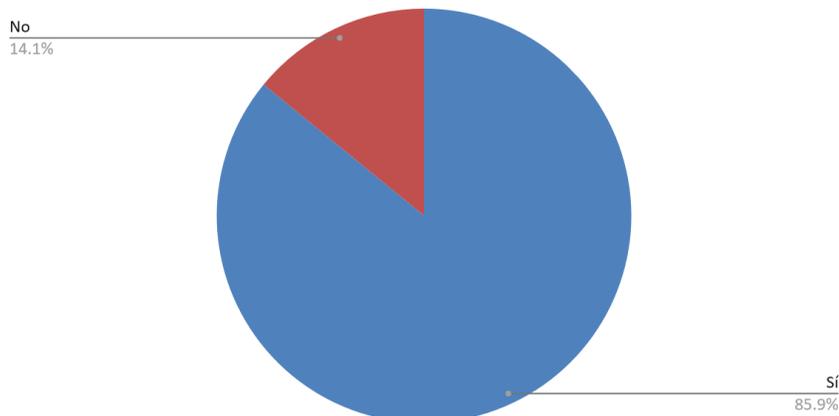


Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

Información a los visitantes

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, 85.9% declaran entregar informaciones o instructivo a los visitantes sobre lo que se considera aceptable y respetuoso mientras están en el destino y en la comunidad. 14.1% declaran no entregar información relacionada con este asunto.

Recuento de 28: ¿Se les proporciona a los visitantes una información o instructivo de lo que se considera un comportamiento aceptable...



Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

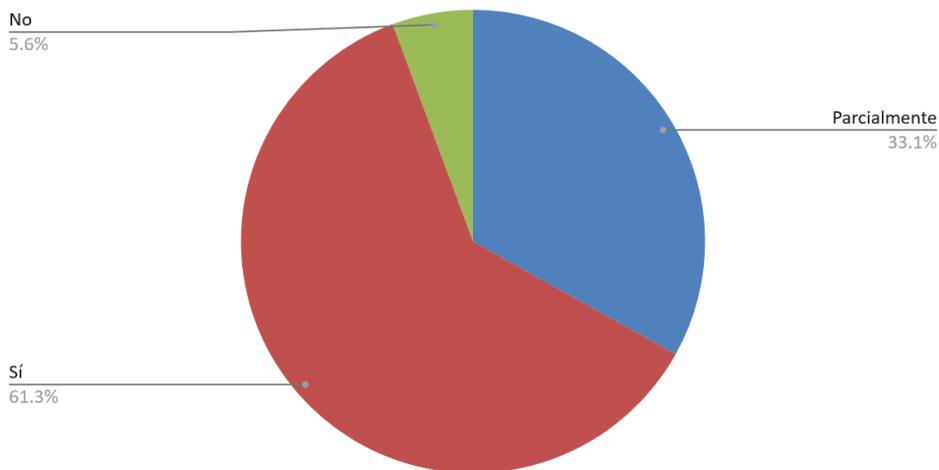
Personal perteneciente a la comunidad indígena

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, 61.3% declaran que los trabajadores, que reciben y tienen contacto con los visitantes son miembros del pueblo Atacameño-Lickanantay.

33.1% declaran que algunos miembros de los trabajadores, que reciben y tienen contacto con los visitantes son miembros del pueblo Atacameño-Lickanantay.

5.6% declaran que ningunos de los trabajadores, que reciben y tienen contacto con los visitantes son miembros del pueblo Atacameño-Lickanantay

Recuento de 29: Los trabajadores de su empresa, que reciben y tienen contacto con los visitantes, ¿son miembros del pueblo Ataca...



Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

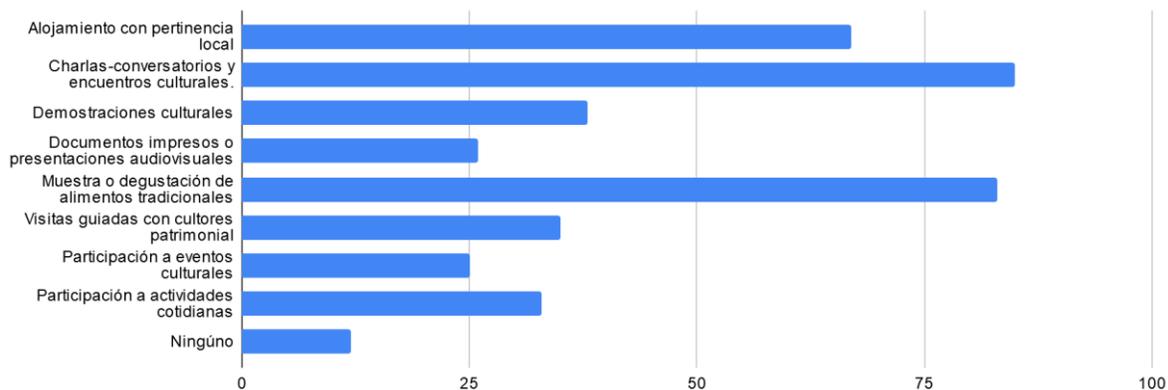
Actividades/productos culturales

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, 130 indican incluir al menos uno de las siguientes actividades o productos culturales:

- 85 mencionan la charlas-conversatorios y encuentros culturales,
- 83 mencionan las muestras o degustación de alimentos tradicionales
- 67 declaran proponer un alojamiento con pertinencia local
- 38 realizan demostraciones culturales
- 35 realizan visitas guiadas con cultores patrimonial
- 33 proponen a los visitantes participar de actividades cotidianas
- 26 entregan documentos impresos o presentaciones audiovisuales
- 25 proponen a los visitantes participar a eventos culturales

- 12 personas declaran no integrar ninguna de las actividades o productos relacionados.

¿Cuáles de las siguientes actividades/productos culturales ha incluido en su experiencia turística indígena?



Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

El hecho de que 12 personas (8,45%) declaran no integrar ninguna de las actividades o productos relacionados con la cultura atacameña-Lickanantay en sus servicios o productos turísticos genera una discrepancia con el hecho de que 100% de las personas que responden a esta pregunta habían declarado anteriormente que su actividad permite el intercambio cultural con los visitantes. Nos permite tal vez identificar acá divergentes puntos de vista en relación con el concepto de “intercambio cultural” o con la definición de “turismo indígena” que se determinó para este proyecto.

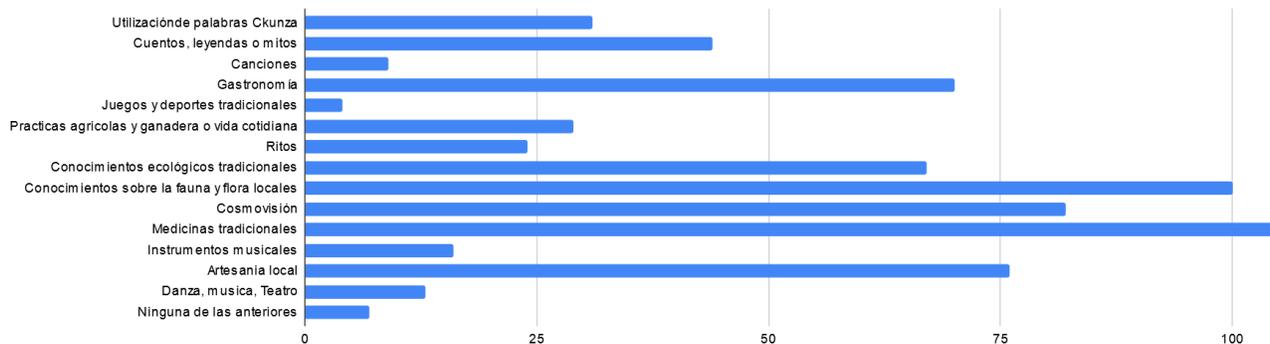
Aspectos de la cultura atacameña-Lickanantay

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, 135 indican incluir al menos uno de los aspectos culturales atacameño-Lickanantay en sus servicios o productos:

- 105 > Medicinas tradicionales

- 100 > Conocimientos sobre la fauna y flora locales
- 82 > Cosmovisión
- 76 > Artesanía local
- 70 > Gastronomía
- 67 > Conocimientos ecológicos tradicionales
- 44 > Cuentos, leyendas o mitos
- 31 > Utilización, traducción, explicación de palabras Ckunza
- 29 > Prácticas agrícolas y ganadera o vida cotidiana
- 24 > Ritos
- 16 > Instrumentos musicales
- 13 > Danza, música, Teatro
- 9 > Canciones
- 4 > Juegos y deportes tradicionales
- 7 (4,93%) declaran no incorporar ninguno de estos aspectos culturales atacameño - Lickanantay en sus servicios o productos.

¿Cuáles de estos ámbitos de la cultura atacameña-Lickanantay tiene incorporado a su oferta turística?



Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

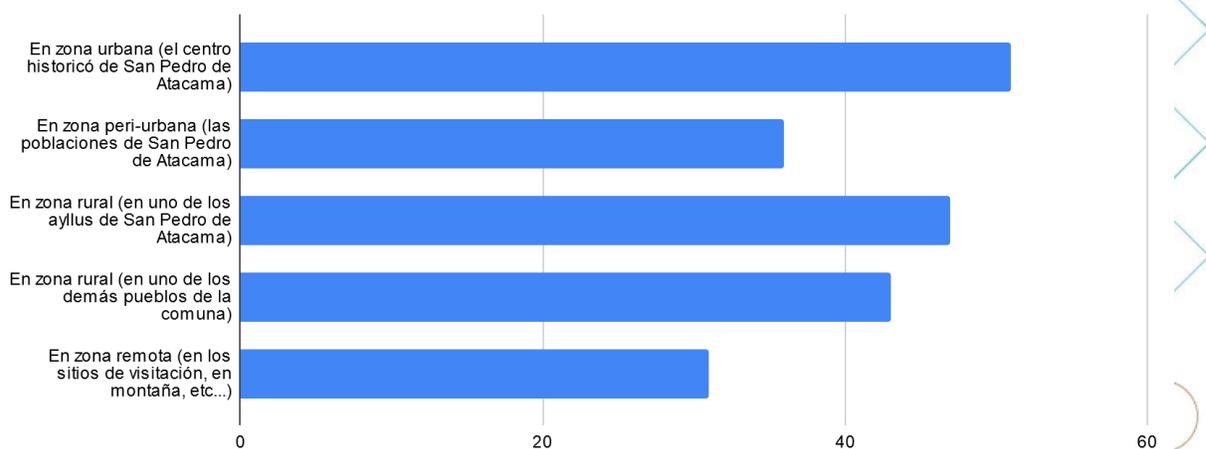
OPERACIONES

Lugar de realización de las actividades turísticas

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes:

51 declaran realizar sus actividades en zona urbana (el centro histórico de San Pedro de Atacama), 47 en zona rural (en uno de los ayllus de San Pedro de Atacama), 43 en zona rural (en uno de los demás pueblos de la comuna), 36 en zona peri-urbana (las poblaciones de San Pedro de Atacama), 31 en zona remota (en los sitios de visitación, en montaña, etc...).

¿Dónde realiza sus actividades turísticas?



Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

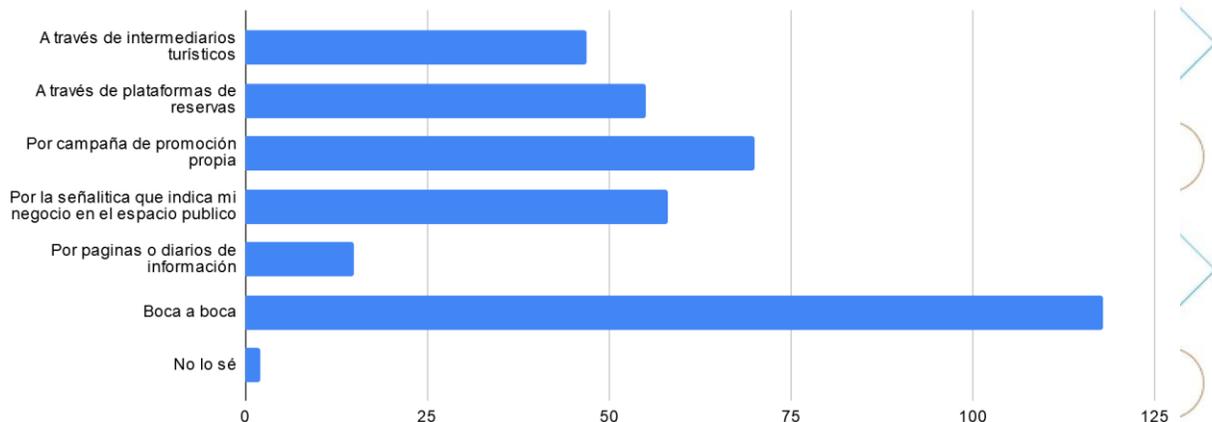
Comunicación y marketing

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes,

- 118 declaran captar clientes por el boca a boca
- 70 por campaña de promoción propia
- 58 Por la señalética que indica el negocio en el espacio público

- 55 A través de plataformas de reservas
- 47 A través de intermediarios turísticos
- 15 Por páginas informativas o diarios de información
- 2 declaran no saber cómo sus clientes se enteran de sus productos o servicios.

Hasta ahora, ¿cómo sus clientes se enteraban de sus productos o servicios turísticos?



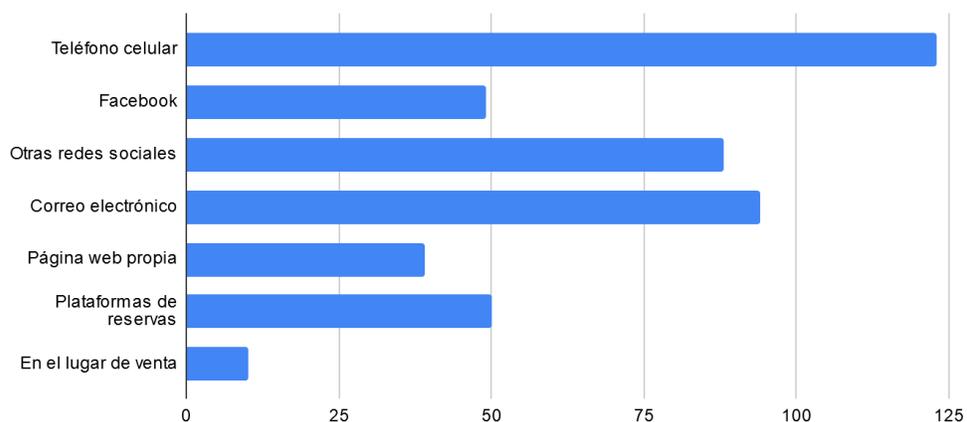
Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

Canales de información y reserva

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes,

- 137 declaran que sus eventuales clientes pueden solicitar información o reservar a través de las redes sociales de su empresa o emprendimiento
- 123 a través de llamada telefónica a celular
- 94 por correo electrónico
- 50 a través de las plataformas de reservas
- 39 en la página web de la empresa
- 10 en el lugar mismo de la venta

Indique la forma en que sus clientes pueden actualmente solicitar información y reservar con su empresa



Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

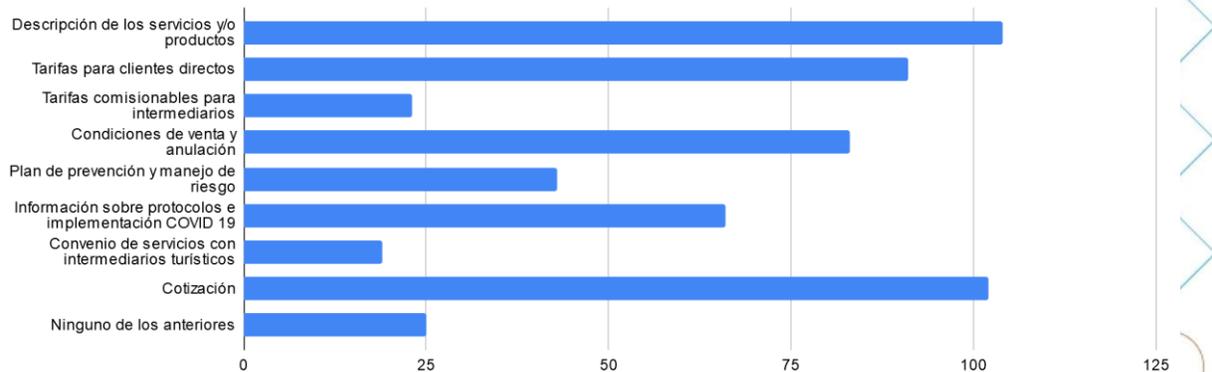
Informaciones disponibles

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, 117 están en capacidad de transmitir al menos una de las informaciones siguientes por correo electrónico:

- 104 > Descripción de los servicios y/o productos
- 102 > Cotización
- 91 > Tarifas para clientes directos
- 83 > Condiciones de venta y anulación
- 66 > Información sobre protocolos e implementación COVID 19
- 43 > Plan de prevención y manejo de riesgo
- 23 > Tarifas comisionables para intermediarios
- 19 > Convenio de servicios con intermediarios turísticos

25 personas (17.61%) declaran no estar en capacidad de transmitir por correo electrónico ninguna de las informaciones antes mencionadas.

En caso de que un potencial cliente solicita informaciones ¿que informaciones esta en capacidad de transmitir por correo electrónico?



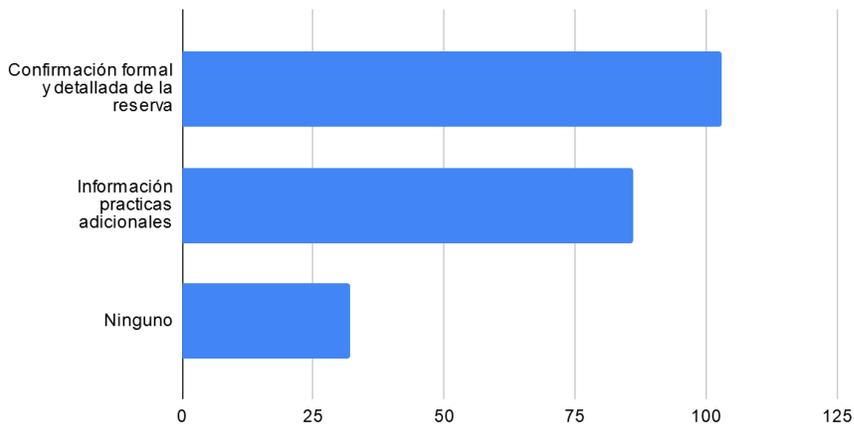
Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

Informaciones disponibles para confirmar de reserva

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, al momento de confirmar una reserva, 110 declaran estar en capacidad de transmitir por correo electrónico, al menos una de las siguientes informaciones:

- 103 > Confirmación formal y detallada de la reserva
- 86 > Información prácticas adicionales
- 32 declaran no estar en capacidad de transmitir por correo electrónico ninguna de las informaciones antes mencionadas.

En caso de que un potencial cliente desea reservar ¿que informaciones esta en capacidad de transmitir por correo ele...



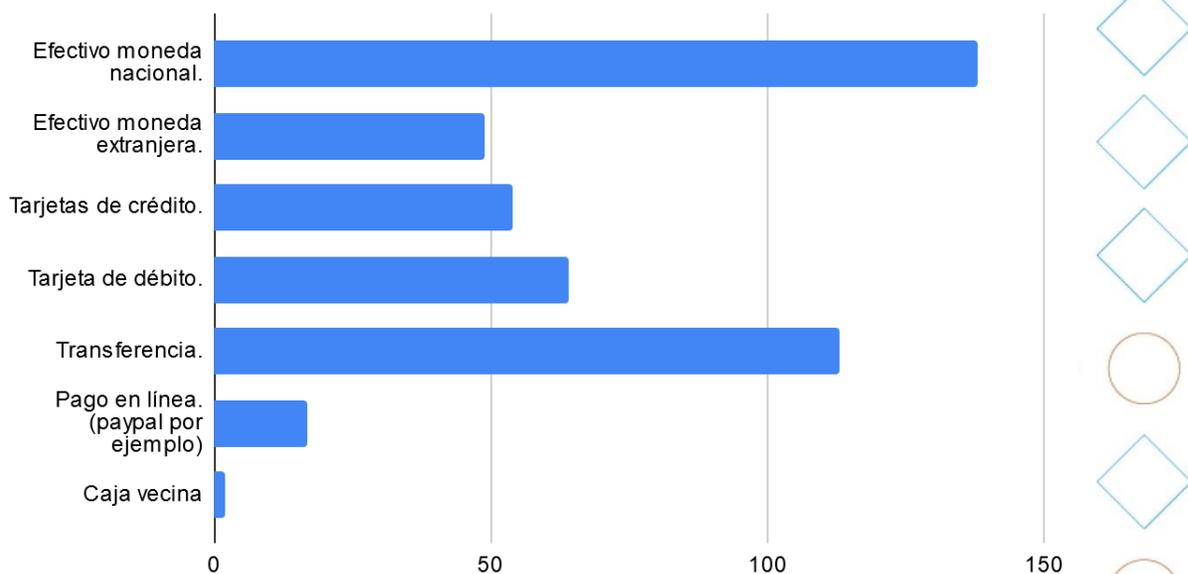
Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

Medios de pago

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, 138 declaran poder recibir pagos en efectivo moneda nacional, 113 pagos por transferencia, 64 pagos por tarjeta de débito, 54 pagos por tarjeta de crédito, 49 pagos en efectivo moneda extranjera, 17 pagos en líneas, y 2 pagos en caja vecina.



¿Qué medio de pago utiliza actualmente?



Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

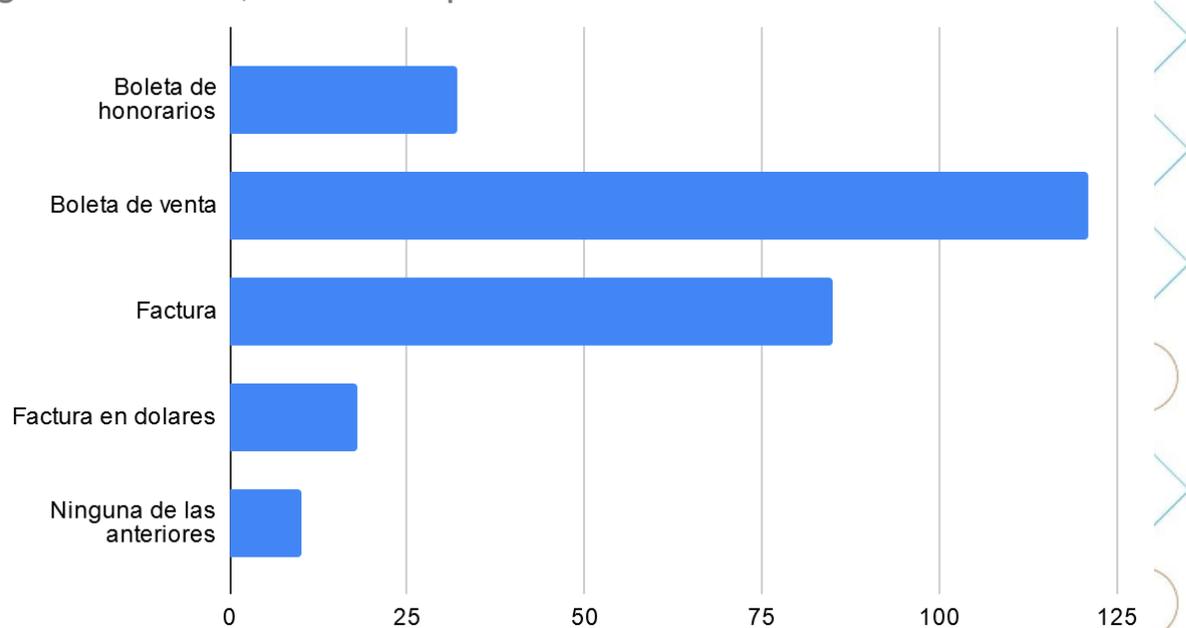
Boletas y facturas

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, 132 declaran estar en capacidad de emitir al menos uno de los siguientes documentos:

- 121 > Boleta de venta
- 85 > Factura
- 32 > Boletas de honorarios
- 18 > Facturas en dólares

10 personas declaran no estar en capacidad de emitir ninguno de los documentos mencionados anteriormente.

¿Actualmente, esta en capacidad de emitir:



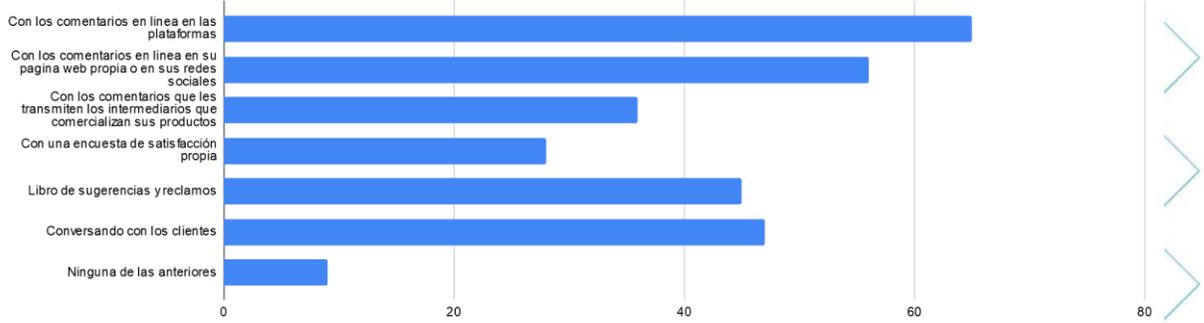
Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

Evaluación de satisfacción

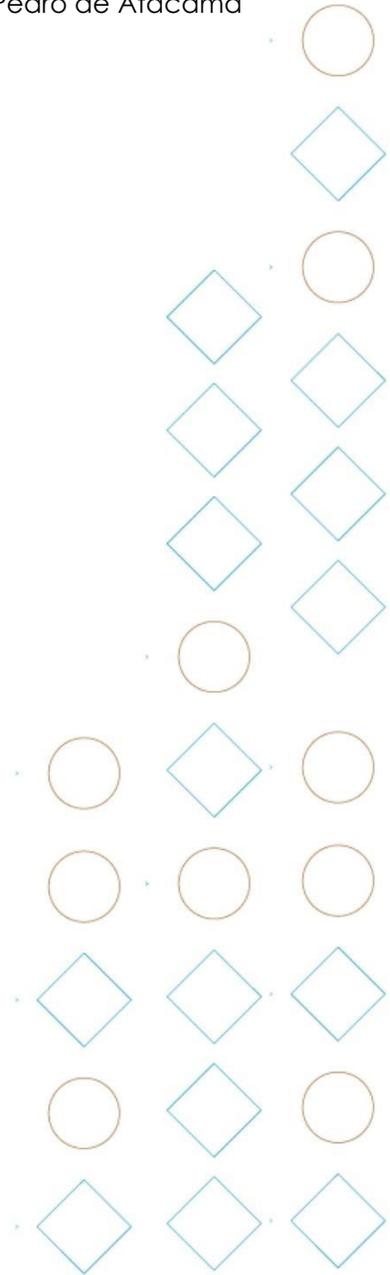
De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, 133 tienen un método de evaluación de la satisfacción de sus clientes:

- 65 se refieren a los comentarios en línea en las plataformas
- 56 a los comentarios en línea en su página web propia o en sus redes sociales
- 47 reciben comentarios conversando con los clientes
- 45 han implementado un libro de sugerencias y reclamos
- 36 se refieren a los comentarios que les transmiten los intermediarios que comercializan sus productos
- 28 han implementado una encuesta de satisfacción propia
- 9 no tienen método de evaluación de la satisfacción de sus clientes.

¿Actualmente, como evaluá la satisfacción de los visitantes?



Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama



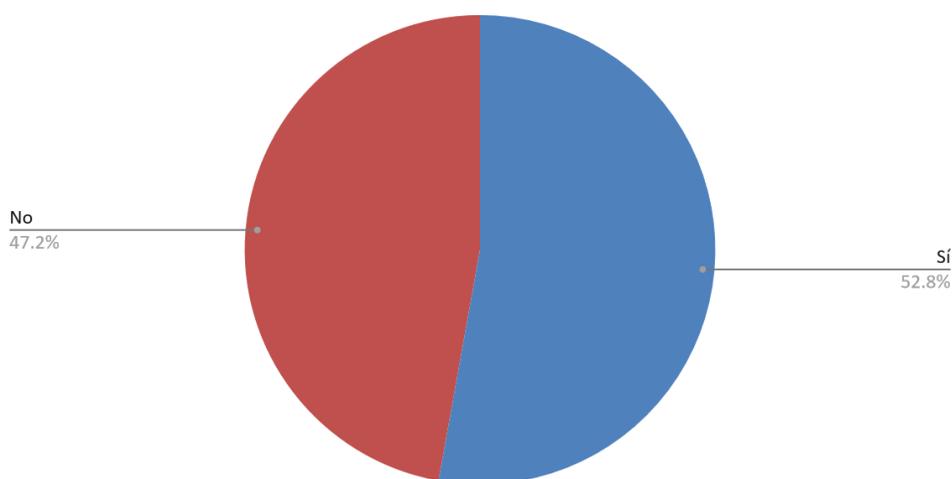
PROYECCIONES DE ASESORAMIENTO Y CAPACITACIONES

Primeros auxilios

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, 52.8% declaran que cuenta con personal capacitado en primeros auxilios.

47.7% declaran no contar con personal capacitado en primeros auxilios.

Recuento de 40: ¿Cuenta su empresa con personal capacitado en primeros auxilios?



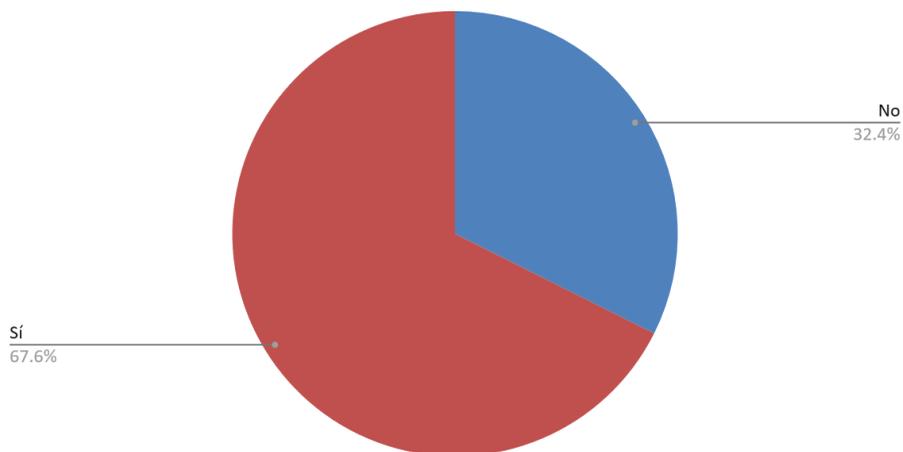
Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

Protocolos e implementación COVID 19

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, 67.6% declaran que cuenta con protocolos propios e implementación relacionados con Covid 19.

32.4% declaran no contar con protocolos e implementación relacionados con Covid 19.

Recuento de 41: ¿Cuenta su empresa con protocolos propios e implementación relacionados con COVID 19?



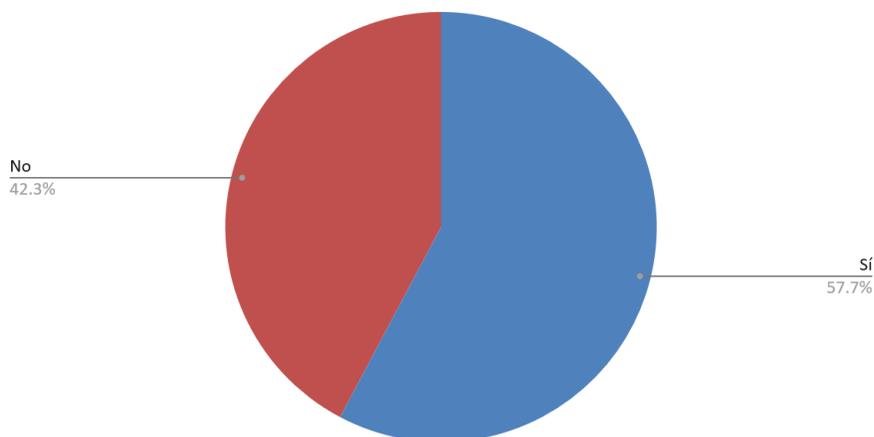
Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

Plan de prevención y manejo de riesgos

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, 57.7% declaran que cuenta con un plan de prevención y manejo de riesgos.

42.3% declaran no contar con este documento.

Recuento de 42: ¿Cuenta su empresa con plan de prevención y manejo de riesgos?



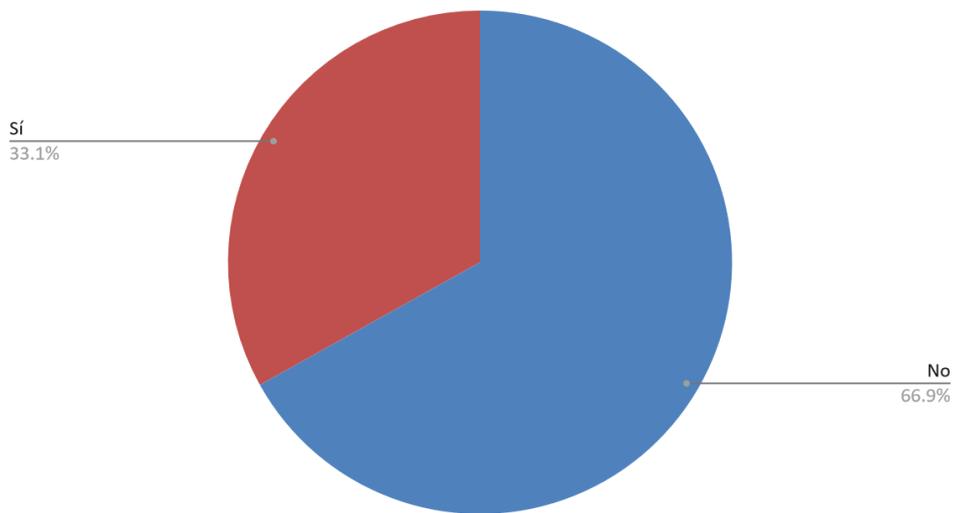
Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

Página web propia

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, 33.1% declaran que cuenta con una página web propia.

66.9% declaran no contar con página web propia.

Recuento de 43: ¿Cuenta su empresa con pagina web propia?



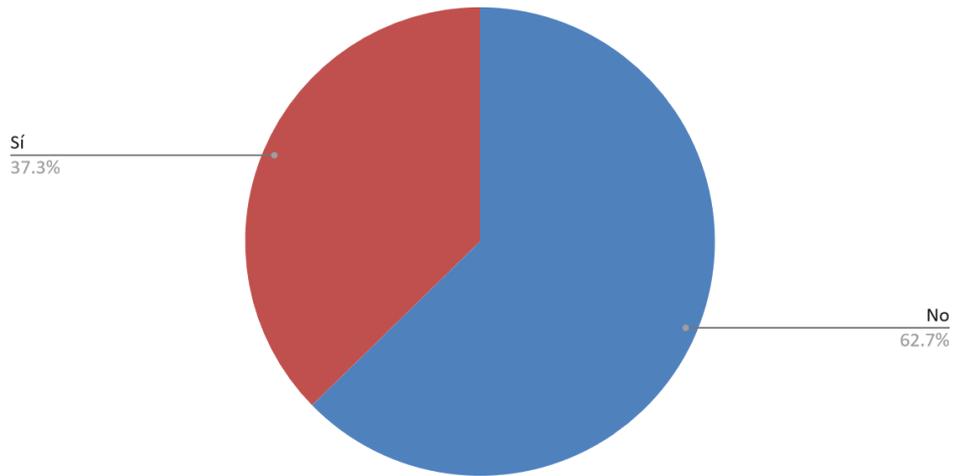
Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

Material audiovisual

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, 37.3% declaran contar con material audiovisual de alta resolución de sus servicios o productos.

62.7% declaran no contar con este tipo de material audiovisual.

Recuento de 44: ¿Cuenta su empresa con material audiovisual de alta resolución (fotos y/o videos) de sus servicios o productos?



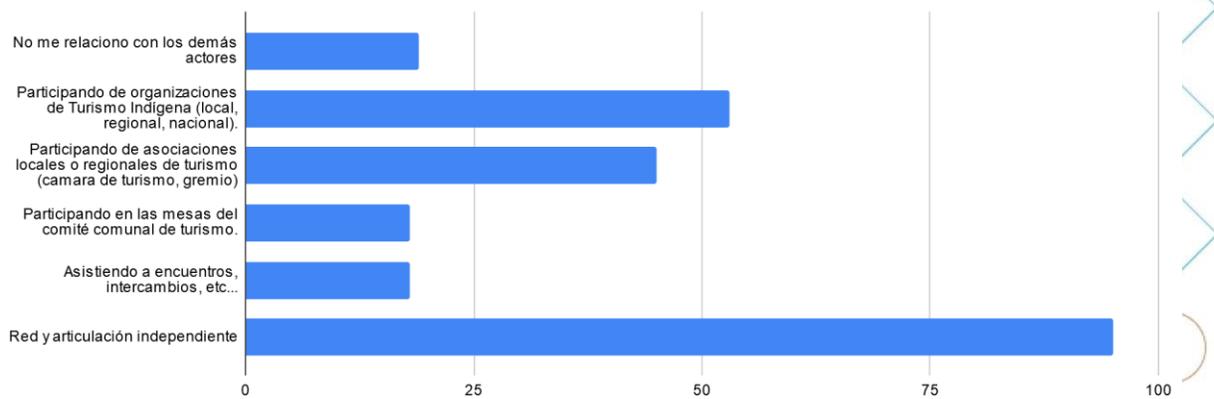
Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

Intermediarios turísticos

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, 137 declaran desear relacionarse con intermediarios turísticos:

- 123 con Intermediarios locales
- 114 con Intermediarios internacionales
- 109 con Intermediarios nacionales
- 99 con Intermediarios regionales
- 5 personas declaran no desear relacionarse con intermediarios turísticos.

¿Cómo se relaciona usted con los demás actores del sector turístico de la comuna?



Fuente: Unidad Técnica de Turismo Municipal de San Pedro de Atacama

Capacitaciones

De las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes, 141 declaran desear capacitarse o capacitar a su personal en al menos una de las siguientes temáticas:

- 120 > Marketing digital y promoción
- 120 > Postulación a fondos o proyectos
- 118 > Idioma (inglés, francés, portugués)
- 116 > Calidad de servicio y hospitalidad al cliente
- 112 > Primeros auxilios y Seguridad de los turistas
- 97 > Operaciones sustentables
- 92 > Técnicas de interpretación y diálogo intercultural
- 88 > Gestión de reservas y seguimiento efectivo
- 79 > Elaboración de experiencias turísticas

Además de las temáticas por elegir en la encuesta, surgieron otras temáticas:

- 12 > Administración
- 9 > Microsoft Office

OBSERVACIONES Y COMENTARIOS DE PARTE DEL EQUIPO DE TRABAJO

Rosa Ramos y Francisco Cárdenas, ambos emprendedores atacameño - Lickanantay en la comuna y ambos miembros de la Asociación empresarial de turismo indígena atacameño - Lickanantay (Asemtial) realizaron el despliegue de las encuestas telefónicas y transmiten a continuación sus observaciones y comentarios en base a las numerosas conversaciones que surgieron en el marco de la realización de las encuestas y que, por el formato mismo de la herramienta, no pudieron quedar plasmadas en los resultados detallados anteriormente.

SOBRE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Recursos humanos

1.1. Se visualiza un vacío importante en una serie de conocimientos turísticos básicos y esenciales para que los emprendimientos sean exitosas y sustentables al interior de las comunidades indígenas, como calidad de servicio, idiomas extranjeros; inglés, portugués, francés, administración, salud y seguridad, desarrollo de productos, administración del medio ambiente y el fomento, como los nuevos protocolos de Covid-19.

1.2 Falta de acompañamiento, contención a las personas mayores de edad, la salud de las personas, en bienestar físico, mental y social, son aspectos importantes a considerar para un buen complemento del servicio entregado, la habilidad para resolver conflictos y situaciones repentinas con un cliente o de su servicio dependerá de su preparación y orientación, que le permita desenvolverse en su escenario, se puede contar con buena infraestructura pero los emprendedores en algunos casos son mayores de edad y su salud les complica poder actualizarse, hacer trámites y gestionar proyectos, mediaciones, además solo usan teléfono fijo y no revisan correo electrónico.

1.3. Escasa capacitación y asesoramiento para emprendedores atacameños en área de calidad de servicios y competencias laborales, incluyendo el idioma que limita mayormente su potencial laboral en un número de actividades, por ejemplo, como asesores turísticos, la aplicación de tecnologías sustentables, guías turísticos especializados y administradores de los sitios turísticos culturales y de sus propios negocios. Una articulación seria con el establecimiento educacional del liceo C-30 Lickan Antai, en las áreas de agricultura y turismo dando enfoque importante en cualquier iniciativa de turismo indígena debe ser la formación de líderes entre los jóvenes Atacameños, Para que así los jóvenes indígenas puedan ocupar espacios y cargos administrativos relevantes para apoyar al turismo indígena-.

1.4. Existe la necesidad de enfocar lineamientos de marketing más efectivos e integrados para el destino en su conjunto. En particular hay necesidad de mejorar el marketing la visibilidad y potenciar el del turismo indígena Atacameño, resaltando las experiencias, infraestructuras tradicionales y productos únicos para obtener un reconocimiento más alto y un turismo de calidad no de cantidad, la creación y promoción en marketing – posicionamiento de la “Marca Atacameña” o “sello Indígena”

Prácticas sustentables

2.1. La falta de infraestructura básica como alcantarillado, escasez de agua, manejo de residuos, y otras infraestructuras esenciales, como la conectividad en algunos sectores de San Pedro y en las comunidades más remotas, impide que los emprendimientos en turismo puedan enfrentar múltiples problemas relacionados a la operación. Capacitación y apoyo son necesarios para hacer frente a estas deficiencias, es necesario cubrir esta brecha para apoyar el mejor funcionamiento y la integración para que puedan ser partícipes en el mercado

local todos los emprendimientos sin importar la distancia con respecto al centro del pueblo.

2.2. Debilidad en conocimiento tecnológicos y sobre el uso de energías renovables, técnicas de producción más limpias y prácticas de bajo impacto ambiental en la operación la conservación del agua y de la energía y el manejo de desechos de forma responsable de las empresas turísticas. Esto es atribuible de forma en general a las empresas, no particularmente para las empresas indígenas. Si bien existe actualmente un punto limpio en la localidad de San Pedro de Atacama, hasta el momento existe poca difusión y comunicados por correo o llamada de teléfono sobre la iniciativa, para anunciar la posibilidad de contribuir con el medio ambiente a través de reciclaje, con horarios y criterios para su reciclaje, la mayoría de los contribuyentes desconocían de este nuevo proyecto, el departamento de Medio Ambiente municipal debe implementar más puntos limpios, más socialización de la importancia de manejo de residuos en especial a los negocios que producen mayor cantidad de desechos y reutilización de aguas grises en los diferentes pueblos.

Conectividad

3.1 Principalmente en las zonas rurales de los pueblos de la comuna, se visualiza una gran debilidad, quedando en desventaja por la distancia que encarece la oferta, sin contar además con conectividad eficiente. La falta de apoyo gubernamental para poner en el mismo nivel de competitividad sus servicios, la falta de promoción y digitalización afecta a los emprendimientos indígenas, se visualiza por parte de los entrevistados una notable falta de asesoramiento técnico y de desarrollo tecnológico, como marketing, capacitaciones y otras herramientas necesarias en el día de hoy para el desarrollo óptimo del emprendimiento, se debe gestionar para la comuna mejor conectividad para que tenga la cobertura necesaria para acceder a un manejo adecuado de las redes, acompañado de apoyo de manejo de herramientas tecnológicas y para el caso que el emprendedor no desee involucrarse o tiene limitaciones que no le

permiten sumarse, considerarlas y atender con otra modalidad para que nadie quede excluido y se pueda integrar en el mercado de servicios turísticos indígenas.

3.2 Las complejidades geográficas como la distancia entre un pueblo y otro, suman el alto costo de los servicios básicos (Luz, agua) y transporte, los de bienes de consumo diario, la materia prima para abastecer sus servicios no se encuentran a mano, se requiere viajar a San Pedro o Calama en su defecto, a diferencia de los emprendimientos mayoritarios que se encuentran en mismo San Pedro, no tiene necesariamente ese alto costo, no se considera la inversión de tiempo, energía y costo que sin duda encarece sus productos quedando en desventaja frente a las ofertas de menor costo, se propone gestionar rutas turísticas articuladas para el turismo indígena, donde se involucren a los emprendimientos de las otras localidades como Machuca, Río Grande, Peine, etc. servicios adecuados para la experiencia de las ofertas de turismo indígena.

En este punto también el emprendedor artesanal presenta mucha desventaja con respecto a su competencia en la poca valorización del Producto Artesanal local y agrícola.

3.3 El desconocimiento y falta de información de los emprendedores, con respecto a políticas de apoyo al fortalecimiento económico de parte de instituciones públicas y privadas, debido a la falta de conectividad y asesoramiento técnico en terreno, visitar a los emprendedores para evaluar sus estado operativo y levantar proyectos apropiados para la coherencia de lo que necesita en emprendedor para alcanzar un estándar que le permita competir con el mercado turísticos de la comuna, esto también permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales, patrimoniales y ambientales. Es importante la consideración de los organismos públicos como CONADI, SERCOTEC, SERNATUR, CORFO, etc. desarrollen proyectos específicos para turismo indígena.

SOBRE LA RECEPCIÓN DEL PROYECTO

Hemos podido percibir que la encuesta fue recibida muy favorablemente por parte de los contribuyentes atacameños, donde enfatiza principalmente la necesidad de poder canalizar la situación actual de sus emprendimientos, las ventajas y desventajas con respecto a su competencia, y donde también se hace una fuerte crítica a las autoridades pertinentes del rubro turístico, se hace énfasis principalmente a la alta informalidad comercial como un gran problema que afecta e impacta la calidad de la oferta turística (competencia desleal, bajos precios, mala calidad del servicio).

De acuerdo a lo expresado por los emprendedores contactados, también se hace relevante mencionar la escasa fiscalización con respecto a los servicios turísticos.

también se visualiza por parte de los encuestados, poca alianza inter institucionales públicas-privadas y comunitarias en apoyo al desarrollo del turismo Indígena, etnoturismo, y turismo rural.

A continuación, compartimos algunos factores relevantes entregados por los participantes encuestados que identificamos frente a la realidad actual de los contribuyentes indígenas de la comuna.

Se detectaron diferentes opiniones desde los contribuyes atacameños, donde se considera que estas informaciones debieran ser parte de iniciativas de proyectos que sean coherentes a las realidades que se necesita para los emprendimientos; como desarrollar vínculos comerciales, la capacidad de desarrollar un enfoque más estratégico. Esto permite asegurar que los valores más importantes para el turismo indígena sean considerados en el momento de analizar e invertir por las características del lugar y los productos que deben ser valorados de mejor manera con un sello de calidad indígena a nivel nacional.

El turismo indígena se debe mirar como algo más que una actividad económica, si se considera su importancia sólo por el crecimiento económico, es inevitable

que muchos valores y actores locales podrían verse comprometidos, pues el turismo y las ganancias generadas de ello a menudo acaban dividiendo y generando una competencia desleal entre los servicios, que van en desmedro de las experiencias que oferta cada uno, e incentivando al turista a optar por un servicio de menor calidad más por el valor monetario, que por la experiencia y calidad de servicios que se ofrece, sin mencionar que el patrimonio y el paisaje “único en el mundo” quedan en un segundo plano por ofertas de menor calidad y servicios más económicos.

Si bien existe un notable interés e inversión de parte de las instituciones de gobierno y sectores privados en Chile por identificar oportunidades y limitaciones para el desarrollo y la innovación en la industria del turismo, considerando que el objetivo general de esta nueva política nacional es posicionar a Chile como un destino turístico internacional y tener una mejor regulación, calidad de los servicios y promocionar los mejores destinos a lo largo del país (www.sernatur.cl).

Cabe mencionar que estas nuevas directrices estratégicas, han identificado al turismo como un elemento clave en el desarrollo productivo de la comuna, por tanto, se hace necesario contar con un Departamento de Turismo Municipal, para cumplir con un rol más protagónico, y así abordar el desarrollo del turismo en concordancia al PLADETUR municipal.

La Comuna de San Pedro de Atacama perteneciente al Área de desarrollo indígena ADI, no presenta una legislación clara en cuanto al rol del pueblo Atacameño-Lickanantay en el desarrollo del turismo rural. en especial al interior de las comunidades, donde CONADI no ha enfocado su potencial y capacidad para apoyar en su integridad al desarrollo económico, basado en el Turismo Rural, Turismo Indígena y el reconocimiento de estas actividades que son de relevancia culturales que enriquecen al territorio y aportan a la calidad de vida de sus propios habitantes.

SOBRE LA CONTINGENCIA COVID 19

La situación económica de los emprendedores y empresarios atacameños, en relación a los efectos de la pandemia por COVID19, conlleva a mantener cerrados sus negocios por más de 9 meses en algunos casos hasta la fecha, esto ha significado una recesión económica que impacta al rubro turístico en la comuna, con situaciones comerciales críticas como:

- Endeudamiento, venta de los bienes materiales para solventar la crisis económica, aviso de embargo por no pago de deudas.
- Cierre y cambio de giros por Inactividad Comercial.

Se detecta el cierre de giros principalmente relacionados con venta de artesanías o emprendimiento menores, debido principalmente a la crisis económica generada por la pandemia covid-19

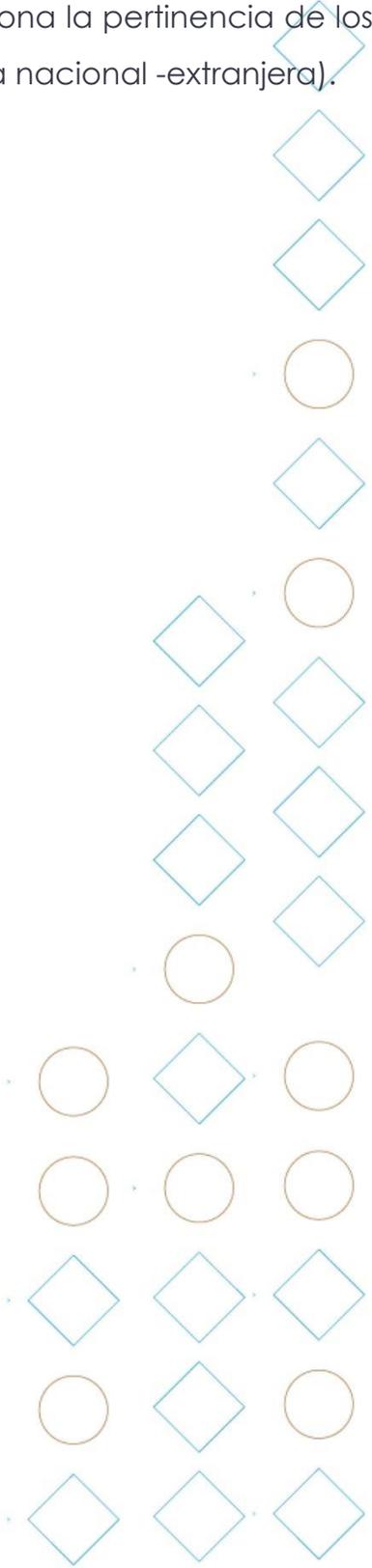
- Cambio de giros turísticos a servicios de otra línea comercial, no ligadas al turismo.

El reinventarse ha sido un excelente camino para mantener la actividad comercial. En este punto también se menciona por parte de los emprendedores encuestados un cambio y a la vez una diversificación de su oferta. En este sentido se implementaron nuevas áreas comerciales como almacenes y verdulerías, convirtiendo su negocio en rubro de primera necesidad, siendo enfocado al público local.

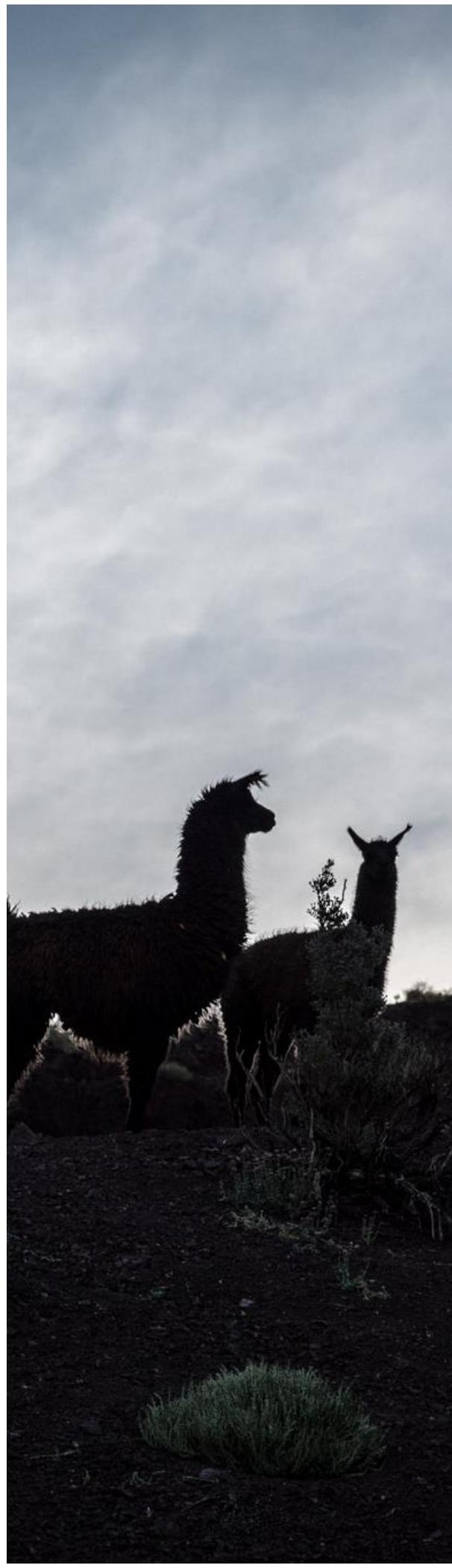
- Escasa articulación comercial entre la zona Rural y Urbana (sólo ferias de artesanías)

En este contexto se comentó por parte de algunos emprendedores la necesidad de poder contar con vitrinas de venta, principalmente de emprendedores

artesanales, que no cuentan con redes de apoyo y fomento productivo. Sólo son invitados a ferias de muestra donde también se menciona la pertinencia de los expositores en aquellas ferias. (artesanía local-artesanía nacional -extranjera).



PARTE 4: CONCLUSIONES Y PROYECCIONES



CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE INTERVENCIONES DE DESARROLLO EN TURISMO INDÍGENA EN ADI ATACAMA LA GRANDE

Por Carolina Yufra, Antropóloga

Hacer lecturas sobre la situación actual del Turismo Indígena en ADI Atacama La Grande sin entender el desarrollo de su contexto territorial pasada y presente puede limitarnos en comprender el contexto en el que se desarrollan sus intervenciones y ciertas problemáticas contemporáneas en que se desenvuelven sus actores.

En síntesis lo expuesto nos ayuda a vislumbrar cómo ha sido el contexto del área en donde se sitúa el diagnóstico que habla de una economía atacameña que ha sido históricamente tributaria del desarrollo andino en cuanto a especies vegetales y animales, técnicas de cultivo y su manejo, infraestructura y uso del agua, así también, tributaria respecto de la organización social del uso de factores productivos, todo lo cual es resultado de un extenso y complejo relacionamiento con el entorno del Desierto de Atacama (Gundermann y González, 1996), sin embargo, las transformaciones económicas de orden capitalista que se introdujeron en la región tempranamente y su consolidación durante el último siglo en el territorio, han complejizado y definido el escenario en el ADI Atacama La Grande.

El turismo aparece en este contexto tímidamente y según los relatos de atacameñas y atacameños tuvo la venia de la población local en sus inicios, sin embargo, no sería por mucho tiempo puesto que la economía nacional ya se había consolidado como economía de libre mercado, lo que tuvo fuertes

implicancias a nivel macroestructural y microestructural, donde se aceleró la privatización de todas las actividades económicas en el país. Particularmente, a nivel local desde hace algunas décadas comenzó un fuerte proceso de privatización, mercantilización y la desregularización de este nuevo sector económico lo que ha desembocado en el llamado: turismo masivo. Esto tuvo una serie de implicaciones en el territorio, en lo que Quinteros (2004) enfatiza que estas consecuencias no deseadas del turismo masivo son el resultado de una compleja interacción de impactos de índole medioambientales, socioculturales y económicos, sumados al componente estructural de un país o territorio determinado.

En cuanto a esto, se han realizado diversos estudios sobre el impacto del medioambiente y en donde se ha señalado que el turismo no controlado puede ser particularmente dañina para los distintos componentes del frágil ecosistema andino, pues sus actividades involucradas pueden ejercer una acción de impacto negativo sobre los recursos naturales, un impacto de una connotación especial debido a que se ejerce selectivamente sobre determinadas áreas ecológicas (CONAF 2008) lo que ha provocado un colapso en la capacidad de carga de los servicios básicos (Ver Anexo 1) y un colapso en los sitios turísticos en determinadas épocas del año (CORFO 2018).

En cuanto a los impactos socioculturales se ha señalado que estas son las consecuencias de las nuevas relaciones sociales que se establecen en un destino turístico y que dependerán en gran medida de las diferencias socioculturales entre habitantes locales, nuevos residentes y visitantes (Picornell 1993). A este respecto, no existen estudios en profundidad sobre esto, sin embargo, datos del Censo 2017 dan cuenta de un acelerado crecimiento en el flujo migratorio de la comuna de San Pedro de Atacama durante las últimas décadas, según Picornell (1993) estos fenómenos ocurridos en contextos de

desarrollo turístico impondrían nuevas dinámicas poblacionales que entre sus posibles impactos generaría problemas segregacionistas asociadas a fenómenos migratorios, temática que se sugiere abordar con mayor profundidad por los crecientes antagonismos entre los residentes de la comuna de San Pedro de Atacama y lo que puede incidir en iniciativas de asociatividad a largo plazo. Otros temas mencionados son el consumo de drogas y alcohol, tráfico de personas, así también, se menciona las limitaciones en el acceso a oportunidades para la población indígena versus la no-indígena, lo que puede estar asociados a factores de la pobreza multidimensional y a la orientación de la oferta educacional al sector minero en la provincia y la región. A estos problemas se suma la saturación de los servicios básicos durante temporadas altas, lo que ha intensificado los conflictos sociales y ambientales ya existentes.

Además, entre otros impactos se ha mencionado el inicio de la mercantilización de la propiedad privada en un escenario competitivo de empresas y terceros por la compra o arriendo de terrenos de uso residencial o uso agrícola (Cárdenas 2008) y competitividad por su posicionamiento en la actividad turística, así también, se menciona la mercantilización de los servicios turísticos y experiencias originarios, la mercantilización del paisaje y lo que se ha evidenciado durante la pandemia por COVID-19, la sobre dependencia económica del sector turístico lo que también ha acrecentado los conflictos sociales en el territorio.

Según lo ha señalado Fletcher (2019) las particularidades del turismo masivo y sus impactos están asociados a procesos globales que se han definido como: neoliberalización del desarrollo turístico. Es así que a partir de este contexto el Turismo Indígena se ha propuesto como una de las iniciativas para contrarrestar los impactos del turismo masivo, basándose fundamentalmente en el desarrollo del contexto histórico territorial y junto a ello las particulares características territoriales, el desarrollo de su ocupación humana y su relación con el entorno,

la importante presencia actual demográfica del pueblo atacameño y la continuidad de una economía sustantivista, todo lo cual potencia el desarrollo del Turismo Indígena en la zona. Desde aquí, uno de los primeros pasos de este diagnóstico fue intentar comprender el Turismo Indígena a partir de sus propios actores y en donde sorpresivamente los resultados arrojaron que no existe un consenso respecto de su definición sino más bien está en pleno proceso de construcción, lo que más que una debilidad potencia su desarrollo si es que se apuesta en potenciarlo a partir del contexto particular que caracteriza el territorio.

Los datos señalan que entre uno de los únicos consensos respecto de la definición de Turismo Indígena fue definirlo como “...el turismo hecho por indígenas...” (Entrevistas 2021), primera aproximación que amplía sus posibles potencialidades a desarrollar en conjunto con sus actores. Luego, a partir de estos se abordaron dos aristas respecto de su comprensión. En cuanto a la arista más resonada fue su asociación a la creación de servicios o productos especializados para el sector turístico también propuesto como Experiencia Indígena para el sector de ADI Atacama La Grande. Respecto de esta primera arista existen extensos estudios antropológicos sobre el impacto en la invención y producción cultural siendo uno de los trabajos realizados por Comaroff y Comaroff (2011) quienes señalan que la creciente “industria de la etnicidad”, que ha proliferado en “etnoempresas” y “etnomercancías”, se ha transformado en una manera de mercantilizar una identidad enajenable en un contexto globalizado y en donde a su vez en este proceso se puede convertir en parte de una estrategia de reivindicación política respecto de la soberanía y derechos de un grupo étnico (Bustos 2015:149). Siguiendo con esta misma propuesta abordamos lo que se podría llamar “Turismo Indígena Empresarial”, discusión que puede aportar enormemente a la focalización de ciertos estudios y proyectos y comprender sus posibles implicancias

[...] yo creo que eso es tremendamente relevante porque si yo como emprendedor, si yo como programa vengo e instalo una suerte de beneficio para el desarrollo de mi emprendimiento, pero dirigida solo al emprendedor, puede cometer un tremendo error, porque después finalmente los emprendedores van a terminar desarticulándose de la vida de comunidad. Entonces, eso llevaría o podría llevar, no cierto, que en el tiempo la comunidad pierda protagonismo o pierda el control de lo que se hace o no se hace dentro de su territorio, porque los emprendedores mandan, cada uno hace lo que quiere y eso entra a desarticular muchos otros funcionamientos internos de su organización o de su territorio (Entrevistas 2021).

En cuanto a la segunda arista el Turismo Indígena fue definido como una proyección hacia una **gestión territorial**, "...mantener un control del territorio y que las actividades sean realizadas por atacameños, que se resguarden dentro de los principios y los valores de la buena fe y de poder adquirir de hacerlo bien" (Entrevistas 2021). Al igual que la arista anterior, ésta segunda perspectiva ya ha sido trabajada en estudios antropológicos que la han definido como una apuesta en territorios indígenas, donde se busca una gestión territorial y su patrimonio natural, histórico y sociocultural de una manera responsable y sustentable según su vinculación ancestral e histórica con su territorio y para esto, se hace énfasis en acompañar este desarrollo con un proceso de concientización (Esperso-Molinero y Pastor-Alfonso 2017). Se apuesta en que tanto los procesos de concientización y autoeducación, el Turismo Indígena como gestión territorial, puede ser una alternativa que puede contrarrestar los principios de la privatización, desregularización y mercantilización, pilares de la economía moderna en los que se ha desenvuelto el turismo masivo en las últimas décadas.

Respecto de las intervenciones realizadas en Turismo Indígena como servicio especializado destacaron: el Pueblo de Artesanos Atacameños y la EcoRed Lickan Antai. En cuanto al Pueblo de Artesanos se señaló esta intervención externa como un fracaso debido a la poca comprensión de las dinámicas relaciones en las que se desenvuelven el quehacer cotidiano de un artesano o artesana, lo que incidió en la continuidad en el tiempo y su apropiación por parte de artesanos atacameños. Mientras que para el caso de la EcoRed Lickan Antai fue una de las pocas iniciativas evaluadas como exitosa, que, a diferencia de la anterior, se señala que esta surgió como una iniciativa de dirigentes y comuneros del Ayllu de Coyo lo que le da una característica en particular puesto que significaría que hubo un involucramiento directo en la construcción de Turismo Experiencial desde los propios actores.

En cuanto al Turismo Indígena como gestión territorial se señala ésta como una proyección a largo plazo para el territorio, sin embargo, es importante mencionar que existen primeros pasos que ya han sido materializadas a través de las administraciones turísticas que se han centrado en adecuar una infraestructura apropiada para los visitantes y en la creación de puestos laborales para sus socias y socios, aun así, estos avances fueron considerados insuficientes para una real gestión territorial. Entre las principales limitantes se mencionan problemas macroestructurales que han sido definitorios en el desarrollo de propuestas que puedan surgir desde las comunidades, estos problemas fueron principalmente asociados a la estructura económica del país que incide por medio del poder de la industria minera metálica y no metálica en el territorio y la monopolización de los servicios turísticos por el sector privado, lo que limita en reorientar la actividad turística del territorio.

En cuanto a las evaluaciones respecto de las intervenciones en Turismo Indígena tanto del sector público como del sector privado, se señala que durante los

Últimos 20 años estas han evolucionado hacia una intervención más pertinente en cuanto a sus objetivos y construcción de las mismas propuestas, sin embargo, continúan fuertes críticas respecto a una real participación de sus actores.

[...] Es que sabes lo que pasa, es que yo tengo una opinión bien particular con respecto a todo el tema de servicio. Que todo lo arman primero entre cuatro paredes y después lo vienen como a presentar, como que no hay una retroalimentación y después, por ejemplo, aunque uno haga su apreciación, uno algunas veces dice “no, porque encuentro que le falta esto y todo”, finalmente, todos los servicios públicos sin excepción, terminan haciendo lo que ellos habían planificado (Entrevistas 2021).

Se menciona que el ADI como estructura organizativa cumplió un rol fundamental para las primeras intervenciones y para la asociatividad con diferentes instituciones gubernamentales como CONADI, Programa Orígenes, CORFO, entre otras entidades, lo que apunta al importante rol que poseería un departamento especializado para la coordinación territorial de esta importante actividad económica para la comuna.

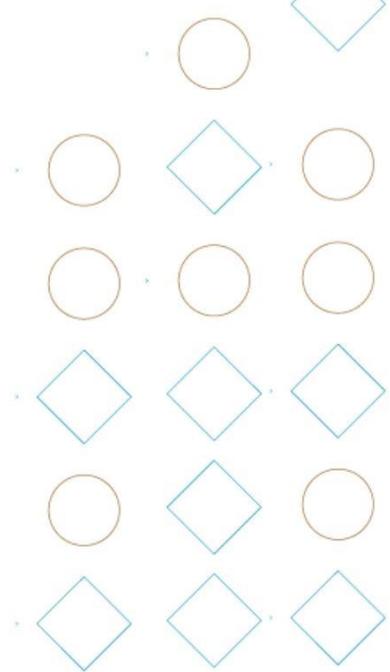
Por otra parte, los entrevistados mencionan los principales problemas que visualizan en las intervenciones del sector público señalando, que existe un problema constante en la limitación de financiamiento y la capacidad de encadenar su continuidad para un mejoramiento continuo de los emprendimientos, también, se mencionan problemas que provoca la regulación sanitaria y las limitantes que estos tienen para la realización de los diversos servicios en turismo indígena. Se menciona como uno de los problemas más

importante las estrategias para una macro y micro asociatividad, una en referencia a una asociatividad entre las propias instituciones gubernamentales y su continuidad, una asociatividad que tenga alcances entre las propuestas institucionales o provenientes del sector privado en conjunto con las comunidades y/o asociaciones atacameñas, una asociatividad entre el mundo empresarial de San Pedro de Atacama y las comunidades y/o asociaciones indígenas, una asociatividad entre las comunidades y/o asociaciones atacameñas. Esto ha sido considerado uno de los grandes factores para el lento avance de iniciativas que apunten a un buen desarrollo territorial. Finalmente, se señala que posiblemente tanto los problemas de continuidad como los de asociatividad se relacionan a problemas estructurales nacionales, en cómo se definen las políticas públicas y problemas estructurales locales, donde se señala la urgencia de un departamento que logren coordinar a todos los actores involucrados lo que puede transformarse en un gran catalizador para un desarrollo efectivo en el territorio y de alguna manera puede aportar en frenar la explosiva formación de nuevas asociaciones indígenas, que como lo ha señalado una de las personas entrevistadas, más que articular han incidido indirectamente en la desarticulación del desarrollo de un plan de gestión territorial.

Finalmente, mencionar nuevamente las principales críticas y molestias que surgieron desde los entrevistados donde se enfatiza que gran parte del levantamiento de información sólo queda en carpeta lo que ha incidido en la suspicacia respecto de los nuevos estudios que se realizan en la zona. Otra importante molestia es sobre la ausencia de los actores locales en la construcción de la planificación local y más bien la continuidad de intervenciones dirigidas y no participativas, lo que condena la continuidad de estas y su apropiación por parte de los actores locales.

PROPUESTAS PARA EL FUTURO DEL TURISMO INDÍGENA EN LA COMUNA.

1. Se requiere una gestión territorial fuerte y estructurada de parte del municipio para liderar y llevar a cabo las iniciativas futuras y acompañar los procesos participativos de co-construcción de conceptos y lineamientos relativos al turismo en el territorio.
2. Sería deseable desarrollar una metodología de participación, donde cada uno se haga partícipe sin dirección impuesta por las autoridades local, regional o nacional.
3. Antes de cualquier nuevo proyecto o intervención se hace necesario definir en conjunto el concepto de turismo indígena en Atacama La Grande desde sus propios actores y representantes y su posicionamiento dentro de las visiones culturales locales.
4. De forma transversal, global y constante, la gestión territorial relacionada con el turismo debe incluir educación, concientización y educación cívica para soportar en el tiempo el desarrollo de un turismo sustentable, sostenible y fiel a la identidad territorial.



CONCLUSIONES DEL CATASTRO Y CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA ACTUAL DE TURISMO INDÍGENA EN ADI ATACAMA LA GRANDE

Por Rosa Ramos y Francisco Cárdenas,
emprendedores atacameños

Se manifiesta- identifica de parte de las personas encuestadas un menor apoyo en áreas de turismo y fortalecimiento de la economía local en la comuna. Los altos costos de transporte debido a las distancias para la compra de la materia prima, etc, desde san Pedro de atacama o centros urbanos, encarece el servicio. Esto también se ve afectado por el poco apoyo brindado por el poblado de San Pedro de atacama, hacia los otros poblados de la comuna, debido a que no se han generado redes de apoyo para el fortalecimiento del comercio local.

Se expresa de parte de los emprendedores atacameños una necesidad inmediata respecto al cambio de visión de los problemas por parte de los dirigentes. Además, se visualiza que la artesanía extranjera toma un marco relevante y desplazando a la artesanía local debido al costo que inevitable es mayor, lo cual también significa una pérdida del patrimonio cultural e identidad atacameña.

El turismo también ha sido el incentivo para el desarrollo económico local de algunas zonas rurales. En este sentido permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo a jóvenes de zonas rurales y frenando a su vez el éxodo rural. No obstante, el turismo no es la panacea para solucionar los problemas que plantea el desarrollo, ni todas las zonas rurales están predispuestas a esta actividad. Sería un error considerar este sector como la

única alternativa posible a la agricultura o a otra actividad económica local con dificultades. La única manera de confirmar que un territorio posee verdaderamente un potencial de desarrollo turístico que justifique unas determinadas inversiones es a través de una evaluación rigurosa que tenga en cuenta la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado.

Además de la luz que arroja sobre las oportunidades turísticas del territorio, este informe permite asimismo superar obstáculos importantes y evitar muchos errores. Por ejemplo: una visión errónea del potencial turístico local puede provocar un sobredimensionamiento de los proyectos, con efectos negativos sobre el medio ambiente (contaminación, degradación de los emplazamientos naturales, etc.), la cultura (pérdida o “folklorización” de la identidad local, malas prácticas, etc.), la actividad económica del territorio (dependencia, aumento del coste de la vida, endeudamiento, etc.), el desconocimiento de las características de la clientela y de las tendencias del mercado perjudica la elaboración de productos turísticos ajustados a la demanda. Aunque no ofrezca datos absolutamente fiables sobre las perspectivas de desarrollo efectivas del sector, una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permite minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones.

PROPUESTAS PARA EL FUTURO DEL TURISMO INDÍGENA EN LA COMUNA.

1. **Capacitación y profesionalización de la fuerza laboral en turismo y hospitalidad**, para alcanzar estos logros, se necesita de una estrategia sofisticada e integral de inversiones conjuntas y trabajo coordinado y cooperativo entre instituciones públicas y privadas, el pueblo Atacameño, la importancia de desarrollar estrategias en base a valores comunes compartidos, la inclusión indígena en la toma de decisiones es primordial.

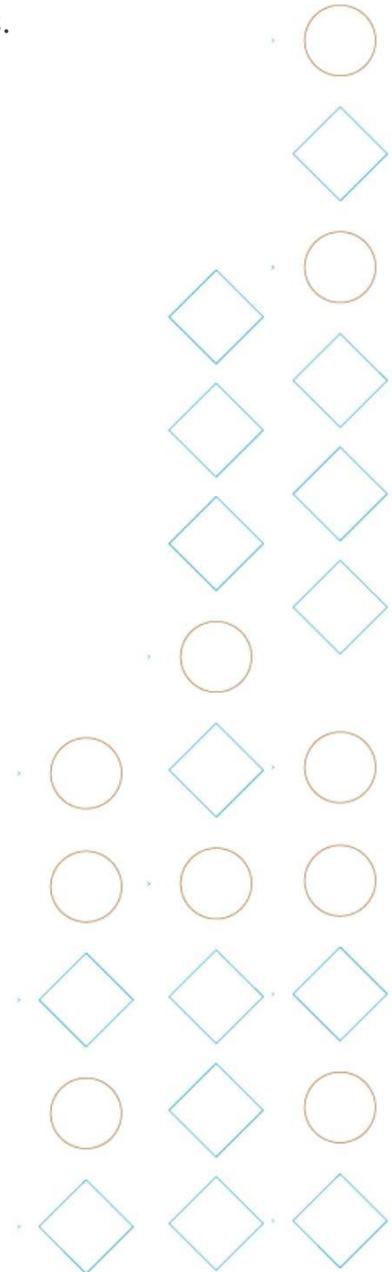
2. **Generar una plataforma digital**, para visibilizar el mercado del turismo indígena con una sana competitividad impulsando la cadena de valor de cada servicio.

La poca integración de los servicios indígenas en el mercado, no hará otra cosa que generar oportunidades de empleo mal pagadas, desvalorizando su potencial, terminaran siendo poco atractivas para los pueblos Indígenas, especialmente para aquellos que no tienen educación formal en el rubro o experiencia comercial o en administración de negocios, no generará interés en las generaciones jóvenes de involucrarse en el rubro, el turismo cultural siempre ha sido un segmento importante del turismo en general, para lograr más protagonismo se debe consensuar entre emprendedores y utilizar estos datos de la encuesta.

3. Vincular la educación como eje principal, hay una necesidad de mayor colaboración alrededor de la capacitación en turismo y el apoyo a la creación de una infraestructura básica para contribuir a lograr que el turismo indígena sea más sustentable, competitivo y pueda ocupar el lugar en las instancias de diálogo y valorización de la misma. Hay productos indígenas de muy buena calidad con gran potencial, pero muchos de éstos enfrentan los desafíos que han sido mencionados anteriormente, en términos de ubicación, posibilidades de acceso, marketing, visibilidad, capacidad de negocios y competencias en el área de idiomas. con la promoción del destino para hacer más viable y competitivo el turismo Indígena.

4. Fortalecer la red de apoyo y asociatividad entre los servicios vinculados al rubro turístico, la notoria incertidumbre y el déficit de confianza entre los contribuyentes Indígenas por falta de resultados favorables en la cooperación y en el fortalecimiento de las actividades turísticas de parte de los organismos públicos ha generado incertidumbre en sus actividades empresariales, debido a la escasa capacitación ante el desarrollo de mejoras de infraestructuras, seguimientos y falta de conectividad, la orientación para la aplicación de los protocolos de plan de manejo de riesgos y de bioseguridad como los protocolos COVID-19.

5. **Actualizar información y base de datos**, para la difusión de la información relevante para cada rubro desde la Municipalidad y otras entidades y llegar al máximo de los contribuyentes y usuarios incluso por correo electrónico, whatsapp o llamadas telefónicas. Los contribuyentes carecen de información relevante al día, por el hecho de no contar actualmente con una base de datos actualizada del DAF, y al poco conocimiento de su existencia, especialmente antes de la llegada del turismo; y otras debido a carencia de opciones razonables de transporte a comunidades más remotas.



CONCLUSIONES GENERALES, PROYECCIÓN Y LINEAMIENTOS DE ACCIONES

Por la Unidad Técnica de Turismo Municipal

DEFINICIÓN DE CONCEPTOS

A pesar de los numerosos programas realizados en el territorio relacionado con el turismo indígena, o dirigidos a emprendedores turísticos atacameños, cabe destacar que una de las conclusiones de este proyecto es la falta de definición consensuada de lo que es el turismo indígena atacameño - Lickanantay en Atacama la Grande.

Se hace relevante mencionar por ejemplo que los resultados de la encuesta nos muestran que 33.1% de las personas que declaran proponer una actividad turística que permite el intercambio cultural con los visitantes, no asocian su actividad al principio de reciprocidad, y 42.25% no piensan que su actividad se realiza bajo el principio de complementariedad, a pesar de que estos dos conceptos forman parte de los pilares fundamentales de las culturas andinas.

Más allá de lo mencionado en las entrevistas del diagnóstico, que "*el turismo indígena lo hacen los mismos indígenas*", queda todavía por definir lo que conlleva en término de valores y principios, lo que abarca en cuanto a la gestión territorial y a la generación de servicios y/o productos turísticos, y cómo el turismo indígena en la comuna conversa y se relaciona con la cosmovisión local, las instancias de representación del pueblo y los demás actores del rubro.

BRECHAS SOBRE LA DISPONIBILIDAD DE INFORMACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES

Actualmente la comuna cuenta con grandes dificultades para obtener información real y fidedigna que permita tomar decisiones. No existen sistemas de información integrados que permitan hacer cruce de datos y poder visualizar la realidad a través de estadísticas, y de esta forma orientar las líneas de acción y financiamiento de las instituciones de manera más eficiente. Es por esa razón, que crear las bases para un sistema es el primer paso para definir los atributos que son necesarios considerar, para luego establecer mecanismos que permitan ir actualizando esta información en tiempo real.

Además, es importante considerar el valor a la información que le otorgan los habitantes del territorio, ya que los usuarios y contribuyentes no entienden que se les pida información o documentación por uno u otro departamento municipal o por una institución gubernamental, ya que estas debieran conversar y sumarse entre sí.

A lo que se debe apuntar como territorio, para facilitar los procesos y programas que se ponen a disposición de los habitantes, es a un sistema de información que sea "un conjunto de componentes interrelacionados que colaboran para reunir, procesar, almacenar, y distribuir información que apoya la toma de decisiones, la coordinación, el control, el análisis y la visualización en una organización" (Laudon & Laudon, *Sistemas de Información Gerencial*, 2002). De esta manera, será posible contar con un sistema que realmente dé soporte a las decisiones públicas y privadas.

El trabajo de aunar los estudios anteriores y dejar constancia de ellos, es un avance para integrar la información disponible sobre el desarrollo de la actividad turística de carácter indígena. Las intervenciones de CONADI, fundaciones como Eurochile o la Fundación de Cultura y Turismo, CORFO, INDAP, entre otras, deben alinearse, entendiendo que las intervenciones ya realizadas son el input para establecer lineamientos de investigación y levantamiento de

información, para no perder recursos y usarlos de la manera más eficientemente posible. La gestión integrada y asociativa entre los distintos actores se vislumbra como la única alternativa de gestionar el turismo, por todo lo que abarca y por el cansancio que manifiesta la población de la extracción de información sin resultados visibles para ellos, sin apoyo a sus emprendimientos o sin apoyo a la integración al sistema, considerando que las barreras de entrada se relacionan con parámetros centralistas que no siempre se ajustan a la realidad local de los distintos pueblos de Chile, aún más en aquellos con carácter indígena.

BRECHAS EN EL POSICIONAMIENTO DEL TURISMO INDÍGENA EN EL MERCADO TURÍSTICO

El 96.48% de los emprendedores turísticos atacameños que proponen servicios o productos que permiten el intercambio cultural con los visitantes desean relacionarse con intermediarios locales, regionales, nacionales o internacionales y así tener una mejor inserción en el mercado.

Sin embargo, el análisis de las respuestas a las encuestas realizadas nos permiten destacar varias brechas que dificultan el posicionamiento en el mercado de los productos y/o servicios turísticos indígenas y demuestra el desfase entre las prácticas del mercado (ultra digitalización, reactividad en transmisión de la información, formalización), las recomendaciones y modos de funcionamiento de las autoridades reguladoras y las prácticas reales de los emprendimientos turísticos atacameños - Lickanantay.

Brecha de formalización: 18.5% de las personas que declaran realizar una actividad relacionada con el turismo, declaran no poseer personalidad jurídica, 47.2% de las personas que declaran una actividad relacionada con el turismo que permite el intercambio cultural con los visitantes no cuentan con personal capacitado en primeros auxilios, 42.3% no tienen plan de manejo de riesgos y 7% no están en capacidad de emitir un comprobante de pago (boleta o factura).

Brecha digital: 35% de las personas que declaran una actividad relacionada con el turismo no cuentan con un correo electrónico. De las 142 personas encuestadas que declaran una actividad turística que permite el intercambio cultural con los visitantes, 33.8% no pueden ser contactados por eventuales clientes a través de correo electrónico y 22.54% no están en capacidad de confirmar una reserva de manera formal por este mismo medio. El 66.9 % no poseen ninguna página o sitio web y 62.7% no cuentan con material audiovisual (foto y/o video) de alta resolución para la promoción de sus productos y servicios.

ACOMPañAMIENTO DE PARTE DE LAS ORGANIZACIONES PÚBLICAS

Sin duda, varias de las brechas antes mencionadas se relacionan por parte con el estado de las infraestructuras comunales, pero también demuestran una carencia en término de acompañamiento de parte de las autoridades locales, regionales y nacionales para el apoyo al desarrollo económico de los habitantes del territorio.

La falta de actualización de las informaciones relativas a los contribuyentes de la comuna constituye uno de los testigos factuales más relevantes del abandono que se menciona en los distintos relatos.

Si el tema de la conectividad y del acceso a la información se podrá por parte resolver a través de infraestructuras adecuadas, no eximirá a las autoridades de un trabajo en profundidad de reforma de sus sistemas de catastro y de comunicación.

Sin embargo, las brechas intergeneracionales, geográficas y educativas relacionadas con los usos digitales, la distancia entre los pueblos y el centro decisonal de la comuna, y la formalidad de las herramientas puestas a

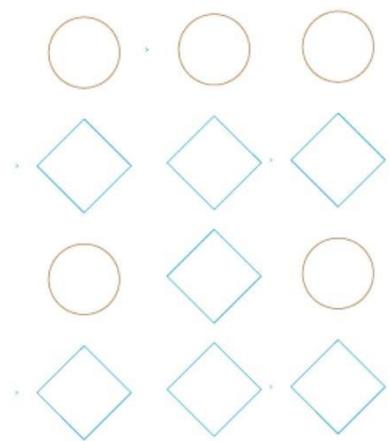
disposición, quedarán vigentes y por lo tanto se debe evaluar otros canales de difusión de las informaciones de acceso a los servicios y beneficios públicos.

A modo de ejemplo, solamente el 10.27% de las personas que declaran tener una actividad relacionada con el turismo recibieron fondos para la puesta en marcha de su emprendimiento de parte de organizaciones de gobierno y/o privadas.

Sin sorpresa, 99.3% de las 142 personas encuestadas que declaran que su actividad turística permite el intercambio cultural con los visitantes declaran desear capacitarse: los tres ejes de capacitación más mencionados son las capacitaciones en marketing digital y promoción, postulación a fondos (84.51% de las personas encuestadas), mientras que el 83.1% declara desear capacitarse en idiomas extranjeros.

El acompañamiento debiera ser a medida y planificado con un levantamiento de información específico, además de un trabajo en asociatividad con los representantes del mismo pueblo.

Por otra parte, se hace más que necesario, para no repetir errores de las intervenciones pasadas, reflexionar en profundidad sobre la metodología por adoptar en cuanto a las instancias participativas y desarrollar de manera consensuada un patrón de intervención en el territorio respecto al turismo indígena.



INVISIBILIZACIÓN DEL TURISMO INDÍGENA Y CAMBIO DE PARADIGMA

El diagnóstico demuestra un cambio de paradigma en cuanto al turismo en la comuna, pasando en el transcurso del tiempo de un turismo indígena y de intereses especiales (cultura, arqueología, exploración, observación de fauna) a un turismo masivo, donde se promueve los paisajes y los sitios emblemáticos del territorio.

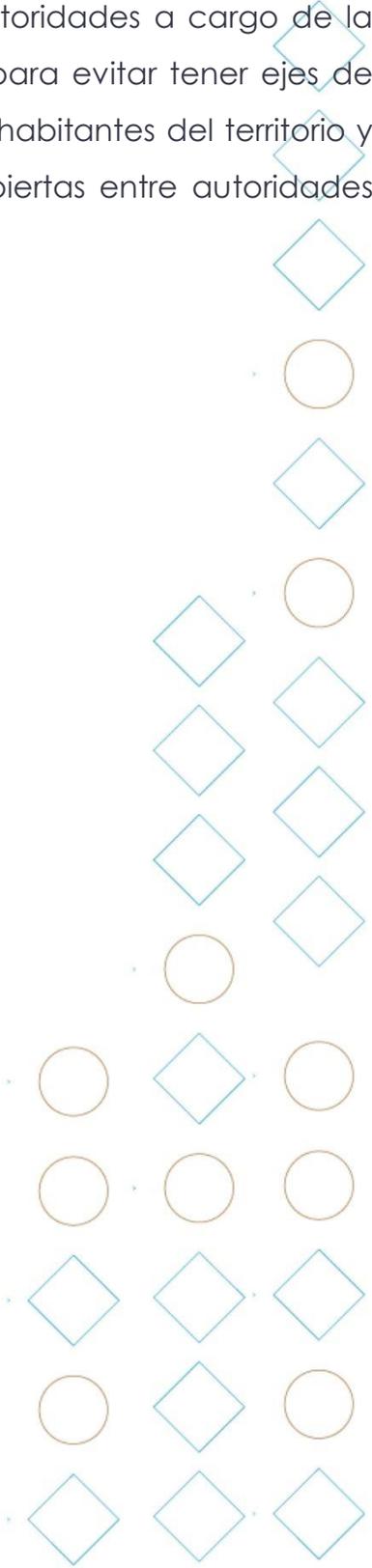
Los emprendedores atacameños sienten una invisibilización de sus servicios y productos dentro de la promoción turística de la comuna.

A modo de ejemplo, vale mencionar al respecto, las dos páginas web oficiales de SERNATUR:

- <https://chile.travel>: en la sección “¿Qué hacer?”, pestaña “cultura”, subcategoría “Pueblos originarios y etnoturismo”, no se hace mención de ninguna manera al destino de San Pedro de Atacama, ni a ningún otro sector de la región de Antofagasta.
- <https://www.chileestuyo.cl>: en la sección “¿Qué hacer?”, tanto en la pestaña “cultura y patrimonio”, que en la pestaña “turismo rural” no se hace mención de la comuna de San Pedro de Atacama.

Si bien la Unidad Técnica de Turismo Municipal ha iniciado en 2020 un proceso participativo de redefinición de la marca de destino que terminará en el primer semestre de 2021, parece fundamental acompañar esta iniciativa de instancias de asociatividad entre intermediarios y emprendedores indígenas, pero también herramientas de visibilización de los servicios y/o productos turísticos atacameños - Lickanantay.

Por otra parte, la reorientación de los conceptos asociados al turismo en la comuna debes ser integrados y difundidos por las autoridades a cargo de la promoción turística a nivel nacional e internacional, para evitar tener ejes de promoción erróneos del punto de vista de los mismos habitantes del territorio y acompañarse de una cooperación más activa y abiertas entre autoridades locales y autoridades regionales y nacionales.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Actualización Plan de Manejo Participativo Reserva Nacional Los Flamencos, región de Antofagasta. Corporación Nacional Forestal. 2008

Alegría, M., Pozo Torres, V. y Rojas, M. 2001. Protección de humedales (vegas y bofedales) en el norte de Chile.

Aledo, A., García, H., & Ortiz, G. 2010. Análisis de mapas causales de impactos del turismo residencial. EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales, (20), 61- 86.

Avendaño, S. 2009. Áreas de desarrollo indígena en el norte de Chile. Negociaciones y disputas en torno a espacios territoriales.

Barros van Hövell, A. 2004. Crónica de una etnia anunciada: Nuevas perspectivas de investigación a 10 años de vigencia de la Ley Indígena en San Pedro de Atacama.

Benavides, C. y Sinclair, D. 2014. Inserción capitalista en un oasis atacameño. Peine tradición minera y gran minería en la Cuenca del Salar de Atacama (Tesis de Pregrado, Universidad Academia de Humanismo Cristiano).

Bustos, C. 2015. La producción de etnomercancías en el contexto turístico atacameño. *Revista Líder*, 17(27), 138-171.

Cárdenas, U. 2008. Turismo y Patrimonio en la región de Antofagasta (Chile): Reflexiones y Proyecciones en el Destino Turístico San Pedro de Atacama. Documentos de trabajo turismo cultural, Dirección Regional de Turismo SERNATUR-Antofagasta, Chile.

Castro, V. 2001. Atacama en el tiempo. territorios, identidades, lenguas. (Provincia El Loa, II Región). In *Anales de la Universidad de Chile* (No. 13).

Castro, V. Aldunate, C. y Varela, V. 2004. Ocupación humana del paisaje desértico de Atacama, región de Antofagasta.

CONADI. 2015. Acta de 1ª sesión 01 de julio de 2015. ADI Atacama la Grande. Archivos CONADI, ley de transparencia 20285, Contraloría General de la República de Chile.

CORFO. 2018. Pilotaje índice de saturación de destinos turísticos en San Pedro de Atacama. Programa Estratégico de CORFO Transforma Turismo. Informe Preliminar de resultados

CORFO. 2021. <https://www.corfo.cl/sites/cpp/movil/quienessomos>

Diseño y desarrollo de programa turístico étnico para las comunidades atacameñas y quechuas de La provincia el Loa, Región de Antofagasta. 2014. GTS Consultores. Ingeniería en turismo sostenible

Duarte, T. 2014. Bourdieu, campo turístico y sus implicaciones para la gestión de los destinos turísticos. VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística Neuquén, 25, 26 y 27 de septiembre de 2014.

Estudio de prefactibilidad. Turismo Indígena en San Pedro de Atacama. Informe final: Informe desarrollado para Fundación Minera Escondida por el Centro de Investigaciones Culturales, Universidad de Western Sydney. Australia. 2009

Espeso-Molinero, P. y Pastor-Alfonso, M. J. 2017. Turismo indígena: concepto y características de una actividad en auge. En *El turismo en el mundo rural*. 39.

Espinosa, A. Llancaman, L. y Sandoval, H. 2014. Turismo de intereses especiales y parques nacionales. Compatibilidad entre turismo de intereses especiales y gestión de parques nacionales.

EuroChile. 2021. <https://www.eurochile.cl/es/quienes-somos/>

Fletcher, R. 2019. Neoliberalismo y Turismo. In *Turistificación Global: Perspectivas Críticas en Turismo* (pp. 37-52). Icaria.

Fundación de Cultura y Turismo. 2021. <http://www.fundacionspa.cl/turismo/>

Guillermo Chong. 2012. Historias del paisaje. En *Atacama*. Colección Santander Museo Chileno de Arte Precolombino. Santiago.

Gundermann, H., & Vergara, J. I. 2009. Comunidad, organización y complejidad social andinas en el norte de Chile. *Estudios atacameños*, (38), 107-126.

Gundermann, H. 2013. Procesos étnicos y cultura en los pueblos indígenas de Chile. *Alpha (Osorno)*, (36):93-108.

Gundermann, H. y González, H. 1996. Tierra, agua y sociedad atacameña, un escenario cambiante. En *Agua, ocupación del espacio y economía campesina en la región atacameña. Aspectos dinámicos*. 78-106

INE 2017. https://redatam-ine.ine.cl/redbin/RpWebEngine.exe/Portal?BASE=CENSO_2017&lang=esp

Levantamiento de Información: Sector Turismo Área Indígena, de la región de Antofagasta, con énfasis en la Comuna de San Pedro de Atacama. Fundación Minera Escondida. 2008

MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE. 2014. Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020

Molina, R. 2018. Control territorial indígena y gestión turística de áreas silvestres protegidas: Experiencia atacameña y Rapa Nui, Chile. *Polígonos. Revista de Geografía*, (30):281-303.

Morales, H. 2006. Turismo comunitario: una nueva alternativa de desarrollo indígena. *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*, 1(2):249-264.

Morales, H., & Azócar, R. 2016. Minería y relaciones interétnicas en Atacama. *Estudios atacameños*, (52), 113-127.

Pavez Ojeda, J. 2012. Fetiches kongo, momias atacameñas y soberanía colonial: Trayectoria de Gustavo Le Paige sj (1903-1980). *Estudios atacameños*, (44), 35-72.

Plan de Desarrollo Turístico para San Pedro de Atacama (PLADETUR). 2020-2025. Ilustre Municipalidad de San Pedro de Atacama.

Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO). 2017-2021. Ilustre Municipalidad de San Pedro de Atacama.

Pereiro Pérez, X. 2015. Reflexión antropológica sobre el turismo indígena. *Desacatos*, (47): 18-35.

Picornell, C. 2015. Los impactos del turismo. *Papers de turisme*, (11), 65-91.

Prieto, C. 1996. Karl Polanyi: crítica del mercado, crítica de la economía. *Política y sociedad*, 21, 23.

Quinteros, J. L. 2004. Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible. In *Anales del museo de América* (No. 12, pp. 263-274). Subdirección General de Documentación y Publicaciones.

Sánchez, A. y Morales, R. 1990. Las regiones de Chile. Espacio físico y humano-económico. Editorial Universitaria.

SERNATUR 2019. Cuenta Pública Participativa 2019

SUBDERE. 2011. Metodología de Estructuración territorial de Comunas Urbanas. Unidad de Análisis territorial y División Política Administrativa Departamento de Estudios y Evaluación División de Políticas y Estudios

Tabilo, K. 2001. Huellas y circuitos. El espíritu de mi comunidad construye futuro en Ollagüe y San Pedro de Atacama. Programa Ciudadanía y Gestión Local - Ciclo 2000-2001

Uribe, M. 2012. La prehistoria de Atacama. En Atacama. Colección del Banco Santander.:56

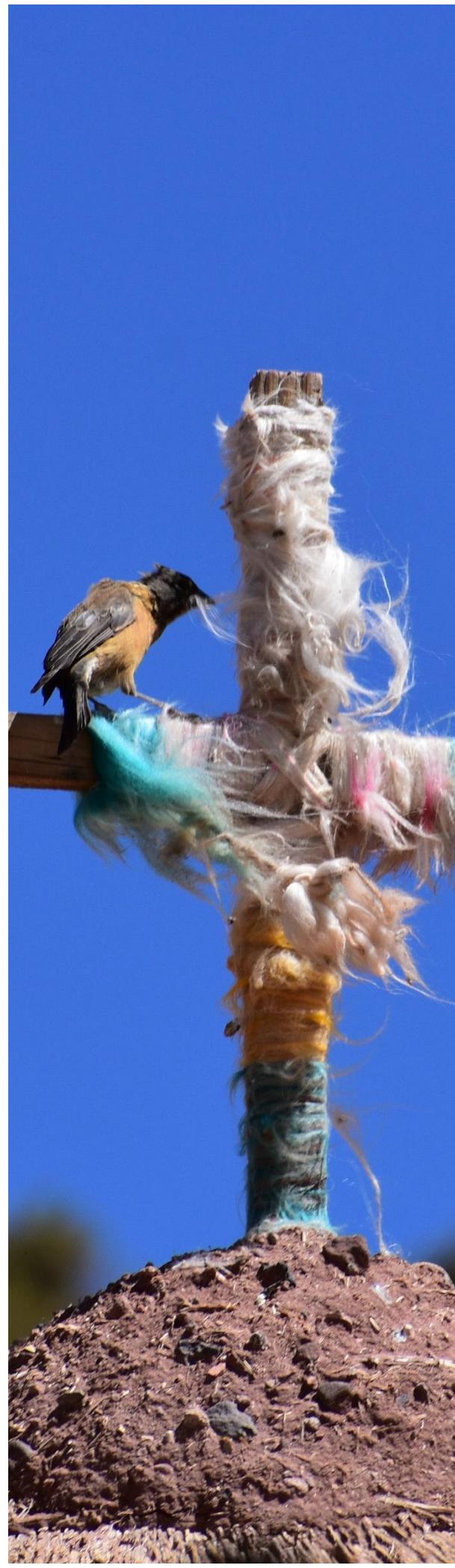
Yopo Díaz, M. 2012. Políticas sociales y pueblos indígenas en Chile: Aproximación crítica desde la noción de agencia. *Universum (Talca)*, 27(2), 187-208.

ANEXOS

Anexo 1: Infraestructura en el contexto local

Anexo 2: Encuesta de catastro y caracterización

Anexo 3: Carta de presentación del proyecto a los participantes



ANEXO 1

INFRAESTRUCTURA

ACCESO A SERVICIOS BÁSICO

AGUA POTABLE

“El comité de agua potable rural de San Pedro de Atacama nace en la necesidad de los habitantes por consumir el vital elemento, en condiciones sanitarias óptimas y así evitar enfermedades por beber agua no tratada correctamente” (PLADECO 2017-2021). Para lograr esto, el suministro de Agua potable en la localidad de San Pedro de Atacama se logró a través de la planta del Comité de Agua Potable Rural de San Pedro de Atacama o CAPRA. Esta instalación extrae agua de napas subterráneas mediante un pozo de 150 metros de profundidad que extrae 80 lts/sg de agua para satisfacer los requerimientos de la localidad. Estas aguas una vez extraídas son tratadas mediante el proceso tecnológico denominado “Osmosis Inversa”, incorporado en 1999, que permite eliminar impurezas orgánicas, sólidas y químicas, así también, purificar el agua y extrae la mayor cantidad de arsénico presente en las aguas, dejándolas aptas para el consumo humano (PLADETUR 2017-2021). Actualmente, la cobertura de agua potable en la comuna alcanza el 89,43%, no obstante, la comuna sufre pérdidas de presión en los periodos de mayor afluencia de turistas y considerando la fragilidad del ecosistema superficial y subterráneo de la Cuenca del Salar de Atacama es importante crear propuestas y planificación respecto de una reutilización de agua a nivel comunal.

AGUAS SERVIDAS

Según PLADECO 2017-2021 en la ADI Atacama La Grande las localidades y Ayllus más pobladas de la comuna cuentan con plantas de tratamiento de aguas

servidas mientras que el resto de las comunidades rurales deben incorporar las aguas servidas al subsuelo a través de sistemas particulares de fosa séptica y pozo absorbente o drenes, lo que significa efectos negativos para las napas subterráneas y acuíferos (PLADECO 2017-2021).

PLANTAS DE TRATAMIENTO EN LAS LOCALIDADES DE LA COMUNA DE SAN PEDRO DE ATACAMA				
Localidad	Año de construcción	Administración	Vida útil	Población de diseño
San Pedro de Atacama	2004	Comité	30 años	1.750
Toconao	2010	Comité	10 años	732
Socaire	2011	Comité	20 años	271
Peine	2005	Comité	20 años	220

Fuente: PLADECO 2017-2021 en base a datos de subdere

En cuanto a la planta de tratamiento de San Pedro de Atacama, esta emplea la tecnología de Lodos Activados, proceso biológico utilizado para la depuración natural de las aguas residuales. Esta planta actualmente se encontraría colapsada, es decir, el caudal de ingreso es superior a la capacidad de tratamiento de la planta, lo que limita la incorporación de viviendas al sistema (PLADECO 2017-2021). Tanto la situación del agua potable para consumo humano como el colapso del sistema de tratamiento aguas servidas en las localidades de la comuna de San Pedro de Atacama requieren ser abordados con urgencia ya que de no llevarse a cabo no solamente será un perjuicio para la población local y visitantes sino también tendrá consecuencias importantes a largo plazo en el frágil ecosistema de la Cuenca del Salar de Atacama.

DEMANDA ENERGÉTICA COMUNAL

El sistema eléctrico de San Pedro de Atacama es un “sistema aislado”, tanto sus redes como sus generadores son propiedad municipal y proporcionan electricidad a través de motores diésel y gas natural (GN). La Cooperativa Eléctrica de San Pedro de Atacama o CESPA es quien se encarga de generar y distribuir electricidad. Este sistema es administrado por la CESPA desde el año 2001, año en que se conformó, constituyéndose por 21 organizaciones funcionales de San Pedro de Atacama que generaron un modelo de gestión financiado con fondos de MIDEPLAN para el Área de Desarrollo Indígena Atacama La Grande (PLADECO 2017-2021). Actualmente, este sistema ha tenido limitaciones en satisfacer la demanda eléctrica de la localidad por cuestiones técnicas, económicas y de capacidad, sin embargo, es importante considerar energías alternativas y de menor impacto con el medioambiente como la solar, que ya se encarga de abastecer a algunas comunidades del Alto Loa casi en su totalidad.

VIVIENDA

Las problemáticas generadas respecto de los servicios básicos, como el uso y la disponibilidad de agua o el colapso de sistema de tratamiento de aguas servidas y conexión eléctrica, son la principal dificultad que se presenta para el uso de fondos públicos que puedan destinarse a vivienda social, las limitaciones de los servicios básicos impiden la construcción de conjuntos habitacionales o bien encarece el acceso a subsidios específicos al constituir, la solución particular, un alto costo de la vivienda (PLADECO 2017-2021). Claramente el colapso de los servicios básicos ocasionará problemas sanitarios que impliquen presiones sobre el sistema de salud y empeoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la comuna, sumados a problemas para cubrir los servicios básicos a los visitantes.

SERVICIO DE SALUD

El Departamento de Salud posee la administración del Centro de Salud Familiar o CESFAM en San Pedro de Atacama, además de cuatro Postas de Salud Rural (PSR) situadas en las localidades de: Toconao, Peine, Socaire y Río Grande y, dos Estaciones Médico Rurales (EMR) ubicadas en: Camar y Talabre. En el caso particular del CESFAM de San Pedro de Atacama, este se construyó el año 2006 en respuesta a las demandas locales. Actualmente, se ha solicitado su ampliación tanto por el aumento de la población como por la demanda que surge de la población local y de turistas nacionales y extranjeros (PLADECO 2017-2021).

CONTROL DE RESIDUOS

La recolección y retiro de residuos es realizada por la empresa SOCOAL, servicio contratado por la Municipalidad. La disposición final de los residuos se realizaba en un vertedero municipal, sin embargo, a partir de abril del año 2018 comenzó a operar un relleno sanitario destinado sólo para residuos domiciliarios. Además, parte de la gestión de residuos y el control sanitario se busca la eliminación de microbasurales, frecuentemente ubicados en las cercanías de asentamientos humanos y en los talleres comunitarios. Por otra parte, en cuanto a reciclaje se reconocieron solo dos instituciones o empresas de gestión de residuos que operan en el territorio, la Fundación Tanti, dedicada al reciclaje de envases plásticos de líquidos y la empresa BIO que efectúa la recolección de aceite comestible usado. Para otros tipos de residuos se debe trasladar directamente a Calama, a excepción del vidrio, que no tiene opción de reciclaje en la Región de Antofagasta debido a los costos asociados a su transporte hasta plantas de tratamiento (PLADETUR 2017-2021).

ACCESO VIAL

La principal vía de acceso a la comuna es a través de la Ruta 23 que conecta San Pedro de Atacama con la ciudad de Calama para luego internarse varios kilómetros al sur de la comuna de San Pedro de Atacama. Prácticamente la mayoría de los caminos rurales, se encuentran enrolados por la Dirección de vialidad del Ministerio de Obras Públicas o MOP y es posible constatar que un importante porcentaje vial presenta déficits de pavimentación. De los 1.047,8 Kilómetros de vías catastradas por el MOP (repartidos en 23 vías), hay 424,9 km con suelo natural (40,55%), 167,3 km (15,96%) con pavimento básico, 168,1 km en ripio (16,04 %) y 286,1 km (27,3 %) con pavimento en asfalto (PLADECO 2017-2021). Las siguientes son los km vías catastradas y tratadas en la comuna por el MOP:

MEDIOS DE TRANSPORTE

AEROLÍNEAS

San Pedro de Atacama se encuentra conectada vía aérea a través del Aeropuerto Internacional El Loa en la ciudad de Calama. En este aeropuerto operan 3 líneas aéreas comerciales con vuelos regulares, LATAM, SKY Airlines y JetSMART. Además, en cuanto a las conexiones internacionales, el Aeropuerto Internacional El Loa cuenta desde el segundo semestre 2019 con una ruta directa hacia la ciudad de Lima, Perú. Por otro lado, se ha anunciado un convenio que permitirá la apertura de 3 nuevas rutas desde Calama a Buenos Aires, Salta e Iguazú, lo que supondría una conexión directa con uno de los destinos turísticos más grandes a nivel latinoamericano lo que prevé un aumento de turistas en la zona (PLADETUR 2017-2021).

TRANSFER

El servicio de Transfer, en su mayoría licitadas por parte de la administradora del aeropuerto, se encuentra operando en el Aeropuerto Internacional del Loa donde funcionan cuatro empresas: Transvip, Transfer Pampa, Transfer Andino y Transfer Licancabur, todas pertenecientes a la Empresa CACSA (PLADETUR 2020).

BUSES

La comuna de San Pedro de Atacama está conectada a nivel nacional como internacional a través de cinco empresas de buses. A nivel nacional, se encuentra conectada directamente a la ciudad de Calama. Además, también operan en la comuna dos empresas de buses que poseen recorridos interregionales, Atacama 2000 y Frontera del Norte, con conexión directa con Arica y Antofagasta y una empresa, Buses KTUR, que une la ciudad de Calama con San Pedro de Atacama y el pueblo de Toconao. A nivel Internacional, la comuna posee conexiones directas con dos países, Argentina y Bolivia. Buses Frontera del Norte y Andesmar, la conectan con las dos principales ciudades del norte de Argentina, Salta y San Salvador de Jujuy. Hacia y desde Bolivia, la ruta San Pedro de Atacama-Uyuni, es operada por Buses Frontera del Norte, siendo esta ruta utilizada por muchos turistas con origen o destino al Salar de Uyuni. Este tipo de transportes es utilizado tanto por turistas como residentes de la comuna (PLADETUR 2020).

PLANTA TURÍSTICA

PLADETUR 2020 de San Pedro de Atacama define la planta turística como aquella que se compone por los servicios turísticos de alojamiento, restauración, operadores turísticos y agencias de viaje. Estos servicios en gran medida se encuentran limitados por la disponibilidad de los servicios básicos existentes en la comuna. Por otra parte, los presentados corresponden principalmente a los entregados por el municipio puesto que existe una incompatibilidad con los datos oficializados de SERNATUR respecto de la planta turística en San Pedro de Atacama. A lo que el PLADETUR agrega

No hay información fidedigna, integral y actualizada sobre el desarrollo del turismo en el territorio. No se tienen datos claros, ya que la información oficial (INE, SERNATUR) está sesgada ante la

informalidad presente en la industria turística [...] No existen herramientas para poder caracterizar la demanda turística del destino de San Pedro de Atacama, ni menos una caracterización que permita conocer y apuntar al turista que tiene intereses especiales y que se ajuste a los requisitos de sustentabilidad. (PLADETUR 2020:98)

SERVICIOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

Según los datos entregados por PLADETUR 2020 la oferta de alojamientos en la comuna de San Pedro de Atacama es numerosa, variada y espacialmente distribuida de forma heterogénea. Según su trabajo realizado se identificó un total de 385 alojamientos (2018) desde formatos Campings hasta Hoteles, todos distribuidos en el área de mayor desarrollo urbano y también en áreas que mantienen su condición rural (PLADETUR 2020).

SERVICIO DE ALOJAMIENTO IDENTIFICADO EN LA COMUNA DE SAN PEDRO DE ATACAMA			
	Con patente Municipal	Sin Patente Municipal	Total Alojamientos
Área Urbana	99	100	199
Área Rural	45	131	176
Localidad y pueblos	1	9	10
Total	145	240	385
Fuente: PLADETUR 2020 de San Pedro de Atacama			

En cuanto a los datos obtenidos sobre la gestión de los residuos de los alojamientos, se constató que 59 alojamientos declararon poseer algún tipo de Gestión de Residuos, equivalente al 36,9% del total de alojamientos encuestados

por PLADETUR. Respecto a las Políticas de Sustentabilidad, 73 alojamientos declararon poseer algún tipo de estas (33,1%). Las categorías identificadas corresponden al consumo de Agua, Electricidad y de Residuos. De las Políticas de Sustentabilidad, corresponden mayoritariamente a planes de concientización acerca del consumo de agua y electricidad y respecto de la forma de promoción de los Alojamientos, PLADETUR identificó un amplio predominio en el uso de plataformas digitales, de la totalidad de los alojamientos encuestados, un 86,3% declara utilizar alguna de las plataformas digitales de promoción, mientras que un 41,3% utiliza publicidad impresa (PLADETUR 2020).

SERVICIO DE RESTAURACIÓN

PLADETUR (2020) identificó los servicios de restauración utilizando los datos referidos a las patentes Municipales, de estos se clasificaron los distintos tipos de Restauración según la actividad declarada y se identificaron un total de 178 establecimientos distribuidos en 8 categorías:

TIPO RESTAURACIÓN	Cantidad	%
<i>Restaurant</i>	121	68%
<i>Cocinería</i>	15	8,40%
<i>Cafetería y café al paso</i>	12	6,70%
<i>Comida al paso</i>	10	5,60%
<i>Comida Rápida</i>	9	5,10%
<i>Heladería</i>	5	2,80%
<i>Cervecería</i>	4	2,20%
<i>Pollería</i>	2	1,10%
<i>Total</i>	178	
<i>Fuente: PLADETUR 2020-2025</i>		

En cuanto al grado de sustentabilidad de los servicios de Restauración PLADETUR señaló que, en cuanto a la matriz energética, casi la totalidad de los encuestados se encuentra conectado a la red de CESP, de los 41 establecimientos de Restauración sólo uno indicó no utilizar como fuente de energía a CESP, este corresponde al Restaurant Casa Piedra, que utiliza la energía solar como su total fuente. Los establecimientos que declararon utilizar generador corresponden a un 29.3% del total de locales, generadores utilizados principalmente como respaldo en caso de interrupciones de la energía suministrada por CESP, así también, se registró dos establecimientos con estanques de agua como resguardo de los servicios interrumpidos durante temporada alta. Respecto a la promoción de sus servicios la plataforma Tripadvisor es utilizada por el 33,3% mientras que el 51,1% de la Restauración declara utilizar algún tipo de publicidad impresa (PLADETUR 2020).

Otro dato importante generado por PLADETUR (2020) es respecto al origen étnico de los propietarios de los establecimientos de Restauración y según sus datos generados un 61,5% de los propietarios declaró no ser Atacameño.

AGENCIAS DE VIAJES, TOUR OPERADOR Y GUÍAS DE TURISMO

El trabajo realizado por PLADETUR señala que el registro de patentes municipales indica la existencia de 203 patentes corresponden a agencias de turismo o tour operadores, 41 patentes corresponden a guías de turismo y 2 de éstas están asociados a una patente comercial referida a agencia de viaje o tour operador. La oferta existente es principalmente de tours regulares que visitan atractivos turísticos naturales, más que en lo cultural o la experiencia que se puede vivir en cada espacio (PLADETUR 2020).

Los tours regulares son:

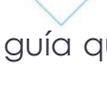
- Valle de la Luna
- Laguna Cejar y Ojos del Salar
- Laguna Tebenquiche
- Lagunas Altiplánicas y Miradores de “Piedras Rojas”
- Salar de Tara, humedales y Monjes de la Pacana
- Termas de Puritama
- Valle del Arcoíris y Yervas Buenas
- Lagunas escondidas de Baltinache
- Valle de la Muerte
- Machuca y Quebrada de Guafín
- Valle de Catarpe –
- Geiser del Tatio – Machuca



También se encuentra la oferta de ascenso a volcanes como:

- Ascenso Cerro Toco
- Ascenso Volcán Lascar
- Ascenso Volcán Licancabur
- Ascenso Volcán Soque
- Ascenso Saire Cabur

Por otra parte, se encuentran los hoteles de alta gama que ofrecen tours privados que incluyen excursiones de senderismo y de cabalgatas. Estos hoteles han liderado la apertura de nuevas rutas tales como: Cornisas, Vilama, petroglifos de Catarpe, Piedra de la coca, Valle de Kari, Salar de Capur, Cerro Toco y Soquete, entre otros. No obstante, las actividades que se pueden o que se realizan varían según la condición del sitio que se visita y lo que está permitido en sectores donde hay administración turística. En el caso de estos sitios donde no hay administración turística, queda sujeto a la autoridad del guía que dirige estas excursiones (PLADETUR 2020).



ANEXO 2

Encuesta "Turismo Indígena para el Fortalecimiento Socioeconómico local de Atacama La Grande"

Herramienta de recolecta de información: google form

Duración mínima para realizar la encuesta por teléfono: 25 minutos

A disposición de los encuestadores: el asesoramiento continuo de parte de la Unidad técnica de turismo, un guión incluyendo un descriptor de los formatos de respuestas de google form, un flujograma del desarrollo de la encuesta telefónica, un glosario y las informaciones relevantes relacionadas con el proyecto.

Datos personales

01: Nombre(s) > redactar

02: Apellido(s) > redactar

03: R.U.T (con puntos y guión) > redactar

04: Teléfono celular (8 digitos) > redactar SIN indicar +569

05: Correo electrónico > redactar

06: ¿Usted pertenece a alguna comunidad indígena de Atacama la Grande?
Marcar si o no

07: En caso de haber respondido que sí, pertenece a una comunidad indígena, indica cuál:

> redactar

08: ¿Su actividad comercial está relacionada con el turismo?

Si la respuesta es positiva >> seguir con la encuesta

Si la respuesta es negativa >> acá termina la encuesta.

Datos empresa turística

09: ¿Cuál es su actividad principal? > Elegir una opción en la lista desplegable

- Alojamiento
- Tour operador y/o agencia
- Creación y/o venta de artesanía
- Preparación y/o venta de alimentos y bebidas
- Transporte de turistas
- Arriendo de equipamiento
- Terapias de salud y bienestar
- Cultores
- Guía de turismo

10: ¿Cuál es la figura administrativa de su empresa o emprendimiento? > Elegir una opción en la lista desplegable

- Microempresa familiar
- Sociedad de hecho
- Sociedad de responsabilidad Ltda
- Sociedad anónima
- EIRL
- Cooperativa
- Sociedad colectiva (SpA por ejemplo)
- Trabajador(a) independiente con boleta de honorarios
- No posee organización jurídica

11: Para la puesta en marcha de su emprendimiento en turismo ¿Cuál fue su fuente de financiamiento? Elegir una o varias opciones

- Fondos personales
- Préstamo(s) particular(es)
- Banca(s) Comercial(es)
- Programa(s) de gobierno y/o privado

12: En caso de responder programa(s) de gobierno y/o privado, especificar > redactar



13: Razón social de la empresa o del emprendimiento > redactar



14: Rol (con puntos y guión) > redactar



15: Giro(s) comercial(es) > redactar

16: Dirección comercial > redactar número y calle



17: Localidad > redactar

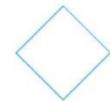
18: Teléfono celular comercial (8 dígitos) > redactar SIN indicar +569



19: Correo electrónico comercial > redactar



20: Sitio web > redactar



21: Año de iniciación de actividad > redactar



22: Considera usted que los servicios y productos turísticos que ofrece su negocio ¿Permiten el intercambio cultural con el visitante?

Si la respuesta es positiva >> seguir con la encuesta

Si la respuesta es negativa >> acá termina la encuesta.



Auto-evaluación en termino de turismo indígena Atacameño-Lickanantai

23: ¿Considera usted que su actividad se realiza bajo los principios de:

Elegir una o varias opciones

- Respeto
- Sustentabilidad
- Reciprocidad
- Complementariedad
- Autenticidad
- Ninguno de los anteriores



24: Considera que su negocio turístico ¿Favorece la valorización y respeto de la cultura indígena?

Marcar "Sí" o "No"

25: Considera que su negocio turístico ¿Educa a favor de la protección del territorio y de los recursos naturales?

Marcar "Sí" o "No"

26: Su negocio de turismo indígena ¿genera un impacto positivo en la cultura y la economía de la comunidad indígena? Marque las acciones que usted realiza:

Elegir una o varias opciones

- Asesoría y capacitación a población y trabajadores locales.
- Compra de artesanías locales que promuevan el patrimonio indígena.
- Compra de productos a proveedores locales.
- Contratación de personal indígena.
- Donaciones para iniciativas de desarrollo de la comunidad.
- Participación y apoyo a organizaciones locales.
- Ninguna de las anteriores
- Otra: Especificar

27: ¿Cómo se reducen los impactos negativos de su negocio en la vida diaria de la comunidad y el medio ambiente? Marque todas las actividades que realiza.

Elegir una o varias opciones

- Ejecución charlas hacia los visitantes sobre el buen vivir, el cuidado al medioambiente y lo importante que es para el pueblo indígena y la comunidad.
- Aplicación de códigos de conducta de respeto hacia el medioambiente para los visitantes.
- Aplicación protocolo cuidado del agua.
- Implementación compost de basura orgánica.
- Separación de basura y reciclaje.
- Utilización de fuentes de energías renovables.
- Utilización de productos biodegradables.
- Ninguna de las anteriores
- Otra: especificar

28: ¿Se les proporciona a los visitantes un instructivo/protocolo de lo que se considera un comportamiento aceptable y respetuoso mientras están en el destino y en la comunidad?

Marcar "Sí" o "No"

Descripción de servicios y productos

29: Los trabajadores de su empresa, que reciben y tienen contacto con los visitantes, ¿son miembros del pueblo Atacameño-Lickanantai?

Marcar "Sí" o "No" o "Parcialmente"

30: ¿Cuáles de las siguientes actividades/productos culturales ha incluido en su experiencia turística indígena?

Elegir una o varias opciones

- Alojamiento con pertinencia local (arquitectura, decoración típica, etc...)
- Charlas-conversatorios y encuentros culturales. (historias, mitos, cosmovisión, etc...)
- Demostraciones culturales (Espectáculos, exposiciones o exhibiciones culturales).
- Documentos impresos o presentaciones audiovisuales.
- Muestra o degustación de alimentos tradicionales.
- Visitas guiadas con cultores patrimoniales.
- Participación en eventos culturales (celebración, ceremonia, etc...)
- Participación en actividades cotidianas (agricultura, ganadería, recolección, elaboración de artesanía local, etc...)
- Ninguno.

31: ¿Cuáles de estos ámbitos de la cultura atacameña-Lickanantai tiene incorporado en su oferta turística?

Elegir una o varias opciones

- Utilización, explicación y traducción de palabras Ckunza.
- Cuentos, leyendas o mitos.
- Canciones.
- Gastronomía.
- Juegos y deportes tradicionales.
- Prácticas agrícolas y ganadera o vida cotidiana.
- Ritos.
- Conocimientos ecológicos tradicionales.
- Conocimientos sobre la fauna y flora locales.
- Cosmovisión.
- Medicinas tradicionales.
- Instrumentos musicales.
- Artesanía local.
- Danza, música, teatro.
- Ninguna de las anteriores.

Operaciones

32: ¿Dónde realiza principalmente sus actividades turísticas?

Elegir una o varias opciones

- En zona urbana (el centro histórico de San Pedro de Atacama)
- En zona peri-urbana (las poblaciones de San Pedro de Atacama)
- En zona rural (en uno de los ayllus de San Pedro de Atacama)
- En zona rural (en uno de los demás pueblos de la comuna)
- En zona remota (en los sitios de visitación, en montaña, etc...)

33: Hasta ahora, ¿cómo sus clientes se enteran de sus productos o servicios turísticos?

Elegir una o varias opciones

- A través de intermediarios turísticos (agencias o tours operadores).
- A través de plataformas de reservas (tipo booking, tripadvisor, airBnB, etc...).
- Por campaña de promoción propia (página web, redes sociales propias, afiches, folletos, etc...).
- Por la señalética que indica mi negocio en el espacio público.
- Por paginas o diarios de información (artículos en prensa, reportajes TV, guía de viaje, etc...).
- El boca a boca.
- No lo sé.
- Otra: especificar

34: Indique la forma en que sus clientes pueden actualmente solicitar información y reservar con su empresa

Elegir una o varias opciones

- Elegir una o varias opciones
- Teléfono celular.
- Facebook.
- Otras redes sociales (Messenger, Whatsapp, Instagram, etc.).
- Correo electrónico.
- Página web propia.
- Plataformas de reservas (Booking, Tripadvisor, Airbnb, etc.)
- Otra: especificar

35: En caso de que un potencial cliente solicita informaciones ¿que informaciones está en capacidad de enviar por correo electrónico?

Elegir una o varias opciones

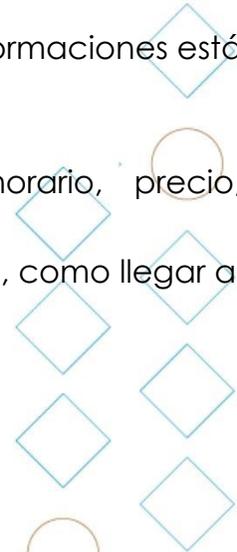
- Descripción de los servicios y/o productos
- Tarifas para clientes directos
- Tarifas comisionables para intermediarios
- Condiciones de venta y anulación
- Plan de prevención y manejo de riesgo
- Información sobre protocolos e implementación COVID 19
- Convenio de servicios con intermediarios turísticos
- Cotización
- Ninguno de los anteriores
- Otra: especificar



36: En caso de que un potencial cliente desee reservar ¿que informaciones está en capacidad de transmitir por correo electrónico?

Elegir una o varias opciones

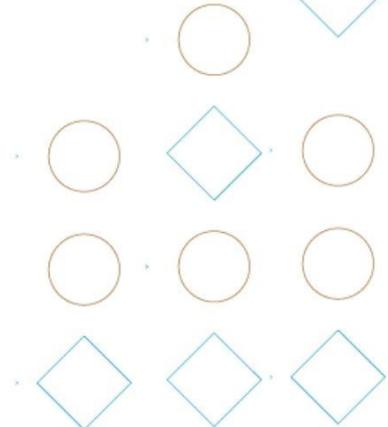
- Confirmación formal y detallada de la reserva (horario, precio, condiciones de anulación, etc...)
- Información práctica adicional (como preparar su estadía, como llegar al lugar, etc...)
- Ninguno
- Otra: especificar



37: ¿Qué medio de pago utiliza actualmente?

Elegir una o varias opciones

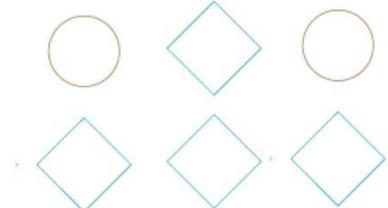
- Efectivo moneda nacional.
- Efectivo moneda extranjera.
- Tarjetas de crédito.
- Tarjeta de débito.
- Transferencia.
- Pago en línea. (paypal por ejemplo)
- Otra: especificar



38: ¿Actualmente, está en capacidad de emitir:

Elegir una o varias opciones

- Boleta de honorarios
- Boleta de venta
- Factura
- Factura en dólares
- Ninguna de las anteriores



39: ¿Actualmente, cómo evalúa la satisfacción de los visitantes?

- Con los comentarios en línea en las plataformas (booking, tripadvisor, etc...)
- Con los comentarios en línea en su página web propia o en sus redes sociales (facebook, instagram, etc...)
- Con los comentarios que les transmiten los intermediarios que comercializan sus productos
- Con una encuesta de satisfacción propia
- Libro de sugerencias y reclamos
- Ninguna de las anteriores
- Otra: especificar

40: ¿Cuenta su empresa con personal capacitado en primeros auxilios?

Marcar "Sí" o "No"

41: ¿Cuenta su empresa con protocolos propios e implementación relacionados con COVID 19?

Marcar "Sí" o "No"

42: ¿Cuenta su empresa con plan de prevención y manejo de riesgos?

Marcar "Sí" o "No"

43: ¿Cuenta su empresa con página web propia o página web compartida con otras empresas?

Marcar "Sí" o "No"

44: ¿Cuenta su empresa con material audiovisual de alta resolución de sus servicios o productos?

Marcar "Sí" o "No"

45: ¿Desearía usted relacionar su empresa con intermediarios turísticos?

Elegir una o varias opciones

- No me interesa
- Intermediarios locales
- Intermediarios regionales
- Intermediarios nacionales
- Intermediarios internacionales

46: ¿Cómo se relaciona usted con el sector turístico? Le voy a dar varias opciones, para cada una, por favor, indicame si es que sí o que no

ANEXO 3

Carta de presentación del proyecto



San Pedro de Atacama, enero 2021

Ref: invitación a participar en el proyecto "Turismo indígena para el fortalecimiento Socioeconómico local de Atacama la Grande"

Junto con saludar y desear un buen comienzo de año, informamos que:

En el marco del Concurso de Proyectos Innovadores para Coordinadores/as de Turismo Municipal, se otorgó a la Unidad de Turismo de la Municipalidad de San Pedro de Atacama el 4to lugar por el proyecto de *Turismo Indígena para el Fortalecimiento Socioeconómico local de Atacama La Grande*, el que fue desarrollado con el apoyo de la Asociación empresarial de Turismo Atacameño-Lickanantai (Asemtial).

Un logro que nos permite invitarle a participar de este proyecto, cuyo objetivo central es realizar un levantamiento de información para la identificación y la caracterización de la oferta turística indígena atacameño-lickanantai en el territorio de Atacama la Grande. Su participación en este estudio será a través de una encuesta telefónica personal y voluntaria, en la que le solicitaremos describir sus servicios turísticos.

Las respuestas entregadas serán parte importante de este proyecto. Una vez sistematizadas y analizadas para su incorporación al informe final, se podrán elaborar proyecciones y planes de acciones en torno al turismo indígena empresarial en la comuna. Una iniciativa que puede tener un mejor desarrollo con su participación.

Dos personas estarán a cargo de realizar las encuestas telefónicas durante el mes de enero del 2021: Rosa Ramos y Francisco Cardenas, ambos miembros de la asociación Asemtial y partícipes de la ejecución del proyecto. Esperamos que la llamada tenga buena acogida de su parte, ya que su aporte es fundamental para el buen desarrollo del proyecto.

Sin más que agregar, quedamos a su disposición para aclarar cualquier duda, al correo info.turismo.indigena@fundacionspa.cl, y a los siguientes números telefónicos:

Rosa Ramos: +56 9 9674 5420

Francisco Cardenas: +56 9 9123 6790

Se despiden atentamente,

Pedro Vila
I. Municipalidad de San Pedro de Atacama

Karina Soza
Fundación de Cultura y Turismo de San Pedro de Atacama

Rosa Ramos
Asociación empresarial de Turismo Atacameño-Lickanantai