

DESDE LA ETNOGRAFÍA ANTROPOLÓGICA HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE. UNA METODOLOGÍA DE ABORDAJE TEÓRICO-PRÁCTICA. EL CASO DE LA MACROZONA ANDINA NORTE, EN LAS ACTUALES REGIONES DE ARICA-PARINACOTA, TARAPACÁ Y EN CHILE

*Bernardo Muñoz Aguilar**

Resumo: Se ha realizado un análisis de las brechas e inconsistencias presentes en la actividad turística desarrollada en la Provincia del Tamarugal y el Área de Desarrollo Indígena, ADI, Jiwasa Oraje. El investigador ha sido un observador privilegiado de los esfuerzos regionales, parciales en lugar de estructurales, y sin inteligencia de mercado, por establecer los diagnósticos, las brechas, y eventuales rutas turísticas, así como la instalación de rutas turísticas a nivel regional. Esta brecha se acentúa aún más con la ausencia de una política alimentaria regional, con la inexistencia de mercado, y con el uso de un marketing posicionado del destino de la marca Tarapaca, dirigido a los viajeros con mayor capacidad de gasto e interesados comprobadamente en un turismo vivencial, actividades outdoor compartidas con las comunidades locales.

Palavras-chave: Turismo. Inteligência de Mercado. Comunidades indígenas.

Abstract: An analysis of the gaps and inconsistencies present in the tourism activity developed in the Tamarugal Province and the Indigenous Development Area, ADI, Jiwasa Oraje. The researcher has been a privileged observer of regional efforts, rather than structural, and without market intelligence, to establish diagnoses, gaps, and eventual tourist routes, as well as the installation of tourist routes at the regional level. This gap is further accentuated by the absence of a regional food policy, the absence of a market, and the use of a marketing positioning the destination of the Tarapaca brand, aimed at travelers with greater spending capacity and experiential tourism, outdoor activities shared with local communities.

Keywords: Tourism. Market intelligence. Indigenous communities.

* Investigador Asociado del Instituto de Estudios Avanzados, IDEA. Universidad de Santiago de Chile, USACH.
E-mail: bernardomunozaguilar@gmail.com

Metodología, teoría, conceptos y etnografía

En relación a las **brechas e inconsistencias** que se producen en relación a la actividad turística desarrollada en la Provincia del Tamarugal y el Área de Desarrollo Indígena, ADI, Jiwasa Oraje, éstas dicen relación, en primer lugar a:

1) la carencia de productos turísticos terminados, con una planta turística adecuada, con estándares de calidad para el mercado nacional e internacional, sin Branding ni benchmarking realizados como componentes de una inteligencia de mercado aplicada a la industria del turismo.

2) A la falta de Capital Humano (CH) indígena para poder gestionar sus patrimonios culturales, naturales, tangibles e intangibles, materiales e inmateriales;

3) La no pertenencia a circuitos o rutas turísticas sostenibles que aseguren la visita de un público interesado en estos y que por estos motivos generen más estadía y mayor gasto en su permanencia o visita organizada a estos patrimonios.

4) Con mayor razón aún si se adolece de una “triangulación”, diseñada y sostenida con el área de San Pedro de Atacama ni el ADI¹ Alto el Loa, y menos aún con los visitantes que se descuelgan desde el Salar de Uyuni y del área de Cusco e interiores del Perú andino o costeño.

Pero esta responsabilidad recae no sólo en la ausencia de lo mencionado en los puntos anteriores, sino que responde a cuestiones de orden estructural mayor y que serán abordadas en propiedad en páginas posteriores, a saber: la falta de una gobernanza institucional vigente y funcional para el Sector Turismo, declarado como Eje de Desarrollo en la Estrategia de Desarrollo Regional de Tarapacá en Chile para los años 2011-2020; un Plan de Vinculación para la superación de las brechas de los capitales sociales y culturales del sector turismo y finalmente y de mayor trascendencia aún, la inexistencia de una Estrategia Regional de ¹ Área de Desarrollo Indígena, ADI. De ahora en adelante ADI.

Turismo².

c) Se ha realizado un análisis de fuentes secundarias que recogen las experiencias y el estado del arte en el turismo rural, comunitario, regional, provincial y local en la industria del turismo en la región de Tarapacá.

El investigador infrascrito ha sido un observador privilegiado de los esfuerzos regionales parciales y no estructurales y sin inteligencia de mercado, por establecer los diagnósticos, las brechas, eventuales rutas turísticas y la instalación de rutas turísticas a nivel regional.

Estos incorporan teóricamente a los destinos locales, comunitarios, comunales, provinciales y de sus patrimonios y cualidades, y de las consecuciones relativamente exitosas, pese a las brechas estructurales enunciadas en el punto inmediatamente anterior.

Los esfuerzos desplegados por las políticas públicas y privadas hacia el sector, lo que evidencia otro rumbo en la actualidad, habían carecido en grados relevantes de una pertinencia cultural, de una experticia local y regional, y no se incorporan a cabalidad aún como parte inclusiva de la gestión del destino los elementos conceptuales que postula la Organización Mundial de Turismo, OMT, como son los **Indicadores de Gestión del Destino**, tales como la hospitalidad, encuestas y entrevistas a pasajeros o visitantes, seguridad, aseo y ornato, calidad de la gastronomía local, destinados a medir los servicios para un público cada vez mayor y más exigente y que encuentran interesantes destinos muy cercanos a Tarapacá.

Estos son destinos exitosos con marca establecida y marketing desarrollado, como lo son las ciudades de Tacna, Arequipa y por sobre todo Lima en y a las cuales se agrega últimamente también la comida tradicional andina, puesta en valor gourmet, en la ciudad de la Paz de Bolivia.

Esta brecha se acentúa aún más, con la ausencia de una política alimentaria regional, con la inexistencia y/o desarrollo de una inteligencia de mercado, de un marketing posicionador del destino de la marca

² Tarapacá es la única región del país que no cuenta con dicha Estrategia.

TARAPACÁ a nivel de los viajeros con mayor capacidad de gasto e interesados comprobadamente en un turismo vivencial, actividades outdoor compartidas con las comunidades locales³

d) Se han establecido los **principales stakeholders regionales, tanto públicos como privados ligados al sector**; instancias académicas que desarrollan programas y proyectos en el área del turismo, así como los stakeholders locales indígenas que desarrollan alguna actividad turística a partir de la gestión de su patrimonio natural y cultural.⁴

Si bien es cierto existe una Asociación en el ámbito de los Tour Operadores, no ha sido posible reunirse en forma colegiada con ellos todavía, debido a que se desconocen aún sus características como gremio, a las relaciones sinérgicas relacionales en su accionar. Esto, en sus relaciones como pares, para lo cual aún no se conocen informaciones en profundidad y sistematizadas al respecto, como tampoco la relación que hasta ahora han establecido con las comunidades de los destinos que visitan en la Provincia del Tamarugal y en el ADI Jiwasa Oraje.⁵

3 Sólo para no ir al ámbito internacional, se debe citar el caso de San Pedro de Atacama y su ADI en donde todas las comunidades gestionan en conjunto sus patrimonios y ya el Valle de la Luna pasó de ser un lugar de contemplación y disfrute gratuito por visitantes sin gasto, a ser gestionado por los ayllus de Quitar, Tchecar, Cucuter, Sequitor, Larache entre otros. Tanto visitas, como cuidado del entorno, pago por ingreso y uso de instalaciones, horarios permitidos de visitas guiadas y no guiadas están regladas por las propias comunidades. A esto se suma el que con inteligencia de mercado aplicada hoy los miembros que gestionan los patrimonios, en este caso natural, han descubierto en la espeleología un nuevo factor de negocios y desarrollo de productos turísticos de calidad, con estándares internacionales, ya que gran parte de su público en este segmento dice relación con visitantes que forman parte de un turismo especializado y cercano a las ciencias de la tierra.

⁴ Inclusive se han solicitado información a través de los respectivos portales de Transparencia.

⁵ La relación y prospección desarrollada por este consultor en relación a los stakeholders mencionados se realiza profusamente y con rigor investigativo en las páginas precedentes.

Está pendiente aún una solicitud de reunión con el mencionado gremio que será parte pendiente a incorporar en el 3er. Informe comprometido. En esta reunión se podrá dar cuenta de las relaciones de cooperación y reciprocidad establecidas entre los habitantes originarios, los tours operadores y las comunidades andinas de la Provincia del Tamarugal que se desenvuelven en el sector turismo con sus propios emprendimientos.

Existe también un porcentaje a definir, también en esa reunión, de touroperadores⁶ el porcentaje de miembros de las comunidades indígenas que desempeñan labores como tales y que generan visitas a los sectores más recurridos y accequibles a la demanda y oferta que ellos puedan mantener desde esta actividad y con relaciones sinérgicas en sus comunidades de origen para generar productos turísticos que generen mayor estadia y gasto. Esto es actividades ligadas a redes familiares o funcionales al emprendimiento que puedan dar soporte a potencialidades gastronómicas locales, trekking, escaladas, participación en caravanas de llamas, arriendo de bicicletas e inclusive hospedaje entre otras iniciativas.

f) En este Resumen Ejecutivo, se incluye como en el informe N° 2, un esquema denominado en la industria del turismo como **“inteligencia de mercado”** para incluir la **variable indígena en la cadena de valor turística**, como un patrimonio cultural y natural que en los mejores escenarios de América Latina acaba siendo el que estos, sean inmateriales, materiales, tangibles e intangibles, terminan siendo gestionados y puestos en valor por las propias comunidades o miembros de comunidades indígenas. Este concepto será desarrollado durante informes N° 2 y N°3 para pensar en una estrategia de cómo introducir a las comunidades indígenas en el mercado de la industria turística, poniendo atención a sus brechas, hasta como introducir su patrimonio con una adecuada gestión de su propuesta en el turismo cultural, rural que lo

⁶ Será necesario contar con un mínimo de registros de entrevistas y establecer con que rangos de registros cuentan los tour operadores respecto de su actividad como unidades económicas y/o Gremio en cuestión.

acerque a una Iniciativa de Fomento Integrada o IFI, como la que está en curso.

Inteligencia de Mercado

Un esquema denominado en la industria del turismo como “inteligencia de mercado” incluye variables de gestión del destino en la cadena de valor turística explica como un patrimonio cultural y natural que en los mejores escenarios de América Latina acaba siendo el que estos, sean gestionados y puestos en valor por las propias comunidades o miembros de comunidades territoriales, ya sean privados, comunitarios o indígenas, propiciando en esta fase post incendios una planta turística que incorpore la variable de energías limpias y renovables.

Este concepto será desarrollado para pensar y desarrollar una estrategia de cómo introducir en los actores territoriales de la industria del turismo en el mercado de la industria turística, poniendo atención a sus brechas y debilidades, hasta como introducir su patrimonio con una adecuada gestión de su propuesta en el turismo cultural, rural y sostenible.

Una inteligencia de mercado que incorpore la variable

de identidad, respete los Acuerdos Internacionales y la legislación nacional al respecto y de una puesta en valor con la generación de indicadores de gestión culturales y sociales que impacten a los beneficiarios (tanto detentores del patrimonio como a sus visitantes) en los próximos diez años como mínimo.

Un esquema de inteligencia de mercado con esta variable se muestra en la siguiente imagen 1.

En tanto en la última diapositiva se muestran las actividades de base para reposicionar el segmento turismo como industria y herramienta de desarrollo.

- En la dimensión económica: Fortalezas y oportunidades; Debilidades y amenazas.
- En la dimensión social: Fortalezas y oportunidades; Debilidades y amenazas.
- En la dimensión cultural: Fortalezas y oportunidades; Debilidades y amenazas.
- En la dimensión ambiental: Fortalezas y oportunidades; Debilidades y amenazas.
- En la dimensión de la planta turística y de los productos turísticos terminados con

Figura 1



identidad y calidad, con estándares regionales, nacionales e internacionales.

- En la dimensión de generación de indicadores de gestión del destino turístico.
- En la dimensión de formación de capital humano

en la gestión de destinos turísticos en ADIs.

- En la dimensión de la generación de indicadores cualicuantitativos de gestión en el destino turístico.

“Inteligencia de Mercado” para incluir la variable indígena en la cadena de valor turística.¹

Figura 2

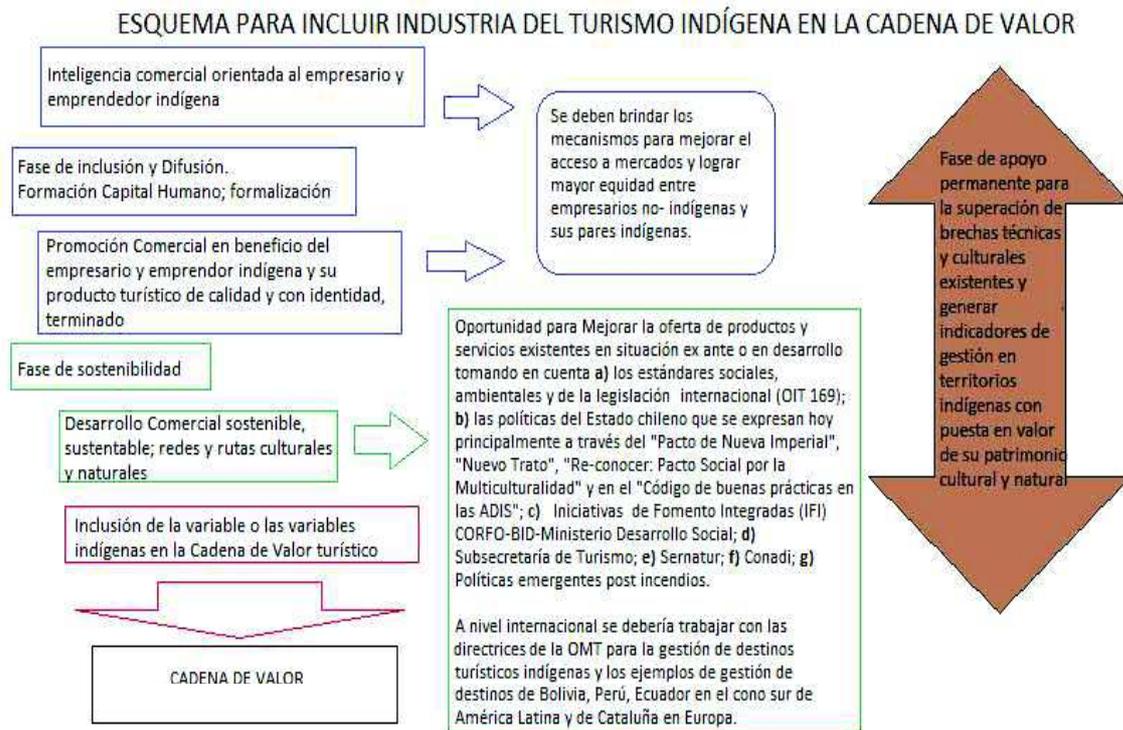


Figura 3

| Turismo Masivo Externo | Turismo Comunitario O comunitario indígena |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grandes Inversiones e intereses externos al desarrollo local o etnodesarrollo | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Proviene en gran parte a nivel regional en Tarapacá de inversiones a menor escala que generan Desarrollo Económico Local y fortalecimiento de la identidad cultural, que no aseguran la sustentabilidad económica ni la sustentabilidad de la gestión perdurable en el tiempo del destino. |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Profesionales del rubro y la industria del turismo | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Los recursos humanos (RH) locales no cuentan con grandes capitales de formación técnica, ni actividades generalizadas de benchmarking u observación de buenas prácticas comparadas que les permita incrementar su capacidad de gestión del destino local, intercomunitario, provincial o intra ADI para el sector turismo |

1 Además del concepto se insertan tres diapositivas mejoradas que forman parte de una ponencia realizada por el Consultor en el respectivo Congreso de SOCIETUR, realizado en Santiago de Chile en el año 2014 y que fue organizado por el Instituto del Patrimonio y Turismo de la Universidad Central de Chile y cuya ponencia escrita se encuentra publicada en forma indexada en los anales posteriores producidos por dicha Universidad.

Figura 4



En las tres láminas anteriormente dispuestas, es donde se debe intentar entender el carácter y la especificidad de capitales y brechas que se presentan en este primer caso analizado, cual es la Región de Tarapacá, aun cuando dijimos existen similitudes relevantes con el caso de la XV Región.

Es aquí en donde se produce la inflexión para la política pública, privada, educativa, de ocio respetuoso de parte del visitante. Este es el mapa con el cual se debería trabajar, aunque no es excluyente, a la hora de digitar un protocolo básico de mecanismos de exposición, disposición, planificación y acción frente a un mercado exigente y con capacidad de gasto para decidir su destino turístico.

Este no se caracteriza por ser un turismo de tipo exclusivo, sino que hoy busca encontrar en el otro (la comunidad visitada), respuestas a través del ocio recreativo, del disfrute de un territorio y del contacto con los habitantes locales; en la contemplación de otras formas de vida en términos culturales, en territorios con riesgo de contaminación ambiental o no y las correspondientes soluciones de uso de energías limpias y renovables para el funcionamiento de la planta turística.

Esto se contrapone al modelo cultural de gestión

de negocios en el mundo del turismo clásico, y que ahora través del Turismo de Intereses Especiales, TIE, contribuye de lleno o parcialmente al pecunio individual, familiar y/o comunitario a través del consumo y estadía, que además busca entender las formas de vida local, lo que viene a fortalecer esta identidad, esta comunidad y este territorio.

Por estas razones es fundamental en este territorio en estudio, acompañar este proceso con formación de capital humano (CH) con pertinencia cultural, algo resistido en las formas de capacitación y mallas curriculares más clásicas.

En todo este escenario, el turismo ya ha sido debatido en diversas publicaciones por otros autores,⁷

En tanto en materia de sostenibilidad y sustentabilidad

⁷ "Proyecto Gobernanza para el Sector Turismo" (Resumen Ejecutivo). Organización Mundial de Turismo, OMT. Madrid, diciembre 2010. Estadísticas y Cuentas Satélites de Turismo. Documento Elaborado por el Licenciado Citlalin Durán Fuentes, México.; "Turismo Cultural: Una oportunidad para el desarrollo local. Guía Metodológica". 1ª. Edición, Diciembre de 2014. Servicio Nacional de Turismo, Chile; García, Miguel et al. "Propuesta para un modelo de gestión integral de destinos turísticos". Euro Chile; Sernatur. 2008; Dr. Leiva; Romero, Víctor: "Desarrollo Turístico Regiones de Arica- Parinacota y de Tarapacá". Consultor Independiente, marzo de 2018. Informe Final, Dirección de Planeamiento, MOP.

del destino local, del emprendimiento, del poblado, del refugio, del hotel, de la accesibilidad a calefacción y al recurso agua de pozos profundos, destinados al uso del sector turismo, se debe privilegiar la observancia de la **Agenda 2020 del Estado chileno**, de las políticas planteadas por la **Subsecretaría de Turismo** al respeto, así como en las políticas del Servicio Nacional de Turismo, **SERNATUR**, en orden de privilegiar el uso de **“energías limpias y renovables”**, toda vez que la I Región y también la XV gozan de una de las más altas radiaciones solares del planeta durante todo el año.

Si a esto se suma el alto valor entregado por parte del visitante a este tipo de productos, en materia del cuidado del territorio y su medio ambiente en un micro-emprendimiento, de nivel mediano o de gran envergadura, se puede asegurar mediante datos económicos de alto nivel⁸, y sistematizados en lo que el Dr. Jordi Tresserras Juan⁹, ha denominado a partir de la contribución de Buitrago (2012), **“El turismo Naranja”**.

Este se entiende fundamentalmente como el turismo sostenible puesto en valor en países en vías de desarrollo, para que el patrimonio cultural local sea interpretado, homologado y preservado como un capital tangible o intangible tanto por los actores locales que gestionan su patrimonio y que colocan este en el sector turismo cultural y sea también así entendido en un contexto intercultural e intersubjetivo del encuentro de dos culturas o varias culturas en un

⁸ Buitrago, Felipe; Duque, Iván: “La Economía Naranja: una oportunidad infinita” Banco Interamericano de Desarrollo, BID. Colombia, Washington DC; 2012.

⁹ Tresserras, Juan; Jordi: (2003).- “Los problemas del turismo cultural / Las tendencias del turismo cultural”, en Congreso Iberoamericano sobre Patrimonio Cultural, Desarrollo y Turismo (Morelia, Michoacán, 2003). Memorias / Parte II, en Cuadernos de Patrimonio Cultural y Turismo 6: 87-89. ----.- “El turismo cultural en países en vías de desarrollo”, en Actas del Congreso Internacional del Turismo Cultural (Salamanca, noviembre 2002). Org: Turespaña.--(2003).- “Los problemas del turismo cultural / Las tendencias del turismo cultural”, en Congreso Iberoamericano sobre Patrimonio Cultural, Desarrollo y Turismo (Morelia, Michoacán, 2003). Memorias / Parte II, en Cuadernos de Patrimonio Cultural y Turismo 6: 87-89.

contexto de ocio generador de desarrollo mutuo, entre otras variables conceptuales.

g) Se plantea en términos más avanzados en el Informe N°2, lo que se podría hacer en la región de Tarapacá para **superar sus brechas y generar productos y circuitos turísticos**.¹⁰

h) El **responsable** de elaborar reuniones, difusión, explicar los alcances de esta IFI en esta primera etapa han sido el consultor y han coadyuvado los diversos stakeholders públicos y privados, indígenas y no indígenas que han sido parte del registro de consultas y propuestas dentro de esta primera fase de trabajo, realizado en la región de Tarapacá y que da cuenta de este hasta la elaboración del dossier de proyectos con vocación y capacidades de ser sujetos de financiamiento de los mismos por parte de la IFI de **OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS INCLUSIVOS DE/CON COMUNIDADES INDÍGENAS EN LAS REGIONES I Y XV PARA EL PROGRAMA PARA INICIATIVAS DE FOMENTO INTEGRADAS “DESARROLLO PRODUCTIVO Y EMPRESARIAL INDÍGENA”**

Metodología, teoría, conceptos y etnografía

La propuesta metodológica proviene desde la antropología y la etnografía, del etnodesarrollo y del conocimiento sobre las culturas indígenas, del turismo rural, el turismo indígena y el turismo vivencial, que transforma los grupos originarios en gestores dentro de la industria del turismo.

Entendiendo desde ésta óptica que el turismo sostenible podría significar para estas culturas originarias desarrollo económico, fortalecimiento de la identidad y la puesta en valor de sus patrimonios. Esto se debe generar acompañado de la aplicación de elementos de última generación en la industria turística como son la inteligencia de mercado, Branding

¹⁰ También en este aspecto lo relativo a la región de Arica Parinacota se desplegará en el Informe N° 3.

y benchmarking que les permitan a los mismos, disponer finalmente productos turísticos terminados, formando parte de circuitos o rutas mayores, locales, provinciales, regionales, interregionales, subregionales internacionales que den sustentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.

Esto tanto en la planta turística y en los **indicadores de gestión**, que se deberán gestar para medir el desarrollo, evaluar y gestionar el destino para generar visitas de calidad cultural y acordes con los intereses que el destino desea poner en valor en dicha cadena de valor turístico.

La investigación a través de esta consultoría con comunidades indígenas de las regiones I y XV, se aboca a definir las oportunidades de negocios inclusivos de estas etnias, fundamentalmente aymaras y quechuas, en se promueven en el ámbito del turismo cultural y natural con estándares internacionales y asociativo.

Esto implica no sólo trabajar con estas comunidades, sino que además el identificar los grados de asociaciones que presentan a nivel comunal, a nivel de asociaciones de Municipios rurales y actores públicos y privados presentes en las respectivas ADIS de Jiwasa Oraje y Alto Andino Arica Parinacota, por lo tanto rutas y redes para el sector turismo

Se han definido, desde el ámbito de las ciencias sociales, las formas de organización de las comunidades, mapuche, rapanui y otros pueblos originarios. Para el caso mapuche es claro el rol del Lonco como líder político, de la machi como líder espiritual.¹¹ En el caso rapanui el jefe de un clan como líder de ese tipo de agrupación¹². También esto ha sido profusamente estudiado para la macro zona norte del país, donde se ubican fundamentalmente atacameños, aymaras y quechuas.

De explicar estas formas de organización se encarga la presente consultoría¹³, toda vez que éstas presentan formas culturales-cambiantes y dinámicas, pero que

11 Existen muchas otras categorías y subcategorías de clasificaciones de linajes profusamente estudiadas, no siendo sujeto de esta descripción.

12 Ídem

13 A lo largo del 2º y 3er, Informe.

sin embargo han otorgado identidad y cohesión ya desde tiempos prehispánicos y que en el ámbito del turismo vivencial y rural han comenzado o comienzan a tomar el control de la gestión de sus patrimonios culturales y naturales, desde la comunidad, desde la practica ancestral religiosa, pero todavía débil de los **yatiris y Collirys**. Estos en la práctica son los ancianos portadores del conocimiento ancestral y de las prácticas asociadas entre la relación de la madre tierra o Pachamama, la flora, los Mallkus o cerros tutelares y su lectura cosmogónica en torno a la salud emocional y física del conjunto de la comunidad.

Estos miembros de la comunidad presentan gran veneración y protección por parte de la comunidad en general, y viven actualmente en sectores muy aislados y con acceso restringido al común de las personas y sólo con ciertos “pasantes” se puede acceder a ellos, siendo el común y en términos generales, ancianos de gran amabilidad. En términos occidentales, se les podría denominar como los “**hombres buenos**” de la misma.

Especial énfasis se otorga al análisis de las actuales asociaciones de convivencia que se producen actualmente en el terreno donde se asienta una ADI y los municipios rurales, pues si estos últimos son parte de una representación nacional, se cruzan con los ámbitos de representatividad originaria y comunitaria, donde los cargos ostentados por unos, en un nivel de representación originario caracterizados por el alférez, el Presidente de la Comunidad Indígena, entre otros, que se cruzan con el otorgado por el poder comunal y caracterizados por el Alcalde, concejales, Junta de Vecinos entre otros, produciéndose en diversos casos y no con pocas recurrencias, la ostentación de los dos planos representativos en una sola persona.

Las comunidades analizadas ya para la región de Tarapacá presentan por tanto claridad respecto de la funcionalidad del rol de la figura de las autoridades ancestrales, su ethos cultural, y sus procesos de modernidad.

Este espacio territorial y cultural andino, presenta diversas crisis y como tal cambiante en sus estructuras

culturales, las cuales a pesar de los procesos de modernización y cambio cultural se reproducen fundamentalmente a través del linaje, del conocimiento ancestral que poseen y de la autoridad política que establecen sobre la comunidad y las decisiones que esta toma, no sólo en el ámbito político y económico, sino que también en la esfera religiosa.

Este tipo de autoridades no sólo se verifica en la comunidad de origen, sino que también en el ámbito urbano, debido al patrón de “residencia dual” (rural-urbano) que presentan las mismas.

Por lo tanto, existen los capitales culturales y sociales desde la antropología para entender estas formas de organización y que el turismo actualmente es para las comunidades indígenas una variable de etnodesarrollo planteado ya en tesis doctoral de 1993¹⁴ y profundizada en la CEPAL en “El etnodesarrollo de cara al siglo XXI”¹⁵(1997).

A este trabajo de análisis de antecedentes preexistentes y de la elaboración teórica sobre el actual estado del arte en materia de turismo indígena, se han sumado salidas a terreno que han permitido completar los antecedentes de turismo indígena primero en la región de Tarapacá y fundamentalmente en la Provincia del Tamarugal y que también se desarrollará en la Provincia de Parinacota y en las Comuna de Putre y General Lagos en la elaboración del 3er. Informe.

En la búsqueda de información para dar sustento a la consultoría se ha interactuado con los stakeholders institucionales de ambas regiones como Sernatur, las respectivas Agencias de Desarrollo Regional, la CONADI, INDAP; CONAF, Asociaciones de Municipios Rurales, entre otras instituciones relevantes para la materia que ocupa a esta consultoría. En el ámbito de los stakeholders locales, se está trabajando con comunidades indígenas constituidas

¹⁴ Tesis Doctoral, Dr. Bernardo Muñoz, “Procesos de cambios sociales en el área de San Pedro de Atacama. Pérdida y recuperación de la identidad étnica. Una contribución antropológica para el desarrollo”. Universidad de Tübingen, Alemania, 1993. Editorial Holos.

¹⁵ Documento de trabajo de la División Social de la CEPAL, Durston John; Muñoz, Bernardo. 1997.

oficialmente como tales, Juntas de Vecinos, redes indígenas comunitarias de turismo, Asociaciones de Municipios Rurales, Municipios Rurales en torno a la gestión y puesta en valor de sus patrimonios culturales y naturales, encontrándose en este nivel el problema de la falta de un desarrollo acabado de productos turísticos con inteligencia de mercado, plantas turísticas adecuadas, funcionamientos en redes o rutas, siendo por tanto sus propuestas aún insuficientes en sostenibilidad, pero existen iniciativas y productos turísticos que pueden acercarse al nivel de los proyectos que esta IFI requiere para a ser sujetos de créditos e igualmente de establecer una determinada Equity en esta relación.

Esta determinación para avanzar en el sector turismo se observa aún con las brechas mencionadas, con el trabajo e interés existente en el sector turístico patrimonial andino por parte de las 5 Comunas Rurales existentes en la Provincia del Tamarugal¹⁶ lo que también ya se podrá definir para la Provincia de Parinacota,¹⁷ para la implementación de distintos emprendimientos turísticos con la identidad andina.

Se explica por lo tanto en el segundo informe a través de la profundización de estos antecedentes etnoturísticos el turismo como el **“convivir con el otro en su espacio vital en un espacio de paz y fraternidad con acuerdos interculturales negociados con la puesta en valor de forma consentida de un aspecto de su patrimonio”**, que es lo que plantea desde la óptica del turismo naranja el Dr. Jordi Tresserras.

Por tanto, se analiza la experiencia que portan dichas comunidades en el campo del emprendimiento y fundamentalmente los resultados de sostenibilidad de los mismos, donde se encuentra la primera brecha, la sustentabilidad en el tiempo de estos emprendimientos (rutas-circuitos-sostenibilidad en el territorio y en el tiempo).

Son analizados y explicados en el espacio que corresponde tanto en los Informes N° 2 y N° 3 a

¹⁶ Comunas de: Pica, Pozo Almonte, Camiña, Colchane y Huara.

¹⁷ Comunas de: General Lagos y Putre.

través de la generación de un dossier, los proyectos que tanto las Municipalidades, Asociaciones de Municipios, comunidades indígenas y Mipymes indígenas en turismo pueden desarrollar en sus respectivos territorios de origen andino.

En relación a las experiencias en la asociación con privados y específicamente en el campo del turismo y en el territorio en análisis, estas no han alcanzado dimensiones relevantes ni con grandes sinergias relacionales

Los casos más destacables se han producido entre tours operadores de turismo rural andino y comunidades es a partir de la oferta de servicios turísticos relacionados con senderismo o trekking en los andes, en actividades relacionadas con el relato histórico de la comunidad y de los patrimonios puestos en valor,

También en la organización de gastronomía local dispuesta en este ámbito para el visitante, lo que permite poner en valor el patrimonio gastronómico local y ancestral, pero que cuenta con una gran traba aún, cual es la brecha por la falta de una **Política de Seguridad Alimentaria Regional** institucionalizada, y para lo cual hay ejemplos a nivel internacional y en el cono sur andino de la subregión y que cuente con las políticas establecidas para tales efectos por la Organización Mundial de Turismo (OMT) y la Organización Panamericana de la Salud (OPS).

También se ha advertido que no se produce una interacción relevante entre la academia de ambas regiones en donde los stakeholders locales o indígenas sean los gestores de sus patrimonios culturales y naturales. Este acápite forma parte del Informe N° 2 para la región de Tarapacá. En tanto lo mismo se producirá para la región de Arica-Parinacota en el Informe N° 3.

En tanto a nivel de Municipios rurales del Tamarugal y las respectivas comunidades locales, se ha establecido una relación canalizada a través de las respectivas oficinas de turismo de dichas municipalidades de gran relevancia como se podrá observar ya en el Informe N°2 para Tarapacá y que se profundizará en el Informe N° 3 tanto para la información faltante de está como

en lo relativo al contenido temático respectivo en la XV Región.

Otro aspecto importante se observa en la relación que establecen las comunidades indígenas con las empresas mineras a través del sector turismo. Diversas empresas mineras, con presencia *fundamentalmente* en la región de Tarapacá, pero enclavadas sus explotaciones mineras en el centro de la Provincia del Tamarugal y dentro del ADI Jiwasa Oraje o en los entornos de dicho territorio indígena, generan proyectos directamente con la Comunidad o a través de las Municipalidades de la Provincia del Tamarugal,¹⁸ donde se han generado mesas de trabajo tripartito, ejemplos los cuales serán abordados en profundidad en el respectivo informe de la presente consultoría, y por ende al final en la sostenibilidad y sustentabilidad de estos.

Conclusiones

Tanto en la región de Tarapacá como en la de Arica-Parinacota se advierten interesantes iniciativas que podrían acercarse como sujetos de crédito de la Iniciativa de Fomento Integrada, IFI, para lo cual ha sido mandatada esta Consultoría.

Además de la relevancia per sé que tienen como iniciativas turísticas en tanto valor patrimonial y cultural para el sector turístico indígena, adquieren mayor notoriedad por el hecho de que la mayor parte, sino todas presentan alianzas con el sector público y privado para su realización, co-gestión y responsabilidad en el desarrollo del proyecto o iniciativa.

El trabajo de campo ha advertido en ambas regiones la múltiple existencia de pequeñas iniciativas por parte de emprendedores y Mipymes indígenas, las cuales aún no se encuentran en fase de productos turísticos

18 Como ya ha sido mencionado en párrafos y pies de páginas anteriores, idénticos ejercicios se realizarán en términos de trabajo de escritorio y salida a trabajo de campo en la Provincia de Parinacota y comunas de General Lagos y Putre.

terminados o consolidadas, por lo que no corresponde sean integradas en este informe ni sean sujetos de créditos hasta el momento de instituciones estatales ni de la banca privada.

Un caso concreto para la región de Tarapacá lo constituye la iniciativa, por nombrar a una de ellas, de albergue informal que ha desarrollado en la comunidad de Cancosa la Sra. Eugenia Challapa Vilca, quien por contactos personales con San Pedro de Atacama ha comenzado a recibir desde ya hace un par de años a viajeros extranjeros que pernoctan en su casa por un valor de \$ 7.000 la noche de albergue. Para esto la Sra. Challapa ha habilitado en su propia casa habitación dormitorios en los cuales ha llegado a tener hasta 15 viajeros en una jornada.

Esto sin ningún tipo de financiamiento externo¹⁹, lo cual llama la atención ya que recibe a diversos grupos de personas en esta calidad durante todo el año con números fluctuantes de alojados que le ha permitido contar con estos ingresos durante todo el año y a partir de este contacto inicial y por su propio emprendimiento. Estos son viajeros que descolgados desde el destino San Pedro de Atacama intentan pasar a través de Cancosa hacia Bolivia a través del Salar de Surire.

El razonamiento de fondo es a cuantos podrían ascender los niveles de ingresos de esta emprendedora indígena una vez que contase con los financiamientos necesarios para permitirle generar un albergue con altas capacidades de calidad, es decir energías limpias y renovables, agua caliente, camas adecuadas y todos aquellos elementos que le permitiesen una subida de precio por alojamiento acorde a la oferta y a la demanda y debido a la calidad de la oferta generar un mayor estadia.²⁰

A esto se suma la existencia de otros comuneros de la

19 Este tipo de emprendimientos no encuentra financiamiento en CONADI ni en SERCOTEC.

20 Se podría hacer un cálculo de \$30.000 por noche y multiplicarla por 200 ocupaciones debido a la mejora de la oferta en el alojamiento, lo que sin dudas incidiría en el recurso albergue dispuesto sólo su propia iniciativa de esta emprendedora.

misma localidad que poseen 10 bicicletas para paseos o cicletadas en los territorios aledaños pero que no tienen el producto o servicio implementado, como también otros que en estos momentos se encuentran presentando a financiamientos menores por ejemplo actividades ligadas y destinadas por supuesto a turistas que buscan experimentar el turismo vivencial, el concepto de caravanas de llamas asociadas al turismo.

Estos ejemplos se complementan con una incipiente oferta gastronómica que para quien conoce los productos alimenticios locales, tales como la carne de llamo, el maíz expuesto culinariamente en distintas formas, la quínoa, de la misma manera, entre otros productos de la dieta gastronómica de este nivel ecológico podrían junto a otras alternativas que proponen estos comuneros en las distintas ventanas financieras como CONADI y SERCOTEC llegar a confluir en un circuito local de interés turístico local, regional e internacional.

Como estas son innumerables las iniciativas que se comienzan a fraguar en ambas regiones, lo que también lo grafica el listado que mantiene sobre estas iniciativas el INDAP de Arica-Parinacota.

Se ha consolidado en un listado de fichas con potencial patrimonio turístico los principales atractivos patrimoniales de ambas regiones para una mejor comprensión de los capitales eventuales y potenciales recursos que podrían generar un atractivo en tanto se tornasen productos turísticos terminados y puestos en valor para la industria turística.

Sin dudas que este proceso es irreversible, los pueblos indígenas, sus comunidades, sus Mipymes, han visto en el turismo vivencial, en el turismo rural, el turismo con puesta en valor de la identidad andina una nueva variable de etnodesarrollo, y sin dudas esto, a la luz de los antecedentes recogidos por esta Consultoría y por las políticas públicas y privadas que se desarrollan actualmente debieran consolidarse en un horizonte cercano o medianamente cercano.

Es decir las comunidades indígenas, sus miembros en forma individual, las familias indígenas de ambas

regiones en este caso, las Mipymes orientadas hacia el sector turístico han advertido e intentan a partir de esta constatación orientar sus esfuerzos hacia la gestión o co-gestión de sus capitales patrimoniales, culturales y naturales, tangibles e intangibles, materiales e inmateriales hacia el sector turismo, lo cual ha podido constatar además esta Consultoría.

Conclusiones Finales

Que de forma simple se puede establecer para su fácil comprensión que los diseños y estrategias pasan por comprender de forma simple pero asertiva los siguientes pasos, vistos y revistos por la investigación regional en el marco de este desafío:²¹

- a) Que el diseño y análisis se inscribe desde hace mucho en un contexto macroregional en el contexto chileno:
- b) Que se constata una realidad insoslayable para el ámbito de la política pública, privada, académica y de comunidades, **TARAPACÁ NO ES UN DESTINO UNICO E INIGUALABLE**
- c) Y a diferencia y Contrastante con los casos de las islas Maldivas, que es un destino único, con una gestión turística óptima en donde el viajero que arriba a esas islas lo hace con uno o dos años de planificación y para eventos simbólicos importantes en las vidas de los visitantes. Sitio exclusivo y de alto valor para su disfrute.
- d) Lo mismo ocurre con el caso de Río de Janeiro que es visto como los visitantes de Europa, Norteamérica e inclusive Sudamérica como un destino único. Si

bien es cierto el destino Río concertó todas las miradas durante los últimos JJOO 2016 recién concluidos, la magia que despierta entre quienes la vistan dista mucho inclusive de otros destinos turísticos dentro de Brasil. Río de Janeiro es para sus visitantes algo que modela sus vidas con un antes y un después.

- e) Dentro de América del sur y en los andes del Perú se encuentra Machu Picchu, destino obligado para los turistas que ansían conocer la gran ciudadela incaica. Si a esto se suma el exitoso destino turístico desarrollado en Cusco, que cuenta con los mejores Planes Maestros de hospitalidad, hotelería, gastronomía, merchandising, cercanía a interesantes fortalezas como Sacsayhuamán, ayllus como Chincheros, localidades como Ollantaytambo y Puno, entre otros bellos atractivos, hacen de este circuito algo imborrable en la bitácora de un viajero.
- f) Ya en el Chile insular, Rapanui también se inscribe como un destino por si, en donde la distancia, el valor por vuelo, estadía, gastos en alimentación y un estar una media aproximada de 7 días, durante una estacionalidad que ocupa todo el años, tiene en el turismo una de las principales actividades de la isla y en donde el confort extremo convive con las alternativas más modestas ya sea en alojamiento como en alimentación. La visita a la isla despierta el interés de viajeros de todo el mundo.
- g) En el extremo sur de Chile en tanto las Torres del Paine han sido descritas como la 8va. Maravilla de la Humanidad y su presencia en su entorno es de alta calificación y con un alto porcentaje de

²¹ Ponencia de turismo sostenible, Societur, Santiago 2014. Dr. Bernardo Muñoz. Ponencia con publicación indexada el año 2015, por la Universidad Central y Societur.

turistas extranjeros que pueden solventar el gasto y estadía. Su dimensión paisajística cautiva a todos quienes la visitan, de ahí su categorización como una maravilla de la humanidad.

- h) Contrario Sensus, en tanto, para acercarse al DESTINOTARAPACÁ, desde un origen distante y con demanda de estándares de calidad se debe al menos generar una “dinámica triangular”. Esto quiere decir en la práctica que debe aspirar a dinamizar su relación y captación de turistas que se descuelgan desde Perú y Bolivia y quieren conocer el Salar de Uyuni, una de las puertas de entrada al país demandada en la ruta de los viajeros extranjeros en su mayoría y que después de Uyuni aspiran a llegar a San Pedro de Atacama, destino por sí pero no único como expuesto en los primeros ejemplos. San Pedro debe asociarse a Uyuni y hoy también al ADI Alto El Loa. No debe dejar de mencionarse en este punto que como destino turístico, pues aquí confluyen tanto turistas chilenos como extranjeros, SPDA es un destino con una sobrecarga turística que se encuentra cercana al colapso en materia de planta y sustentabilidad de la marca entre otros aspectos que fragilizan el destino.
- i) En este contexto de triangularidad sólo recién asoma Humberstone como patrimonio de la humanidad con una relativa alta visita de turistas tanto extranjeros como nacionales, con corta estadía (sólo un par de horas) y bajo gasto asociado a la visita ya que prácticamente es inexistente la inteligencia de mercado y el merchandising que despierte interés de la mayoría de los viajeros. Carga además con el triste sino de estar siempre en la

categoría de patrimonio de la humanidad con la amenaza de perder esta categoría debido a la falta de preservación y conservación observada por la UNESCO, esto a pesar de las ingentes sumas de dineros invertidas en su puesta en valor. ¿Qué pasará con las oficinas salitreras de Humberstone y Santa Laura en 50 años más de no producirse un Plan Maestro radical y posmoderno de conservación?

- j) ¿Qué necesita el turismo cultural receptivo del norte de Chile como Macro región? En Primer lugar incorporarse al eje Uyuni-San Pedro de Atacama, posicionando con un Branding efectivo e inteligencia de mercado la marca y el destino Tarapacá.
- k) Para ser esto sustentable y sostenible primero se deben generar circuitos intercomunidades y de los diversos pisos ecológicos en Tarapacá (comunidades andinas-altiplano-depresión intermedia-costa).
- l) Por último, desde la contribución de la antropología al turismo sostenible, ya se ha superado el triángulo de la sostenibilidad, es decir aquel que sólo preveía las variables medioambientales, económicos y de rentabilidad social local para incorporar lo que al año 2016 han establecido las principales investigaciones internacionales al respecto, a saber que no basta con poner en valor los respectivos patrimonios y los indicadores triangulares ya mencionados, sin establecer como variable de fondo para el desarrollo de cualquier iniciativa local, provincial, regional y para un contexto nacional e internacional la variable cultural que otorga hoy más que nunca a la comprensión

de estudiosos, stakeholders internacionales del sector, políticas públicas ya abordadas incluyendo esta dimensión, incluyendo ya afortunadamente a los stakeholders locales que gestionan sus respectivos y diferentes niveles de patrimonio la variable de fondo cual es la de tipo CULTURAL, lo que otorga especificidad, pertinencia, capitales culturales sociales y culturales, sinergias relacionales para un plan común de vinculación, y gobernanza a la gestión de un destino desde lo local hasta lo regional, frente a un escenario nacional e internacional.

El turismo indígena en Chile necesita consolidarse a partir del desarrollo de políticas pertinentes en relación al patrimonio turístico que debiesen gestionar para tornarse una parte de la industria turística con calidad e identidad.

Las comunidades deben poder decidir lo que se muestra y no se muestra de su cultura, lo que debe ser respetado por los tour operadores y diversos científicos e instituciones que lucran con la administración comercial de este patrimonio.

Existe una alta necesidad de trabajar por parte de las comunidades indígenas, pero también por parte de los científicos sociales y los representantes del área académica e industrial del turismo de trabajar en los ámbitos de la interpretación y la elaboración de relatos homologados, que pongan en valor la realidad de la historia regional prehispánica, lo que generaría un importante plus no sólo para la sociedad nacional sino que también para el visitante extranjero. La interpretación y la elaboración de relatos sobre lo que se cuenta por parte de los tours operadores y de los guías indígenas deben ser homologadas en torno a la historia real.

En el ámbito del conflicto y de la resolución de conflictos en Áreas de Desarrollo indígena y en torno a su patrimonio cultural y turístico deben primar las leyes indígenas, el código de buenas prácticas, pero

fundamentalmente el tratado 169 de la OIT, lo que asegura la respetabilidad de su dinámico y cambiante patrón simbólico e identitario y que a la vez asegura la sostenibilidad de un turismo indígena, vivencial, rural, y también urbano, que tenga como actores a pueblos indígenas y su patrimonio natural, y cultural, tanto tangible como intangible. Se deben producir Mesas Regionales para la resolución de conflictos en torno a la explotación (empresarios no indígenas) y la gestión del patrimonio (comunidades indígenas), y el acceso a los recursos turísticos culturales y naturales. El turismo indígena en Chile necesita consolidarse para acercarse a la cadena de valor de la industria del turismo de intereses especiales, TIE.

Entonces, poseer los atractivos turísticos, los patrimonios culturales y naturales, materiales e inmateriales y el territorio hoy ya no es suficiente para garantizar una adecuada gestión de un destino turístico.

En caso de la región de Tarapacá, se han establecidos diversos diagnósticos, mesas de trabajo en el sector turismo, se han aplicado distintas metodologías para medir las brechas existentes para una adecuada gestión del destino. Sin embargo, no se ha conseguido establecer una industria con buenas prácticas en sus vinculaciones y asociatividad en el nivel estructural. Esto se replica inevitablemente a nivel de los emprendimientos pequeños y medianos en la región, que al no contar con las sinergias relacionales que otorgue una gobernanza acorde con lo que demanda el destino turístico Tarapacá y la industria turística a nivel internacional con indicadores de gestión que se remitan a lo previsto por la OMT y los parámetros internacionales de observación de la gestión, lo que permita a esta exhibir los parámetros que se demandan en este ámbito a Chile, la macro región norte y a la región de Tarapacá con Estrategia Regional de Turismo.

La antropología ha realizado investigaciones-diagnósticos que han demostrado que las brechas

Figura 5



existentes para la práctica de un turismo comunitario o vivencial, no sólo se relacionan con la falta de una adecuada planta turística, conectividad, saneamiento básico de los poblados a visitar, entre otros aspectos, sino que también con la falta de redes sociales, acceso a las cadenas de valor, brechas económicas y culturales con el empresario no indígena, pero ante todo presenta déficits en su formación como microempresario y en la comprensión de los códigos institucionales que les presenta su incorporación a esta industria el sistema formal establecido.

La perspectiva que este modelo de investigación propugna está directamente relacionada con el etnodesarrollo y el desarrollo con identidad.

En el orden cultural, la relación de las comunidades indígenas con su patrimonio cultural tangible e intangible y su patrimonio natural ha sido ancestral y de respeto. La gestión turística sobre los mismos ha sido objeto de una gran discusión entre los miembros de las propias comunidades, para lo cual, ésta propuesta plantea como una salida de consenso el etnodesarrollo, entendido este como la capacidad

de los propios pueblos de girar sobre su eje histórico y político, lo que en estos momentos lo puede representar el turismo comunitario, lo cual conduce a un proceso de desarrollo con identidad. Desde esta óptica

Son estos los ejes metodológicos que una intervención participativa debiera privilegiar.

Arica-Parinacota

En Arica-Parinacota en tanto nos encontramos con el ADI Alto Andino Arica Parinacota y dentro de esta a la Reserva de la Biosfera El Lauca, ambos territorios de alta complejidad para el manejo indiscriminado del turismo y de actividades productivas, por lo cual existe incluso un área denominada ZOIT o Zona de Interés Turístico que intenta preservar los atractivos turísticos y hacer sostenible la actividad turística estableciendo mecanismos que fijen las reglas de intervención en el territorio y propongan el tipo de desarrollo deseado. La falta de acuerdos políticos en torno al territorio, la propiedad de este y la imposibilidad de resolver los

conflictos en torno a estos puntos ha imposibilitado el desarrollo de iniciativas de turismo sostenible por parte de la comunidad indígena.

En tanto la Conadi en Arica ha venido desarrollando durante los últimos años iniciativas de turismo comunitario, con montos de recursos escasos, pero que han posibilitado el desarrollo de pequeñas experiencias que buscan consolidarse durante el año 2011 en el cual se realizará un llamado a propuestas de iniciativas indígenas en torno a turismo por un monto cercano a los \$60 millones.

En tanto en los PMCs desarrollados por la Agencia Regional de Desarrollo Productivo de la época, ARDP de Arica-Parinacota, participa un gran porcentaje de beneficiarios que pertenecen a las comunidades indígenas locales pero no son reconocidas como tales. En el caso del PMC “Tomate Sabor” un 69% de los empresarios eran indígenas, pero sólo eran vistos como empresarios, no como empresarios indígenas. En el caso del PMC de Turismo ha presentado diversos problemas en su diseño e instalación, constituyéndose aquí la situación de conflicto entre la Agencia de Desarrollo y el PTI TIE de CORFO, ya que este último abocado de lleno al desarrollo de turismo en la región disputa en los hechos la participación de los mismos beneficiarios-empresarios que la ARDP, lo cual ha suscitado diversos enfrentamientos en materia de agenda, actividades que productos de choques calendario han dificultado las actividades del otro organismo, lo cual demuestra la principal arista de la problemática enunciada, la carencia de asociatividad y sinergias relacionales a nivel regional, uno de los principales roles a cumplir por la ARDP en la época en cada región.

En la actualidad la principal sinergia en el tema del turismo indígena se produce entre la Agencia de Desarrollo Regional y la Oficina de la CONADI de la Región, proyectándose incluso una pasantía de empresarios turísticos indígenas beneficiarios de la CONADI financiados por la Agencia de Desarrollo Regional.

Tarapacá

En la Región de Tarapacá, al igual que el conjunto del territorio de la macrozona norte, el principal patrimonio se encuentra en el territorio andino ligado a las culturas andinas relictuales de un período prehispánico, pero que como todas las culturas han incorporado en su acervo cultural nuevas influencias, se ha apropiado de nuevos acervos y han generado una cultura propia que se confunde con el acervo andino boliviano, mezcla su cultura rural y urbana a través del fortalecimiento del sistema de doble residencia y además del descubrimiento de la posibilidad de fortalecer su cultura comunitaria local a través del turismo.

En esta región la excepción la constituye la presencia de las Oficinas salitreras de Santa Laura y Humberstone, ambas catalogadas como Patrimonio de la Humanidad

Principales Resultados:

Generar un puente de discusión entre la antropología y las ciencias del turismo a la luz de las observaciones realizadas por la primera a través de su método etnográfico y análisis teórico.

Plantea la superación de las brechas del turismo indígena para transformarlo en un turismo sostenible.

Plantea circuitos virtuosos de turismo indígena a consecuencias del empoderamiento por parte de las comunidades indígenas de la gestión de su propio patrimonio turístico.

Plantea procesos emergentes de asociatividad en la gestión conjunta del patrimonio cultural comunitario.

Genera procesos económicos y de reinversión que revierten directamente en el conjunto de la comunidad.

Advierte de la necesidad de generar procesos

formativos, técnicos y profesionales, de generación de capital humano indígena que permita, acompañado de los respectivos y adecuados niveles de servicios e infraestructura, acompañar la industria que genera el turismo con estándares internacionales.

Generar giras tecnológicas de Benchmarking, que permitan observar las buenas prácticas de otros grupos indígenas en el continente, tal es el caso de Perú, Bolivia, Ecuador, Costa Rica, Panamá, entre otros.

El trabajo de investigación advierte sobre la acuciosa necesidad de generar asociatividad en el trabajo de las comunidades relativas al turismo, como es el generar circuitos intercomunitarios, interregionales e internacionales, aprovechando los pasos naturales y ya establecidos como parte de un circuito internacional, existentes tanto hacia Perú como Bolivia

Un turismo comunitario exitoso y con una adecuada gestión sinérgica entre comunidades y políticas públicas, más el fortalecimiento del Capital humano, debiera incidir en el mediano y largo plazo en el repoblamiento de las comunidades con mayor capital de patrimonio turístico.

Conclusiones

- El turismo indígena en Chile necesita consolidarse a partir del desarrollo de políticas pertinentes en relación al patrimonio turístico que debiesen gestionar para tornarse una parte de la industria turística con calidad e identidad.
- Las comunidades deben poder decidir lo que se muestra y no se muestra de su cultura, lo que debe ser respetado por los tour operadores y diversos científicos e instituciones que lucran con la administración comercial de este patrimonio.

- Existe una alta necesidad de trabajar por parte de las comunidades indígenas, pero también por parte de los científicos sociales y los representantes del área académica e industrial del turismo de trabajar en los ámbitos de la interpretación y la elaboración de relatos homologados, que pongan en valor la realidad de la historia regional prehispánica, lo que generaría un importante plus no sólo para la sociedad nacional sino que también para el visitante extranjero. La interpretación y la elaboración de relatos sobre lo que se cuenta por parte de los tours operadores y de los guías indígenas deben ser homologados en torno a la historia real.
- En el ámbito del conflicto y de la resolución de conflictos en Áreas de Desarrollo indígena y en torno a su patrimonio cultural y turístico deben primar las leyes indígenas, el código de buenas prácticas, pero fundamentalmente el tratado 169 de la OIT, lo que asegura la respetabilidad de su dinámico y cambiante patrón simbólico e identitario y que a la vez asegura la sostenibilidad de un turismo indígena, vivencial, rural, y también urbano, que tenga como actores a pueblos indígenas y su patrimonio natural, y cultural, tanto tangible como intangible. Se deben producir Mesas Regionales para la resolución de conflictos en torno a la explotación (empresarios no indígenas) y la gestión del patrimonio (comunidades indígenas), y el acceso a los recursos turísticos culturales y naturales.
- El turismo indígena en Chile necesita consolidarse para acercarse a la cadena de valor de la industria del Turismo de intereses Especiales, TIE.

2009.

Bibliografía

AGUILAR, Bernardo Muñoz. “Cultura, Desarrollo y Antropología”. In: *Congreso de Antropología de Chile*, II, 1998, Temuco.

AGUILAR, Bernardo Muñoz. “Cultura, Desarrollo Antropología y relaciones interétnicas”, 1998.

ALEJANDRINA, Norrild, Juana (Coord.) *Gastronomía y turismo. Destinos con sal y pimienta*. Buenos Aires: CIET - Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, 2017.

ALVARES, Daniela Fantoni. “Metodologías Participativas para la Formación del Capital Social y Desarrollo del Ecoturismo”. Pontificia Universidad Católica de Belo Horizonte, Minas Gerais, 2006.

CORTADA, Damián Moragues. *Turismo, cultura y desarrollo*. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, 2006.

DURST, John; AGUILAR, Bernardo Muñoz. “El etnodesarrollo de cara al Siglo XXI”. *Revista de la CEPAL ONU*, Santiago de Chile, n.56, 1995.

GARCÍA, Miguel et al. “Propuesta para un modelo de gestión integral de destinos turísticos”. Euro Chile, SERNATUR, 2008. Disponible en: <https://www.sernatur.cl/index.php?s=miguel+garcia>

MUÑOZ, Rafael Herrera. *Estudio sobre turismo rural en Chile*. Santiago: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, Oficina Chile, MORALES, Héctor. “Turismo comunitario: una nueva alternativa de desarrollo indígena”. *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*, vol. 1, n. 2, p. 268-284, 2006.

MUQBIL, Imtiaz. *Turismo indígena: mucho más que otro mercado más*. Berlín: ITB, 2009. Disponible en: http://www.itb-kongress.de/media/itbk/itbk_image/

Organización Mundial del Turismo: *Código Ético Mundial para el Turismo*. Disponible en: <http://ethics.unwto.org/es/content/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>

PEDERSEN, Arthur Pedersen. *Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial: manual práctico para administradores de sitios del Patrimonio Mundial*. Paris: UNESCO. 2005. Disponible en: http://whc.unesco.org/documents/publi_wh_papers_01_es.pdf

TOSELLI, Claudia. “Algunas reflexiones sobre el turismo cultural”. Buenos Aires: *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 4, n. 2, 175-182. 2006.

UNESCO. *Mapa del Patrimonio Mundial y turismo sostenible*, 2001.