

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE CALAMA

2022 - 2032



CORPORACIÓN DE
CULTURA
Y TURISMO
CALAMA



MAINSTREAM
RENEWABLE POWER
CHILE



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE CALAMA 2022 - 2032

El presente informe es el resultado del proceso de co - construcción del Plan de Desarrollo Turístico de Calama - PLADETUR durante el periodo junio 2022 – marzo 2023.

Iniciativa de la Corporación de Cultura y Turismo de Calama – CCTC, financiada por Mainstreams Renewable Power Chile y ejecutado por la Corporación de Desarrollo de la Provincia de El Loa - PROLOA

Equipo de Trabajo

Roberto Machuca Montecinos

Bárbara Vallejos Peralta

Enrique Cabanilla Vásquez

Revisión General

Dinka López Durán

Dirección de Turismo CCTC

Fotografías

LANTUR Calama

Equipo PLADETUR





ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	3
1. PRESENTACIÓN.....	14
2. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA COMUNA DE CALAMA 2022 - 2032	14
3. OBJETIVOS DEL PLAN.....	14
3.1 Objetivo general.....	14
3.2 Objetivos específicos.....	14
3.3 Sectores incorporados en la elaboración del PLADATUR.....	15
3.4 Etapas de la ejecución	15
3.5 Metodología	15
4. DIAGNÓSTICO PLADATUR.....	17
4.1 Antecedentes de la comuna de Calama.....	17
4.2 Antecedentes Demográficos	17
4.3 Conectividad.....	19
4.3.1 Conectividad Terrestre.....	19
4.3.2 Conectividad Aérea	21
4.4 Aspectos Físicos de la comuna	22
4.4.1 Unidades Geomorfológicas Básicas	22
4.4.2 Hidrografía.....	23
4.4.3 Climatología.....	24
4.4.4 Suelos	25
4.4.5 Flora y Fauna	26
4.5 Adaptación al Cambio Climático y Resiliencia.....	28
4.6 Accesibilidad Universal.....	30
5. ORDENANZA MUNICIPAL PARA EL TURISMO.....	32
5.1 ¿Qué es una Ordenanza Municipal?	32
5.2 Ordenanza Medio Ambiental de Calama	32
5.2.1 Extracto Ordenanza Municipal Ambiental De La Comuna Contaminación Lumínica De Calama.....	32
5.3 Planes Seccionales para favorecer la Preservación y Puesta en Valor de Recursos Naturales y Culturales.	34
6. EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA MUNDIAL Y NACIONAL.....	36



6.1	Situación del Turismo Mundial.....	36
6.2	Situación del Turismo Nacional.....	43
7.	ESTRATEGIAS VINCULADAS AL DESARROLLO TURÍSTICO COMUNAL	46
7.1	Estrategia Regional de Desarrollo 2009 – 2020.	46
7.2	Plan de Desarrollo Comunal 2010 – 2020.....	47
7.2.1	Visión comunal de Calama	47
7.2.2	Misión comunal de Calama	47
7.3	Plan Estratégico de Turismo 2012 -2016 Comuna de Calama	48
7.4	Plan Regional de Turismo Sustentable Región de Antofagasta 2017-2027	48
7.4.1	Componentes del Plan Regional de Turismo Sustentable	49
7.5	Estrategia Regional de Innovación 2022-2028 (ERI)	50
7.5.1	Visión.....	50
7.5.2	Misión.....	50
7.5.3	Objetivos Estratégicos de la Estrategia Regional de Innovación de Antofagasta 2022-2028	50
7.6	Plan de Gobierno del GORE Antofagasta 2021-2023	53
7.7	Los Pueblos Originarios y el PLADETUR.....	53
7.7.1	La Área de Desarrollo Indígena (ADI) Alto El Loa	54
7.8	ZOIT Yalquincha Alto El Loa.....	56
7.9	Corredor Vial Bioceánico e iniciativa de Integración de la Infraestructura Regional Sudamericana.....	58
7.9.1	Corredor Vial Bioceánico (CBV).....	58
7.9.2	Integración de la Infraestructura Regional Sudamericana (IIRSA).....	58
7.9.3	Iniciativa IIRSA en la región de Antofagasta.....	59
8.	GESTIÓN TURÍSTICA SUSTENTABLE	61
8.1	Sistema de Certificación Ambiental Municipal (SCAM) Calama	64
8.1.1	Misión Comunal Ambiental.....	64
9.	CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA.....	65
9.1	Llegadas y Pernoctaciones en Establecimientos de Alojamiento Turístico (EAT).....	66
9.2	Tasa de Ocupación	67
9.3	ADR y RevPar	67
9.4	Llegadas por pasos fronterizos.....	68
9.5	Estudios de Caracterización de la Demanda en el Destino Calama Alto El Loa	70
9.5.1	Perfil de la Demanda	70



9.5.2	Rango Etario y Ocupación de los Visitantes	73
9.5.3	Tiempo de Estadía	73
9.5.4	Información y Motivación de Viaje	74
9.5.5	Medio de Transporte.....	76
9.5.6	Alojamiento Turístico	77
9.5.7	Uso y acceso a Información Turística	77
9.5.8	Servicios utilizados en el destino	78
9.5.9	Importancia de Servicios No Turísticos	79
9.5.10	Estimación del Gasto Turístico	79
9.5.11	Experiencia de la visita	80
9.5.12	Percepción del Destino.....	82
10.	CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA	84
10.1	Análisis Planta Turística.....	84
10.2	Prestadores de Servicios Turísticos Registrados	85
10.3	Atractivos Turísticos	87
10.4	Catastro Monumentos Nacionales	88
10.5	Análisis de Oferta en Base a Componentes	89
11.	CARACTERIZACIÓN DE COLABORADORES Y OPERADORES DE TURISMO (OOTT).....	98
11.1	Objeto de Estudio.....	98
11.2	Objetivo del Estudio	98
11.3	Objetivo Específico	98
11.4	Metodología	98
11.4.1	Principales Resultados Colaboradores	98
11.4.2	Principales Resultados PST	100
11.4.3	Principales Resultados Respecto de los Servicios Ofrecidos por los PST	102
12.	OFERTA TURISMO INDÍGENA O RURAL RELACIONADA	105
12.1.1	Feria de la Biodiversidad	107
12.1.2	Red de Turismo Rural Calama Alto El Loa	107
13.	RUTAS E ITINERARIOS PATRIMONIALES Y TURÍSTICOS	107
13.1	Itinerarios Culturales ICOMOS	107
13.2	Rutas Turísticas	108
13.3	Rutas Patrimoniales Ministerio Bienes Nacionales (BBNN)	108



14.	RED DE MUSEOS DE CALAMA	110
	Museo de Historia Natural y Cultural del Desierto de Atacama	111
	Museo Indígena Atacameño de Arqueología y Etnografía - Alto Loa - Valle de Lasana	111
	Museo de Caspana	111
	Museo Votivo del Pueblo de Ayquina	111
15.	MANO DE OBRA Y EMPLEABILIDAD EN TURISMO	112
15.1	Educación Técnica Profesional vinculada al Turismo	112
15.2	Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE)	113
15.3	Chile Valora	113
16.	COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA	115
16.1	Presencia en el Marketing Nacional	115
16.2	Rutas Turísticas Regionales	117
17.	CALAMA HACIA UN DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE (DTI)	118
17.1	Los Datos para el Desarrollo Turístico	118
17.2	Índice de Saturación de Destinos (ISDT)	118
17.3	Políticas de Sostenibilidad	119
17.4	Política de Comercio Justo	121
18.	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	122
18.1	Visión	122
18.2	Misión	122
18.3	Mapa de Actores	123
18.4	Evaluación del entorno externo e interno	124
18.5	Brechas Estratégicas PLADETUR Calama	125
18.6	Matriz PESTA	127
19.	DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA	132
19.1	Destino Turístico Sustentable e Inteligente	133
19.2	Institucionalidad Municipal para el Desarrollo Turístico	133
19.2.1	Convenio de Colaboración Turístico Regional	135
19.3	Organización Turística Interna del Municipio	136
20.	FORTALECIMIENTO TURÍSTICO MUNICIPAL	139
20.1	Dirección de Turismo y OIT	141
20.2	Análisis para la Incorporación del Turismo a la Gestión Municipal	142



20.3	Propuesta para la Empleabilidad Turística para sitios de visitación	143
20.3.1	Costos del Plan de Empleabilidad	144
20.4	Ordenanzas Turísticas	145
21.	ATRACCIÓN DE VISITANTES.....	147
21.1	¿Turista o Excursionista?.....	147
21.2	La Apropiación Turística de los Geiser del Tatio	148
21.3	El Campamento de Chuquicamata.....	149
21.4	Plan de Promoción y Posicionamiento.....	151
21.5	Mix de Marketing 4P	152
21.6	Articulación Público Privado para la Promoción	153
21.7	Participación en el Mercado Turístico.....	154
21.8	Estimaciones Aumento de Tasa de Ocupación EAT Calama	155
21.9	Segmentación de la Demanda.....	155
21.10	Segmentación por Origen	156
21.11	Las Imágenes para el Marketing	157
21.12	Identificación del Viaje del Turista en Calama	158
21.13	Acceso a Atractivos	158
21.14	Identificación de visitantes por tipo de viajero.....	159
21.15	Plataformas para Campañas de Difusión Turismo Interno e Internacional	159
21.16	Counter Aeropuerto El Loa.....	164
22.	DESARROLLO DE PROVEEDORES Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS.....	166
22.1	Registro y Formalización	166
22.1.1	Registro de Prestadores de Servicios Turísticos.....	167
22.1.2	Formalización de Negocios Turísticos	167
22.2	Turismo De Intereses Especiales (TIE).....	168
22.3	Turismo Cultural.....	169
22.4	Turismo Religioso	169
22.5	Turismo Rural	170
22.6	Turismo Aventura.....	170
22.7	Turismo Urbano.....	170
22.8	Turismo Astronómico.....	171
22.9	Turismo Escénico.....	171



22.10	Turismo Minero – Industrial.....	171
22.11	Otros Tipos de Turismo para Diversificar la Oferta.....	172
22.11.1	Turismo Deportivo.....	172
22.11.2	Turismo Gastronómico.....	172
22.11.3	Turismo de Proximidad	173
22.11.4	Turismo Internacional	174
23.	EXPERIENCIA TURÍSTICA.....	175
23.1	Zonificación para el Desarrollo Turístico.....	176
23.2	Circuitos Turísticos	178
23.2.1	El City Tour como Experiencia Inicial.....	178
24.	PRIORIZACIÓN DE ATRACTIVOS	179
24.1	Zona Urbana Calama – Yalquincha - Ojo de Opache – Chuquicamata	180
24.1.1	City Tour Casco Urbano Río Loa - Yalquincha – Marmoleras	180
24.1.2	City Tour Casco Urbano Río Loa - La Cascada – Ojo de Opache.....	180
24.1.3	City Tour Casco Urbano Río Loa - Chuquicamata.....	181
24.2	Zona Río Loa Chiu Chiu – Lasana – Conchi	181
24.3	Zona Géiser del Tatio Ayquina – Toconce – Caspana.....	181
24.4	Zona Montaña Ayquina - Turi - Cupo - Ojos de San Pedro - Estación San Pedro Ruta Escénica.....	182
25.	EJES ESTRATÉGICOS DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE CALAMA.	184
25.1	Eje 1 Sustentabilidad Turística	184
25.2	Eje 2 Cultura Turística.....	185
25.3	Eje 3 Infraestructura.....	185
25.4	Eje 4 Desarrollo de Productos y Experiencias	186
25.5	Eje 5 Posicionamiento y Promoción.....	186
26.	SUPERESTRUCTURA O GOBERNANZA	187
26.1	Plan Mesa de Turismo de Calama	187
26.1.1	Misión.....	187
26.1.2	Objetivo:.....	187
26.1.3	Objetivos Específicos.....	187
26.1.4	Organización de la Mesa de Turismo	188
26.2	Gobernanza Destino Emergente Calama Alto El Loa	189
26.2.1	Propósito de la Gobernanza	189



26.2.2	Objetivos	189
26.2.3	Organización de la Gobernanza	190
26.2.4	Propuesta de Plan de Trabajo	190
26.2.5	Periodicidad de las reuniones de trabajo.....	190
26.2.6	Propuesta Criterios e indicadores	191
27.	SISTEMA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN.....	192
27.1	Seguimiento	192
27.2	Evaluación	192
28.	PRESUPUESTO ESTIMADO.....	197
ANEXOS		198
1.	ANEXO 1 INTRODUCCIÓN AL TURISMO	198
1.1	Conceptos asociados al Turismo	200
1.2	Las Personas que Viajan	201
1.3	Las formas del turismo	201
1.4	Los lugares que visitamos.....	202
1.5	Lo que mueve el turismo.....	202
1.6	¿Para qué?.....	202
1.7	¿Cuáles son los impactos del Turismo?.....	203
1.8	Institucionalidad del Turismo en Chile.....	203
1.9	Producto y Experiencia Turística	205
1.10	Componentes de Destinos Turísticos.....	206
1.11	Calificación de los Destinos Turísticos.....	207
1.12	Ciclo de Vida de un Destino Turístico.....	208
1.13	La Cultura en Turismo	209
1.13.1	Identidad Cultural.....	209
1.13.2	Patrimonio.....	209
1.13.3	“Patrimonio Cultural”	210
1.13.4	Patrimonio natural	210
1.13.5	Patrimonio Oral e Inmaterial.....	210
2.	ANEXO 2 PLAN ASTROTURISMO CALAMA 2023 – 2025.....	211
2.1	Objetivo.....	211
2.2	Acciones	211



2.2.1	Realización de una Star Party.....	211
2.2.2	Estudio para la Certificación de los cielos de la comuna	211
2.2.3	Plan de Capacitación en Astronomía Básica	211
2.2.4	Estudio Línea Base de Fuentes de emisión de luz.....	211
2.2.5	Plan Intercomunal de Astroturismo	211
3.	ANEXO 3 OPERADORES DE TURISMO PARA POTENCIALES ALIANZAS COMERCIALES	212
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	222

Índice de Tablas

Tabla 1	Frecuencia de transporte subsidiado	20
Tabla 2	Resultados Encuesta de Riesgos Globales.....	29
Tabla 3	Objetivos Estratégicos ERI	50
Tabla 4	Áreas y nichos de especialización ERI.....	51
Tabla 5	Iniciativas asociadas por área de especialización.....	52
Tabla 6	Ejes programáticos GORE vinculados al desarrollo turístico.....	53
Tabla 7	Tipos de Viajeros, Plan de MKT Nacional	65
Tabla 8	Unidades de alojamiento y plazas disponibles.....	66
Tabla 9	Llegadas a Establecimientos de Alojamiento Turístico	66
Tabla 10	Pernoctaciones a Establecimiento Turístico.....	66
Tabla 11	Estancia Media (noches).....	66
Tabla 12	Tasa de Ocupación Unidades Habitacionales (%).....	67
Tabla 13	ADR y Rev Par	67
Tabla 14	Complejos Fronterizos.....	68
Tabla 15	Catastro de Monumentos Nacionales Comunales	88
Tabla 16	Componente Natural	89
Tabla 17	Componente Hechos Culturales.....	90
Tabla 18	Componente Gastronómico	91
Tabla 19	Componente Festividades y Eventos.....	92
Tabla 20	Componente Actividades Recreacionales	93
Tabla 21	Componente Vías de Acceso	94
Tabla 22	Componente Seguridad, Salud, Servicios Básicos y Manejo de Desperdicios.....	95
Tabla 23	Componente Servicios Turísticos.....	96
Tabla 24	Oferta de Especialización en Turismo (ETP)	112
Tabla 25	Formación Técnica Profesional.....	113
Tabla 26	Perfiles Laborales Turismo Chile Valora	114
Tabla 27	FODA Calama Turística	124
Tabla 28	Resumen Identificación de problemas	125
Tabla 29	Componente Político	128
Tabla 30	Componente Económico	129
Tabla 31	Componente Social.....	130



Tabla 32 Componente Tecnológico.....	130
Tabla 33 Componente Ambiental	131
Tabla 34 Proyección Presupuesto Dirección de Turismo	143
Tabla 35 Propuesta de centro de recepción de visitantes	143
Tabla 36 Estimación Incremento en Gasto RRHH	145
Tabla 37 Construcción de una Ordenanza	145
Tabla 38 Análisis 4 Ps	152
Tabla 39 Captura de Visitantes	154
Tabla 40 ADR y Rev Par EAT Calama	155
Tabla 41 Perfil del Visitante.....	156
Tabla 42 Foco Territorial para la Promoción.....	156
Tabla 43 Viajeros y Experiencias	159
Tabla 44 Zona Urbana Rural.....	176
Tabla 45 Zona Río Loa	177
Tabla 46 Zona Géiser del Tatio y Montaña	178
Tabla 47 Ruta Escénica.....	178
Tabla 48 Actividades Prioritarias.....	188
Tabla 49 Actividades Prioritarias.....	191
Tabla 50 Indicador de Impacto Sustentabilidad Turística	193
Tabla 51 Indicador de Impacto Cultura Turística	194
Tabla 52 Indicador de Impacto Infraestructura	194
Tabla 53 Indicador de Impacto Desarrollo de productos y experiencias.....	195
Tabla 54 Indicador de Impacto Posicionamiento y promoción	196
Tabla 55 Presupuesto estimado.....	197

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Población comunal	17
Gráfico 2 Población por genero	17
Gráfico 3 Distribución por edad	18
Gráfico 4 Distribución por edad y área que habita	18
Gráfico 5 Distribución con y sin etnia.....	18
Gráfico 6 Distribución por pueblo originario	18
Gráfico 7 Llegadas de turistas internacionales, serie 2012-2021	43
Gráfico 8 Llegadas por pasos fronterizos 2017 - 2019	68
Gráfico 9 Procedencia Origen	70
Gráfico 10 Procedencia Ciudad	71
Gráfico 11 Procedencia País Origen	71
Gráfico 12 Procedencia País Origen Turístico	72
Gráfico 13 Procedencia Turística Ciudad	72
Gráfico 14 Rango etario de visitantes	73
Gráfico 15 Ocupación de Encuestados.....	73
Gráfico 16 Estadía de visitantes	73
Gráfico 17 Sitios de Interés en visitar.....	74



Gráfico 18 Disposición por actividades a realizar	74
Gráfico 19 Motivación del viaje turístico	74
Gráfico 20 Temáticas de Interés	75
Gráfico 21 Interés por Tipos de Turismo.....	75
Gráfico 22 Preferencias por lugares a visitar	76
Gráfico 23 Transporte desde Origen.....	76
Gráfico 24 Transporte en el Destino	76
Gráfico 25 Tipo de alojamiento utilizado en estadía	77
Gráfico 26 Medio de información turística	77
Gráfico 27 Evaluación de Información 1 a 7.....	78
Gráfico 28 Servicios utilizados en el destino.....	78
Gráfico 29 Importancia de servicios habilitantes.....	79
Gráfico 30 Disposición al Gasto Turístico.....	79
Gráfico 31 Disposición a pagar por tipo de servicio.....	80
Gráfico 32 Evaluación de la experiencia en el destino visitado	80
Gráfico 33 Evaluación General del Destino 1 a 10	81
Gráfico 34 Evaluación de atractivos turísticos visitados	81
Gráfico 35 Comparado PST Región	85
Gráfico 36 Comparado PST Calama.....	85
Gráfico 37 Registro de PST Calama	85
Gráfico 38 Registro de Patentes Municipales	86
Gráfico 39 Jerarquía de Atractivos Turísticos comunales	87
Gráfico 40 Tipos de atractivos turísticos.....	87
Gráfico 41 Rango Etario colaboradores encuestados	99
Gráfico 42 OOTT con oferta relacionada.....	106
Gráfico 43 Visitantes Museo de Calama	110
Gráfico 44 Evolución de Subvención Municipal a CCTC.....	142

Índice de Imágenes

Imagen 1 Letras volumétricas Parque el Loa	16
Imagen 2 Pasarela en Geiser del Tatio	31
Imagen 3 Objetivos de Desarrollo Sostenible	38
Imagen 4 Misión Comunal 2021.....	47
Imagen 5 Áreas de Especialización ERI.....	50
Imagen 6 Nichos Turismo de Intereses Especiales ERI.....	52
Imagen 7 ZOIT Yalquincha-Alto El Loa.....	57
Imagen 8 Superposición Comunal de la ZOIT.....	57
Imagen 9 Mapa Corredor Bioceánico.....	58
Imagen 10 Corredor Vial Trópico de Capricornio.....	59
Imagen 11 Red Ferroviaria Tren Bioceánico	60
Imagen 12 Río Loa	64
Imagen 13 WEB Red de Turismo Rural.....	107
Imagen 14 Folleto Ruta Patrimonial BBNN	109



Imagen 15 Museo de Historia Natural y Cultural del Desierto de Atacama	110
Imagen 16 Muestra Alfarería Museo de Caspana.....	110
Imagen 17 Graficas Rutas Turísticas Región de Antofagasta	117
Imagen 18 Vista Puesto Colgante y Torreón Parque el Loa	122
Imagen 19 Catastro de Atractivos Turísticos comunales	133
Imagen 20 Titanes Esculturales.....	138
Imagen 21 Geiser del Tatio	148
Imagen 22 Mapa de Zona Típica Campamento de Chuquicamata	149
Imagen 23 OIT GAM Santiago	153
Imagen 24 Paleta publicitaria OIT Valparaíso	154
Imagen 25 Llama en Calama Vibra	157
Imagen 26 Llama en CCTC	157
Imagen 27 Chaman de Yalquincha en PLADETUR.....	157
Imagen 28 Vista Actual web.....	160
Imagen 29 Vista 2017 web.....	160
Imagen 30 Counter OIT Aeropuerto El Loa	165

Índice de Esquemas

Esquema 1 Fases del Plan	15
Esquema 2 Criterios DALCO	31
Esquema 3 Ejes básicos de la propuesta estratégica.....	37
Esquema 4 Proyectos Regionales.....	49
Esquema 5 Oferta relacionada Rural e Indígena.....	106
Esquema 6 Actores del Sistema Turístico	123
Esquema 7 Resultado proceso de construcción de Brechas.....	126
Esquema 8 Organigrama CCTC.....	137
Esquema 9 Propuesta de instalación de Dirección de Turismo en el Organigrama Municipal.	140
Esquema 10 Tipos de Visitantes.....	147
Esquema 11 Marketing Mix	151
Esquema 13 Articulación para la promoción	153
Esquema 14 Mapa de Viaje del Turista.....	158
Esquema 15 Experiencia Turística.....	175
Esquema 16 Conformación de la Mesa de Turismo.....	188
Esquema 17 Gobernanza Destino Calama Alto El Loa	190

Índice de Mapas

Mapa 1 Plan Regulador de Calama	17
Mapa 2 Conectividad Terrestre de Calama.....	19
Mapa 3 Mapa Región de Antofagasta.....	24
Mapa 4 Contaminación Lumínica.....	33
Mapa 5 Ciudad de Calama	35
Mapa 6 Zonificación Turística (referencial).....	183



1. PRESENTACIÓN

La Corporación de Cultura y Turismo de Calama (CCTC) perteneciente a la Ilustre Municipalidad de Calama solicitó a la Corporación de Desarrollo de la Provincia de El Loa - PROLOA participar con una propuesta para la implementación y ejecución para el Plan de Desarrollo Turístico de Calama, en adelante, PLADETUR.

2. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA COMUNA DE CALAMA 2022 - 2032

La Corporación PROLOA se adjudicó la propuesta que incorpora los antecedentes preliminares respecto al estado actual del sector turístico de la comuna, la propuesta metodológica con sus respectivas etapas y actividades y el equipo de profesionales del área del turismo y las ciencias económicas contemplados para la ejecución de este encargo, con el objetivo de entregar como producto un instrumento que oriente las acciones para los próximos 10 años a favor del desarrollo del turismo en la comuna de Calama y en específico, las localidades asociadas al territorio.

Para la construcción de la propuesta se tomaron en cuenta las siguientes dimensiones:

- ◆ **Humana**, esta incorpora al habitante de la comuna de Calama como un individuo que participa y convive con el desarrollo económico de la comuna.
- ◆ **Geográfica**, se refiere a la amplitud territorial de la comuna y los desplazamientos de los individuos.
- ◆ **Ambiental**, esta dimensión se refiere al medio natural donde nos ubicamos.
- ◆ **Histórica**, referidos a el componente que le genera identidad al territorio y sus habitantes.
- ◆ **Habilitante**, referida a la disposición de lugares con infraestructura básica para la realización de actividades.

La propuesta “Elaboración de un Plan de Desarrollo Turístico para la Comuna de Calama” se dividió en 5 etapas que denominaremos Fases.

Cada fase está compuesta por acciones, actividades y exposiciones de contenidos que permitirán facilitar la elaboración del plan.

3. OBJETIVOS DEL PLAN

3.1 Objetivo general

“Diseñar y construir participativa y colaborativamente un instrumento de planificación para el desarrollo de la actividad turística de la comuna de Calama, que permita articular acciones en conjunto entre el sector público y privado, velando por promover el crecimiento de la industria turística bajo estándares sustentables y con un alcance de turismo tanto interno como externo.”

3.2 Objetivos específicos

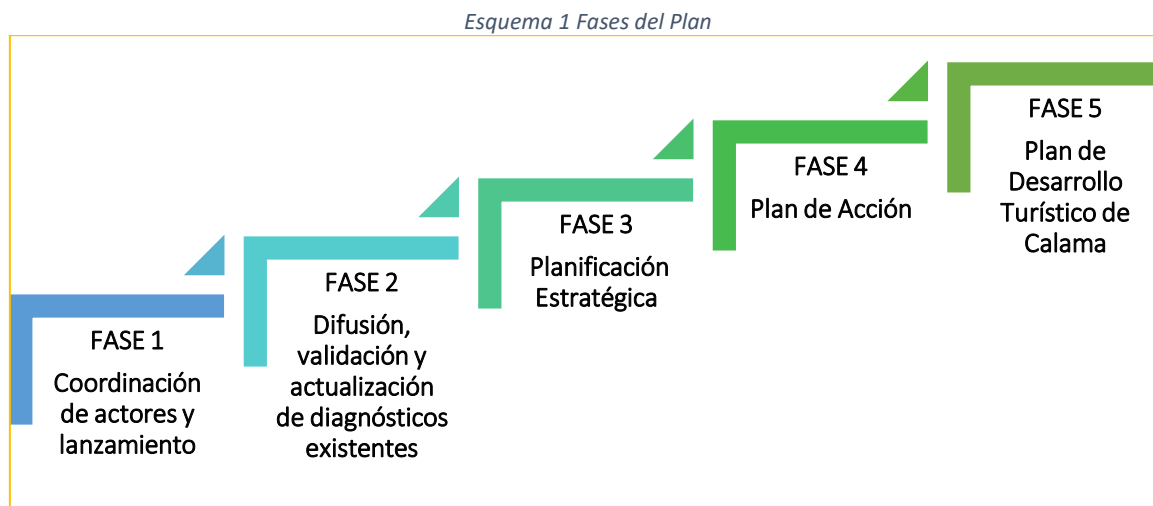
- a) Levantar un diagnóstico del sistema turístico de la comuna de Calama a fin de actualizar la base de información que sirva de insumo para la toma de decisiones.
- b) Elaborar un Plan Comunal de Turismo, que contemple las estrategias, políticas y acciones para el desarrollo turístico sustentable de los próximos 10 años.
- c) Elaborar una cartera de iniciativas de inversión y programas de desarrollo turístico, a nivel de idea, viables técnica y financieramente, identificando las potenciales fuentes de financiamiento para su materialización.

- d) Diseñar los mecanismos para un sistema de seguimiento, evaluación parcial y final y mecanismos de monitoreo que retroalimenten el PLADETUR, que permitan identificar las desviaciones y las medidas de mitigación temprana de modo de asegurar la correcta implementación del Plan.

3.3 Sectores incorporados en la elaboración del PLADETUR

El PLADETUR deberá abarcar toda la comuna de Calama, con especial énfasis en los sectores de Calama urbano, sector periurbano de Calama y el Alto Loa.

3.4 Etapas de la ejecución



Fuente: Elaboración Propia

3.5 Metodología

La metodología está compuesta por diversas acciones que involucran participación de los diferentes actores en cada una de las fases de ejecución, de acuerdo con cada nivel de compromiso con el éxito del mismo.

Estas acciones son:



La metodología será participativa e incorpora la identificación de *Informantes Claves* en los grupos de interés para facilitar el diálogo.

El PLADETUR es un instrumento que supone el futuro de la actividad turística de la comuna por lo que la participación de los grupos de interés es esencial para el éxito y continuidad de lo planteado.

La metodología que la Corporación PROLOA incorpora en la elaboración del plan posee tres cualidades que son: PARTICIPACIÓN, COLABORACIÓN Y CO-CONSTRUCCIÓN; estas características están orientadas a aumentar los niveles de: APROPIACIÓN, PERTENENCIA Y PERTINENCIA de los aportes que los

participantes e informantes claves de cada organización e institución en la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de la Comuna de Calama.

Imagen 1 Letras volumétricas Parque el Loa

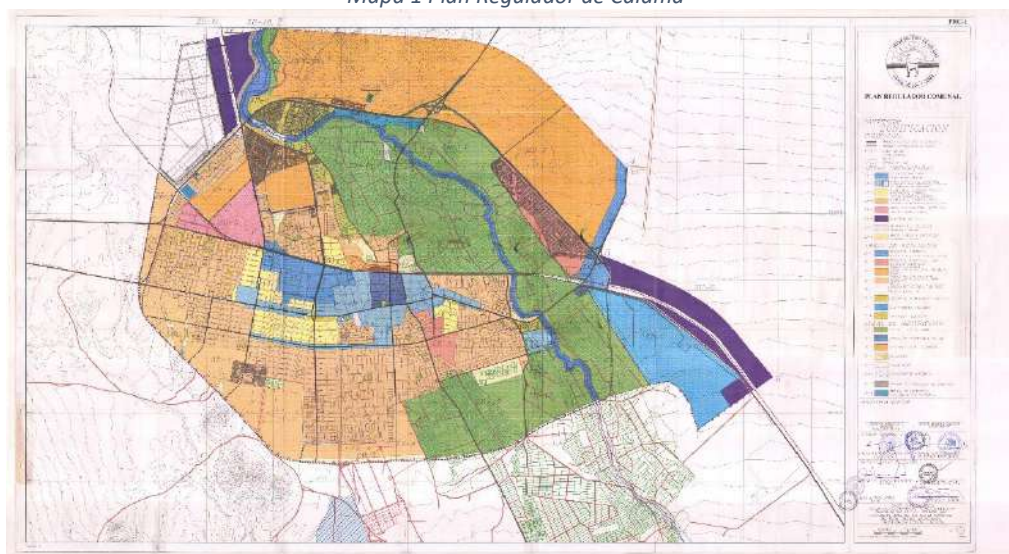


4. DIAGNÓSTICO PLADETUR

4.1 Antecedentes de la comuna de Calama

La Comuna de Calama, se encuentra ubicada en la Provincia de El Loa y posee una superficie territorial de 15.567,5 km², de los cuales: 19,71 Km² corresponden a la actual superficie urbana según el Plan Regulador Vigente, representando el 12,3 % del territorio regional. Limita al norte con la región de Tarapacá; al Sur, con la comuna de Sierra Gorda de la provincia de Antofagasta; al Este con la comuna de Ollagüe y la República de Bolivia y por el Oeste con las comunas de María Elena y Sierra Gorda.

Mapa 1 Plan Regulador de Calama



Fuente: <http://calamatransparencia.insico.cl>

4.2 Antecedentes Demográficos¹

Antecedentes del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) referentes al Censo del año 2017 indican que mayoritariamente la población residente en Calama se concentra en la parte urbana y el género es levemente superior en hombres que mujeres. Los siguientes gráficos muestran los datos:

Gráfico 1 Población comunal

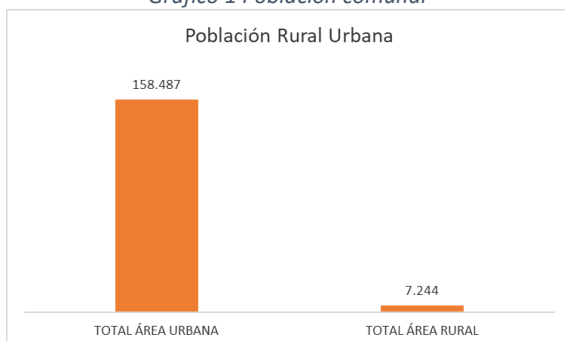
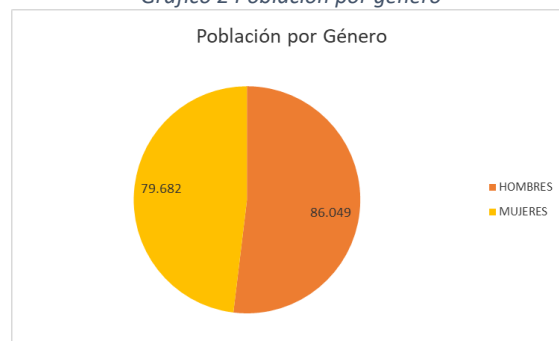


Gráfico 2 Población por genero



¹ Instituto Nacional de Estadística [INE]. (2022). CENSO 2017
<https://www.ine.gob.cl/estadisticas/sociales/censos-de-poblacion-y-vivienda/>

Si agrupamos a los habitantes por rango de edad, el mayor número de habitantes se concentra entre los 16 y 45 años. De acuerdo al lugar donde habita, rural o urbano, en el rango de 0 y 30 años habitan la zona urbana y en el segmento entre 31 y 45 años existe un mayor porcentaje en lo rural.

Gráfico 3 Distribución por edad

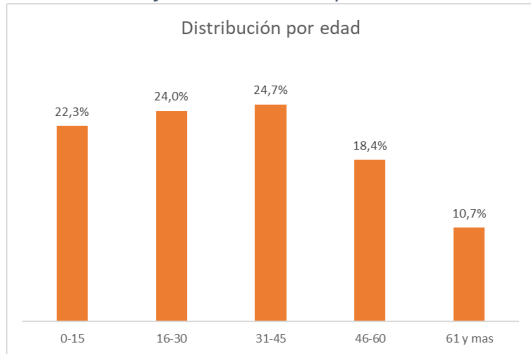
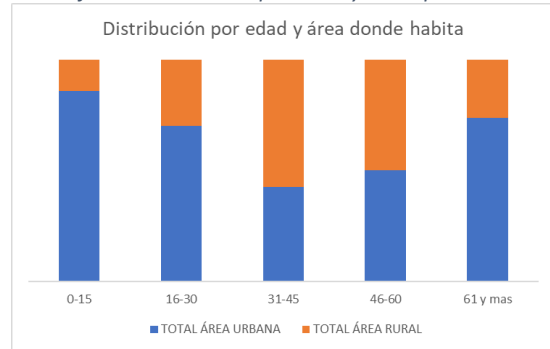
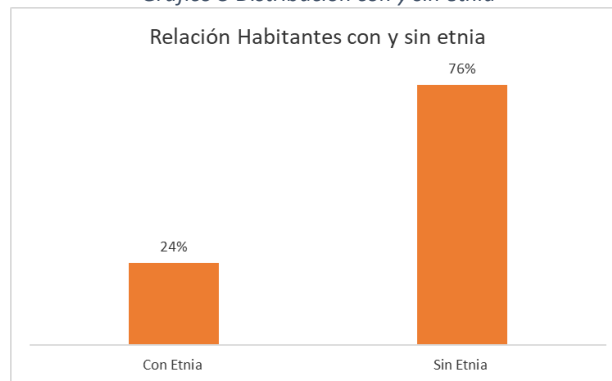


Gráfico 4 Distribución por edad y área que habita



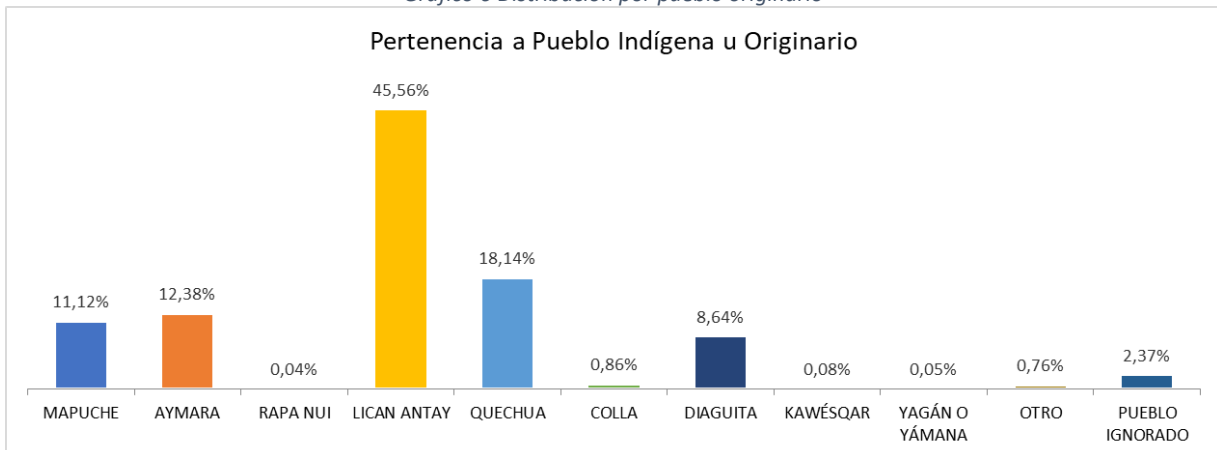
Respecto a la población total y su adhesión a una etnia el 76% indica no poseer adhesión a una etnia:

Gráfico 5 Distribución con y sin etnia



Respecto a la adhesión a un pueblo originario los datos dan cuenta de un mayor número de Lickanantay con un 45%, seguidos por Quechuas con un 18%.

Gráfico 6 Distribución por pueblo originario



4.3 Conectividad

Calama se ubica estratégicamente como una plataforma de conectividad terrestre y aeroportuaria relevante con el resto de la Región de Antofagasta.

Posee terminal terrestre de pasajeros distribuidos en tres estaciones principales:

- Terminal Tur - Bus
- Terminal Balmaceda
- Terminal Sub-Agencia

Para conexión terrestre interna posee tres terminales:

- Terminal Frontera del Norte
- Terminal Atacama 2000
- Terminal Balmaceda

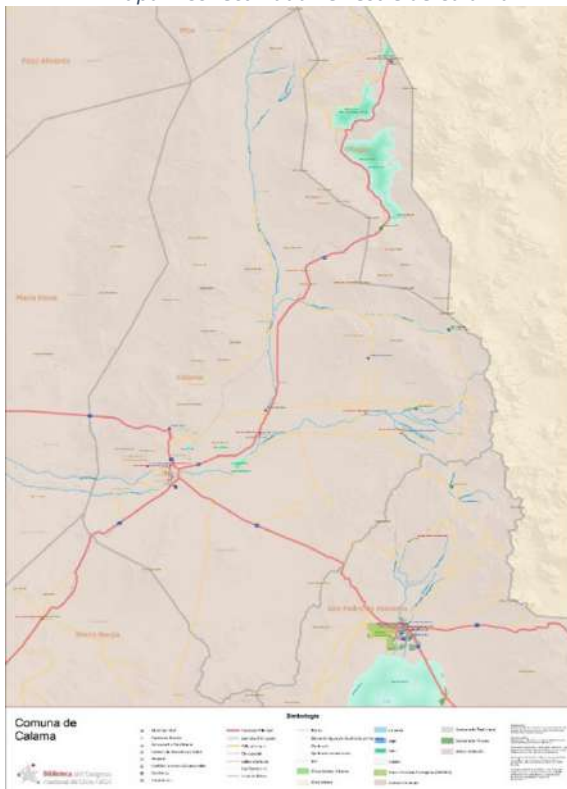
Posee un terminal aéreo de pasajeros:

- Aeropuerto El Loa

4.3.1 Conectividad Terrestre

La comuna de Calama tiene dos rutas terrestres principales, desde Antofagasta se conecta por la ruta CH-25 y desde la comuna de Tocopilla se conecta por la ruta CH-24. Desde Calama se conecta con la comuna de Ollagüe por la ruta CH-21 que conecta directamente con el paso fronterizo de Ollagüe y con el país de Bolivia; hacia la comuna de San Pedro de Atacama se ubica la ruta CH-23 que conecta con los pasos fronterizos de Jama y Sico.

Mapa 2 Conectividad Terrestre de Calama



Las principales rutas terrestres son :

- CH-24 Tocopilla – María Elena – Calama
- CH-25 Antofagasta- Sierra Gorda- Calama
- CH-23 Calama – San Pedro de Atacama
- CH-21 Calama – Chiu Chiu – Ollagüe
- B 165 Calama – Ayquina – Toconce
- B 159 – B245 Chiu Chiu – Caspana – El Tatio
- B 145 Estación San Pedro - Inacaliri – El Tatio

Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile



4.3.1.1 Conectividad Turística Rural

El subsidio de Zonas Aisladas del Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones (MTT) permite implementar transporte público en sectores geográficamente apartados o con dificultades de acceso para sus habitantes. Este mecanismo de transporte público permite movilizar a turistas con mayor frecuencia que un tour organizado. Con este apoyo estatal en transporte la factibilidad de tener visitación turística en la zona rural se acrecienta.

Actualmente el MTT subsidia la operación de servicios de transporte de zonas aisladas en los modos terrestre, marítimo, fluvial, aéreo y lacustre, recorridos que benefician a más de 400 mil personas de regiones, con frecuencias establecidas por contrato y tarifas rebajadas. ²

Esta modalidad de transporte público facilita los flujos de turistas a los pueblos del Alto El Loa con frecuencias establecidas.

El marco legal que otorga sustento es la Ley 20.378 que crea un Subsidio Nacional Para el Transporte Público Remunerado de Pasajeros, promulgada el 5 de septiembre del 2009.

Esta iniciativa tiene como espíritu fortalecer el transporte público en las regiones del país, poniendo énfasis en los sectores que presentan problemas de conectividad para sus habitantes, especialmente en aquellos con dificultades de acceso y alejados geográficamente.

En Calama el servicio de transporte del MTT permite activar algunos servicios turísticos de manera planificada a bajo costo de operación. Servicios Turísticos como visitas guiadas a sitios patrimoniales y otras excursiones de corta duración son posibles de realizar con mayor frecuencia que la actual.

Las frecuencias de buses se distribuyen de lunes a domingo en distintos horarios siendo Chiu Chiu – Lasana el de mayores frecuencias diarias, otros permiten hacer combinaciones desde Chiu Chiu a las otras localidades.

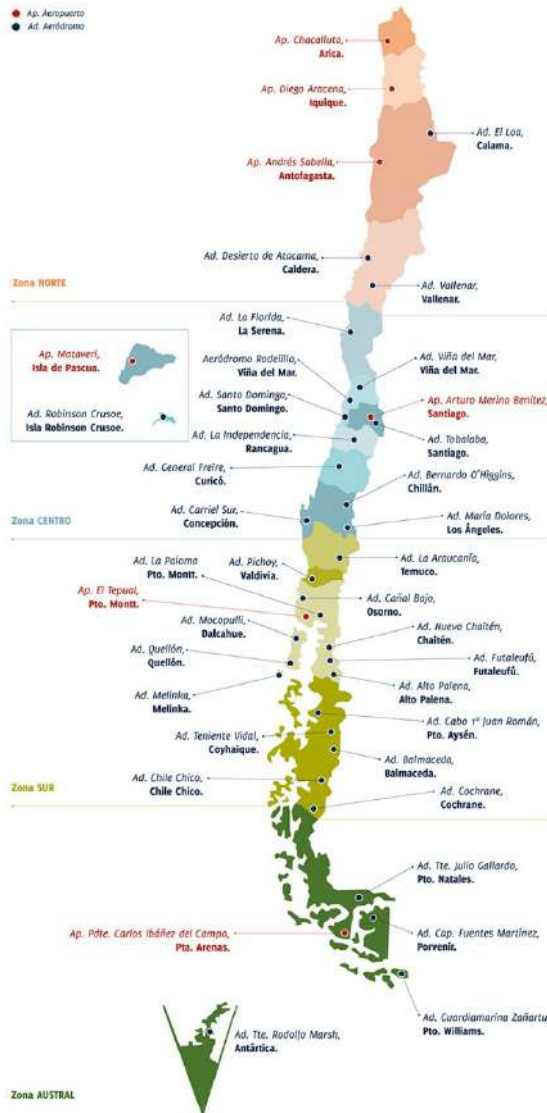
Las frecuencias por localidad y horarios se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 1 Frecuencia de transporte subsidiado

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Calama Chiu Chiu Lasana	07:45,11:30, 15:30,18:30	07:45,11:30, 15:30,18:30	07:45,11:30, 15:30,18:30	07:45,11:30, 15:30,18:30	07:45,11:30, 15:30,18:30	,11:30, 15:30	
Lasana Chiu Chiu Calama	09:30,12:30, 16:30, 19:30	09:30,12:30, 16:30, 19:30	09:30,12:30, 16:30, 19:30	09:30,12:30, 16:30, 19:30	09:30,12:30, 16:30, 19:30		
Calama Ayquina Toconce	8:00		8:00		13:00	8:00	15:00
Toconce Ayquina Calama	11:00		11:00		16:00	11:00	18:00
Calama Caspana	07:00 17:00		07:00 17:00		07:00 17:00	07:30	07:30 16:00

*Frecuencia y horarios pueden variar. Fuente: Elaboración Propia Agosto 2022

² Dirección de Transporte Público Regional. (2022). Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones [MTT], <https://www.dtp.r.gob.cl/zonasaisladas>



4.3.2 Conectividad Aérea

La comuna de Calama posee el Aeropuerto El Loa fundado el 9 de diciembre del 1952 como Aeródromo El Loa.

- Código IATA³: CJC
- Código OACI⁴: SCCF

Nació como un aeródromo privado, en un recinto de obra gruesa para la operación de aviones pequeños pertenecientes al Club Aéreo de Calama. El año 1967, este recinto fue tomado por el Estado con el objetivo de ampliar y configurar como un terminal aéreo de pasajeros para Calama. Ese mismo año se hizo efectiva la donación de 15 mil bolsas de cemento por parte de Chile Exploration Company, para la construcción de la plataforma de estacionamiento de aeronaves y los cabezales de pista.

Posteriormente, la Municipalidad de Calama realizó un importante aporte para obtener el sistema de iluminación de pista. Con esto y con la creación del servicio comercial de la línea aérea del cobre LADECO que operaba con aviones Douglas DC-3. El recinto aéreo fue evolucionando hacia lo que actualmente es el aeródromo con instalaciones teniendo capacidad de recibir aeronaves de la envergadura del Airbus A320, B737, entre otros.

El 14 de octubre del 1997, por Decreto Nro. 976 del Ministerio de Obras Públicas (MOP) se entregó a la Concesionaria Aeropuerto El Loa S.A. la explotación y puesta en servicio del nuevo Terminal Aéreo por un plazo de 12 años, que comenzó a operar de manera definitiva el 12 de marzo del 2000. El actual terminal aéreo, cuya superficie es de 9.434 m²., entró en funcionamiento el 6 de mayo del 2015 y su concesión fue ampliada hasta el 31 de marzo del 2022.

Actualmente, el Aeropuerto El Loa cuenta con una pista de asfalto de 3.040 metros de largo por 45 metros de ancho, cinco calles de rodaje, una plataforma comercial de 250 por 100 metros de extensión y estacionamiento para tres aeronaves comerciales, una plataforma para aviación general con capacidad de estacionamiento para tres aeronaves de aviación menor, un sistema de iluminación de

³ IATA International Air Transport Association
⁴ OACI Organización de Aviación Civil Internacional



aproximación, umbral, pista, Papi y Reil y un sistema de radio ayudas VOR / DME, entre otras características.⁵

4.4 Aspectos Físicos de la comuna ⁶

4.4.1 Unidades Geomorfológicas Básicas

Calama se encuentra en la unidad morfoestructural del macizo andino correspondiente a la precordillera, que une moderadamente los rasgos extremos entre la depresión intermedia y la cordillera de los Andes. Ascende lentamente desde los 1600 a los 3000 metros de altitud en las primeras estribaciones andinas, cubriendo con extensos pediplanos el sector oriental de la Pampa del Tamarugal y del Desierto de Atacama (Corporación Nacional del Cobre, 2010). La cordillera de Domeyko es un cordón de desembarco de la cordillera de los Andes que corre paralelo y al poniente de ella. Se origina en un nudo orográfico existente a la altura de Copiapó y se interrumpe frente a Calama. Hacia el norte bordea el curso superior del Río Loa, y más adelante se pega a la frontera. Su altura en esta zona bordea los 3500 metros; no es gran receptora de nieve, aporta escasa humedad hacia el llano central y está compuesta de núcleos de rocas basales antiguas a preterciarias (Corporación Nacional del Cobre, 2010).

La cordillera de Domeyko corresponde al cordón desmembrado de la cordillera de Los Andes, formado por sedimentos plegados, que corre en paralelo y al poniente de aquella. Se origina en un nudo orográfico existente a la altura de Copiapó y que se interrumpe exactamente frente a Calama; hacia el norte bordea el curso superior del Río loa; internándose al oriente llegando hasta el volcán Miño y el cerro Alconcha donde nace dicho Río, próximo a la frontera con la República de Bolivia

En el plano en donde se asienta la ciudad de Calama es posible distinguir cuatro unidades topográficas⁷:

- a) Planicie al Sur-Oriente del Loa: Corresponde al área comprendida entre la Ruta CH-25, de acceso a la ciudad desde Antofagasta y la Ruta CH-23 que conecta con San Pedro de Atacama. En ella se localiza el Aeropuerto El Loa de Calama y la vía de circunvalación en el tramo indicado. Desde este perímetro se puede apreciar con claridad el perfil urbano de la ciudad.
- b) Cauce del Loa y planicie del Oasis: Área de desarrollo privilegiado de vegetación e indicador de los procesos que determinan el Oasis. Esta zona es la componente fundamental de la inscripción de la ciudad Oasis en el paisaje del desierto.
- c) Planicie del área urbana de Calama: Que corresponde al área en donde se asienta la ciudad, sin límite preciso.
- d) Por último, una zona de cerros: ubicados al poniente y otros a 16 Km. al norte de la ciudad, donde se ubica el centro productivo de Chuquicamata, que corresponde a un área visual, ambiental y funcionalmente integrada a la ciudad de Calama.

⁵ <https://www.dgac.gob.cl/68-aniversario-del-aerodromo-el-loa/> 9 de Diciembre de 2020

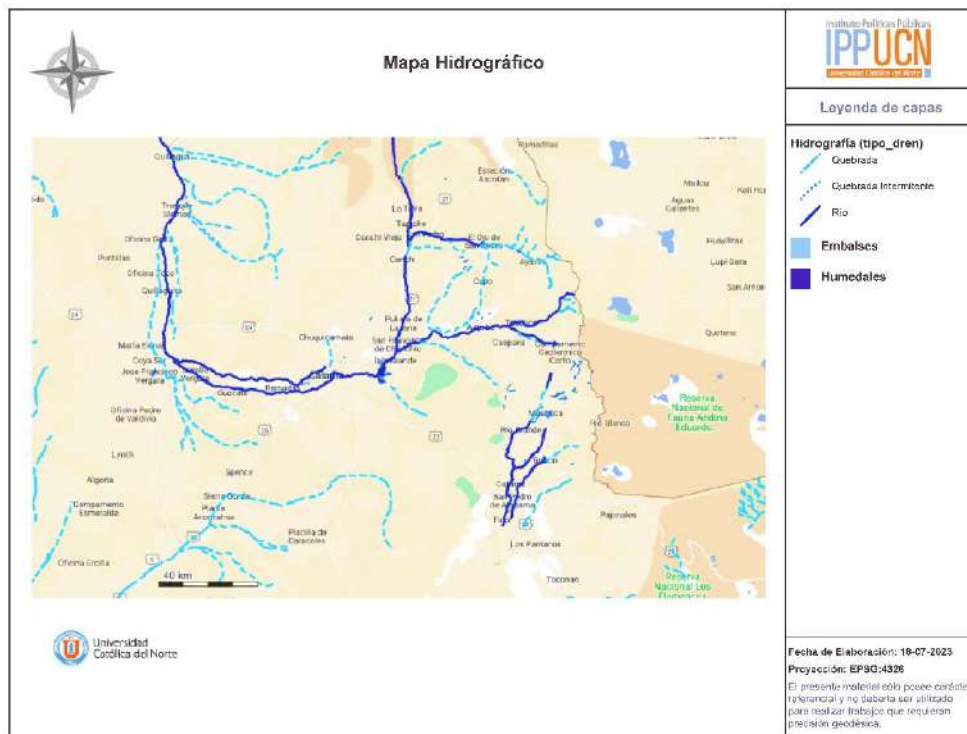
⁶ Centro de Información de Recursos Naturales [CIREN]. (marzo del 2021). Ministerio de Agricultura. <https://www.sitrural.cl/#!/informes>

⁷ Municipalidad de Calama.(2011). Plan Nuevos Tiempos para Calama.

<http://calamatransparencia.insico.cl/clientes/1/datos/PLAN%20CALAMA2.0%20FINAL.pdf>.

4.4.2 Hidrografía

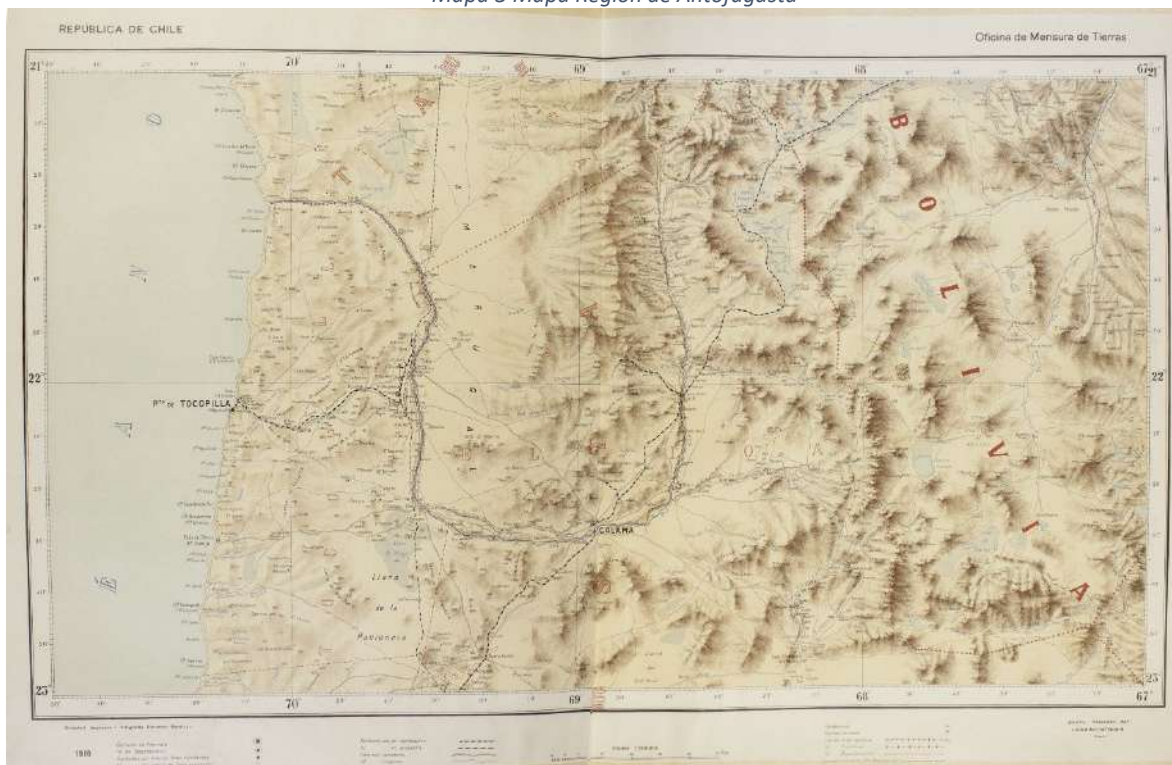
La cuenca del Río Loa cubre parcialmente el territorio de la Provincia de El Loa y de la comuna de Calama. El Río Loa posee longitud de 440 kilómetros, y su hoya hidrográfica abarca una superficie de 33.570 km². El régimen del Loa y sus afluentes es pluvial, captando recursos hidrológicos de la cordillera en un 20% de su superficie (Edwards, R., 1991). Debido a las bajas temperaturas que limitan el deshielo, se estima que no se verifica una recarga significativa durante el invierno. El Río Loa nace en Ojos del Miño, en la falda norte del volcán Miño, a aproximadamente 5.651 msnm. Desde su nacimiento escurre en dirección sur por un profundo cañón, aproximadamente 150 kilómetros, hasta el Oasis de Chiu Chiu. En este trayecto recibe sus dos tributarios más importantes, ambos desde el oriente: el Río San Pedro o Inacaliri y el Río Salado. A partir de Chiu-Chiu su curso se desvía hacia el oeste hasta la localidad de Chacance, donde se le une por su ribera derecha el Río San Salvador. Desde este punto su curso se orienta con dirección al norte por un tramo de 80 kilómetros hasta el Oasis de Quillagua. A partir de Quillagua, el Río Loa describe un gran arco y desemboca en el pacífico en caleta Huelén (Edwards, R., 1991).



El Río Inacaliri o San Pedro, con sus tributarios los ríos Siloli y Calama, drena una superficie de 1.087 km². Nace en la aguada de Inacaliri en la alta cordillera, con el nombre de Inacaliri, y escurre hasta que sus aguas se pierden en las Vegas de Inacaliri, apareciendo luego el cauce seco por más de 15 kilómetros hasta la localidad de Ojos de San Pedro. En esta localidad aflora en el mismo cauce el Río San Pedro, el cual recorre 30 kilómetros hasta desembocar en el río Loa (Dirección General de Aguas, 2013). El río Salado tiene sus orígenes en los Géiseres del Tatio, un conjunto de más de 30 vertientes frías y termales surgentes a los pies de la cadena del volcán Tatio, a aproximadamente 4.200 msnm. Después de un breve recorrido en dirección norte-sur, toma dirección al oeste, hasta su desembocadura en el Río Loa, 3 kilómetros aguas abajo de Chiu-Chiu. El Río Salado tiene un desarrollo de 80 kilómetros y su hoya

hidrográfica comprende 2.210 km². En su curso medio recibe desde el norte al Río Toconce, reunido con el Río Hojalar, y, más abajo recibe por su costado izquierdo al río Caspana (Dirección General de Aguas, 2013). El río San Salvador nace de la reunión de varias quebradas con cabecera en el entorno norponiente de la ciudad de Calama. Después de un desarrollo de aproximadamente 25 kilómetros, se le reúne por su ribera izquierda la quebrada Opache, localidad que comúnmente se considera el verdadero nacimiento del río. Su recorrido hasta la junta con el Río Loa en Chacance es de 56 kilómetros y su cuenca cubre 619 km² (Dirección General de Aguas, 2013).

Mapa 3 Mapa Región de Antofagasta



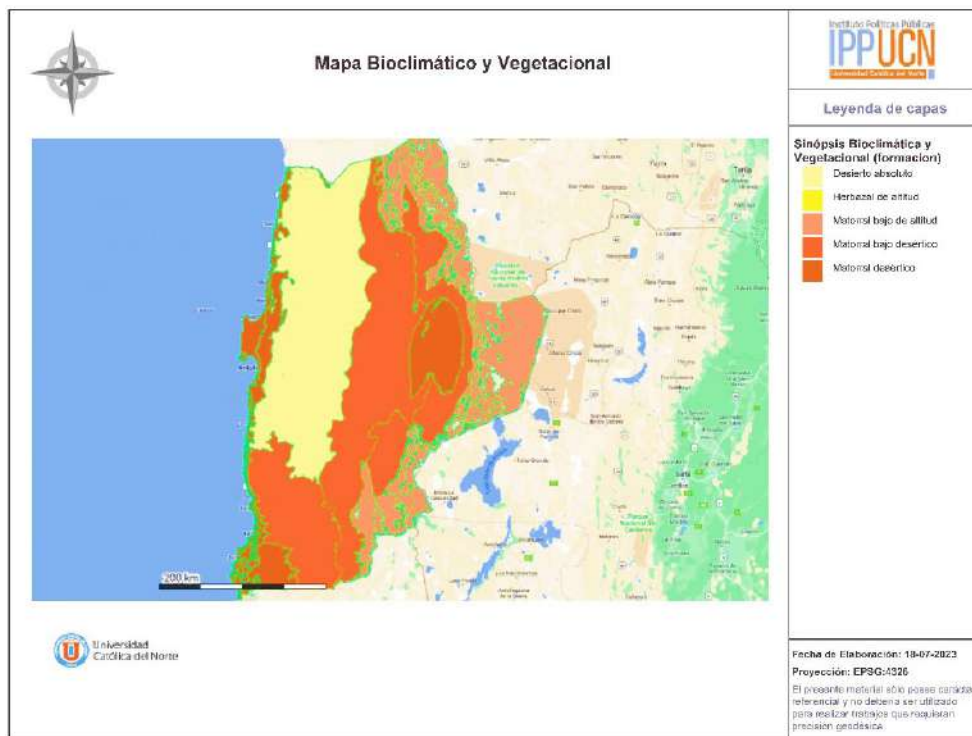
Fuente:

https://www.bcn.cl/siit/mapoteca/mapas_antiguos/listado?coleccion=0®ion=Regi%C3%B3n%20de%20Antofagasta

4.4.3 Climatología

La comuna de Calama se encuentra en los márgenes del Clima Desértico Frío (Bwk'); caracterizado por precipitaciones que no sobrepasan los 75 milímetros y promedio anuales de temperaturas de 11.2°C, aunque la amplitud térmica supera los 20°C, con de hasta -15°C en invierno y máximas sobre 30°C en verano (Bembow, 2015). Sobre los 3.000 msnm se presenta el clima de Tundra por Efecto de Altura con Precipitación Estival (ETHw), con precipitaciones que se reparten entre los meses de noviembre y marzo, y que igual llegan a propagarse hasta altitudes inferiores. Con características similares al Desértico Frío, solo presenta como diferencia la humedad que aportan estas precipitaciones (Municipalidad de Calama, 2010). Las temperaturas que oscilan entre -10°C y 30,2° C, siendo la temperatura media anual de 13,3°C (Bembow, 2015).

El clima de estepa de altura se localiza preferentemente en las áreas de los bordes o márgenes de los desiertos donde existe un clima estepárico de altura. En esta comuna se ubica por sobre los 3.500 msnm, lo que corresponde a la zona altiplánica o puna. Sus principales características son las bajas temperaturas (siendo la media anual de 2°C), la amplitud térmica entre el día y la noche es muy alta (más de 20°C). Las precipitaciones se producen en los meses de verano y no sobrepasan los 100 milímetros anuales. (Municipalidad de Calama, 2009) La precipitación media anual es de 4,5 milímetros. (Municipalidad de Calama, 2010). Es posible que estas precipitaciones aumenten algunos años, producto del denominado “Invierno Boliviano”, pero que, en ningún caso sobrepasan los 100 milímetros (Dirección General de Aguas, 2013).⁸



4.4.4 Suelos

El valle de Calama es un amplio plano depositacional cuya mayor longitud está en el sentido este-oeste, siguiendo el mismo recorrido del río Loa. La mayor superficie agrícola corresponde al sector norte de dicho río. En Yalquincha el valle es estrecho y constituido por terrazas angostas con suelos de texturas franco-arenosas medias. Siguiendo aguas arriba, el valle se estrecha más y no existen terrazas que puedan aprovecharse agrícolamente. Al este de Calama el valle se ensancha y constituye la mejor zona agrícola, junto con las terrazas que se prolongan en ambos márgenes del río Loa hacia el poniente. La pendiente dominante del valle es de este a oeste (Corporación Nacional del Cobre, 2010). En general, los suelos decrecen en su calidad agrícola a medida que se avanza hacia el oeste y se alejan de los márgenes de río Loa. Se exceptúa de esto el sector de Cobija. Son suelos difíciles de habitar debido a que presentan nivel freático y salinidad alto, además de un perfil turboso. Los mejores suelos se ubican

⁸ Centro de Información de Recursos Naturales [CIREN]. (marzo del 2021). Ministerio de Agricultura. <https://www.sitrustral.cl/#!/informes>

en los márgenes del río Loa y se caracterizan por sus texturas franco-arenosas a arenosas, presentando la mayor parte de estos una estrata franco-limosa en profundidad (Corporación Nacional del Cobre, 2010). En el área de Calama, los suelos son poco evolucionados y se han gestado a partir de estratos arenosos correspondientes a las fases de depositación de grandes conos de deyección de carácter aluvional, en parte sobre sedimentos más antiguos del río Loa. Esto último explica la presencia de algunos de aquellos perfiles correspondientes a los mejores suelos de estrata arcillosa. La pendiente general del valle en este sector varía entre 1% a 2% en sentido este-oeste, en un total de 12 kilómetros (Corporación Nacional del Cobre, 2010). La calidad de los suelos decrece hacia el norte, encontrándose en el extremo occidental, suelos turbosos con nivel freático alto, además de estas condicionantes, la presencia de sales en el perfil hace que estos suelos sean difíciles de habitar. Hacia el este y noreste, algunos suelos presentan una tosca impermeable a distintas profundidades. Cuando la tosca aparece en la parte superior del perfil, los suelos deben ser habilitados. Otro gran sector al norte del río Loa corresponde a suelos muy estratificados, de texturas moderadamente gruesas a finas, presentando en parte nivel freático alto. La habilitación de estos suelos está supeditada a la realización de obras de drenaje. (Corporación Nacional del Cobre, 2010).

Desde el punto de vista de la aptitud agrológica de los suelos⁹, el Valle de Calama se presenta como un amplio plano cuya mayor longitud está en el sentido Este - Oeste siguiendo el curso del Río Loa. Al respecto cabe reflexionar sobre la extensión del Oasis o vegas, cuyas superficies se han ido reduciendo significativamente por dos razones básicas. La primera, por su ocupación urbana y la segunda, por la reducción drástica del recurso hídrico.

Por lo mismo es que puede apreciarse una disminución significativa de la extensión del oasis, en favor de la extensión de la ciudad, sin las precauciones adecuadas para mantener en niveles aceptables las condiciones que posibilitan la vida en la zona.

La mejor zona agrícola la constituye el ensanche del valle al este de la ciudad, junto con los terrenos de ambos márgenes del río hacia el poniente, caracterizados por texturas franco-arenosas que corresponden a depositaciones más recientes. En el margen del río es donde se encuentran las tierras con más bajo índice de salinidad.

A excepción del sector agrícola del sector poniente de la ciudad – Cobija – en general la calidad agrícola de los suelos decrece a medida que se avanza hacia el oeste a su alejamiento de las márgenes del río hasta encontrar suelos con alto nivel freático de salinidad, con acumulaciones de turba y vegetación de junquillos, todo lo cual dificulta su habilitación.

4.4.5 Flora y Fauna¹⁰

La flora de Calama y sus alrededores está representada por un número reducido de especies en comparación con todas las plantas que se han reportado para la región de Antofagasta, que son 1.056 en total. La vegetación actual, es el resultado de la perfecta adaptación de las especies a las condiciones del entorno (Comisión Nacional del Medio Ambiente, 2008). El clima y las características del suelo son los factores que más influyen en la vegetación de un lugar. La sequedad del desierto, la falta de agua y

⁹ Municipalidad de Calama.(2011). Plan Nuevos Tiempos para Calama.

<http://calamatransparencia.insico.cl/clientes/1/datos/PLAN%20CALAMA2.0%20FINAL.pdf>

¹⁰ Centro de Información de Recursos Naturales [CIREN]. (marzo del 2021).Ministerio de Agricultura.

<https://www.sitrural.cl/#!/informes>

la salinidad del suelo exigen diversas adaptaciones a las plantas en esta zona para ser exitosas (Comisión Nacional del Medio Ambiente, 2008). Algunas adaptaciones que se pueden apreciar son: raíces napiformes, gruesas, donde almacenan sustancias de reserva; raíces profundizantes para alcanzar el agua subterránea, hojas suculentas (engrosadas) para almacenar agua; cierre estomático diurno (Comisión Nacional del Medio Ambiente, 2008)

En particular, la vegetación del oasis de Calama puede clasificarse en tres grandes áreas (Comisión Nacional del Medio Ambiente, 2008): a) Las áreas cultivadas, principalmente de alfalfa y maíz, y cortinas



de árboles que han sido plantados. b) Las áreas de humedal ubicadas contiguas al río Loa. c) La vegetación desértica también llamada xerófita.

La diversidad de la flora y la fauna del norte de Chile se encuentra fuertemente determinada por la escasa disponibilidad de agua y por el relieve montañoso. El efecto del primer punto es tal que toda una amplia región de esta zona es denominada zona xeromórfica, que quiere decir formas relacionadas con la falta de agua.

Sobre los 3.500 m se desarrolla la provincia biogeográfica de la puna que recibe influencias hídricas provenientes del lado oriental de los Andes y que presenta

precipitaciones en verano lo que permite el desarrollo de una cubierta vegetal conformada por arbustos hierbas. La puna, está caracterizada desde el punto de vista de la fauna, por especies corredoras como el suri, la vicuña especies cavadoras como los chululos y las bandurrias. A ellas habría que agregar la vizcacha, especie cordillerana que se encuentra en la puna y también en las zonas andinas más australes.

En ciertos sectores las condiciones desérticas generales se ven aminoradas por la presencia de afloramientos de agua que permiten el desarrollo de comunidades vegetales, que constituyen la base de recursos de la fauna. La fauna en general responde a esta distribución de recursos alternando su actividad entre las áreas xéricas a las áreas más húmedas. En la parte andina del área de estudio estas condiciones locales están representadas por los salares, con áreas de sugerencia lagunas someras con vegetación azonal asociada a ellas (pajonales y/o bofedales). Sin embargo, la mayor parte de la superficie corresponde a laderas xéricas con cobertura muy variable de matorrales y coironales.¹¹

¹¹ Municipalidad de Calama.(2011). Plan Nuevos Tiempos para Calama.
<http://calamatransparencia.insico.cl/clientes/1/datos/PLAN%20CALAMA2.0%20FINAL.pdf>



4.5 Adaptación al Cambio Climático¹² y Resiliencia

La comuna de Calama y en el contexto geográfico que se ubica, ha modificado su geomorfología, composición de los cuerpos de agua y climatología de manera sistemática en el tiempo. Sin embargo, en la actualidad los eventos climáticos tienden a disminuir en frecuencias pero con magnitudes que conllevan altos impactos en las instalaciones y habitabilidad de la comuna.

El año 2020 se publica el Plan de Adaptación al Cambio Climático Sector Turismo 2020 – 2024. El Objetivo del plan es: *Instalar en el sector turismo las capacidades necesarias y generar las condiciones habilitantes para adaptarse y enfrentar los efectos actuales y futuros del Cambio climático, aumentando la resiliencia y sostenibilidad del sector al 2024.*

De acuerdo con el Plan se identifican los siguientes efectos esperados a nivel país :

- Variación de Precipitación
- Variación de Temperatura
- Indicadores de Eventos Extremos

El Diagnóstico de Vulnerabilidad ante el Cambio Climático para el Sector Turismo identificó tres principales amenazas o impactos del cambio climático que afectan al sector turismo en Chile:

- La variación en las temperaturas y precipitación
- La pérdida de la biodiversidad
- La ocurrencia de eventos climáticos extremos

Además, el Plan de Adaptación al Cambio Climático establece seis líneas de acción y 21 medidas de adaptación al cambio climático las que se encuentran en dicho plan.

En Calama es frecuente que ante eventos climáticos de precipitaciones o intensas lluvias en cortos periodos de tiempo se produzcan innumerables deterioros del patrimonio natural y cultural. Los aumentos de caudales son facilitados por desvíos de cauces naturales ante el aumento de la intervención industrial. En una mirada desde la Cordillera hacia Calama Poniente, la resiliencia de

¹² CAMBIO CLIMÁTICO: Importante variación estadística en el estado medio del clima o en su variabilidad, que persiste durante un período prolongado (normalmente decenios o incluso más). El cambio climático se puede deber a procesos naturales internos o a cambios del forzamiento externo, o bien a cambios persistentes antropogénicos en la composición de la atmósfera o en el uso de las tierras. La Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMCC), en su Artículo 1, define cambio climático como: “un cambio de clima atribuido directa o indirectamente a la actividad humana que altera la composición de la atmósfera mundial y que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante período de tiempo comparables” (IPCC 2014, citado por Ministerio del Medio Ambiente, 2017. Guía de Apoyo Docente en Cambio Climático. Pág. 131).

ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO: Un proceso de ajustes al clima y sus efectos actuales o esperados. En sistemas humanos, adaptación busca moderar o evitar impactos negativos o aprovechar los efectos beneficiosos. En algunos sistemas naturales, intervenciones del hombre podrían facilitar los ajustes al clima y sus efectos esperados (IPCC 2013-14, citado por Ministerio del Medio Ambiente, 2017. Guía de Apoyo Docente en Cambio Climático. Pág. 131).

sectores como Toconce, Paniri, Cupo, Estación San Pedro y Caspana, los más poblados, es permanente, las inundaciones de vegas de pastoreo o activación de quebradas, al mismo tiempo la zona urbana recibe aumento de flujos de los cursos de agua que sobrepasan los cursos artificiales produciendo anegamientos en sectores densamente poblados y rurales.

Este PLADETUR considera el cambio climático como un fenómeno que requiere atención por parte de los planificadores locales, tanto en su origen, mitigación y efecto en las poblaciones residentes, como en los flujos de visitantes.

Ante el fenómeno del cambio climático, el Foro Económico Mundial realizó una encuesta sobre la Percepción de Riesgos Globales durante el año 2022. Al aplicar la pregunta “Estime el probable impacto (severidad) de los siguientes riesgos a 2 años y a 10 años”, los resultados de riesgos identificados son principalmente ambientales y sociales. La siguiente tabla indica los resultados de la encuesta:

Tabla 2 Resultados Encuesta de Riesgos Globales

Riesgos globales 2023 para los próximos 2 años	Riesgos globales 2023 para los próximos 10 años
Costo de vida.	La falta de mitigación del cambio climático.
Desastres naturales y condiciones de clima extremos.	Fracaso de la adaptación al cambio climático.
Confrontación geoeconómica.	Desastres naturales y eventos climáticos extremos.
La falta en mitigar el cambio climático.	Pérdida de biodiversidad y colapso de ecosistemas.
Erosión de la cohesión y polarización social	Migración involuntaria a gran escala.
Incidentes ambientales a larga escala.	Crisis de recursos naturales.
Falta en adaptación al cambio climático.	Falta de cohesión social y polarización.
Inseguridad cibernética generalizada	Cibercrimen e inseguridad cibernética.
Crisis de recursos naturales.	Confrontación geoeconómica.
Migración involuntaria a gran escala.	Incidentes y daños ambientales a gran escala.

Categorías de riesgo

■ Económica
 ■ Ambiental
 ■ Geopolítica
 ■ Social
 ■ Tecnológica

Fuente: <https://www.weforum.org/reports/global-risks-report-2023/>

4.6 Accesibilidad Universal

La Accesibilidad Universal¹³ es la condición que deben cumplir los entornos, procesos bienes, productos y servicios, los objetos o instrumentos, herramientas y dispositivos para ser comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas en condiciones de seguridad y comodidad de la forma más autónoma posible.

“ir más allá de la rampa, abandonar el patrón de la silla de ruedas, cambiar “eliminación de barreras arquitectónicas” por “ACCESIBILIDAD UNIVERSAL”, olvidar las discapacidades para poner en valor las capacidades que cada cual posee”¹⁴

La comuna de Calama mantiene planes de accesibilidad vial para personas con discapacidad que se ven reflejados en la implementación de rampas en las veredas, y baldosas podo táctiles para no videntes. Existen varias organizaciones relacionadas con la discapacidad y accesibilidad en Calama, algunas de ellas son:

- Consejo Comunal para la Discapacidad (CCD)
- Agrupación de Sordos del Loa (ASOLOA)
- Corporación de Rehabilitación y Capacitación Laboral para Deficientes Mentales (CORCALDEM)
- Amigos y Familiares de Discapacitados (AFADIS)

Desde Marzo del 2019 los establecimientos de alojamiento turístico tienen que cumplir con la accesibilidad universal por lo indicado en el Decreto 50 Ordenanza General de Urbanismo y Construcción (OGUC) que establece la modificación del decreto 47 e incorpora a los edificios con servicios turísticos.

A nivel mundial la Organización Mundial de Turismo (OMT) tiene planes, programas y manuales de accesibilidad turística, y Chile a través del Servicio Nacional de Discapacidad (SENADIS) tiene el Plan Chile Accesible.

Estos establecen los lineamientos de evaluación e implementación de accesibilidad universal. Uno de estos planes incorpora una metodología simple y aplicable para establecer los criterios mínimos de uso y de diseño universal¹⁵, la metodología DALCO :

¹³ Servicio Nacional de la Discapacidad [SENADIS] ,PLAN CHILE ACCESIBLE, Bases metodológicas para la gestión de un plan territorial de accesibilidad. ISBN: 978-956-8441-07-4, Primera Edición, Chile, marzo 2017

¹⁴ Citado de Plan Chile Accesible. Publicación Ponencia Coordinador Conadis Accesibilidad, 2º“Jornada sobre el PNA, Argentina.

¹⁵ La actividad por la que se conciben o proyectan, desde el origen, entornos, procesos, bienes, productos, servicios, objetos, instrumentos, dispositivos o herramientas, de forma que puedan ser utilizados por todas las personas o en su mayor extensión posible.

Esquema 2 Criterios DALCO



Fuente: Plan Chile Accesible

Los Criterios DALCO están incorporados en la Norma Chilena NCh3271-2012 para facilitar la accesibilidad al entorno. A cada uno de sus componentes les incorporan ámbitos donde estos se deben considerar, y los asocia a criterios técnicos que están desarrollados considerando las variables de diversidad funcional de las personas usuarias.

Desde el punto de vista de la operación turística, Calama tiene avances en accesibilidad en el sector urbano y casco histórico, sin embargo, los atractivos naturales carecen de implementación accesible. La excepción puede ser el Complejo Géiser del Tatio que mantiene sus senderos en buen estado para el tránsito de personas con movilidad reducida y/o en sillas de ruedas.

Imagen 2 Pasarela en Geiser del Tatio



Respecto a la incorporación de la accesibilidad en la comuna de Calama, el municipio suscribe el compromiso por la Accesibilidad Universal el 12 de enero de 2018. Esta incorpora la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y los distintos cuerpos legales impulsados en nuestro país como la Ley N° 20.422 y el Decreto N° 50 que modificó la Ordenanza General de Urbanismo y Construcción.

5. ORDENANZA MUNICIPAL PARA EL TURISMO

5.1 ¿Qué es una Ordenanza Municipal?

La Ley 18.695, Orgánica Constitucional de Municipalidades, en su Art. N°12 define a las Ordenanzas Municipales como, “normas generales y obligatorias aplicables a la comunidad. En ellas podrán establecerse multas para los infractores, cuyo monto no excederá de cinco unidades tributarias mensuales, las que serán aplicadas por los Juzgados de Policía Local correspondientes.”

De igual forma las ordenanzas municipales constituyen uno de los instrumentos con mayor potencial de uso para los objetivos de la gestión territorial turística, dado que permitirían regular en forma específica los diversos componentes territoriales de la actividad turística, así como la prestación de los servicios. Considerando que el turismo requiere de una planificación multisectorial, es posible integrar desde un único instrumento, diversas materias que contribuyen a fortalecer la conducción del desarrollo turístico del destino hacia la imagen objetivo propuesta.

Además de esto, como se establece en el Art. N°4, literal e) de la ley 18.695, “las municipalidades, en el ámbito de su territorio, podrán desarrollar, directamente o con otros órganos de la administración del Estado, funciones relacionadas con el Turismo, el deporte y la recreación”. Considerando esto, las ordenanzas se constituyen como una herramienta relevante, ya que los municipios pueden intervenir tempranamente en la gestión y planificación del turismo, transformándolo en una actividad sustentable en el tiempo.¹⁶

5.2 Ordenanza Medio Ambiental de Calama

Calama posee una Ordenanza Municipal Ambiental desde el año 2018. Es un instrumento normativo que contiene elementos para el desarrollo comunal que son esenciales para el Turismo Sostenible y de Turismo de Intereses Especiales (TIE). Entre todas las menciones a la protección del medio ambiente y el patrimonio, es relevante lo indicado sobre la prevención y el control de la contaminación lumínica incorporando el DS. 43/2012. La ordenanza indica las restricciones para la iluminación y lo indicado en el citado decreto, pero además, propone restringir el día de luna nueva por tiempo de treinta minutos el alumbrado público de algún sector urbano para el disfrute de las estrellas, acción que técnicamente facilita el Turismo Astronómico para Calama.

5.2.1 Extracto Ordenanza Municipal Ambiental De La Comuna Contaminación Lumínica De Calama.¹⁷

Párrafo 7º De la Prevención y Control de la Contaminación Lumínica señala lo siguiente:

Artículo 71. El municipio realizará programas de difusión de la problemática de la contaminación lumínica, que comprenden a lo menos:

- a) Celebración de acuerdos con la dirección de establecimientos educacionales, para convenir estrategias de sensibilización de la problemática.

¹⁶ Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR].(2015).Manual de Ordenanzas Municipales para el Desarrollo Turístico Sustentable. Documento N°5 Servicio Nacional de Turismo.

¹⁷ <http://calamatransparencia.insico.cl/clientes/1/datos/Ordenanza%20001%20-%202018.pdf>

- b) *Difusión a empresas turísticas, mineras y otras relevantes en la comuna.*
- c) *Celebración de convenios de cooperación con observatorios astronómicos ubicados en la comuna.*

Artículo 72. *En la instalación y uso de lámparas y luminarias como alumbrado de exteriores, se deberá:*

- a) *Evitar la emisión de luz directa hacia el cielo, procurando:*
 - 1) *No inclinar las luminarias sobre la horizontal;*
 - 2) *Utilizar Luminarias con reflector y cierres transparentes, preferentemente de vidrio plano;*
 - 3) *Utilizar proyectores frontalmente asimétricos, con asimetrías adecuadas a la zona a iluminar e instalados sin inclinación.*
- a) *Evitar excesos en los niveles de iluminación, para lo cual el municipio fomentará la reducción de los niveles de iluminación e incluso el apagado de la instalación a partir de ciertas horas de la noche, por motivos culturales, ambientales o si la actividad o premisa que indujo su instalación cambiase requisitos luminotécnicos.*

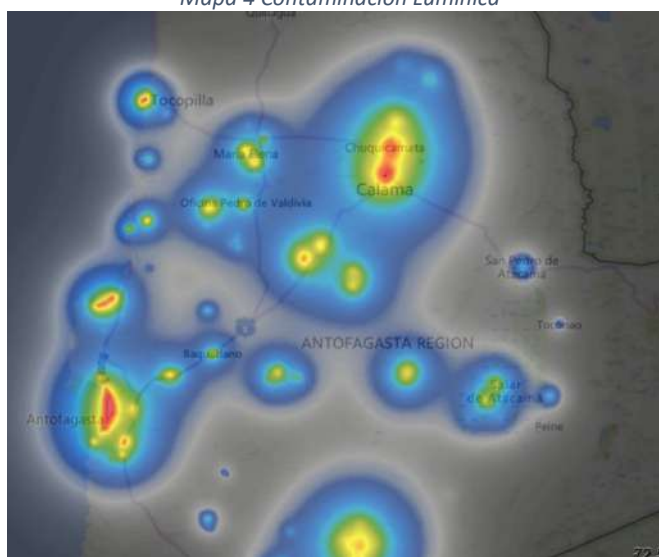
Artículo 73. *Se podrán establecer las siguientes restricciones y exigencias, en zonas de la comuna donde sea necesario, por motivos culturales asociados a pueblos originarios o por motivos turísticos:*

- a) **Apagado del alumbrado público durante la fase de plenilunio.**
- b) **Restricción, el día de luna nueva, de 30 minutos del alumbrado público en el sector del centro urbano de la comuna, con el objetivo que la comunidad pueda observar las estrellas.**
- c) *Restricción de alumbrado público en ciertas zonas (ayllus, caminos rurales, senderos de pastoreo y de interés turístico, entre otros)*
- d) *Prohibición de alumbrado público en rutas migratorias y áreas de flora y fauna nativa.*
- e) *Exigencia alumbrada público con sensores de movimiento.*

Estas restricciones y exigencias, así como las zonas donde sean necesarias, serán establecidas por el municipio, de oficio o a petición de los vecinos.

El siguiente mapa muestra las áreas con presencia de contaminación lumínica donde las zonas coloreadas en rojo son las de mayor nivel, y hacia el exterior las zonas de influencia de la luz.

Mapa 4 Contaminación Lumínica



Fuente: <https://www.lightpollutionmap.info/>



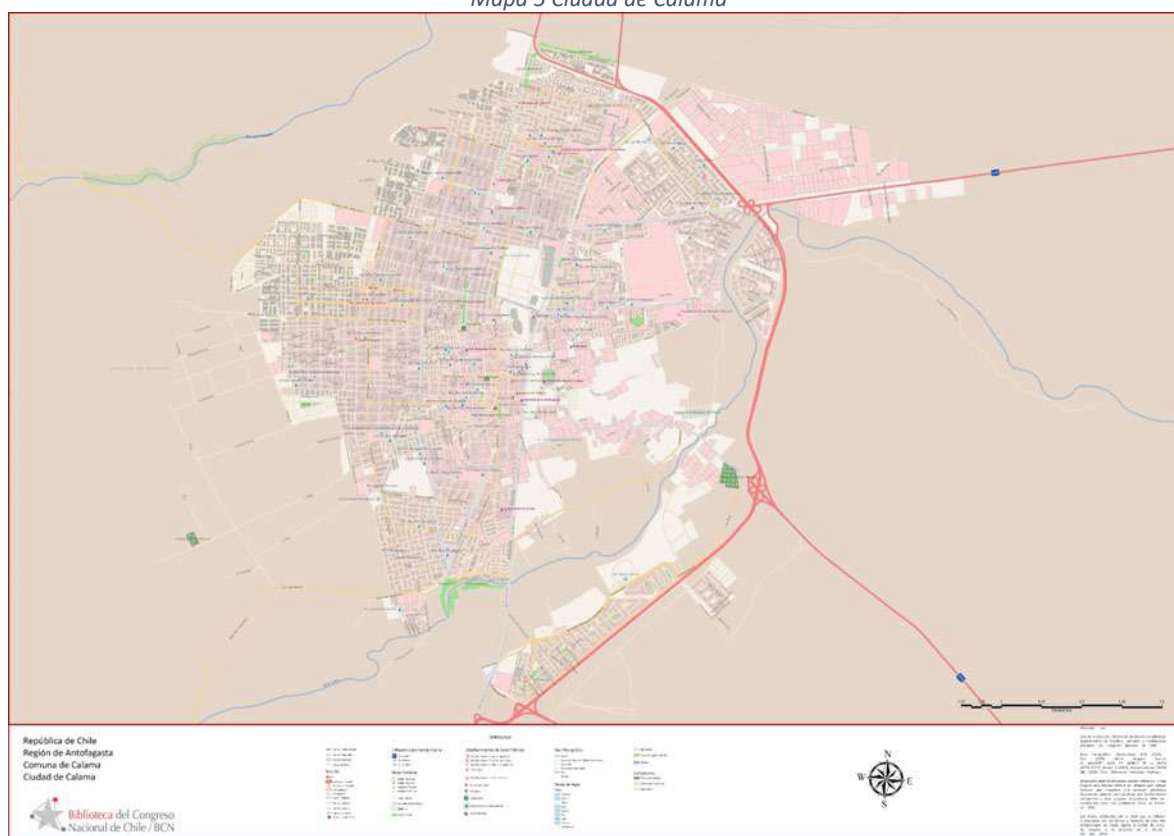
5.3 Planes Seccionales para favorecer la Preservación y Puesta en Valor de Recursos Naturales y Culturales.

Para la planificación territorial cuando las áreas con valor natural y cultural no se encuentren consideradas en los planes reguladores comunales existen los Planes Seccionales de acuerdo a lo indicado en el Decreto Supremo 47 de 1992 - Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones (OGUC) – Chile Art. 2.1.15.

La ordenanza indica que en los casos a que no exista Plan Regulador Comunal vigente, se podrán aprobar Planes Seccionales, los cuales consistirán en una memoria explicativa, en una ordenanza local que fije las normas urbanísticas referidas a usos de suelo, altura máxima de edificación, densidad máxima, subdivisión predial mínima, sistema de agrupamiento, coeficiente de constructibilidad, áreas de riesgo, declaratorias de utilidad pública conforme al artículo 59 de la Ley General de Urbanismo y Construcciones, áreas de protección de recursos de valor natural o patrimonial cultural, y la red vial estructurante, y en uno o más planos que grafiquen lo anterior. Para su implementación deberá confeccionarse un Plan Seccional de Remodelación que tiene que constar de los siguientes antecedentes:

1. Catastro de la situación existente de la zona escogida en base a uno o más planos que grafiquen lo siguiente:
 - a) Trazados viales, líneas oficiales y líneas de edificación existentes.
 - b) Características de la edificación existente con su volumetría, coeficientes y densidades.
 - c) Usos de suelo existentes.
 - d) Los aspectos urbanísticos relevantes del entorno con el objeto de apreciar su contexto urbano.
2. Memoria explicativa, que contenga los fundamentos de la proposición, la que deberá sustentarse en el catastro de la situación existente en la zona y los aspectos urbanísticos relevantes del entorno, debiendo justificar la necesidad de reformar la planificación y de fundamentar las nuevas características que se proponen en ella considerando su contexto urbano. La nueva realidad urbanística deberá estar orientada a la revitalización de la zona cuando esta, claramente, no ha alcanzado el objetivo de desarrollo planificado originalmente o, a su mejor aprovechamiento, cuando la situación de contexto dé cuenta, de una manera meridiana, de una subutilización de su potencial urbanístico.
3. Ordenanza del Plan, en la que se determinen las nuevas características de la zona, entre ellas, los nuevos usos de suelo, trazados viales, densidades, líneas de edificación, sistemas de agrupamiento, coeficientes y alturas de edificación.
4. Planos que grafiquen las nuevas condiciones de la zona.

Mapa 5 Ciudad de Calama



Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile

6. EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA MUNDIAL Y NACIONAL

6.1 Situación del Turismo Mundial

Las iniciativas para mejorar a las comunidades de residentes a través del turismo son referentes en el desarrollo local e integran elementos económicos, sociales y ecológicos. Es una forma eficiente para un sistema de gobernanza equitativo, responsable y adaptable, que puede llegar a conseguir avanzar en el desarrollo sostenible del turismo. (Torres et al, 2019). El **desarrollo local**, según lo expresa González (2019), es el proceso que se da en determinado territorio o localidad, con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los habitantes o residentes. Ese mejoramiento se ve reflejado en la satisfacción de las necesidades elementales del ser humano, con la característica que no afectaría el entorno ni los recursos para futuras generaciones.

Asimismo, Albuquerque (2003, 2004) definió al desarrollo local como el proceso que mejora la calidad de vida, superando las dificultades por medio de la actuación de diferentes agentes socioeconómicos locales (públicos y privados), con recursos endógenos y fomentando el aumento de capacidades. La planificación es una de las etapas iniciales del ciclo de desarrollo de proyectos y obras orientadas a mejorar la calidad de vida y la competitividad del territorio. El resultado de la planificación es una cartera de proyectos priorizada con importancia estratégica.

El **desarrollo local a través del turismo** radica, en el proceso dinámico e integrador que ocurre en zonas o localidades, y que permite mejorar las condiciones de vida de los habitantes. Para que se pueda dar este y como resultado final, el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, deben atenderse ejes de desarrollo, orientados a aspectos económicos, ambientales, sociales, culturales, políticos y tecnológicos (Arroyo-Cobeña, 2018).

El turismo ha demostrado ser un sector con características propias, que son fundamentales para el proceso de fortalecimiento al desarrollo local. Entre las más destacables están la alta empleabilidad, la facilidad para la innovación y el emprendimiento de pequeñas y medianas empresas, el aporte a la balanza de pagos comercial de los países, el aporte directo al producto interno bruto como un factor relevante en las exportaciones de servicios, entre otros. Sin embargo, también ha demostrado su fragilidad ante pandemias mundiales, por lo que es inminente que su planificación se enmarque en la pluriactividad de los territorios. Esta confluencia con otros sectores productivos potencia al turismo en su cadena de valor extendida y magnifica las oportunidades de otros sectores, directa e indirectamente vinculados al turismo.

El reto de los territorios es consolidar un turismo sostenible que, según la Organización Mundial del Turismo (OMT) debe:

1. Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
2. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.

3. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza (OMT, 2022)

Este proceso marca ejes básicos sobre los cuales toda propuesta estratégica debe alinearse los cuales se presentan en el siguiente esquema:

Esquema 3 Ejes básicos de la propuesta estratégica



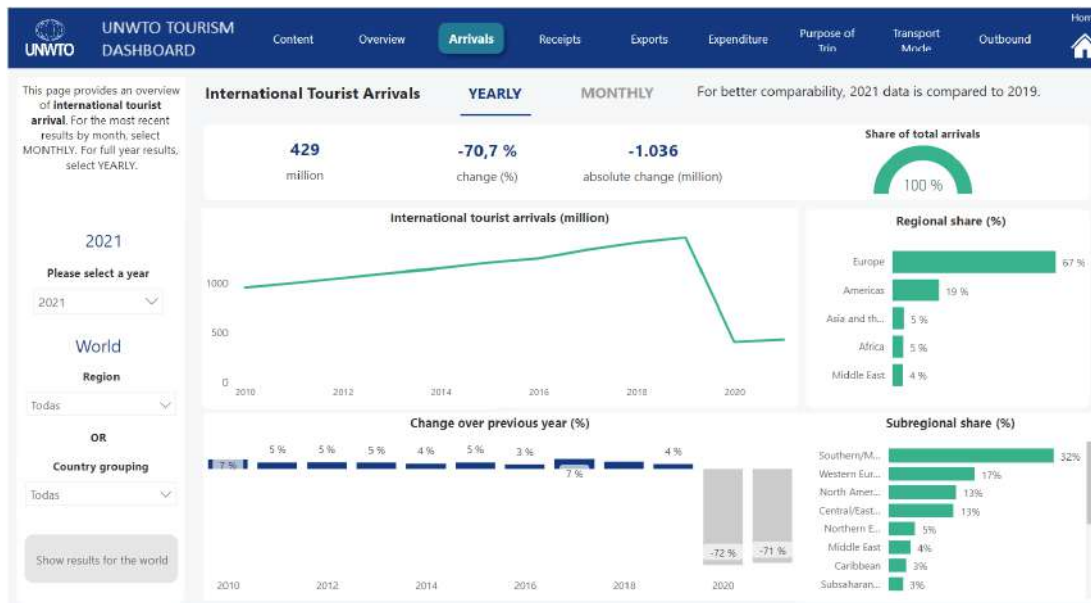
A nivel mundial, estos ejes son vinculantes para el desarrollo de estrategias turísticas en territorios que ven en el turismo un sector de importancia en la agenda local.

Sin duda, la pandemia COVID 19 ha marcado un antes y después del turismo a nivel mundial. La misma OMT planteó este punto como un momento que se debe replantear varias aristas del sector, involucrándolo directamente a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) al 2030.

Imagen 3 Objetivos de Desarrollo Sostenible

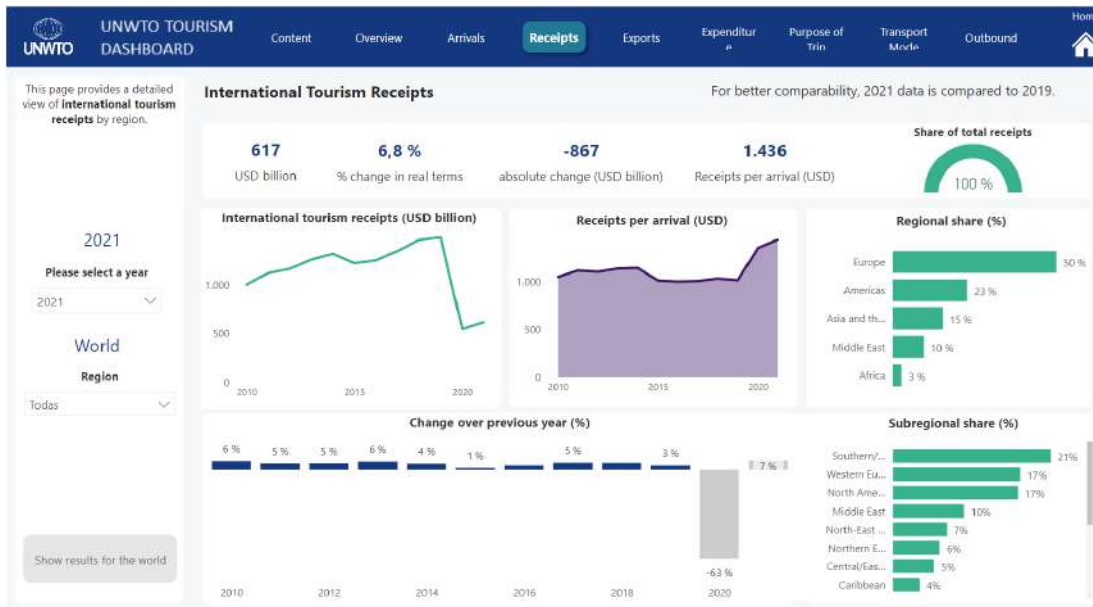


Si bien, el turismo tiene impacto directo en algunos de ellos como son los objetivos 8, 12 y 14, se debe reconocer que, en el proceso de desarrollo territorial, tiene varias aristas en muchos de los otros objetivos. Por lo tanto, el plan estratégico debe planificarse, ejecutarse y monitorearse, no solo en base a los tradicionales indicadores económicos, sino también en cuanto el turismo impacta en la consecución de los ODS, compromiso de los países miembros del sistema de Naciones Unidas. La pandemia es un factor decisivo, el impacto fue inimaginable para el sector, con una estrepitosa caída como se muestra en el siguiente gráfico:



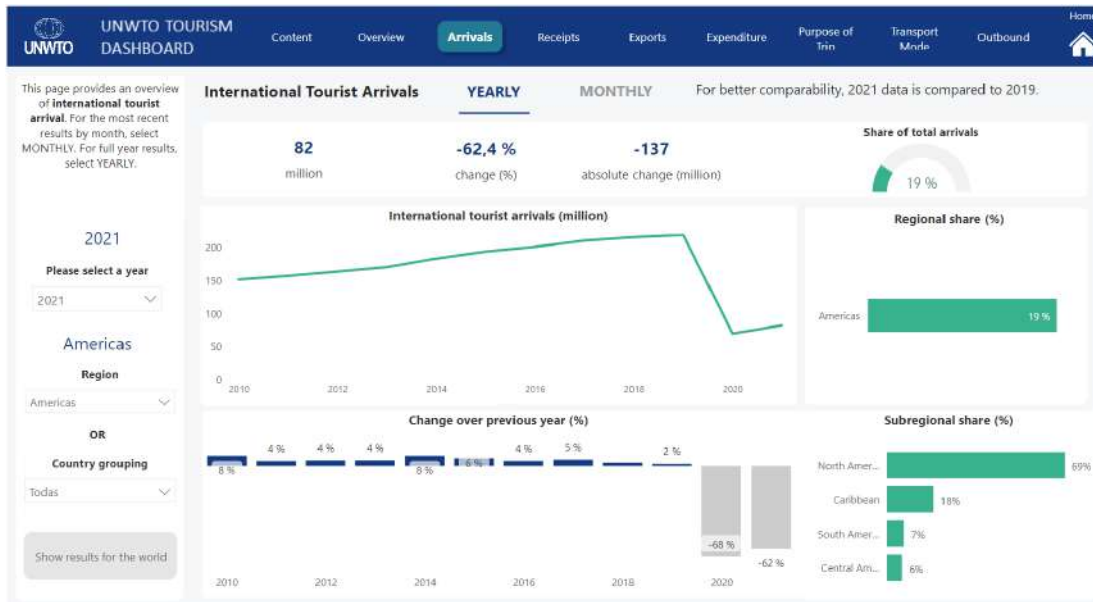
(OMT, 2022b)

1. En cuanto a arribos el turismo regreso a cantidades inferiores al 2010.
2. La recuperación prevista será lenta y progresiva, desde el turismo de proximidad al internacional de larga distancia.

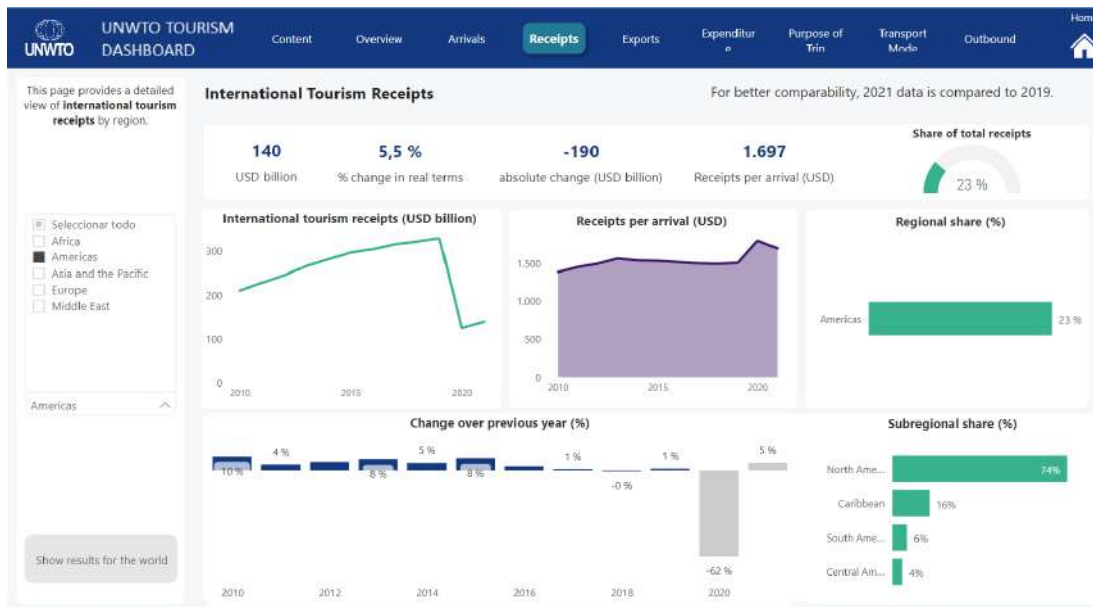


(OMT, 2022b)

1. De forma similar al número de turistas, el ingreso económico por el turismo disminuyó de forma considerable.
2. La reactivación económica del turismo será esencial para la recuperación de la cadena de valor, del empleo y del equilibrio de su balanza de pagos.



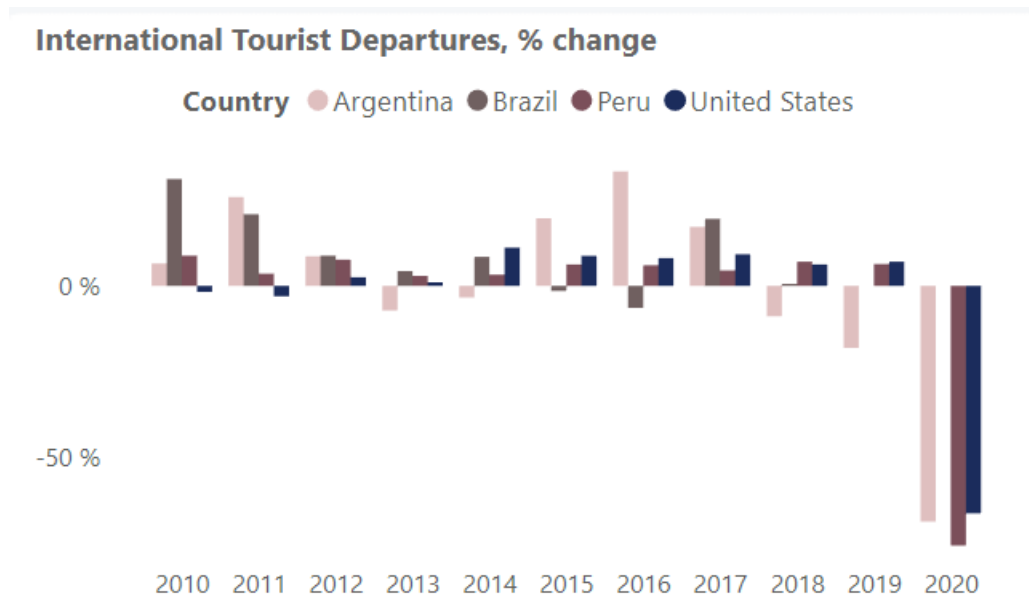
(OMT, 2022b)



(OMT, 2022b)

El caso de América es similar. Destaca, para considerar en este plan estratégico que América del Sur tiene un porcentaje de participación muy por debajo de lo que podría lograrse, comparativamente con el Caribe y Norte América.

Los mercados emisores y su gasto se desplomaron, tal como demuestra la siguiente gráfica, con algunos de los mercados emisores de turistas hacia Chile:



(OMT, 2022b)



Según la World Tourism and Travel Council (2022) el efecto económico de la pandemia se podría resumir en los siguientes datos:

- Tras una pérdida de casi 4,9 billones de dólares estadounidenses en 2020 (-50,4 % de disminución), la contribución de viajes y turismo al PIB aumentó en 1 billón de dólares estadounidenses (+21,7 % de aumento) en 2021.
- En 2019, el sector de viajes y turismo aportó un 10,3 % al PIB mundial; una proporción que disminuyó al 5,3% en 2020 debido a las continuas restricciones a la movilidad. En 2021, la participación aumentó al 6,1%.
- En 2020 se perdieron 62 millones de puestos de trabajo, lo que supone una caída del 18,6 %, dejando solo 271 millones de empleados en todo el sector a nivel mundial, frente a los 333 millones de 2019. En 2021 se recuperaron 18,2 millones de puestos de trabajo, lo que supone un aumento del 6,7 % interanual -año.
- Tras una disminución del 47,4 % en 2020, el gasto de los visitantes nacionales aumentó un 31,4 % en 2021.
- Tras una disminución del 69,7 % en 2020, el gasto de los visitantes internacionales aumentó un 3,8 % en 2021.

Sin duda alguna el turismo retomará con fuerza, por lo que es importante establecer algunas de las tendencias mundiales que se establecen como estrategias a considerar. En primer lugar, Google Travel Trends advierte que el turismo en los próximos años enfrentará:

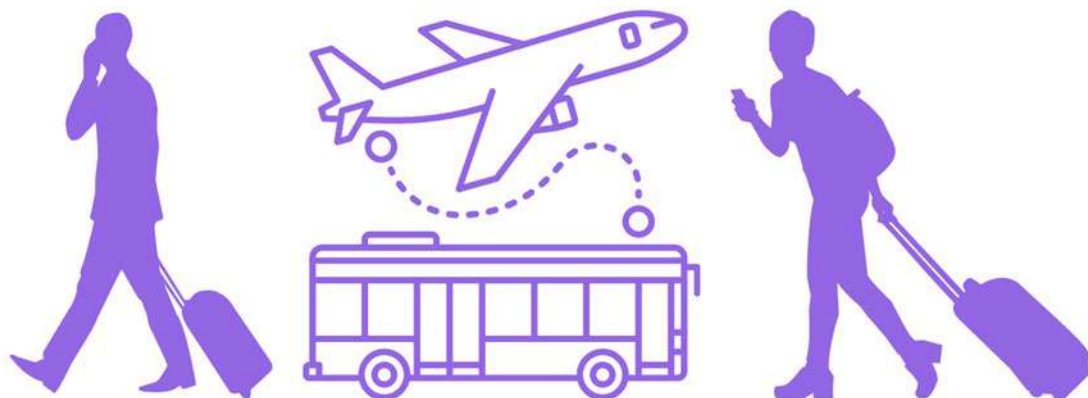
1. Nuevas preguntas de la demanda, tales como la seguridad del sitio, la relación costo beneficio, estacionalidad, entre otros.
2. Viajeros con una capacidad económica reducida a nivel mundial, no solo por el COVID 19, sino agravado por la guerra entre Ucrania y Rusia. Esto influye en estrategias de ajuste de productos, precios e itinerarios, sumado a la búsqueda de nuevos nichos de proximidad.
3. Viajes grupales, ya sea en familia, pareja o amigos, serán preponderantes. Esto es otro elemento para considerar en la planificación de productos y servicios.

Otros temas importantes para considerar en las tendencias, los propone la World Travel and Tourism Council y se resumen en:

1. Los destinos deben tener estándares de servicio y calidad homologables con otros a nivel mundial.
2. Los planes estratégicos post pandemia deben considerar un programa de asistencia a la empresa turística como base para sostener el empleo y la cadena productiva.
3. El tema de salubridad y seguridad serán hechos importantes para los años a venir en el mediano y largo plazo.
4. Hay que reactivar el valor del turismo, como un sector que protege el patrimonio y aliado con a la sostenibilidad y los ODS.

Finalmente, se debe considerar las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo, que se podrían resumir en:

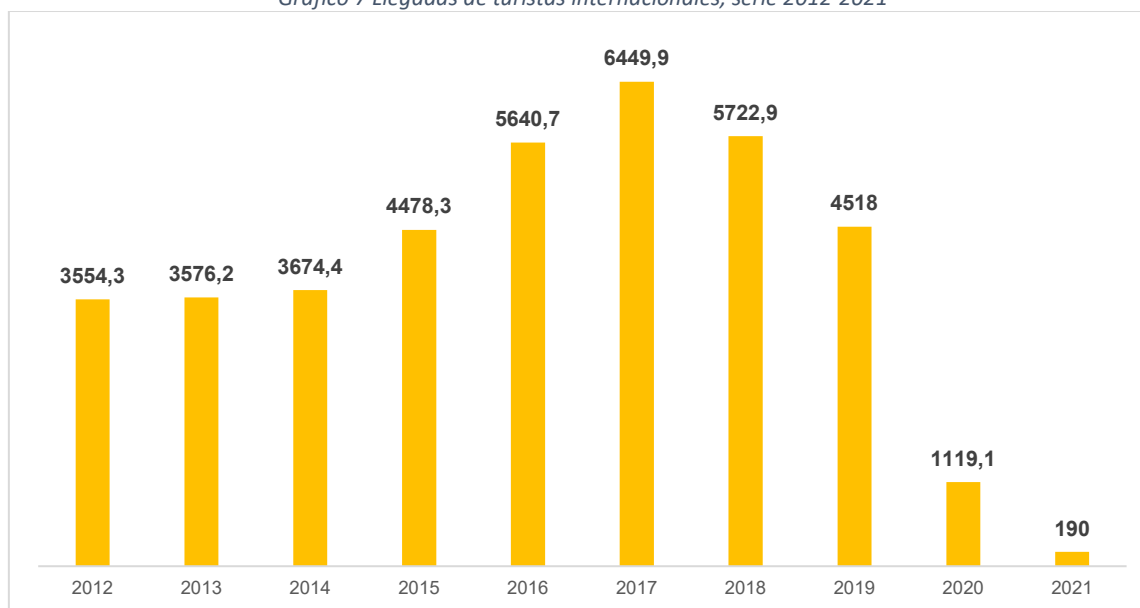
1. La urgencia de que el gobierno central y los gobiernos locales prioricen en sus agendas de planificación a la reactivación del turismo.
2. Definir nuevos planes estratégicos en base a nuevos escenarios, como la economía colaborativa, y la priorización de nuevos mercados como el de proximidad.
3. Instar al trabajo conjunto de los actores turísticos, bajo el lema de Repensar el Turismo, que es el eslogan del Día Mundial del Turismo del 2022.
4. Finalmente, la realización y revisión de los planes estratégicos de forma incluyente y participativa.



6.2 Situación del Turismo Nacional

El año 2020 fue el peor año en la historia del turismo en Chile (y también mundial). La pandemia atacó a la principal característica de la actividad turística, la movilidad, sin poder trasladarse, las personas no pudieron trasladarse y realizar las actividades turísticas presentes en los destinos. En 2020, las opiniones expertas apuntaban a que el turismo internacional podría tardar entre dos años y medio y cuatro en volver a niveles prepandemia.

Gráfico 7 Llegadas de turistas internacionales, serie 2012-2021



Fuente: Anuarios y barómetros de turismo Subsecretaría Turismo.

Los análisis necesariamente deben compararse con el año anterior a la pandemia, aun cuando el 2019 el estallido social en Chile pudo haber mermado la cantidad de llegadas internacionales, estas se debieron, principalmente, al factor “turismo argentino”, que venía cayendo desde el año 2017. Como se aprecia en el gráfico, la llegada de turistas internacionales a Chile a partir del 2012 es ascendente hasta el 2017 con la denominada “burbuja turística argentina”.

El año 2020 se registraron 1.122.858 llegadas de turistas extranjeros a Chile, lo que implica un 75,1% menos que el año anterior -2019-, esto es, una baja de 3.395.104. Los meses de enero y febrero tuvieron un comportamiento más o menos similar al año anterior (2019), no obstante, a partir de marzo se aprecia la disminución de las llegadas asociada al SARS-CoV-2, que tiene sus niveles más bajos entre abril y octubre, donde la entrada de extranjeros llega a cero, debido a que el país tuvo sus fronteras cerradas para extranjeros entre el 18 de marzo y el 23 de noviembre.

El año 2021 las llegadas internacionales a Chile caen a 190.022, con un 83% menos con respecto al año anterior. En tanto, a nivel interno el permiso de vacaciones permitió que las personas se desplazaran por todo Chile, llegando a un total de 13 millones de viajes con pernoctación, lo que significó un importante aporte a una industria alicaída.



Se destaca que de los residentes en Chile que realizan viajes con pernoctación, un 75,2% pernocta en algún alojamiento privado (vivienda propia (20,5%), vivienda de familiares o amigos (47,5%) o vivienda arrendada (7,2%), mientras que el 24,8% restante los hace en algún alojamiento colectivo (hotel, hostería, cabaña o habitación arrendada, campings, entre otros) (Subturismo S. d., 2018).

De acuerdo con el Barómetro de Turismo (Subturismo, 2022), documento de publicación mensual, en enero de 2022 se registraron 69.735 llegadas de turistas extranjeros, lo que implica un alza de +211,6% respecto al mismo mes del año anterior. Al analizar a nivel trimestral del mismo año, la cifra de llegadas fue de 221.240 lo que implica una variación del 237,2% con respecto al 2021.

En cuanto a las cifras económicas, el año 2019, sumando el turismo receptivo y el interno, el aporte a la economía fue de US\$9.015 millones, de los cuales un 73% es aportado por el gasto que realizan chilenos y residentes en Chile en sus viajes en el país, el restante 27% se debe al ingreso de divisas por turismo receptivo.

Este aporte a la economía fue generado gracias a los 23.706.019 viajes con pernoctación y 16 millones de viajes de excursiones que se realizaron el 2019. Son 4,3 millones los hogares que viajan en Chile (87,9%), con un promedio de 3,2 viajes por hogar ya que un 12,1% de los hogares no realiza ningún tipo de viaje durante el año. Esto implica que cerca de 11,6 millones (74,1%) de residentes en Chile realizan al menos un viaje con pernoctación en el año. El 2019 hubo un total de 11,5 millones de llegadas a establecimientos de alojamiento turístico (EAT), de estas, 7,8 millones corresponden a residentes en Chile y 3,7 millones a extranjeros. Y del total de pernoctaciones, cercanas a 23 millones en EAT, 15 millones corresponden a residentes en Chile y 8 millones fueron las pernoctaciones de extranjeros (FEDETUR, 2021).

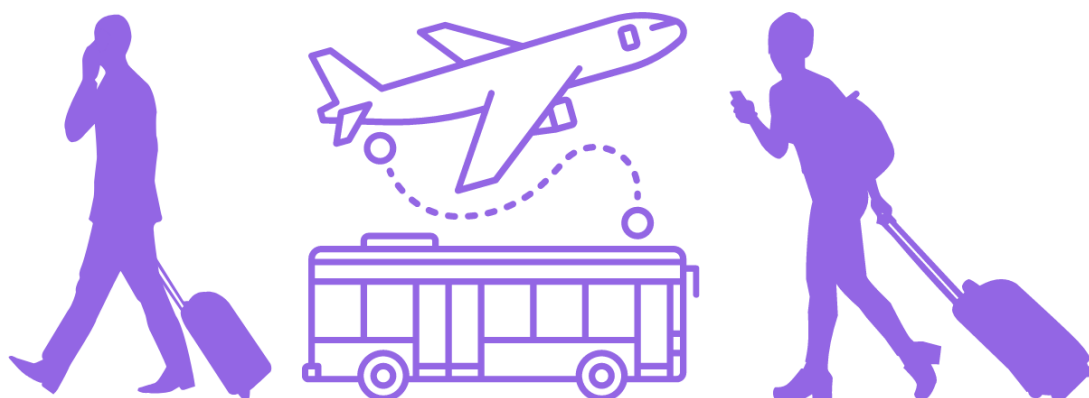
Las estimaciones de empleo señalan que las actividades características del turismo (ACT) corresponden a 600 mil, lo que equivale a un 7% del total. La división por rubro es la siguiente: 16,7% de los trabajadores dependientes se encuentran en alojamientos, un 42,3% en gastronomía, un 2,0% en las agencias de viajes, tour operadores y guías turísticos y un 23,1% en el servicio de pasajeros por carretera.

Según la Federación de Empresas de Turismo de Chile (FEDETUR), en su barómetro del año 2020, la pandemia significó una disminución de 207 mil personas en puestos de alojamiento y servicios de comida. De estos la disminución de ocupados corresponde a un 38,6% hombres y 51,6% mujeres. La industria turística pasa de contar con un 7% del empleo nacional al 4,5% en cifras iniciales de pandemia.

En la actualidad, desde el 1ero de septiembre de 2022 Chile ya no cuenta con homologación de vacunas para extranjeros, lo que ha permitido la flexibilización de la entrada al país y como consecuencia, una mayor oportunidad de ventas para aquellos servicios en que el turismo internacional es su primera entrada de ingresos.

No obstante, lo anterior, y como lo comprueban los datos entregados en párrafos anteriores, más del 70% de los ingresos por turismo en el país corresponden a residentes en Chile, esto es, turismo interno

o doméstico. Lo anterior indica que las políticas públicas debiesen propender a generar mayor acceso a quienes viven en Chile para realizar viajes, ampliar el subsidio a la demanda puede significar un punto de partida para muchos destinos en Chile que pese a sus características intrínsecamente favorables para la actividad turística no han logrado el despegue esperado, debido a la necesaria inversión que solo llega con una alta demanda.





7. ESTRATEGIAS VINCULADAS AL DESARROLLO TURÍSTICO COMUNAL

El presente análisis tiene por objetivo presentar la revisión de los documentos que se han considerado relevantes para la ejecución del plan. Para ello, se han revisado los informes y construido un resumen de los aspectos más importantes a considerar.

Es importante señalar que la comuna tiene antecedentes de desarrollo turístico desde el año 1998 aproximadamente, este desarrollo principalmente asociado a los pueblos del Alto El Loa con financiamiento público y privado. Sin embargo, el desarrollo turístico de la comuna mantiene déficit en visitación lo que se refleja en un bajo gasto turístico.

7.1 Estrategia Regional de Desarrollo 2009 – 2020.

La estrategia regional de desarrollo para la región de Antofagasta es la hoja de ruta para enfocar las acciones de desarrollo de la región. Para el logro de los objetivos del Plan de Desarrollo Turístico de la comuna de Calama esta señala entre sus lineamientos los siguientes aspectos que fortalecen la ejecución del presente proyecto:

En el Lineamiento 2 **“Desarrollo Económico Local”**, “Promover la consolidación del complejo productivo minero, industrial y de servicios especializados orientado al desarrollo económico territorial y fortalecer la diversificación de la estructura económica en la región de Antofagasta”

En este Lineamiento el Plan de desarrollo turístico de Calama se enmarca en los siguientes objetivos:

- Potenciar la diversificación productiva de la Región, fortaleciendo los sistemas productivos locales mediante el uso de recursos endógenos, con énfasis en la pequeña minería, las actividades del borde costero, las energías, la agricultura y el turismo.
- Favorecer el emprendimiento local en los territorios.

En el Lineamiento 3 **“Región Sustentable”**, “Asegurar la sustentabilidad ambiental y territorial a través de un sistema regional de planificación de los recursos hídricos y energéticos y de protección de la biodiversidad, acorde con el marco geográfico, socioeconómico y cultural de la región de Antofagasta”

En este Lineamiento el Plan de desarrollo Turístico de Calama se enmarca en los siguientes objetivos:

- Promover la protección efectiva y eficiente de las áreas prioritarias para la biodiversidad regional (diversidad de flora, fauna y ecosistemas), considerando los distintos usos del territorio y la actividad productiva desde un enfoque de sustentabilidad.
- Promover la gestión eficiente de los residuos domiciliarios e industriales y de los pasivos ambientales derivados de la actividad económica desarrollada en la Región.
- Planificar y gestionar el sistema regional de asentamientos humanos según las funciones urbanas presentes en cada uno de ellos y según los desplazamientos intercomunales de la población.

En el Lineamiento 5 **“Integración Social y Calidad de Vida”**, “Generar cohesión e integración social para mejorar la calidad de vida de los habitantes de la región de Antofagasta, en el marco de un crecimiento económico que genera desarrollo”

En este Lineamiento el Plan de Desarrollo Turístico de Calama se enmarca en los siguientes objetivos:

- Mejorar la calidad de la infraestructura de los asentamientos humanos, especialmente en los territorios rezagados, atendiendo a la demanda por ciudades mejor integradas, limpias y amables.

En el Lineamiento 6 **“Identidad Regional”**, “Fortalecer la identidad regional a partir del rescate y puesta en valor del patrimonio natural, histórico y cultural de nuestra región con una visión de futuro”

En este Lineamiento el Plan de Desarrollo Turístico de Calama se enmarca en los siguientes objetivos:

- Fortalecer la identidad de la Región de Antofagasta, considerando la rica diversidad cultural de la población que habita la costa, pampa, precordillera y altiplano de la Región.
- Reconocer y poner en valor el patrimonio natural, histórico y cultural de la Región, promoviendo su protección efectiva.
- Generar e integrar contenidos de identidad regional en los programas educacionales y en los medios de comunicación.

7.2 Plan de Desarrollo Comunal 2010 – 2020

El plan de desarrollo local establece una visión y una misión comunal que fue presentada en la cuenta pública del año 2021, y que es relevante para el desarrollo turístico local, no solo por su amplitud, sino que también porque hace una distinción relevante en las dos dimensiones de desarrollo local, lo rural y lo urbano.

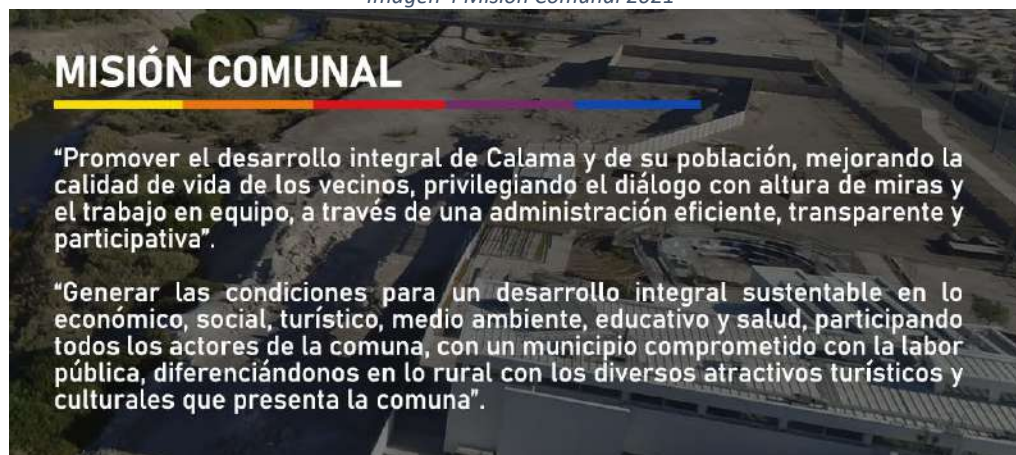
7.2.1 Visión comunal de Calama

Llegar a ser una Comuna con visión de ciudad. Reconocida a nivel nacional por su condición de Oasis, orgullosa de su identidad y tradiciones culturales, promotora de sus bondades turísticas. Una Comuna que respeta y considera la diversidad en sus distintas manifestaciones. La Comuna Altiplánica con un desarrollo integral sustentable en lo económico, social y cultural.

7.2.2 Misión comunal de Calama

Generar las condiciones para un desarrollo integral sustentable en lo económico, social, cultural, turístico, medio ambiente, educativo y de salud, participando todos los actores de la comuna, con un municipio comprometido con la labor pública, diferenciándonos en lo rural con los diversos atractivos turísticos y culturales que nos presenta nuestra comuna.

Imagen 4 Misión Comunal 2021



Fuente: <http://calamatransparencia.insico.cl/>



El PLADECO vigente tiene ocho lineamientos que se indican a continuación:

- Lineamiento de Desarrollo Urbano
- Lineamiento de Desarrollo Comunitario.
- Lineamiento de Fomento Productivo
- Lineamiento de Medio Ambiente
- Lineamiento de Seguridad Ciudadana.
- Lineamiento de Intercomunal Regiones del Norte del País y Países limítrofes
- Lineamiento de Salud y Educación.
- Lineamiento de Gestión Financiera

7.3 Plan Estratégico de Turismo 2012 -2016 Comuna de Calama

El año 2012 la comuna de Calama desarrolla el primer plan estratégico de turismo comunal, este plan estratégico es el diagnóstico inicial del incipiente turismo sustentable en la comuna de Calama.

El plan define una imagen global y una focal del destino:

- Imagen global del destino: Desierto de Atacama ligado a centro de estadía San Pedro de Atacama.
- Imagen focal del destino: Es difusa, no asociada a un hito claramente definido que identifique el destino y la experiencia turística asociada al mismo.

Visión

...Soñamos con ser un Oasis grato para vivir y conocer, que cuente con servicios de alta calidad turística e incorpore espacios para la cultura y las artes, manteniendo su identidad andina y minera sustentable en el tiempo...

Estrategias

- Fomentar una oferta turística integrada por empresas, comunidades indígenas y emprendimientos que sean competitivas y de calidad
- Desarrollar una cultura turística entre los empresarios, comunidades y los vecinos.
- Organizar el territorio y sector empresarial de la comuna.
- Promover acciones en el sector público y privado que permitan realizar inversiones e infraestructura pública.
- Potenciar las capacidades del capital humano para el turismo.
- Impulsar la generación de actividades que tiendan a la Difusión Turística del destino Calama – Alto El Loa

7.4 Plan Regional de Turismo Sustentable Región de Antofagasta 2017-2027

El Plan Regional de Turismo Sustentable es resultante de un **activo proceso de investigación y gestión metodológica multi método**, que incorpora en su diseño la confección de línea de base; la determinación de objetivos; componentes; el diseño de la cartera de iniciativas de inversión para la dinamización del turismo en la región; la confección de un Sistema de Seguimiento y Evaluación que permitirá monitorear su implementación y relevar sus resultados a la luz de los efectos e impactos en función de su aporte a la competitividad regional sistémica.

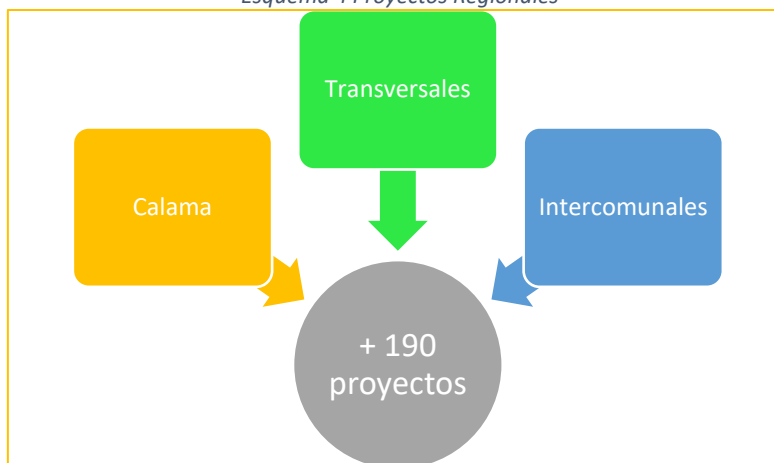
7.4.1 Componentes del Plan Regional de Turismo Sustentable

1. Diversificación de Experiencias Turísticas: “Desarrollo de la Oferta Turística Regional”
2. Desarrollo de Destinos: “La construcción del Relato del Territorio Regional”
3. Fortalecimiento de la Calidad y el Capital Humano: “Sujeto – Objeto del Desarrollo”
4. Incentivo al turismo interno con enfoque inclusivo: “Experimenta Nuestro Territorio”
5. Promoción Nacional e Internacional: “La Región hacia Chile y el Mundo”

La implementación del Plan Regional de Turismo Sustentable ha de favorecer el desarrollo de **nuevas e innovadoras experiencias turísticas y de los destinos; captar mayor valor por turista**; promover la integración y articulación mediante la generación de **capital social interinstitucional**; la creación, **sistematización y transferencia de conocimiento**, generando las **capacidades y competencias** en los actores claves del sistema turístico de la región y sus comunas; e, incentivando a que **más chilenos y chilenas viajen, conozcan y disfruten la Región de Antofagasta**.

El plan tiene en su cartera de proyectos más de 190 iniciativas a nivel de estudio y proyecto que impactan el desarrollo turístico de Calama. Algunos de estos proyectos se ubican en distintos puntos de la región y son estratégicos para la comuna de Calama.

Esquema 4 Proyectos Regionales



Fuente: Elaboración propia.

7.5 Estrategia Regional de Innovación 2022-2028 (ERI)

La región de Antofagasta tiene entre sus instrumentos de planificación actualizados la Estrategia Regional de Innovación 2022 – 2028. Este instrumento que se desarrolla en torno a 3 áreas de especialización y 3 áreas habilitantes se presenta como la oportunidad para el desarrollo turístico comunal por su foco en el Turismo de Intereses Especiales TIE, y los Laboratorios Naturales. El turismo requiere una mirada sistémica técnica y los nichos de especialización están vinculados con el desarrollo comunal en lo ambiental, económico y social.

Imagen 5 Áreas de Especialización ERI



7.5.1 Visión

“En 2028 la región de Antofagasta es reconocida por ser un polo de desarrollo sustentable y competitividad de clase mundial, referente nacional en transición ecológica, digitalización, cohesión social y calidad de vida, con base en una transformación productiva fundamentada en dar respuesta a los retos que plantean sus habitantes, y en la experimentación a partir de las características únicas naturales del Territorio, su posición geoestratégica,

su potencial turístico y una minería en permanente compromiso con el territorio, todo ello a través de la potenciación de las capacidades existentes en ciencia, tecnología, conocimiento e innovación”.

7.5.2 Misión

“Contribuir a mejorar el bienestar y consolidar el crecimiento económico sostenible mediante una política de competitividad e innovación basada en la especialización inteligente, en la mejora de la eficiencia del Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación, y en la creación de una cultura innovadora en la sociedad”.

7.5.3 Objetivos Estratégicos de la Estrategia Regional de Innovación de Antofagasta 2022-2028

Se establecen los siguientes objetivos estratégicos para la Estrategia Regional de Innovación de Antofagasta 2022-2028.

Tabla 3 Objetivos Estratégicos ERI

OE1:	Robustecer un Ecosistema de Innovación eficaz y bien articulado en las 9 comunas de la Región y consolidar alianzas público-privadas que incorporen el compromiso de desarrollo de la ERI 2022-2028.
------	--

OE2:	Elevar los niveles de transferencia efectiva de conocimiento en la región formando, reteniendo y atrayendo talento e impulsando una mayor inversión en infraestructuras habilitantes para la investigación.
OE3:	Impulsar la innovación social como catalizador de la mejora en la calidad de vida de las personas.
OE4:	Diversificar la matriz-productiva de la Región traccionando desde los sectores líderes a aquellos que son incipientes, incrementando la base de negocios locales/regionales de alto valor agregado en el corto-medio plazo.
OE5:	Potenciar el valor de los recursos naturales y patrimoniales de la Región, posicionando el territorio como líder nacional en actuaciones encaminadas a enfrentar el cambio climático y la preservación de los espacios naturales.

Tabla 4 Áreas y nichos de especialización ERI

Área de Especialización	Nichos de Especialización
AE1: Minería Comprometida con y desde le territorio	NE1.1: Minería como motor de desarrollo económico para el desarrollo
	NE1.2: Minería 4.0, transformación digital de la industria
	NE1.3: Impulso a la economía regional del conocimiento en la cadena de valor de la minería
AE2: Laboratorios Naturales	NE2.1: Astronomía y ciencias del espacio
	NE2.2: Agricultura del Desierto
	NE2.3: Biodiversidad y Biotecnología de ambientes extremos
	NE2.4: Ecosistema Borde Marino
AE3: Turismo de Intereses especiales	NE3.1: Desarrollo del ecosistema habilitante para consolidar Antofagasta como destino turístico
	NE3.2: Turismo Experiencial
	NE3.3: Antofagasta Destino 4.0
Área Habilitantes	Nichos de Especialización
AH1: Agua, transición verde y transformación digital	NH1.1: Recurso hídrico
	NH1.2: Transición verde y transformación digital
	NH1.3: Apuesta por las energías limpias
AH2: Hub Bioceánico	NH2.1: Plataforma logística transfronteriza inteligente y verde
	NH2.2: Desarrollo de una nueva fuerza de servicios de soporte logístico
	NH2.3: Cadena de Financiamiento Bioceánica
	NH2.4: Hub de conocimiento Bioceánico
AH3: Innovación Social, Educación y conocimiento	NH3.1: Educación superior de excelencia
	NH3.2: Innovación en educación desde edades tempranas
	NH3.3: Impulso a la innovación social en el Territorio

Definición del área de Especialización Turismo de Intereses Especiales

Potenciar el turismo de intereses especiales, sustentado en la identidad cultural, potencial de negocios y en las características geográficas únicas de la Región, contribuyendo además a que la comunidad regional evolucione en el desarrollo económico, tecnológico y social; este eje aspira a transformar la Región en uno de los principales promotores de la conservación del patrimonio cultural y natural de

Chile, y contribuirá a posicionar a la región como destino sustentable reconocido internacionalmente, contribuyendo a la reactivación del sector.

Imagen 6 Nichos Turismo de Intereses Especiales ERI

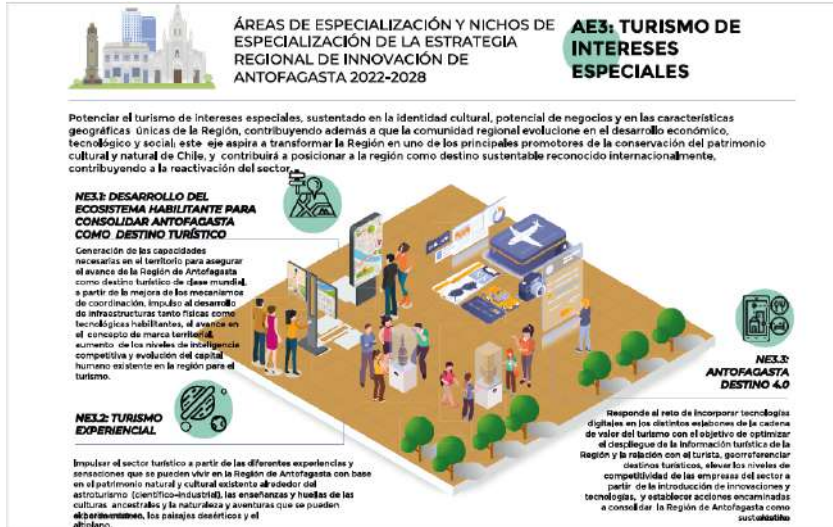


Tabla 5 Iniciativas asociadas por área de especialización

Área de Especialización	Iniciativa asociada al Área de especialización	
AE2: laboratorios naturales	IE4	Desarrollo de tecnologías astronómicas
	IE5	Catastro, protección y desarrollo Interdisciplinario de análogos planetarios
	IE6	Programa tecnológico para la agricultura en zonas áridas
	IE7	Consolidar el hub-laboratorio para la agricultura del desierto de atacama
	IE8	Impulso a las actividades de investigación en ambientes extremos
AE3: turismo de intereses especiales	IE9	Programa de desarrollo para pymes turísticas y proveeduría local
	IE10	Plataforma de realidad aumentada para impulsar el turismo
	IE11	Programa de articulación y organización de la oferta turística de la región
	IE12	Consolidación marcas y denominaciones de origen y/o geográficas



7.6 Plan de Gobierno del GORE Antofagasta 2021-2023

La región tiene un Gobierno Regional que lidera el desarrollo regional por medio de un plan de gobierno en base 5 ejes programáticos.

A continuación, se indican los ejes programáticos del plan de Gobierno GORE Antofagasta con su respectiva cartera de proyectos vinculados al desarrollo turístico.

Tabla 6 Ejes programáticos GORE vinculados al desarrollo turístico

01 Participación Ciudadana	1.2 Creación de la Unidad de gobernanza y participación Ciudadana
	1.3 Plan piloto de Presupuesto Participativos regionales
02 Protección Social	2.4 Mejorar la Cobertura del saneamiento rural
	2.5 Mejorar Conectividad en localidades rurales
	2.7 Estudios de interés regional y creación de indicadores regionales
	2.8 Convenios de Colaboración
03 Territorio y desarrollo	3.1 Nueva estrategia Regional de Desarrollo ERD 2023-2033
	3.2 Plan de Zonas rezagadas (Tocopilla)
	3.3 Plan regional de Ordenamiento territorial PROT
	3.4 Zonas de inversión pública prioritaria (Un barrio provincia del Loa.)
	3.5 Corredor Bioceánico y plataformas logísticas multimodales
	3.6 Estrategia de recuperación de infraestructura comunitaria FRIL
	3.7 Rutas Científico-Astronómicas y Patrimoniales (Ruta Cultural de Desierto de Atacama)
04 Diversidad e Innovación	4.5 Sectores económicos de alto potencial (Laboratorios Naturales de astronomía, agricultura del desierto, turismo de intereses especiales.)
05 Equilibrio Ambiental	5.1 Plan de Acción regional de cambio Climático PARCC
	5.2 Estrategia regional del Agua
	5.3 Estrategia regional de Hidrogeno Verde
	5.4 Plan de movilidad urbana sostenible de Calama
	5.5 Plan de remediación de suelos urbanos
	5.6 Plan regional de Economía circular y reciclaje

7.7 Los Pueblos Originarios y el PLADETUR

La ejecución del Plan incorporó la socialización del plan en variadas instancias en lo urbano y lo rural. Dado que la comuna de Calama posee territorio habitado por pueblos Originarios, en la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de la comuna de Calama se han aplicado los lineamientos indicados en el Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y el proceso de Consulta Previa implementado por la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI).

De acuerdo con el convenio 169 de la OIT:

El artículo seis estipula que los gobiernos deberán: «consultar a los pueblos interesados, mediante procedimientos apropiados y en particular a través de sus instituciones representativas, cada vez que se prevean medidas legislativas o administrativas susceptibles de afectarles directamente».

Además, el Artículo 6 del Convenio dispone que «las consultas llevadas a cabo en aplicación de este Convenio deberán efectuarse de buena fe y de una manera apropiada a las circunstancias, con la finalidad de llegar a un acuerdo o lograr el consentimiento acerca de las medidas propuestas».

El Convenio subraya particularmente la necesidad de consultar en las circunstancias siguientes:

- Antes de la prospección o explotación de los minerales y los recursos del subsuelo (Artículo 15).
- Antes del traslado y la reubicación, los cuales sólo deberán efectuarse con consentimiento, dado libremente y con pleno conocimiento de causa (Artículo 16).
- Siempre que se considere la enajenación o la transmisión de las tierras de los pueblos indígenas fuera de su comunidad (Artículo 17).
- En relación con la organización y el funcionamiento de programas especiales de formación profesional (Artículo 22).
- En relación con la alfabetización y programas y servicios de educación (Artículos 27 y 28).¹⁸

7.7.1 La Área de Desarrollo Indígena (ADI) Alto El Loa

El área de desarrollo indígena Alto El Loa fue creada en el año 2003 su creación se cimenta en lo siguiente:

El instrumento legal bajo el que se establecen las ADIs, es la Ley Indígena N°19.253, a través de los artículos 26 y 27:

Artículo 26: El Ministerio de Planificación y Cooperación, a propuesta de la Corporación, podrá establecer áreas de desarrollo indígena que serán espacios territoriales en que los organismos de la administración del Estado focalizarán su acción en beneficio del desarrollo armónico de los indígenas y sus comunidades. Para su establecimiento deberán concurrir los siguientes criterios: a) Espacios territoriales en que han vivido ancestralmente las etnias indígenas; b) Alta densidad de población indígena; c) Existencia de tierras de comunidades o individuos indígenas; d) Homogeneidad ecológica, y e) Dependencia de recursos naturales para el equilibrio de estos territorios, tales como manejo de cuencas, ríos, riberas, flora y fauna.

Artículo 27: La Corporación, en beneficio de las áreas de desarrollo indígena, podrá estudiar, planificar, coordinar y convenir planes, proyectos, trabajos y obras con ministerios y organismos públicos; gobiernos regionales y municipalidades; universidades y otros establecimientos educacionales; corporaciones y organismos no gubernamentales; organismos de cooperación y asistencia técnica internacional, y empresas públicas o privadas.

Definición:

a) espacios territoriales en que los organismos de la administración del Estado focalizan su acción, es decir, unidades básicas para el establecimiento de planes y programas de desarrollo. Serán constituidas mediante decreto de MIDEPLAN, el cual a proposición de CONADI, establecerá en cada caso los ámbitos geográficos y especificaciones respecto de su uso y protección

b) CONADI tendrá la facultad para señalar los criterios que deberán seguir las obras, proyectos, planes y programas que se realicen en ADIs. Podrá, así mismo, expresar su opinión desfavorable cuando ellos no reúnan las características que haya determinado.

c) CONADI podrá ejecutar planes y programas en las ADIs, estudiar, planificar, coordinar, convenir, planes, proyectos, trabajos y obras con Ministerios y organismos públicos, Gobiernos Regionales, Gobernaciones, Municipalidades, Universidades y otros establecimientos educacionales, corporaciones y ONGs, organismos de cooperación y asistencia técnica internacional y empresas públicas o privadas.

¹⁸ Comprender el Convenio sobre pueblos indígenas y tribales, 1989. (num.169), Oficina Internacional del Trabajo Ginebra, 2013.



Criterios para la definición de un ADI:

- a) espacios territoriales en que han vivido ancestralmente las etnias indígenas
- b) alta densidad de población indígena
- c) existencia de tierras de comunidades o individuos indígenas
- d) homogeneidad ecológica
- e) dependencia de recursos naturales para el equilibrio de estos territorios (manejo de cuencas, ríos, riberas, flora y fauna)

Los criterios que sustentan las ADIs, refieren a:

- a) Localización territorial: definición de un espacio de territorio claramente delimitado
- b) Focalización servicios del Estado: establecer una preocupación preferente hacia las comunidades por su condición de tales
- c) Acción concreta del Estado: a través de la participación de sus órganos para fijar políticas y acciones en una gestión pública coordinada y eficiente con evaluación permanente
- d) Desarrollo armónico, de los indígenas, como objetivo central de las ADIs

Los informes revisados son a partir del año 2006 en adelante, considerando la ejecución del Programa Orígenes que marca un punto de inflexión en la operatividad de los programas y su ejecución en los territorios y comunidades.

El 2 de noviembre del año 2006 se firmó un contrato de préstamo entre el Gobierno de Chile y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el cual dio comienzo a la ejecución de la segunda fase del “Programa Multifase de Desarrollo Integral de Pueblos Originarios”, también denominado “Programa Orígenes”.

Es importante mencionar que en esta oportunidad será ejecutado por la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI) y que cuenta con financiamiento total, en sus dos fases, del BID por US\$80 millones y aportes del Gobierno de Chile por US\$53 millones.

El Programa Orígenes tiene como fin contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de comunidades del área rural de los pueblos Aymara, Atacameño, Quechua y Mapuche, y su propósito, es promover el desarrollo con identidad de comunidades rurales indígenas en cinco regiones del país, a través del fortalecimiento de sus capacidades y generando mayores oportunidades en su entorno público”.¹⁹

El Alto el Loa, según es posible caracterizar de acuerdo con los criterios de la ADI, es un territorio diverso donde conviven distintas actividades económicas entre las que se cuentan la Agricultura, la Pecuaria, la Cultural y Patrimonial, y el Turismo como las más importantes.

En el sector Agropecuario la gran mayoría de las comunidades que conforman la ADI Alto El Loa tienen una actividad de autoconsumo donde destacan los cultivos de alfalfa, hortalizas, maíz entre otras. En el pecuario destaca el ganado camélido, ovino, caprino y cunicular. Sin embargo, existen varias limitantes que impiden el desarrollo de nuevos cultivos o el aumento del ganado, estas son los escasos de agua, la mala calidad de los predios y del agua, la falta de mano de obra, limitantes de inversión entre otras.

¹⁹ Corporación Nacional de Desarrollo Indígena [CONADI]. (2006). Plan de Desarrollo Integral ADI Alto El Loa, Programa Orígenes.



En el sector de Cultura y Patrimonio el Alto El Loa posee diversos atractivos tangibles e intangibles entre los que se cuentan festividades locales de cada comunidad, bienes culturales tangibles como iglesias, construcciones prehispánicas, pucarás, terrazas de cultivo, canales de regadío, cementerios, caminos troperos entre otros. La mayoría de los planes que se han desarrollado en el Alto El Loa consideran estos bienes como importantes para la puesta en valor del territorio, como también lo consideran importante de preservar y proteger de la transculturación que algunas actividades económicas podrían generar, como por ejemplo el Turismo.

En el sector Turismo, el Alto El Loa no tiene una declaración de aceptación por parte de todas las comunidades, sin embargo, existen varias comunidades que ven el turismo como una oportunidad de generar ingresos, de poner en valor sus atractivos y de proteger otros. CONADI ha liderado varios Planes y estudios que tratan al Turismo como una actividad importante de desarrollar en el territorio.

El Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP) es una institución que tiene variados programas en ejecución y por ejecutar en el Alto El Loa y en las comunidades que lo componen. Hoy la institución está realizando un trabajo de caracterización de los usuarios para generar un perfil que permita identificar potencialidades Agropecuarias y de emprendimiento. En Turismo han potenciado varios emprendimientos turísticos con la creación de la Red de Turismo Rural Alto El Loa que la componen emprendimientos de Chiu Chiu, Lasana, Calama, Caspana, Toconce, Ayquina y Turi. En ganadería el año 2007 INDAP realizó un censo ganadero que es la base de lo que hoy se trabaja en este aspecto de la economía local.

El Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), si bien no tiene una oficina en la comuna de Calama, está trabajando con los coordinadores municipales en las Mesas de Turismo Municipal, que se han desarrollado en diferentes comunas de la Región de Antofagasta. La región tiene el Plan Regional de Turismo Sustentable Región de Antofagasta 2017-2027 La institución posee un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico 2010 - 2014. El servicio hoy está trabajando junto al gobierno regional (GORE) en un Plan de Ordenamiento territorial regional que busca priorizar acciones de desarrollo de estructuras habilitantes para el turismo, una demanda comunitaria permanente.

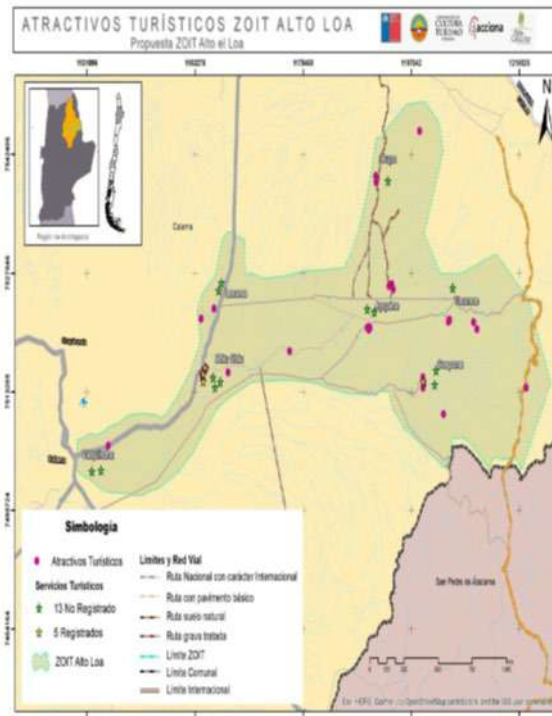
7.8 ZOIT Yalquincha Alto El Loa

El año 2019 la Corporación de Cultura y Turismo de Calama (CCTC) inicia el proceso de Declaración de la Zona de Interés Turístico (ZOIT) en el Valle de Yalquincha, sin embargo, la zona propuesta inicialmente no cumple con la totalidad de los criterios para la obtención de la declaratoria. Por esta razón, la Subsecretaría de Turismo recomienda ampliar la Zona al Alto El Loa.

El área propuesta para la ZOIT posee una superficie de 172,595 hectáreas lo que corresponde a un 1.1% de la superficie comunal. La principal ruta de acceso a la comuna corresponde a la carretera desde Calama por la CH-21 a Chiu Chiu y Lasana (la misma que sigue hacia Ollagüe al camino internacional a Bolivia), pero desde Chiu Chiu se puede acceder por la Ruta B-169 hacia las comunidades de Ayquina, Toconce, Caspana y Cupo, dependiendo hacia donde quieras ir, la que se encuentra pavimentada en gran parte y se puede acceder hasta los Geiser del Tatio. Cabe destacar que también se puede acceder al Alto El Loa por la ruta B-245 que viene desde la comuna de San Pedro Atacama y que también se une con el camino y paso internacional de Jama que se une con Argentina.²⁰

²⁰ Chile Consultor. (2022). Ficha de solicitud declaración Zona de Interés Turístico (ZOIT) "ALTO LOA".

Imagen 7 ZOIT Yalquincha-Alto El Loa



Fuente: Informe Ficha de Postulación ZOIT Chile Consultor

El Plan de Desarrollo Turístico de Calama es el activador de las iniciativas que se presentan para el desarrollo de la ZOIT, el impulso a la inversión en zonas de interés turístico es relevante para el fortalecimiento y posicionamiento del destino Calama Alto El Loa. La zona postulada para la declaratoria de ZOIT es el con mayor relevancia turística para la comuna de Calama.

Imagen 8 Superposición Comunal de la ZOIT



7.9 Corredor Vial Bioceánico e iniciativa de Integración de la Infraestructura Regional Sudamericana

El proyecto del Corredor Bioceánico Vial (CBV) es una oportunidad para que la Región de Antofagasta pueda lograr en las próximas dos décadas una forma de desarrollo más sostenible, ya que podría permitir una mayor diversificación productiva convirtiendo a la Región en un nodo logístico global de conexión con el Asia Pacífico y añadiendo valor a los productos de Brasil, Paraguay y Argentina, mediante la formación de cadenas globales y regionales de valor. A continuación, se muestran las definiciones de sus principales componentes:

7.9.1 Corredor Vial Bioceánico (CBV)²¹

Un factor que contribuye al desarrollo de Chile es su conectividad con los países vecinos y los países de la región. Esta vinculación se realiza por medio de las vías de conexión terrestres existentes, incluyendo los terminales portuarios, configurando de esta forma corredores internacionales, conocidos en Sudamérica como Corredores Bioceánicos. La idea es contribuir a desarrollar las vías potenciales de conexión. Más allá del desarrollo de la infraestructura necesaria, se busca también facilitar el tráfico internacional y el intercambio comercial entre los países, uniendo territorios a través de conexiones eficientes bajo un marco operativo y normativo acorde con esa finalidad.

7.9.2 Integración de la Infraestructura Regional Sudamericana (IIRSA)²²

La iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional sudamericana (IIRSA) forma parte de los temas abordados en la Cumbre de Jefes de Estado de Brasilia del año 2000, contempla un Plan de Acción para la infraestructura Regional de América del Sur con la participación de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guyana, Paraguay, Perú, Surinam, Uruguay y Venezuela. Dicho plan se basa en priorizar y coordinar los proyectos de inversión de los países para consolidar una plataforma logística que permita la conectividad, el intercambio y el desarrollo complementario, abordando las materias que permiten crear las condiciones para el uso efectivo de la logística que se pretende consolidar.

Imagen 9 Mapa Corredor Bioceánico



Fuente: https://corredorbioceanico.org/cms/wp-content/uploads/2021/03/Presentacion-Relatos-del-CBV_VERSION-COMPLETA.pdf

²¹ Dirección de Fronteras y Límites [DIFROL]. (2022). Ministerio de Relaciones Exteriores. <https://difrol.gob.cl/integracion-fisica/>

²² Dirección de Fronteras y Límites [DIFROL]. (2022). Ministerio de Relaciones Exteriores. <https://difrol.gob.cl/integracion-fisica/>

7.9.3 Iniciativa IIRSA en la región de Antofagasta²³

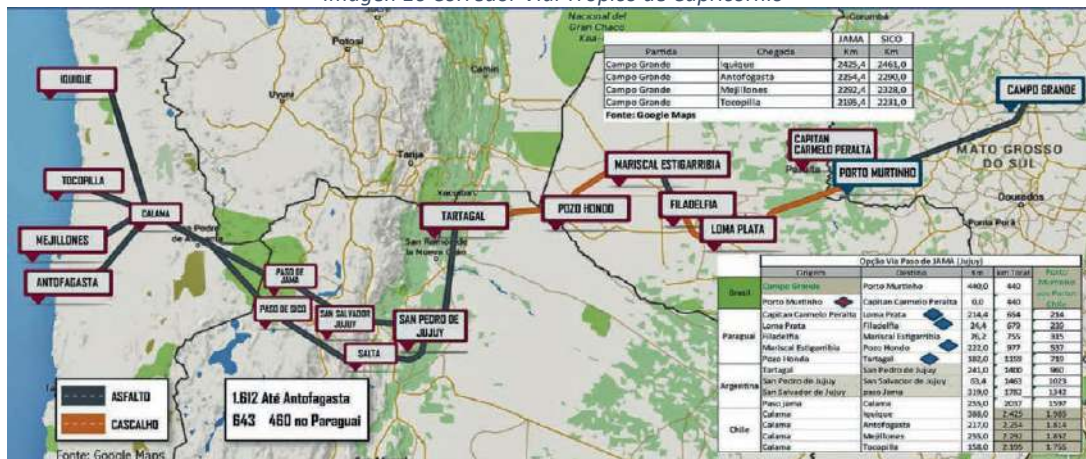
El proyecto Corredor Bioceánico Vial entre Puerto Murтинho y puertos del norte de Chile ingresa a la cartera de proyectos el 2015, anteriormente no era considerado por IIRSA.

Corredores:

- ◆ **Corredor del Norte** (Arica – La Paz– Santa Cruz de la Sierra – Puerto Suárez – Corumbá, sistema vial brasileño - Sao Paulo).
- ◆ **Corredor del Trópico de Capricornio** (Antofagasta – Mejillones – Tocopilla - Calama – San Pedro de Atacama – Paso de Jama- Jujuy – Tartagal – Pozo Hondo – Mariscal Estigarribia -Filadelfia – Puerto Murтинho – Campo Grande, sistema vial brasileño, Sao Paulo).
- ◆ **Corredor del Sur** (Antofagasta - Tocopilla – Mejillones - Calama – Paso de Sico - Salta, Metán, Resistencia o bien de Salta, Formosa - Clorinda, Asunción y Concepción – Ponta Porá – Dourados, sistema vial brasileño – Sao Paulo).

El siguiente mapa muestra las carreteras y sus conexiones para la ruta Corredor del trópico de Capricornio:

Imagen 10 Corredor Vial Trópico de Capricornio



Fuente: Propuesta de carreteras Campo Grande a puertos del norte de Chile (vía pasos de Jama y de Sico)

De acuerdo a el análisis realizado para la implementación de la iniciativa el Corredor Bioceánico tiene las siguientes debilidades y oportunidades:

Debilidades

- Falta de consenso en la definición de los requisitos documentales de carga.
- Dispersión frente a la necesidad de llegar a consensos que le den viabilidad al proyecto.
- Relación débil con el sector privado empresarial.

Oportunidades

- Primer Corredor Inteligente de transporte en América Latina.
- Abaratamiento de productos importados desde el cono sur.
- Desarrollo de servicios logísticos.
- Generación de externalidades positivas.

²³ Corredor Bioceánico. (2022). https://corredorbioceanico.org/cms/wp-content/uploads/2021/03/Presentacion-Relatos-del-CBV_VERSION-COMPLETA.pdf

El CBV considera un Tren Bioceánico desde el océano Atlántico al océano Pacífico pasando por diferentes Terminales con una extensión de 1.925 Kms.

Imagen 11 Red Ferroviaria Tren Bioceánico



Fuente: Corredor Bioceánico

8. GESTIÓN TURÍSTICA SUSTENTABLE²⁴

El turismo sustentable es aquel que hace un uso óptimo de los recursos naturales, respeta la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, asegura un desarrollo económico viable en el largo plazo y que garantiza un bienestar duradero, a través de un crecimiento continuo y estable que no sólo beneficie a las generaciones actuales y futuras (SERNATUR,2018).

Desde las instituciones que estudian el desarrollo turístico sustentable los impactos generados por la actividad turística en los espacios turísticos tienen que ser abordados al menos desde tres dimensiones. Estas dimensiones son ambiental, social y económico.

SERNATUR define como tareas prioritarias para desarrollar un destino sustentable 4 ámbitos incorporando la gestión como un elemento para la sostenibilidad.²⁵

- **ÁMBITO SOCIOCULTURAL**
 - ✓ Conciencia turística y educación ambiental.
 - ✓ Planes o programas de protección del patrimonio cultural urbano y rural.
 - ✓ Interpretación ambiental.
 - ✓ Satisfacción de la comunidad con la actividad turística.
 - ✓ Rescate de la cultura e identidad local.
- **ÁMBITO ECONÓMICO**
 - ✓ Certificación de calidad turística.
 - ✓ Estudios sobre el gasto turístico anual y por temporada de los visitantes en la comuna.
 - ✓ Estudios sobre el empleo directo generado por el turismo.
 - ✓ Fomento a la micro y pequeña empresa turística.
 - ✓ Estudios de aporte en impuestos y derechos por turismo.
- **ÁMBITO MEDIO AMBIENTAL**
 - ✓ Tratamiento de aguas servidas.
 - ✓ Disponibilidad de sistemas de gestión de residuos sólidos.
 - ✓ Plan de emergencia de riegos ambientales.
 - ✓ Informe público de calidad del agua potable disponible en el destino.
 - ✓ Planes de protección del patrimonio natural.
 - ✓ Línea Base de Flora y Fauna amenazada.
- **ÁMBITO DE GESTIÓN**
 - ✓ Plan o estrategia de turismo de largo plazo en ejecución en el destino.

²⁴ El término sustentable o sostenible es utilizado en este documento como sinónimos. Esto responde a que las distintas instituciones utilizan estos conceptos indistintamente en sus diferentes instrumentos de planificación, guías e informes. De acuerdo a diferentes autores ambos términos son similares, sin embargo, su traducción proviene del inglés sustainable que se traduce como sostenible, pero en países de habla hispana se utiliza Sustentable. Ambos conceptos se utilizan para indicar “Aquel desarrollo que satisface las necesidades presentes sin comprometer las opciones de las necesidades futuras” definición generada en el informe Brundtland, ONU, 1987.

²⁵. Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR]. (abril del 2018). Elementos para la Gestión de Destinos Turístico, 1ra edición.



- ✓ Instrumentos específicos de regulación del uso del suelo (Ordenanzas, políticas o lineamientos para el uso del suelo) que contienen normativas que protegen el diseño, construcción, renovación y demolición de las instalaciones e infraestructura turística.
- ✓ Satisfacción del turista.

Existen distintos procesos que acercan al turismo a un desarrollo sustentable. Al respecto, existen criterios que evalúan la sustentabilidad. El Global Sustainable Tourism Council (GSTC) es la base de evaluación más implementada en la sustentabilidad en Chile. Estos criterios son los fundamentos de la distinción Sello Sustentable de SERNATUR.

Para la evaluación de la sustentabilidad la GSTC establece Criterios para la Industria + Indicadores de Rendimiento sugeridos para Hoteles, para Operadores Turísticos y Criterios GSTC para Destinos + indicadores de rendimiento sugeridos.



En el caso de Chile el Sello de Sustentabilidad (S) aplica a los prestadores de servicios turísticos (PST) del tipo Alojamiento Turístico NCH 2760:2013; Tour Operadores NCH 3067:2013; y Agencias de Viaje NCH 3068:2013.

Para Tour Operadores y Agencias de Viaje: considera 73 criterios de evaluación y 3 niveles de distinción

Para Alojamientos turísticos: considera 57 criterios de evaluación y 3 niveles de distinción.

La Organización Mundial del Turismo (2004), indica que lograr un turismo sustentable “es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de sus incidencias, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias”.

El modelo de gestión turística tiene que contemplar todos estos antecedentes para generar mediciones de sustentabilidad para minimizar la ocurrencia de impactos no deseados en el destino Calama Alto El Loa.

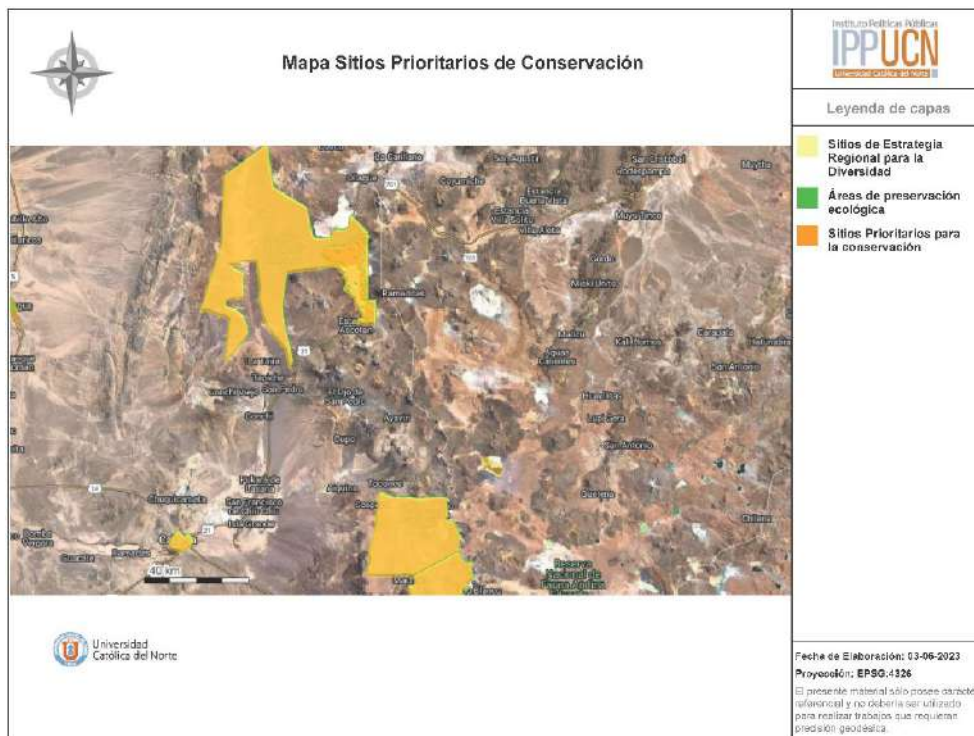
El PLADECO de Calama indica una diferenciación en lo rural y lo urbano, y hace mención a la sostenibilidad de la comuna. Estas definiciones dan origen a que la planificación turística no solo tiene una mirada hacia el Alto El Loa con su diversidad cultural y paisajística, sino que tiene que contemplar el fortalecimiento de lo urbano para transformarse en el principal emisor de visitación al área rural.

La comuna de Calama carece de encadenamientos productivos efectivos lo que no permite responder a la demanda turística durante su visitación. Los servicios turísticos existentes y activos para satisfacer la demanda, principalmente espontánea, no son capaces de sostener una visitación poco planificada, por ende, el negocio turístico tiende a un retorno económico de mayor plazo que el esperado.

Desde el trabajo realizado con actores claves del desarrollo turístico y de la revisión bibliográfica analizada en el transcurso de la ejecución de este plan, es posible establecer que existen ciertos acuerdos referentes a la necesidad de un modelo de gestión turística que contenga la asociatividad y la planificación turística como un eje clave de encadenamiento.

Es claro que no se puede hacer una planificación turística para la comuna de Calama como un objeto único territorial, la convivencia de diversas culturas, la cercanía con otras comunas con recursos turísticos relevantes, así como distintas actividades y formas de realizarlas de acuerdo con las costumbres y tecnologías, requiere de una mirada integral. Pareciera ser, que el soporte de la operación turística es la información, para ello, el Informador Turístico y el Guía de Turismo son relevantes para la activación de una cadena de valor turístico con difusión de los servicios turísticos y la experiencia de visitación. La planta turística existe y es variada en lo urbano, y en el Alto El Loa existen Prestadores de Servicios Turísticos (PST) disponibles en casi todos los pueblos. Estos PST son la planta turística de turismo rural que opera con tasas de ocupación bajas. En Calama existe una población flotante, por viajes y trabajo, que no tiene información turística disponible de manera masiva y/o sus empleadores están fuera de la cadena de valor del turismo.

El modelo busca generar acciones de articulación de los PST con la generación de zonas de desarrollo turístico. La zonificación supone una intervención focalizada de recursos en los atractivos turísticos que las conforman. El plan contempla un horizonte de 10 años, por tanto, su ejecución requiere de priorizaciones, enfoques y establecimiento de fases de ejecución.



8.1 Sistema de Certificación Ambiental Municipal (SCAM) Calama

El sistema de certificación Ambiental Municipal (SCAM) permite al municipio instalarse en su territorio con un modelo de gestión ambiental, el cual busca incorporar el factor ambiental en la orgánica municipal, infraestructura, el personal, los procedimientos internos y los servicios que presta el municipio a la comunidad.

8.1.1 Misión Comunal Ambiental

“Generar las condiciones para un desarrollo sustentable, promoviendo una cultura y conciencia en la ciudadanía, con la participación de todos los actores de la comuna, con un municipio comprometido por nuestro Patrimonio Ambiental, de tal manera de asegurar la participación y educación en la comuna, resguardando la calidad de vida de la ciudadanía y el medio ambiente de la comunidad”.

Las líneas estratégicas del SCAM comunal son las siguientes:

Línea estratégica 1: Operativos de Limpieza

Línea estratégica 2: Educación Ambiental

Línea estratégica 3: Control de canes y felinos



Imagen 12 Rio Loa



9. CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA

La caracterización de la demanda se ha construido a partir de la mirada nacional de desarrollo turístico, y desde los datos recopilados en los últimos cinco años en los estudios comunales de turismo. Primero revisaremos la tipificación de viajeros del Plan de Marketing Nacional 360° de la Subsecretaría de Turismo, luego la Encuesta Mensual de Alojamiento Turístico (EMAT), finalizando con el análisis de los estudios comunales.

El Plan de Marketing Nacional identifica seis perfiles de viajeros donde se enfocan las acciones de marketing nacional.

Estos perfiles permiten visualizar donde tienen que enfocarse las experiencias y sus respectivas acciones de promoción.

Tabla 7 Tipos de Viajeros, Plan de MKT Nacional

VIAJEROS URBANOS	VIAJEROS CAUTIVOS	VIAJEROS PEREZOSOS O PASIVOS
Eligen la ciudad como destino de viaje. Clase media y media-alta. Mayor presencia de parejas de mediana edad que viajan sin hijos. Les gusta conocer nuevos lugares vinculados con la cultura y la historia, pero con una oferta diversa (gastronomía, compras, etc.). Viajan durante todo el año y ofrecen un gasto medio superior al de viajero convencional.	Viajeros por obligación, por trabajo o negocios. Viajan solos o acompañados por su pareja. Les gusta conocer el lugar de forma rápida, para regresar con acompañantes en caso de que la experiencia haya sido satisfactoria. Realizan un gasto alto y viajan en cualquier época del año, obligados por su trabajo, reunión, congresos o evento.	No quieren que el viaje les dé trabajo, sino que se lo den todo resuelto. Su motivación es relajarse, divertirse y entretenerse. En gran mayoría son familias de clase media con hijos. La playa es su destino preferido. Reservan directamente o a través de agencias de viaje. Viajan en épocas de vacaciones o fines de semana largos y su gasto es bajo.
VIAJEROS INTENSOS	VIAJEROS BOUTIQUE	VIAJEROS CON VENTAJAS
Mayoritariamente jóvenes, viajan varias veces al año, en parejas o en grupo. Motivaciones principales: experimentar la vida diaria del sitio al que viajan y aumentar su conocimiento. De gasto menor, pero son turistas frecuentes. El precio es un factor básico para la decisión, las motivaciones y comentarios online también cuentan. Usan las tecnologías en todo el proceso desde la información, reserva, durante el viaje y tras el mismo para compartir sus experiencias.	Principalmente de mediana edad, aunque cada vez más jóvenes. Viajan en grupos de parejas y/o amigos. Se informan bien antes del viaje y valoran la identidad local. Realizan viajes cortos en el año (escapadas) y buscan viajes “a medida”. Huyen de lo masivo. Motivaciones: paisajes, naturaleza, vinos, gastronomía, cultura, patrimonio y eventos culturales. Compran a través de agencia o de forma directa. Se alojan en hoteles y realizan un gasto importante dados sus intereses.	Viajan a casa de familiares y amigos, o a segundas residencias. Quieren relajarse, disfrutar del entorno rural, fiestas populares, etc. Se desplazan en auto y a destinos cercanos. Realizan un gasto bajo y viajan mayoritariamente en el verano y durante algunos fines de semana.

9.1 Llegadas y Pernoctaciones en Establecimientos de Alojamiento Turístico (EAT)

La principal fuente de información para el análisis de la demanda turística de la comuna de Calama es la Encuesta Mensual de Alojamiento Turístico (EMAT) que aplica el Instituto Nacional de Estadística (INE). Esta encuesta reporta sobre llegadas de turistas a EAT según origen, número de pernoctaciones, tarifa promedio (AVR), ingresos por habitación disponible (RevPar).

Para la estimación de la demanda del plan de turismo de Calama se consideraron las cifras de los años 2017, 2018, y 2019.

La comuna presenta para el periodo 2017-2019 más de 1.800 unidades de alojamiento y más de 3.000 plazas disponibles.

Tabla 8 Unidades de alojamiento y plazas disponibles

PERIODO		Unidades de alojamiento y plazas disponibles (estimadas)					
		Total		Hotel		Otros	
		Unidades de alojamiento	Plazas	Unidades de alojamiento	Plazas	Unidades de alojamiento	Plazas
2017	Mediana	1.782	3.788	1.348	2.616	444	1.125
2018	Mediana	1.809	3.840	1.309	2.577	501	1.277
2019	Mediana	1.817	3.873	1.311	2.604	507	1.270

Fuente: Elaboración Propia con datos EMAT

Calama presenta una mayor llegada de chilenos, sobre el 80%, y en menor cantidad de extranjeros, sobre el 14%. Las pernoctaciones están sobre 7 noches para chilenos y sobre 2 para extranjeros.

Tabla 9 Llegadas a Establecimientos de Alojamiento Turístico

Año	Chile	Participación	Extranjero	Participación	Total Comuna
2017	126.886	80%	32.120	20%	159.006
2018	133.521	86%	20.891	14%	154.412
2019	116.238	86%	18.152	14%	134.390

Fuente: Elaboración Propia con datos EMAT

Tabla 10 Pernoctaciones a Establecimiento Turístico

Año	Chile	Participación	Extranjero	Participación	Total Comuna
2017	320.095	82%	70.340	18%	390.435
2018	404.996	89%	49.037	11%	454.033
2019	368.847	90%	41.496	10%	410.343

Fuente: Elaboración Propia con datos EMAT

Tabla 11 Estancia Media (noches)

Año	Chile	Extranjero
2017	7,5	2,5
2018	25,6	2,7
2019	9,0	2,4

Fuente: Elaboración Propia con datos EMAT

9.2 Tasa de Ocupación

La tasa de ocupación promedio es de 38,79%, lo que indica una disponibilidad de unidades habitacionales alta respecto del total disponible.

Tabla 12 Tasa de Ocupación Unidades Habitacionales (%)

Año	Total	% Variación	Total Hotel	Total Otros
2017	35,72%	2,65	33,50	42,29
2018	41,26%	5,98	37,46	51,38
2019	39,38%	-1,89	35,18	50,22

Fuente: Elaboración Propia con datos EMAT

9.3 ADR y RevPar

Estos indicadores son relevantes para las proyecciones de aumento en tasa de ocupación y gasto turístico en alojamiento.

El Average Daily Rate **ADR** permite establecer el valor promedio de una unidad habitacional disponible y el Revenue per available room **RevPar** mide el rendimiento del ingreso por alojamiento según el total de habitaciones disponibles. Se expresa en pesos chilenos corrientes.

Tabla 13 ADR y Rev Par

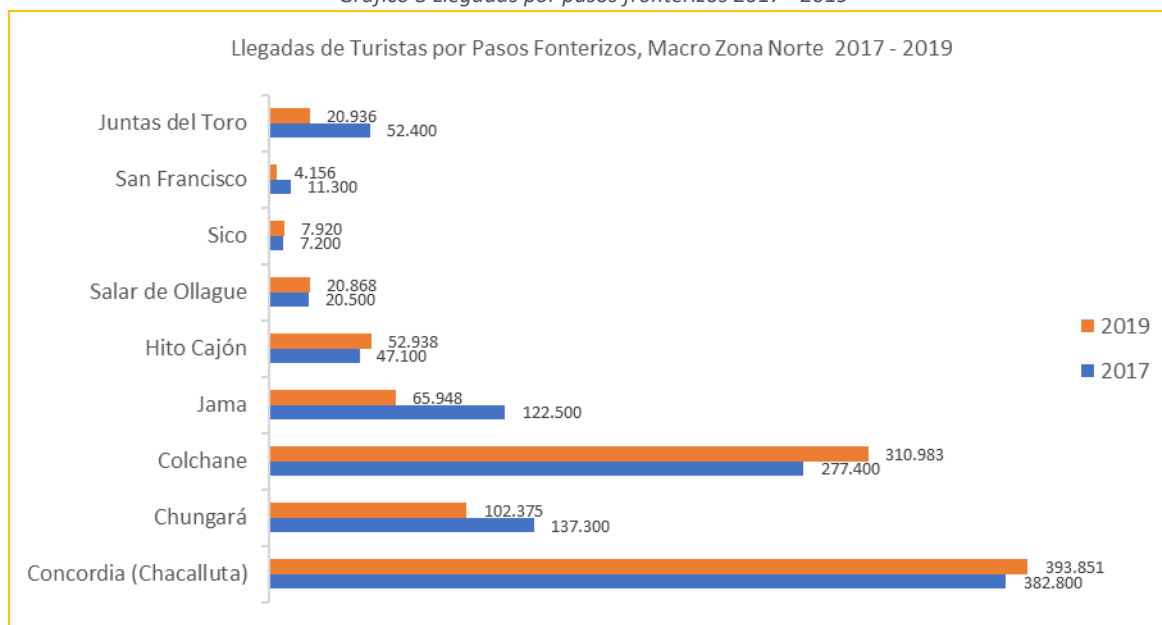
Año	Unidades Ocupadas	Unidades disponibles	ADR Hotel	RevPar
2017	637	1.145	\$ 43.845	\$ 14.618
2018	746	1.062	\$ 41.479	\$ 15.571
2019	716	1.101	\$ 40.390	\$ 14.232

Fuente: Elaboración Propia con datos EMAT

9.4 Llegadas por pasos fronterizos

Para el periodo 2017 – 2019 los ingresos por los pasos fronterizos de la región registraron un alza no muy significativa, con excepción al paso jama que tuvo una disminución.

Gráfico 8 Llegadas por pasos fronterizos 2017 - 2019



Fuente: Elaboración propia a partir de barómetros de Subsecretaría de Turismo

Los complejos fronterizos de la región de Antofagasta son los siguientes:

Tabla 14 Complejos Fronterizos

<p>Nombre del complejo: Sico</p> <p>País Vecino: Chile (está ubicado en Argentina)</p> <p>Altura: 4.080 msnm</p> <p>Localidad más cercana: San Pedro de Atacama – Calama</p> <p>Nombre de Ruta acceso Chile: Ruta nacional Argentina 51 y Ruta 23 -CH</p>	
--	--

<p>Nombre del complejo: Ollagüe</p> <p>País Vecino: Bolivia Altura: 3.695 msnm Localidad más cercana: Calama Nombre de Ruta acceso Chile: Ruta 21 – CH</p>	
<p>Nombre del complejo: Jama</p> <p>País Vecino: Chile (se encuentra ubicado en Argentina) Altura: 4200 msnm Localidad más cercana: San Pedro de Atacama y Calama (Chile) Nombre de Ruta acceso Chile: Ruta Nacional 52 (Argentina) y Ruta 27 CH (Chile)</p>	
<p>Nombre del complejo: Hito Cajón</p> <p>País Vecino: Bolivia Altura: 4549 MSNM Localidad más cercana: San Pedro de Atacama Nombre de Ruta acceso Chile: CH- 27</p>	

Fuente: <http://www.pasosfronterizos.gov.cl/complejos-fronterizos/>

9.5 Estudios de Caracterización de la Demanda en el Destino Calama Alto El Loa

La caracterización de la demanda se realizó en base a tres estudios realizados entre el 2017 y el 2018.

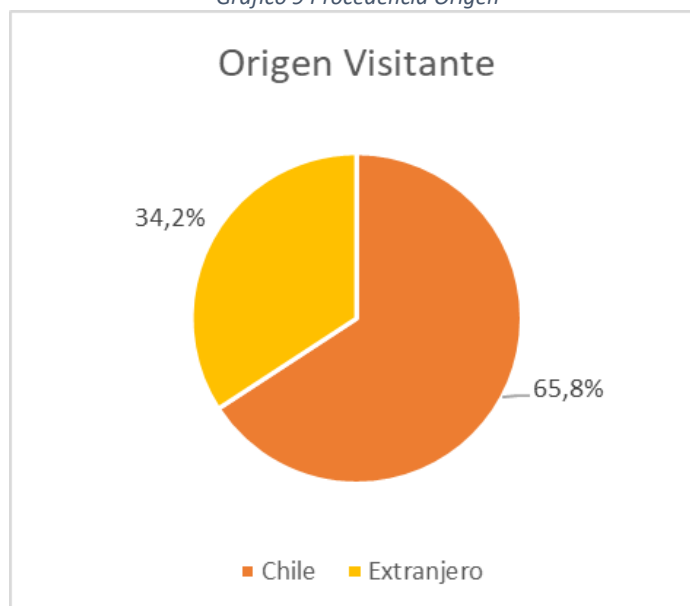
Estos estudios son:

- Estudio de Mercado del Perfil del Turista NODO Turismo Urbano junio 2017.
n = 96 encuestas
- Complemento Estudio de Mercado Perfil Turista NODO Turismo Urbano noviembre 2017.
n = 160 encuestas
- Estudio de Mercado PROLOA febrero 2018.
n = 154 encuestas

9.5.1 Perfil de la Demanda

La comuna de Calama tiene una visitación principalmente de chilenos con un 66%, el origen esta principalmente impulsado por la industria de la minería que mantiene altos flujos de trabajadores. En menos porcentaje, con un 34%, es visitado por turistas extranjeros lo que es una oportunidad para la visitación internacional al destino.

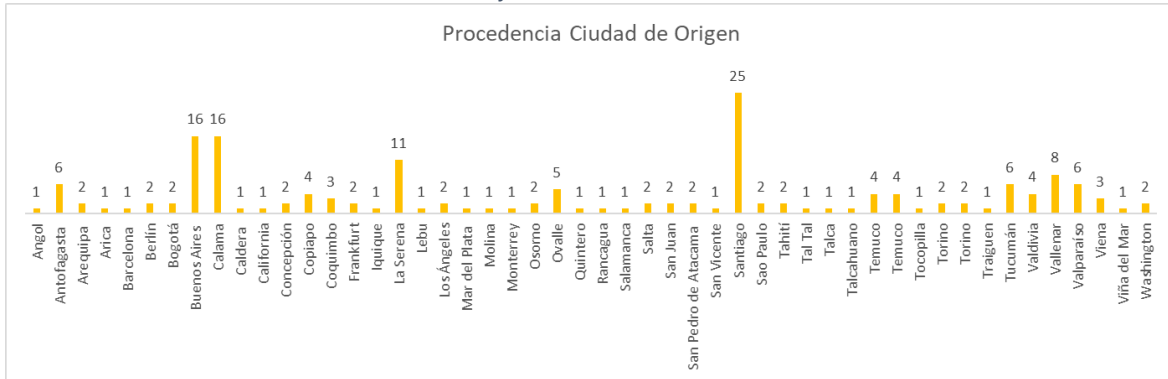
Gráfico 9 Procedencia Origen



Fuente: Elaboración Propia

Ante la consulta sobre la ciudad de origen, residencia habitual, podemos indicar una variedad amplia en turismo interno donde destaca Santiago, Calama, La Serena, Valparaíso y Antofagasta. En torno al turismo internacional Buenos Aires es la ciudad con más menciones.

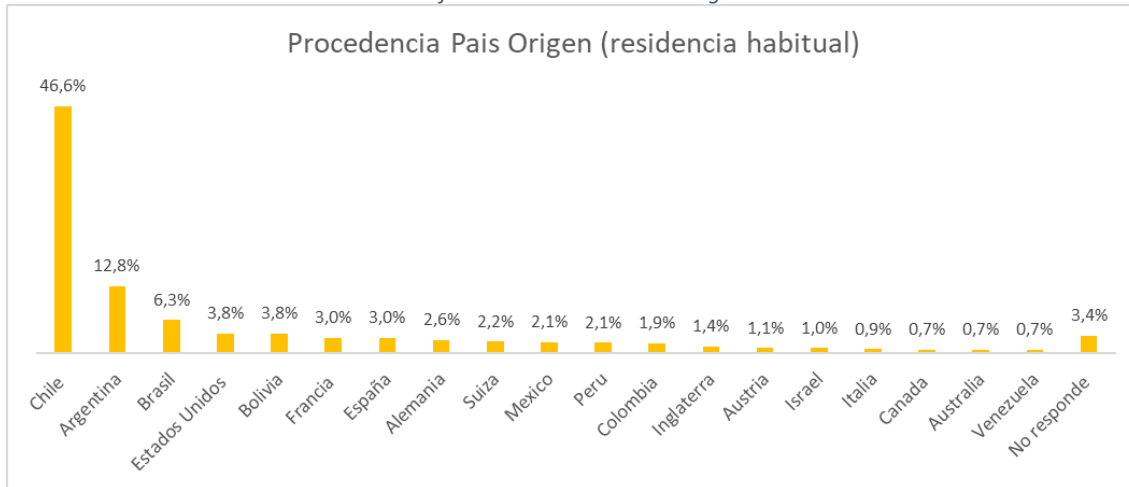
Gráfico 10 Procedencia Ciudad



Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con la procedencia por país de origen, Argentina y Brasil son los de mayores flujos para el periodo de aplicación de las encuestas, luego siguen Estados Unidos, Bolivia, Francia, España y detrás una variedad de otros países emisores.

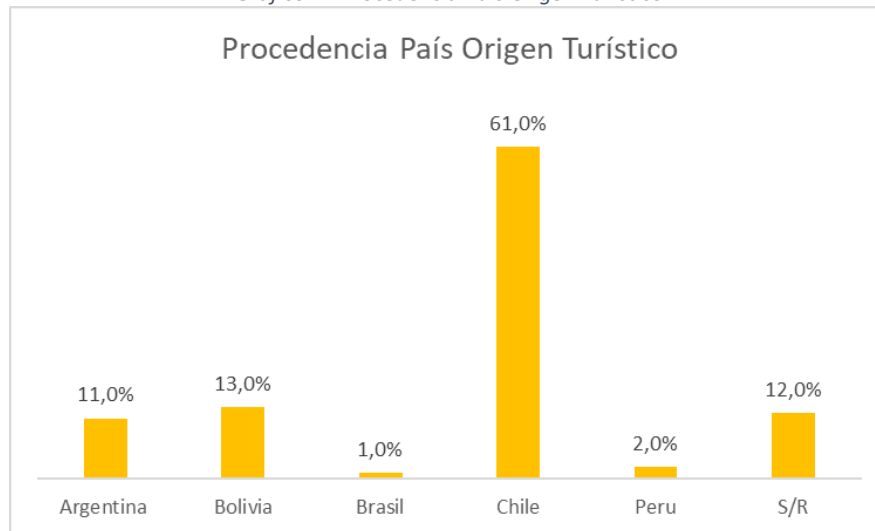
Gráfico 11 Procedencia País Origen



Fuente: Elaboración Propia

Ante la pregunta sobre el país de origen y la ciudad de origen en el viaje turístico el mayor número de encuestados corresponde a visitantes de turismo interno seguido por Argentina y Bolivia, y en menor número provenientes de Perú. Considerar que más del 10% de los encuestados no responde esta pregunta.

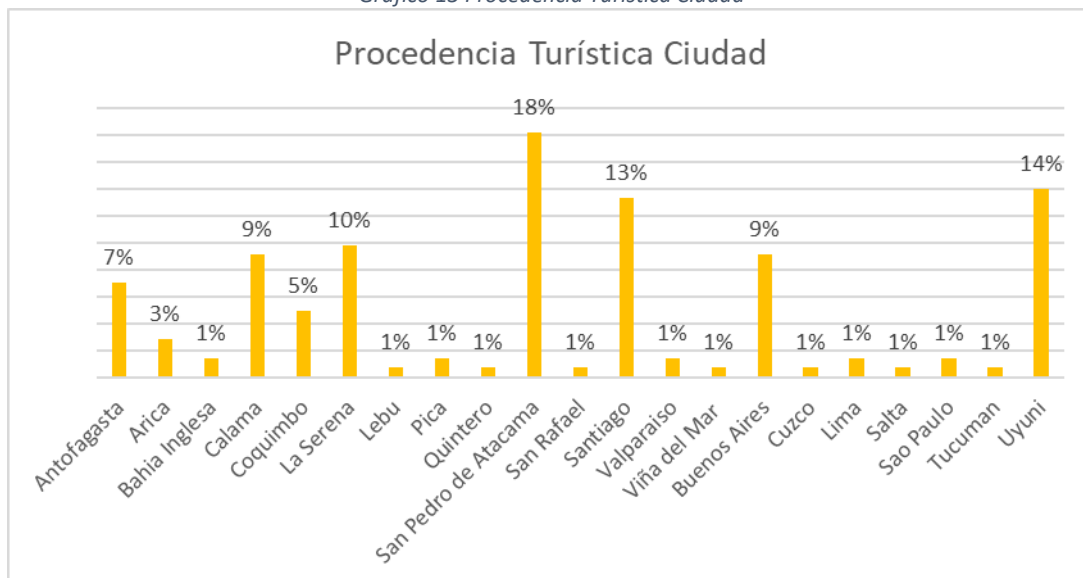
Gráfico 12 Procedencia País Origen Turístico



Fuente: Elaboración Propia

Ante la pregunta sobre la ciudad de origen turístico de los visitantes existe una predominancia de San Pedro de Atacama, Uyuni, Santiago, La Serena, Buenos Aires y Antofagasta.

Gráfico 13 Procedencia Turística Ciudad

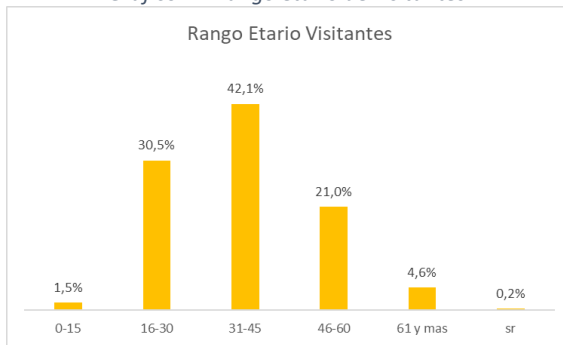


Fuente: Elaboración Propia

9.5.2 Rango Etario y Ocupación de los Visitantes

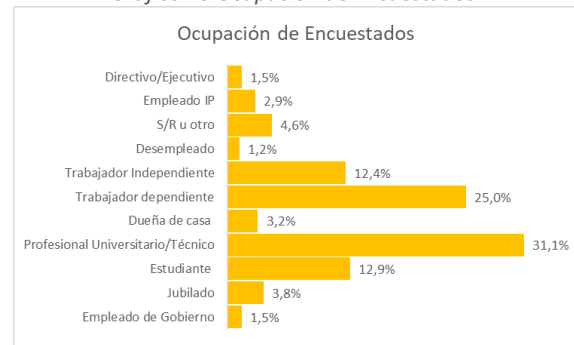
La edad de los visitantes se sitúa entre los 16 a los 60 años, concentrándose en el rango entre los 31 y 45 años mayoritariamente. La mayoría de los visitantes poseen estudios universitarios o técnicos con un 31%, y un 25% es un trabajador dependiente, un 12% trabajador independiente y un 13% son estudiantes.

Gráfico 14 Rango etario de visitantes



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 15 Ocupación de Encuestados



Fuente: Elaboración Propia

9.5.3 Tiempo de Estadía

Dado que la mayoría de los encuestados tienen una relación laboral con el territorio, existe una estadía promedio de 4 a 6 días, sin embargo, en el caso de visitantes por turismo esta se establece en horas y de 1 a 3 días mayoritariamente.

Gráfico 16 Estadía de visitantes

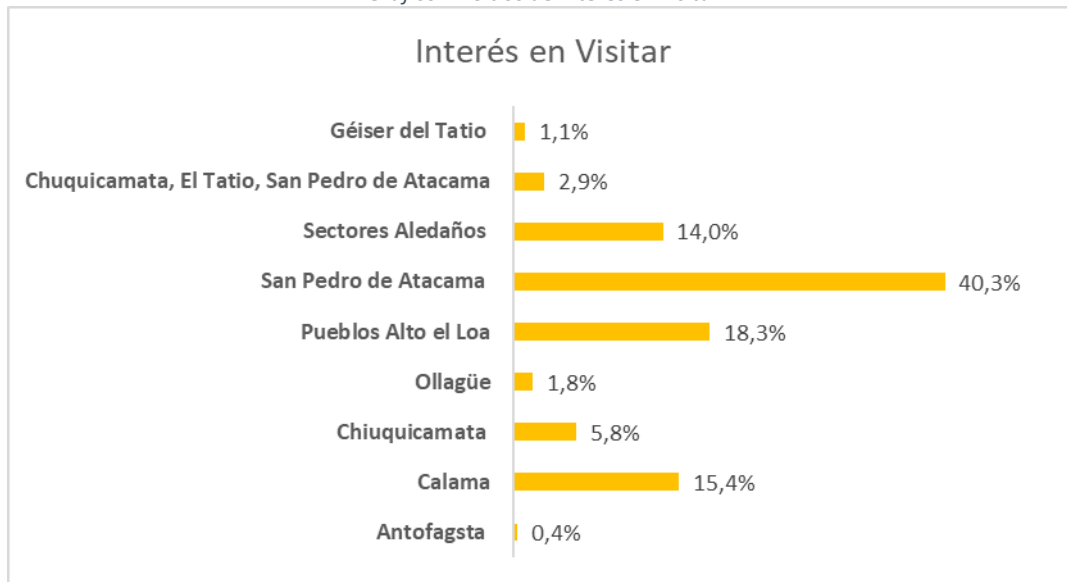


Fuente: Elaboración Propia

9.5.4 Información y Motivación de Viaje

En esta temática tenemos una variedad de datos que permiten generar un análisis preciso sobre los intereses en cuanto a actividades, temáticas, y actividades a realizar por los visitantes. La principal motivación de viaje es conocer el destino San Pedro de Atacama 40,3%, seguido por los pueblos del Alto El Loa 18,3%, Calama 15,4%, y sectores aledaños 14%.

Gráfico 17 Sitios de Interés en visitar



Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo al grado de interés por actividades para realizar en el destino, la encuesta da como resultado que conocer la ciudad y sus alrededores tiene un 19,8%, el patrimonio y la cultura local un 19,6%, la flora y la fauna un 17,0% y la arqueología local un 13,1% son las actividades que más interesan a los visitantes.

Respecto de la motivación, los Atractivos Naturales con un 41,2% y el Trabajo y/o Negocios con un 36,5% son las principales motivaciones del viaje.

Gráfico 18 Disposición por actividades a realizar



Fuente: Elaboración Propia

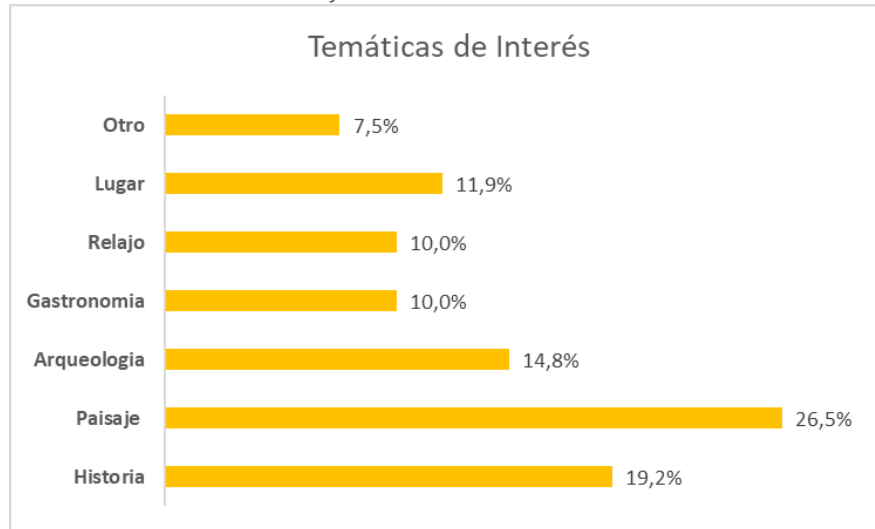
Gráfico 19 Motivación del viaje turístico



Fuente: Elaboración Propia

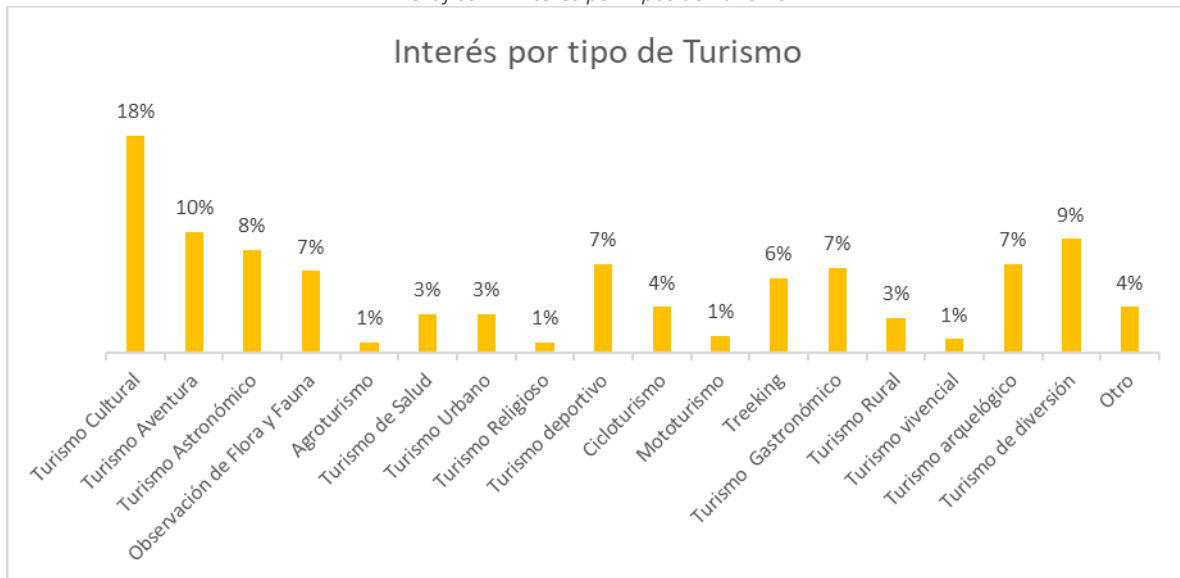
Las temáticas de interés para los visitantes son principalmente el paisaje, la historia y la arqueología. Sin embargo, el interés por tipos de turismo es más amplio, en este aspecto los encuestados indican el Turismo Cultural, de Aventura, de Diversión, Astronómico, de Naturaleza, Arqueológico y Gastronómico como sus principales preferencias.

Gráfico 20 Temáticas de Interés



Fuente: Elaboración Propia

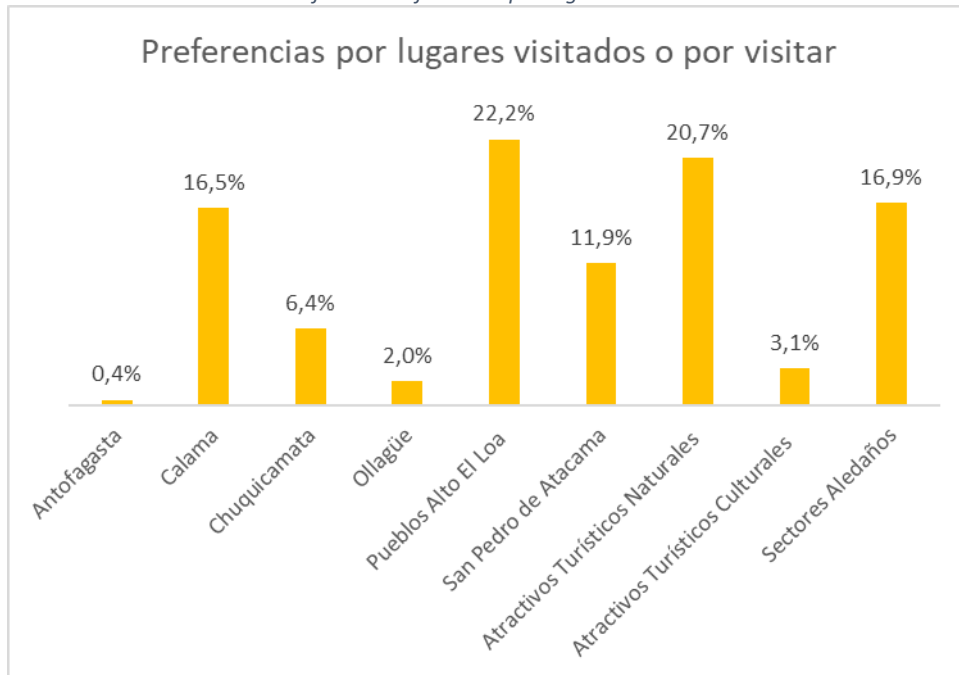
Gráfico 21 Interés por Tipos de Turismo



Fuente: Elaboración Propia

De los encuestados en el centro urbano de Calama existe una tendencia a preferir la visita al Alto El Loa, los atractivos turísticos naturales y Calama, siendo menor la preferencia por San Pedro de Atacama, posiblemente porque el poblado ya había sido visitado al momento de la encuesta.

Gráfico 22 Preferencias por lugares a visitar

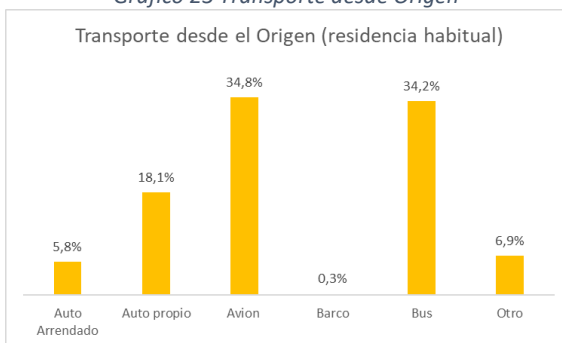


Fuente: Elaboración Propia

9.5.5 Medio de Transporte

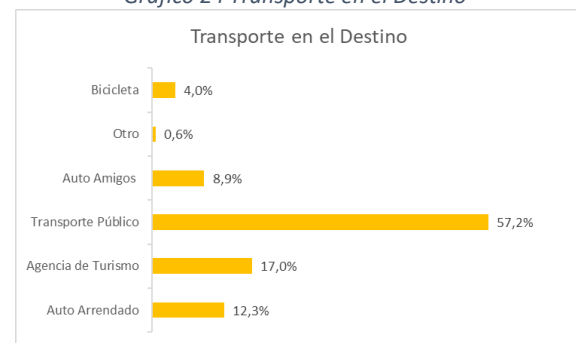
Ante la pregunta sobre el medio de transporte desde el origen destaca el transporte aéreo y el bus, seguido por el auto propio. Luego, ante la pregunta sobre el medio de transporte en el Destino se releva el transporte público (buses interurbanos) y las agencias de turismo como principal medio para recorrer el territorio.

Gráfico 23 Transporte desde Origen



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 24 Transporte en el Destino

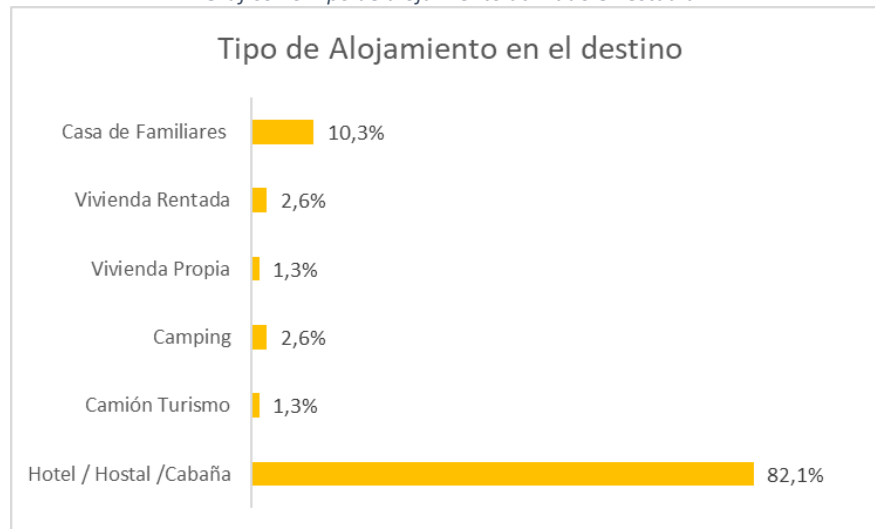


Fuente: Elaboración Propia

9.5.6 Alojamiento Turístico

En cuanto al tipo de alojamiento turístico utilizado por los visitantes se agrupó en Hotel, Hostal y Cabaña representando con un 82,1%, seguido por casa de familiares con un 10,3%.

Gráfico 25 Tipo de alojamiento utilizado en estadía

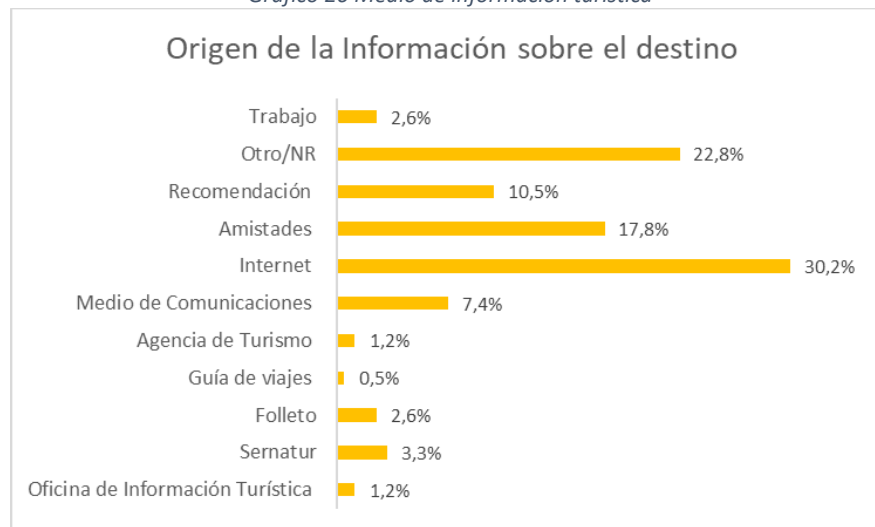


Fuente: Elaboración Propia

9.5.7 Uso y acceso a Información Turística

La principal fuente de Información es el Internet con un 30,2%, seguido por amistades con un 17,8% y recomendaciones con un 10,5%. Se presenta un alto número de encuestados que no responden, presumiblemente, porque corresponden al grupo en que la motivación es la visita por trabajo.

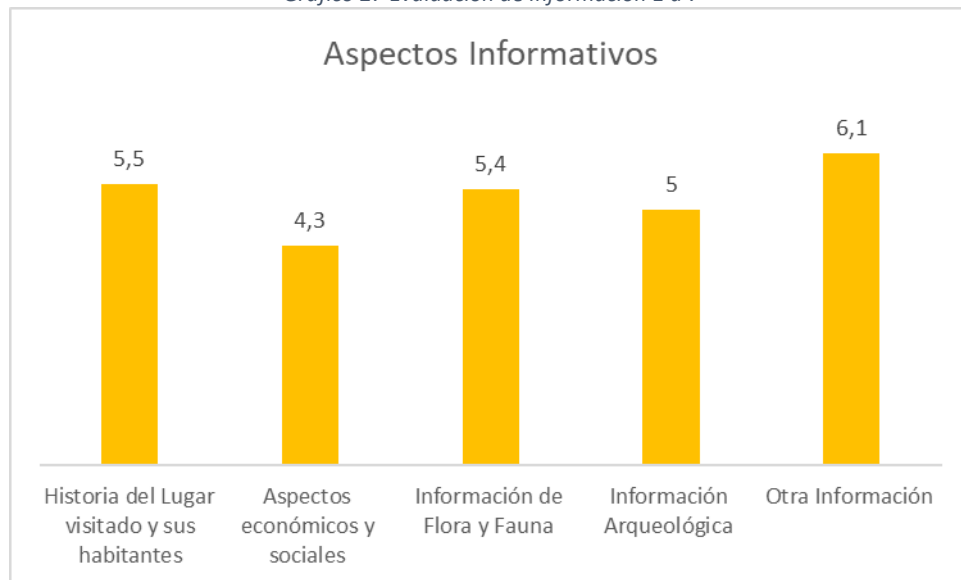
Gráfico 26 Medio de información turística



Fuente: Elaboración Propia

Respecto de la calidad de la información en escala de 1,0 a 7,0 la mayoría evalúa con nota superior a 5,0 la información recibida, con excepción de los aspectos económicos y sociales.

Gráfico 27 Evaluación de Información 1 a 7

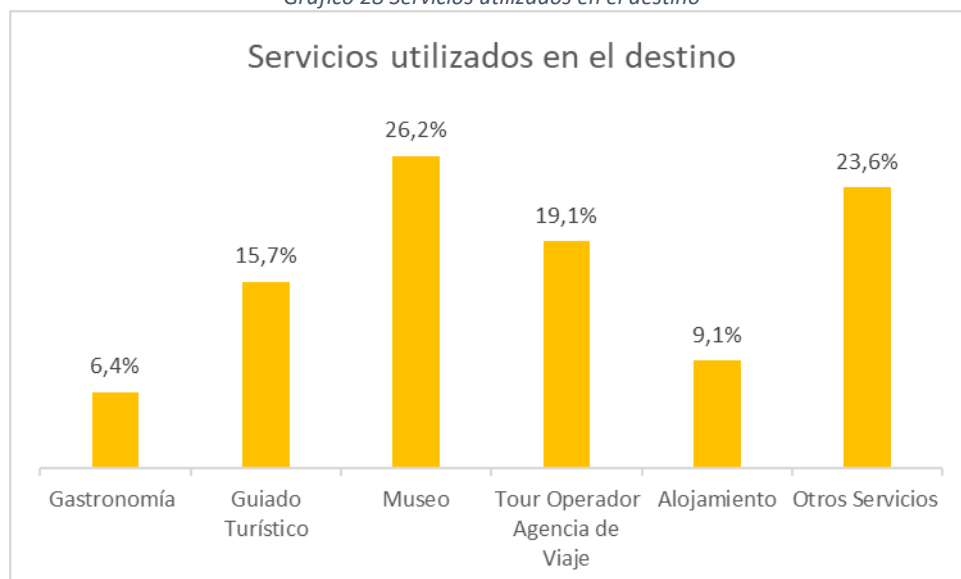


Fuente: Elaboración Propia

9.5.8 Servicios utilizados en el destino

Respecto de los servicios utilizados en el destino se destacan los museos con un 26,2%, el Tour Operador o Agencia de Viajes con un 19,1%, y el Guiado turístico 15,7%, un menor número de encuestados indica el Alojamiento con un 9,1% y la Gastronomía con un 6,4%.

Gráfico 28 Servicios utilizados en el destino

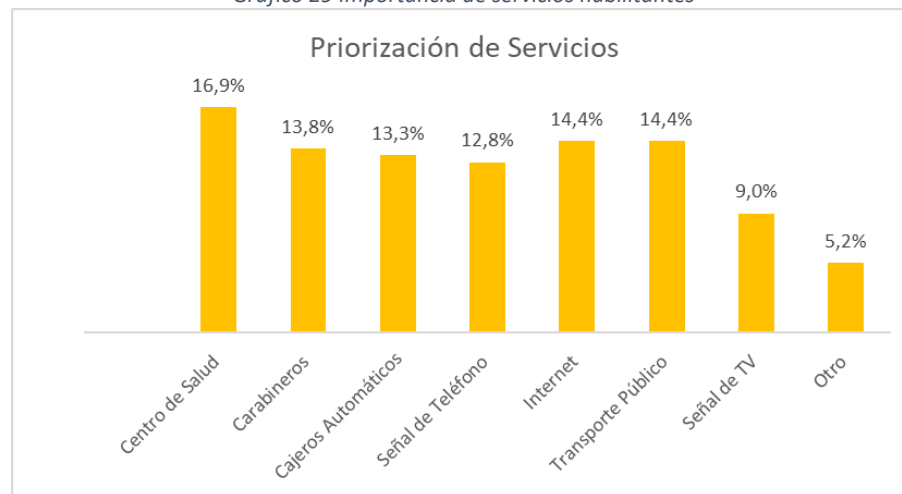


Fuente: Elaboración Propia

9.5.9 Importancia de Servicios No Turísticos

Los servicios no turísticos son relevantes en el análisis dado que es la plataforma habilitante para una experiencia de viaje adecuada. El visitante valora la presencia de centros de salud con un 16,9%, el acceso a internet y el transporte público con un 14,4% respectivamente, Carabineros con un 13,8%, cajeros automáticos con un 13,3% y la señal de teléfono con un 12,8% como prioridades para la visita turística.

Gráfico 29 Importancia de servicios habilitantes

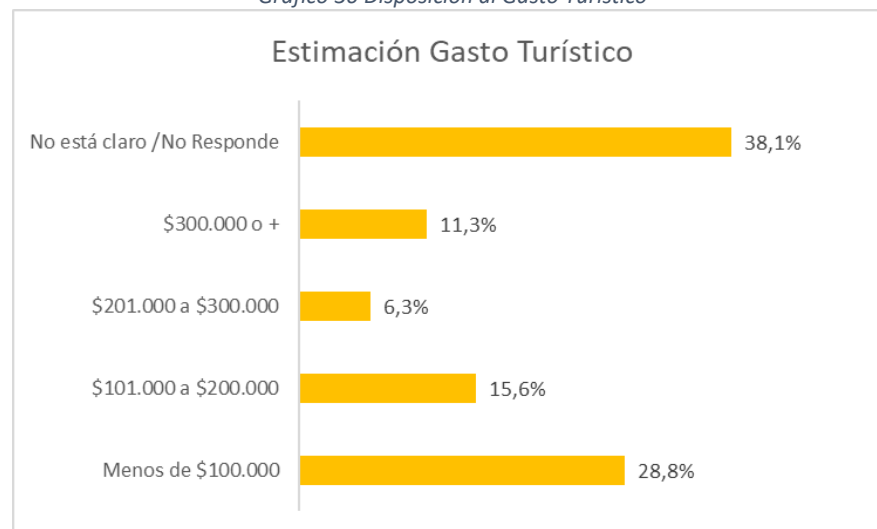


Fuente: Elaboración Propia

9.5.10 Estimación del Gasto Turístico

Ante la pregunta sobre la disposición al gasto turístico las opciones son variadas siendo menos de \$100.000 la con mayores referencias con un 28,8%, seguido por el rango entre los \$101.000 y \$200.000 con un 15,6%. Nuevamente se presenta un alto número de personas que no están claros o no responden con un 38,1%.

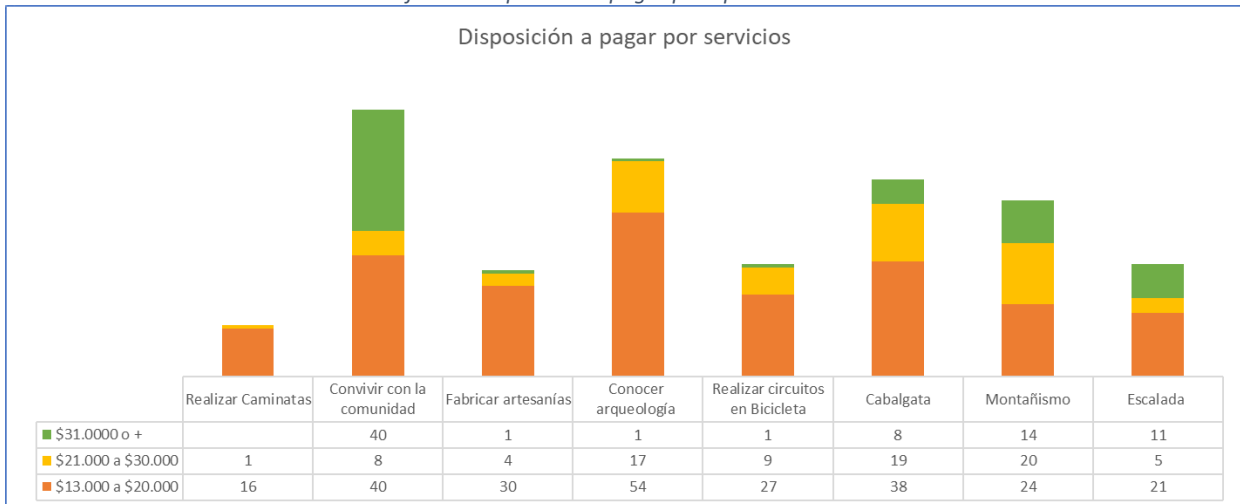
Gráfico 30 Disposición al Gasto Turístico



Fuente: Elaboración Propia

Respecto de la disposición a pagar por distintos servicios turísticos o actividades de turismo la mayoría pone un tope de \$20.000, aunque en convivir con la comunidad se presenta la opción más de \$31.000 en el mismo número de preferencias.

Gráfico 31 Disposición a pagar por tipo de servicio



Fuente: Elaboración Propia

9.5.11 Experiencia de la visita

Esta sección del análisis es relevante para comprender como los visitantes evalúan su Experiencia Turística independiente de los servicios utilizados y los lugares visitados. En cuanto a la experiencia en el destino el 81,6% evalúa su experiencia como buena o muy buena.

Gráfico 32 Evaluación de la experiencia en el destino visitado



Fuente: Elaboración Propia

Ante la evaluación general del destino en una escala de 1 a 7, la Imagen general del destino tiene una evaluación de 7, siendo la más baja la Hospitalidad y buen trato la peor evaluada con nota 4.

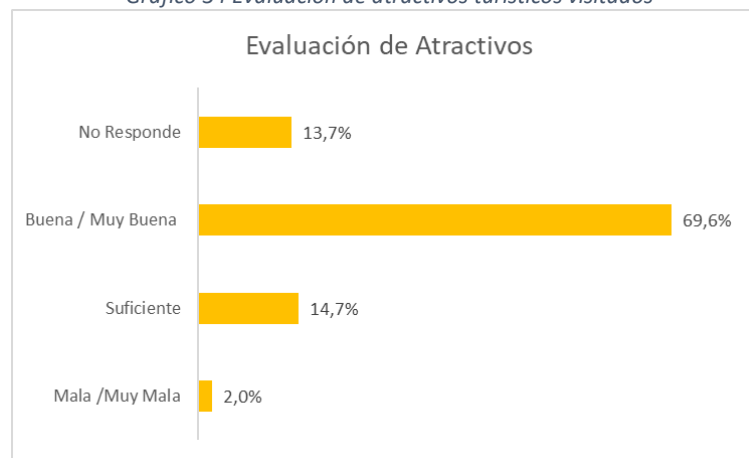
Gráfico 33 Evaluación General del Destino 1 a 10



Fuente: Elaboración Propia

La evaluación general de los atractivos turísticos visitados es buena o muy buena con un el 69,6%.

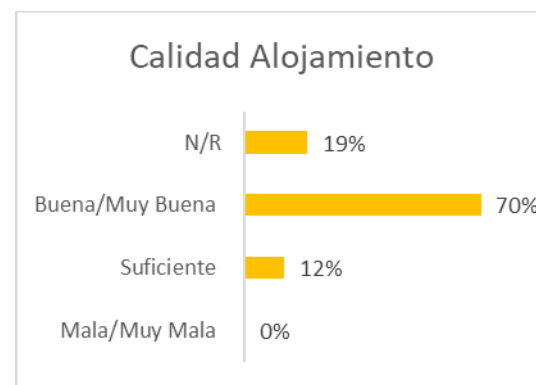
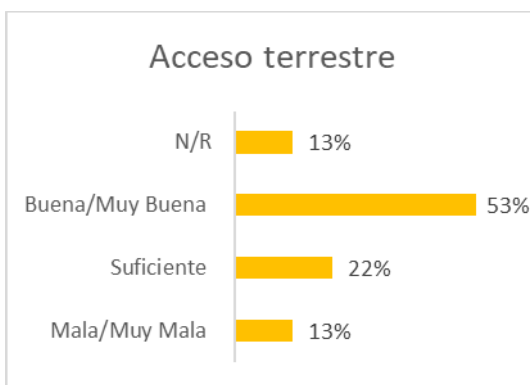
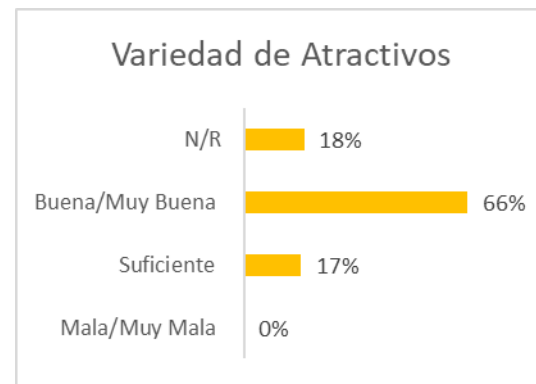
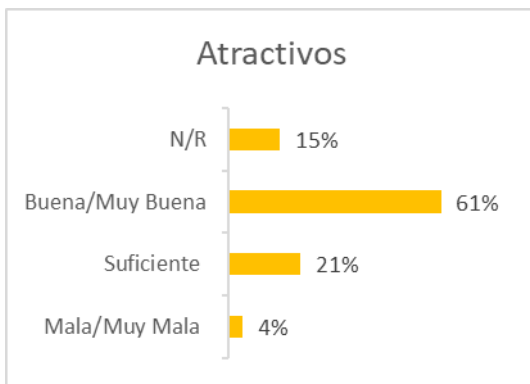
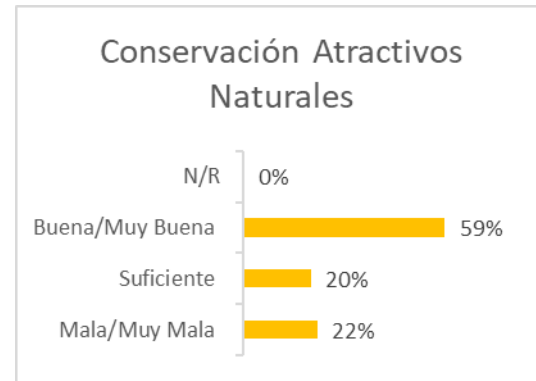
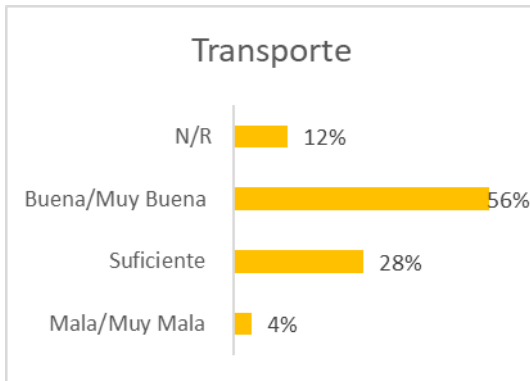
Gráfico 34 Evaluación de atractivos turísticos visitados

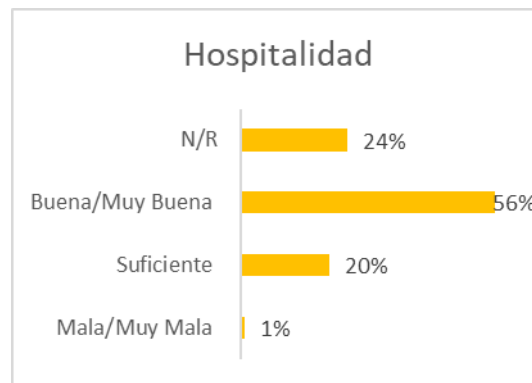
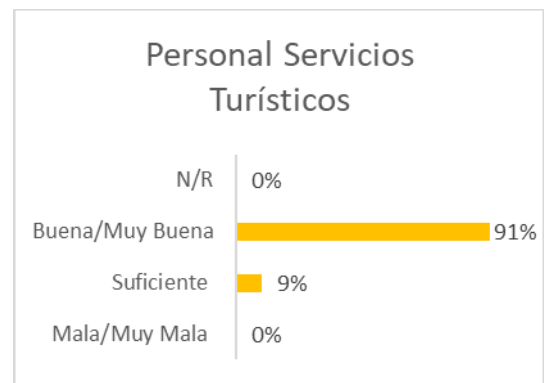
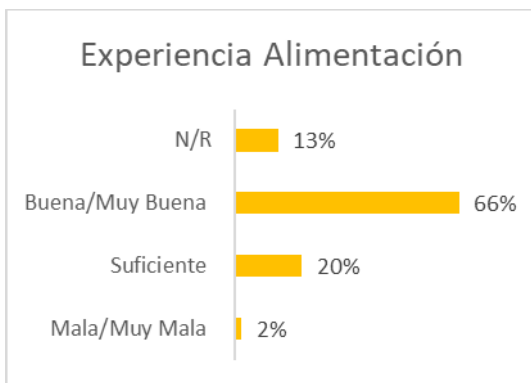
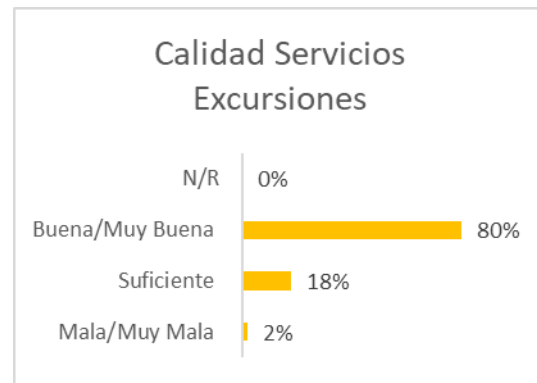
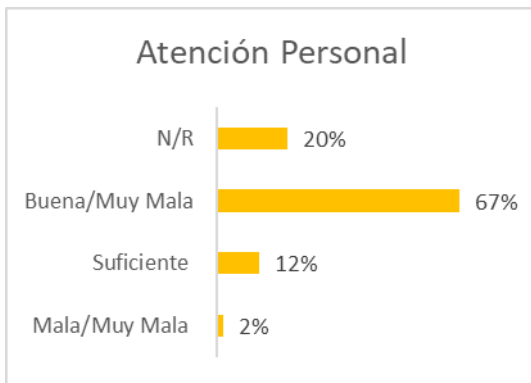


Fuente: Elaboración Propia

9.5.12 Percepción del Destino

La principal fuente de información para la Percepción del Destino lo tiene el Plan de Turismo Urbano, sin embargo, la evaluación esta mayormente referida a la provincia de El Loa y al destino San Pedro de Atacama. Se consideran 11 aspectos, la gran mayoría evalúa como buena o muy buena la percepción de ellos.







10. CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Para caracterizar la oferta turística disponible se utilizaron los datos oficiales del registro de prestadores de servicios turísticos de SERNATUR con los años 2017, 2021 y 2022, y se aplicó una metodología participativa con información en base a ocho componentes de la oferta turística.

10.1 Análisis Planta Turística²⁶

La comuna de Calama posee, desde hace muchos años, una planta turística apta para recibir a turistas, los servicios que se brindan a los trabajadores de la minería principalmente, en alojamiento y alimentación, en lo urbano y últimamente con desarrollo en lo rural tienen un avance y estándar adecuado. Se han elaborado varios estudios de turismo local que indican el desarrollo de emprendimientos con servicios turísticos en los pueblos del Alto El Loa y Calama.

Si bien, desde antes del 2007 existen emprendimientos turísticos tomaremos como referencia el Plan de Desarrollo Turístico de la ADI Alto El Loa del año 2012 para establecer un parámetro para medir el desarrollo turístico a la fecha.

Considerando que la ley 20.423 del año 2010 establece el registro de prestadores de servicios turísticos y con ello una serie de exigencias que deben cumplir los PST para acceder al registro. Los territorios comprendidos por Calama Poniente, Yalquincha y el Alto El Loa no han podido subsanar sus brechas en el tiempo para cumplir con el registro, siendo la obtención de patente comercial el principal problema por las exigencias sanitarias y de infraestructura que se requieren.

A continuación, se indica la composición de la planta turística correspondiente al año 2012 para el Alto El Loa:

Composición de la oferta de alojamiento turístico disponible para Alto El Loa (DTS,2012)

- 54 habitaciones
- 187 camas
- 20 sitios de camping
- 9 cabañas

Composición de la oferta de servicios de alimentación para el Alto El Loa (DTS, 2012)

- 17 establecimientos
- 154 mesas
- 658 sillas

El año 2012 se identifica:

- 1 agencia de turismo
- 3 actividades turísticas

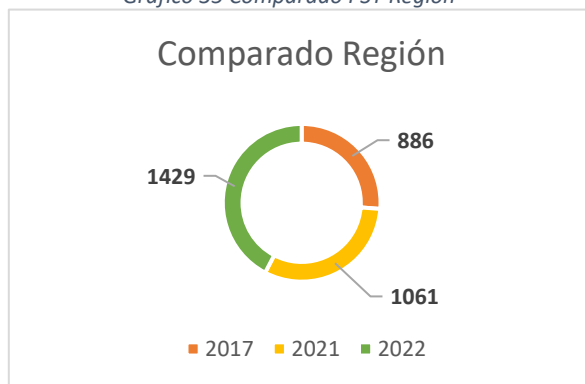
²⁶ Corresponde al subsistema integrado por el equipamiento (alojamiento, alimentación, esparcimiento y servicios turísticos) y las instalaciones turísticas.

10.2 Prestadores de Servicios Turísticos Registrados

La ley N° 20.423 de Turismo en su Título VII establece el sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos e implementa el Registro de Clasificación de Prestadores de Servicios Turísticos. La región y la comuna de Calama presentan un aumento significativo en el número de Prestadores de Servicios Turísticos (PST) registrados al año 2022, sin embargo, se requiere de una mayor presencia de PST en este registro, con el objetivo de posicionar el Destino en el Buscador de Servicios Turísticos de SERNATUR.

A continuación, se presentan unas graficas comparativas para el periodo 2017 – 2022 de acuerdo con el registro de prestadores de servicios turísticos de SERNATUR.

Gráfico 35 Comparado PST Región



Fuente: Elaboración Propia

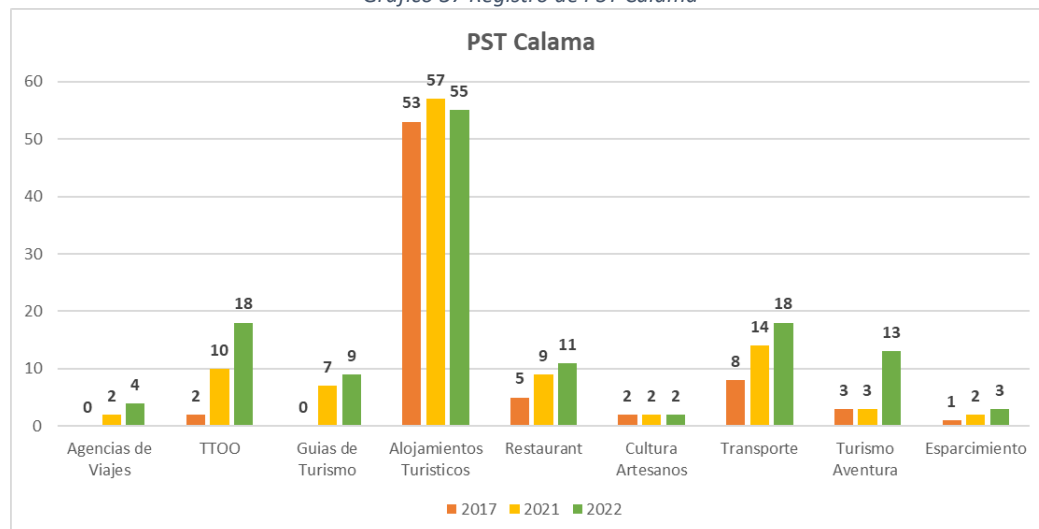
Gráfico 36 Comparado PST Calama



Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo al registro de prestadores de servicios turísticos de SERNATUR entre el año 2017 y 2022 se ha producido un aumento en PST registrados. La evolución en el número de PST registrados por tipo de servicio turístico ha sido la siguiente:

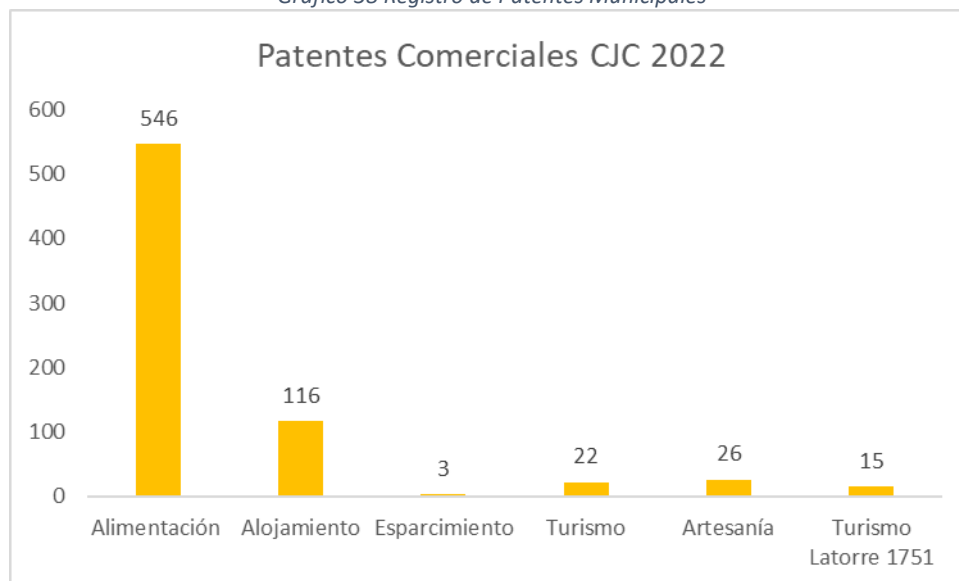
Gráfico 37 Registro de PST Calama



Fuente: Elaboración Propia

La Ilustre Municipalidad de Calama mantiene un número de patentes comerciales en servicios de Alimentación y Alojamientos, así como del rubro artesanías, que de estar registrados en SERNATUR permitiría tener mayor presencia en el Buscador de Servicios Turísticos, sin embargo, dada la vocación económica de la comuna se puede inferir que no todos los negocios con patente comercial son necesariamente turísticos. En el rubro alimentación se tiene que considerar que el número incorpora todas las patentes comerciales con algún servicio de alimentación como café o comida rápida, los que pueden estar ubicados en almacenes u otros establecimientos comerciales. Se indican 15 PST asociados a la dirección Latorre 1751 que corresponde a una oficina virtual que en su mayoría corresponden a PST de la comuna de San Pedro de Atacama que utilizan esta dirección comercial en Calama.

Gráfico 38 Registro de Patentes Municipales

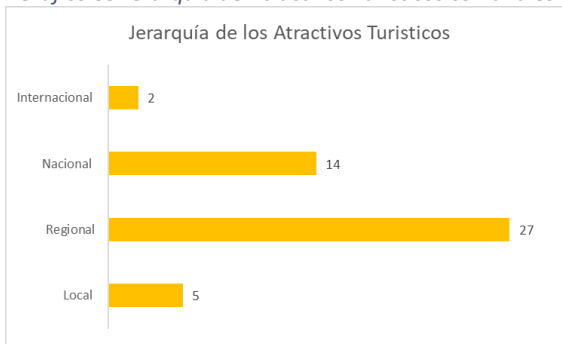


Fuente: Elaboración Propia con información obtenida por Ley de Transparencia.

10.3 Atractivos Turísticos ²⁷

La comuna de Calama tiene una mayor cantidad de atractivos de jerarquía regional (27), menos de jerarquía nacional (14) y de jerarquía internacional (2). Los tipos de atractivos están conformados por realizaciones técnicas y científicas contemporáneas y culturales (18), sitios naturales (10) y museos y manifestaciones culturales (9).

Gráfico 39 Jerarquía de Atractivos Turísticos comunales



Fuente: SERNATUR

Gráfico 40 Tipos de atractivos turísticos



Fuente: SERNATUR



²⁷ Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR]. (2020). Catastro de Atractivos Turísticos.



10.4 Catastro Monumentos Nacionales ²⁸

De acuerdo al catastro del consejo de monumentos nacionales tenemos 16 monumentos históricos, y cuatro zonas típicas, no se consideran monumentos públicos en la muestra, y tampoco santuarios de la naturaleza, en el caso de la declaratoria del santuario de la naturaleza de Ojo de Opache este se encuentra con aprobación favorable del Consejo de Ministros para la Sustentabilidad pero sin decreto de declaración vigente.

Tabla 15 Catastro de Monumentos Nacionales Comunales

Categoría de Monumento Nacional	Denominación oficial
Monumento Histórico (MH)	Iglesia del pueblo de Chiu-Chiu
Monumento Histórico (MH)	Iglesia y campanario del pueblo de Caspana
Monumento Histórico (MH)	Pucará de Lasana
Monumento Histórico (MH)	Pucará de Turi
Monumento Histórico (MH)	Iglesia colonial de Conchi Viejo
Monumento Histórico (MH)	Viaducto de Conchi sobre el río Loa
Monumento Histórico (MH)	Centro Cívico de Chuquicamata
Monumento Histórico (MH)	Casa 2000 de Chuquicamata
Monumento Histórico (MH)	Inmuebles representativos del Campamento Americano de Chuquicamata
Monumento Histórico (MH)	Cementerio de Chuquicamata
Monumento Histórico (MH)	Pala Mundial de Chuquicamata
Monumento Histórico (MH)	Archivos ubicados en el primer piso del edificio del ex Banco de Chile
Monumento Histórico (MH)	Archivos ubicados en el lobby del Teatro Chile
Monumento Histórico (MH)	Archivos ubicados en la Central de Planos
Monumento Histórico (MH)	Archivos ubicados en el Archivo Físico del Centro de Documentación
Monumento Histórico (MH)	Archivos ubicados en las instalaciones del Staff A-2, sala N°1
Zona Típica (ZT)	El Pueblo de Ayquina
Zona Típica (ZT)	Caserío de Conchi Viejo
Zona Típica (ZT)	Pueblo San Francisco de Chiu-Chiu
Zona Típica (ZT)	Campamento Minero de Chuquicamata

Fuente: Consejo de Monumentos Nacionales

²⁸Consejo de Monumentos Nacionales [CMN].(2022). <https://www.monumentos.gob.cl/>

10.5 Análisis de Oferta en Base a Componentes

Con el objetivo de aumentar la identificación de la oferta disponible en el destino Calama Alto El Loa se definieron ocho componentes de desarrollo turístico. A continuación, se indica la descripción del componente y los antecedentes aportados por la comunidad en una tabla para cada componente.

El **componente Natural** está conformado por diversos recursos asociados a los ecosistemas del área geográfica de la comuna de Calama. Lo son los bofedales altoandinos y los cursos de agua asociados a la cuenca hidrográfica del Río Loa. Las formaciones rocosas como montañas y cascadas son parte del componente. Existe una relación entre el arte rupestre y el componente natural. La biodiversidad como las aves y anfibios son considerados un atractivo turístico definido.

Tabla 16 Componente Natural

Componente	Caspana	Lasana	Chiu Chiu	Calama	Ayquina	Toconce
Componente 1 Natural	Geiser del Tatio, Aguas termales Volcán Blanco, Terrazas de Cultivo, Cuesta Chita, Cerro Tutelar, Cerro Grande, Cablor, Cielo Nocturno.	Río Loa, Vado de Lasana, Piedra de la Paloma, Arboledas Pimiento y Algarrobo.	Laguna Inca Coya(restricciones), Junta de Ríos, camino al río salado. Cielo Nocturno.	Río Loa, Bofedales, Agricultura, Desierto, Cerros, Valles, Quebradas, Volcanes, Avifauna en el Oasis, Laguna de los Patos, Sierra Limón Verde, Astronomía Ojo de Opache, La Cascada Calama, Junta del río Loa y Salado, río Salado, Laguna Inca Coya, Vegas de Turi, Geiser Tatio, Petroglifos, Geoglifos, Pictografías, Ranita del Loa, Avistamiento de aves, Monolito de Topater, Zona Rural la Banda, Humedal Ojo de Opache, Mina de Chuquicamata, Gorrión, Lechuzas, Aguiluchos, Parque Explora	Quebrada de Ayquina. Sector El Sifón. Río Salado, Puente del Diablo.	Río Toconce, Quebradas, Geiser del Tatio, Complejo Aguas Calientes. Cielo Nocturno.

El **componente Hechos Culturales** está conformado por diversos recursos asociados a la arquitectura de la comuna, a las mega construcciones de pucarás, puentes e industrias. Los elementos vinculados a la agricultura son mencionados en sus aspectos de producción y comercialización. La presencia de arte rupestre en la comuna y en los sectores aledaños tienen un valor excepcional.

Tabla 17 Componente Hechos Culturales

Componente	Caspana	Lasana	Chiu Chiu	Calama	Ayquina	Toconce
Componente 2 Hechos Culturales	Arquitectura Pueblo Viejo, Iglesia de Caspana, Museo, Cementerio de los Abuelos, Pinturas Luisa Terán, Petroglifos y Pictografías.	Capilla San Isidro, Pucara de Lasana, Té de Zanahoria, Queque de Zanahoria, Petroglifos, Canales de regadío, Artesanía Eva López, Puente de Conchi.	Iglesia San Francisco de Chiu Chiu, Pucará de Chiu Chiu, Geoglifos, Troja, El Diablo ingreso Lasana, Gentiles, Taller Artesanas Suyi Lickau.	Estación de Ferrocarril, Parque El Loa, Observatorio Solar Moctezuma, Fiestas y Bailes Religiosos, Historia del Chupacabra, Casa Rosada Yalquincha, Mercado Central, Feria Modelo, Murales entorno a la ciudad y escuelas, Feria Modelo, Feria El Loa, Feria de la provincia de El Loa (FEPLOA), Campamento de Chuquicamata, Cementerio Municipal, Máquinas del Cine Nacional, Municipalidad, Cristo Redentor, Biblioteca de Calama, Museo de Historia Natural del Desierto, Vivero Educativo, Casa Yutronic, Parque Arqueológico Chug Chug, Ex Finca Abaroa, Mirador Casa Abaroa, Mirador Ministro Hales, Depósito Arqueológico, Mineras, camiones Caex, Estadio de Zorros del Desierto, Cementerios Indígenas.	Iglesia de Ayquina, Museo Votivo de Ayquina, Lana de Ayquina, Pukara de Turi, Puente El Diablo.	Toconce Pueblo Alfarero, Alfarería, Agricultura, Iglesia de Toconce, Terrazas de Cultivo, San Santiago 25 de Julio.

El **componente Gastronómico** está conformado por una multiculturalidad de preparaciones que van desde las típicas andinas como la patasca y la kalapurka hasta las más simples como la churrasca, conviviendo con las preparaciones con choclo(maíz), zanahorias y otras hortalizas. Las carnes son la de vacuno, cordero y llamo. Los establecimientos como pubs, schoperías y restaurantes son de buen nivel.

Tabla 18 Componente Gastronómico

Componente	Caspasa	Lasana	Chiu Chiu	Calama	Ayquina	Toconce
Componente 3 Gastronómico	Patasca, Cazuela de Quinoa (andina), Orégano, Perejil, Romero, Cilantro, Ajo, Cebollines, Cedrón, Soiko, Tuna, Damasco, Manzana, Haba. Se producen Mermeladas, y Conservas.	Dos Restaurants, Productos de Zanahoria, Cazuela de Gallina, Patasca (fiestas), Conejo(18 Sept.), Cordero, Asado de Trucha, Choclo, Té de zanahoria, Hortalizas en Invernaderos.	Varios Restaurants, Churrasca, Queque de Zanahoria, Oferta Disponible en locales de Ferias Costumbristas durante los fin de semana, Té de Zanahoria, Hortalizas en Invernaderos.	Comedores Feria Modelo, Jugos Feria Modelo, Vitamínico, Jugos Zenteno, Té de Zanahoria en Chiu Chiu y Lasana, Choclo calameño y sus derivados, Humitas, Pastel de Choclo, Mousse de Chañar, Barras de cereales de Algarrobo, Café de Algarrobo, Carne Local Llamo, Conejo, Cordero, Queso de Cabra. Capia (galletas de maíz), Queque y Torta de Zanahoria, Arrope de Chañar, Sopaipillas, Churrascas, Cabritas, Patasca, Rosquete, Harina de Algarrobo, Rica Rica, Chicha de Maíz, Mermelada de Betarraga, Vino Ayllu, Kalapurka, Schoperías, Quinoa, Canchita, Nopal (penca de tuna), Pan de Gallo, Café de Algarrobo y Chañar, Caldo de Pata, Sopa de Maní.	Carne de Llamo, Cordero, Trucha.	Platos Típicos Restaurant Myriam.

El **componente Festividades y Eventos** está conformado por actividades vinculadas a la fe religiosa, a ferias con identidad agrícola y andina. La presencia de eventos deportivos es un elemento innovador en la oferta local.

Tabla 19 Componente Festividades y Eventos

Componente	Caspana	Lasana	Chiu Chiu	Calama	Ayquina	Toconce
Componente 4 Festividades y Eventos	Virgen de la Candelaria (2 de Feb.), otras Festividades y Actividades Comunitarias se mantienen en reserva. Posibilidad de realizar Ferias Costumbristas.	En General las fiestas son Locales, San Isidro, Virgen del Carmen, Feria Artesanal sábados y domingos. Feria Costumbrista.	San Francisco, Ferias Locales los fin de semanas.	Fiestas Patronales en pueblos del Alto El Loa, carnavales en Alto El Loa, torneos deportivos, Cobreloa, fiesta de Ayquina, fiesta de la virgen de Urcupiña, aclimatación de deportistas, Feria de la Biodiversidad, FEPLA. 23 de marzo aniversario de Calama, Feria de la Biodiversidad, Eventos deportivos de aventura, Experiencia Astronomía Chiu Chiu, las entradas de pueblo de la festividad de Ayquina, Feria Costumbrista, Carnaval El Oasis Amanece con Brillo del Cobre, Teatro, Fiesta de la Candelaria Caspana, competencias ciclísticas, Cofradía de Bailes Religiosos, Torneos Deportivos, Congresos Seminarios, Escritores.	Fiesta de la Virgen de Ayquina 8 de sept.	Fiestas Patronales 25 de julio.

El **componente Actividades Recreacionales** está conformado por actividades al aire libre como senderismo, cabalgatas y ciclismo. Existen actividades de turismo astronómico y recorridos patrimoniales. La comuna tiene actividades culturales como teatro y centros de eventos.

Tabla 20 Componente Actividades Recreacionales

Componente	Caspana	Lasana	Chiu Chiu	Calama	Ayquina	Toconce
Componente 5 Actividades Recreacionales	Caminatas Maribel Colamar, Luisa Terán, Cecilia Colamar, Museo, Carreras de Aventura, Atacama Spirits.	Camping El Corazón (Comunidad), Camping Ecológico El Peral, Pucará, Bicicletas Lantur Lasana, Caminatas Valle Petroglifos, Trojas y Refugios, Fútbol.	Quinchos del río, caminatas, Cabalgatas, Observación Astronómica.	Circuitos Patrimoniales, Guiados por Río Loa y alrededores de Calama, Ciclismo, Mountain Bike, Senderismo y Montañismo, Escalada, Paseo en Kayak, Salones de Baile en las Parcelas, Rodeo, Observatorio Astronómico en Chiu Chiu, Cine Municipal, Sala Emilio Vaisse, Cabalgatas Chiu Chiu, Camping Recreacionales, Cabalgatas Yalquincha, sector calle Bilbao, Encuentros de Danzas y Teatro, Cantos, Voleibol. Casino Marina del Sol.	Senderismo, Visitas a Sitios Patrimoniales, Baños de Turi, Montañismo.	Senderismo, Alfarería, Recorridos por Sitios Patrimoniales.

El **componente Vías de Acceso** está conformado por la identificación del transporte público subvencionado, el estado de las carreteras y caminos.

Tabla 21 Componente Vías de Acceso

Componente	Caspana	Lasana	Chiu Chiu	Calama	Ayquina	Toconce
Componente 6 Vías de Acceso	Transporte público, camino en buen estado, pueden ingresar buses hasta sector de la Posta Rural y cancha para estacionar. Capacidad 1 o 2 buses.	Transporte público, camino en buen estado, Bicicleta desde Calama.	Transporte público, camino en buen estado, falta señalética.	Transporte público, Tour Operadores. Centro de Calama cuenta con estacionamientos y transporte público, falta información de transporte subsidiado, falta señalética en caminos, aeropuerto, carreteras pavimentadas.	Transporte Público horarios definidos. Estacionamientos.	Transporte público, camino en buen estado, el acceso al pueblo tiene pendiente y curvas que impiden el acceso de vehículos largos. Existe lugar para estacionar en el sector de Carabineros.

El **componente Seguridad, Salud, Servicios Básicos, Manejo de Desperdicios** está conformado por el sistema de recolección de basura que se considera relevante, dado que, en algunas fechas, es insuficiente. El abastecimiento de Agua potable es suficiente en el área urbana, sin embargo, en el área rural es deficiente, no existe, y si existe no está regularizado. La seguridad es deficiente, sin embargo, en áreas turísticas se considera aceptable. La electricidad en general es suficiente.

Tabla 22 Componente Seguridad, Salud, Servicios Básicos y Manejo de Desperdicios

Componente	Caspapa	Lasana	Chiu Chiu	Calama	Ayquina	Toconce
Componente 7 Seguridad, Salud, Servicios Básicos, Manejo de Desperdicios	<p>Centro de Salud Rural, cuenta con paramédico permanente. No hay ambulancia. Ronda Médica dos veces por mes. Existe sistema de recolección de basura que es insuficiente en épocas de celebraciones. Algunos sectores se encuentran con acopios de basura informales. Los depósitos de basura se encuentran en la entrada del pueblo. Se plantea generar un programa de manejo de residuos.</p>	<p>Centro de Salud Rural, paramédico permanente, ronda medica 1 vez al mes. No hay ambulancia. Basura se retira una vez por semana, depósitos de basura afean el espacio, Agua Potable Rural (APR), electricidad constante, vieron posibilidad de generar tratamiento de aguas por medio de bacteria. Carabineros con rondas limitadas.</p>	<p>Centro de Salud Rural retiro de Basura solo los martes, agua potable con problemas de regularización APR, Carabineros con rondas limitadas.</p>	<p>Centro de Calama cuenta con todas las necesidades, en sectores rurales y Alto El Loa falta conectividad, Contaminación lumínica, uso de energía renovable, Calama cuenta con Hospital, los pueblos carecen de atención medica solo paramédico. Falta Plan de Rescate para actividades turísticas. Microbasurales.</p>	<p>Centro de Salud Rural, carabineros con rondas limitadas.</p>	<p>Reten de Carabineros Centro de Salud Rural.</p>

El **componente Servicios Turísticos** está conformado por una variedad de PST como alojamientos, establecimientos de alimentación y un gran número de nuevos servicios turísticos de excursiones. Si bien, existen muchos alojamientos turísticos, pareciera ser que se identifican algunos más turísticos que otros de la oferta disponible.

Tabla 23 Componente Servicios Turísticos

Componente	Caspana	Lasana	Chiu Chiu	Calama	Ayquina	Toconce
Componente 8 Servicios Turísticos	<p>Alojamientos Turísticos: Ckolamtur 6 habitaciones 14 plazas. Albergue 5 habitaciones 20 plazas. Alimentación: Ckolamtur 24 personas, Albergue 20 personas. Guías Locales Museo de CCTC.</p>	<p>Alojamiento Turístico: Pukara 4 habitaciones 12 Camping el Corazón 3 cabañas 12 plazas, Camping 8 quinchos 40 personas, Camping Ecológico el peral. Alimentación: Restaurant Pucara, Restaurant El Tambo. Museo de CCTC, muestra de hierbas, tienda de venta de té de zanahoria, mermeladas. Pucara de Lasana, paseos en bicicletas Lantur Lasana.</p>	<p>Alojamiento Turístico: Alojamientos 10, Piedra de Chivo 12 cabañas, Entre Ríos 40 plazas, Puri Paatcha 16 plazas, Camping El Arenal 5 sitios 30 plazas, 16 habitaciones, Campings La Banda 20 sitios, Pedro Saire 7 piezas 15 plazas; Muley 8 plazas; Pepe Hirsch 15 plazas; Sol del Desierto 7 habitaciones 35 plazas. Alimentación: Restaurant 7, Talatur 72, Muley 60, Troja 60 (Omar Castro), Enebro 24, San Francisco 40, Andino 32 (Cesar Chambe), Tambo 40 José Hirsch, Comida Al Paso Atacama 564. Grupo Gastronómico</p>	<p>Variada y diversa oferta de servicios turísticos. Alojamientos turísticos: Hostal Toño, Hotel don Manuel, Hotel Ibis, Park Hotel, Alto del Sol, Hotel Modular, Hotel Agua del Desierto. Alimentación : Cocinerías feria Modelo, Mercado Central, Centro de Calama funcionan todo el año. Observatorio Astronómico Paniri Caur, Rodeo, Paseos en Kayak Parque el loa. Borde río, Campings. Café Mau, muestra de tejidos hecho a mano, CCLOA, Sotarcondi, Sol del desierto, LANTUR Calama, Agro aventura astronómica, OIT Corporación de cultura y turismo de Calama.</p>	<p>Restaurant y alojamiento Valle de Ayquina Irma Panire, Guía Adrián Berna, Rene Paniri.</p>	<p>Implementando alojamientos. Servicios de alimentación. Visitas Guiadas.</p>

			<p>3 de alimentación, 2 hierbas, 1 verduras. Guías 11, Mariela Tejerina, Abraham Soza, Carmen Gloria, Ronald Sarapura, Wilson Galleguillos, Jhonny Velázquez, Digna Colque, Anyelo Ferrer, Eulogia Sánchez, Toribia Chambe, Lorenzo Saire, Daysi Torrico, José F. Gómez; Artesanos: Suji Lickau 11, Gladys Gómez, Lourdes Flavia, Romina González, Mariela Tejerina, Walberto, Sebastiana Gómez, Santusa Saire</p>			
--	--	--	--	--	--	--



11. CARACTERIZACIÓN DE COLABORADORES Y OPERADORES DE TURISMO (OOTT)

En el marco de la ejecución del PLADETUR de Calama se realizó una vinculación con el área de Hotelería, Turismo y Gastronomía de INACAP sede Calama para la aplicación de un instrumento para la recolección de datos en cuanto a la preparación de colaboradores de la industria del turismo local y a empresas de turismo OOTT para conocer el grado de vinculación con los atractivos turísticos de Calama y también sobre sus procesos comerciales y alianzas estratégicas. Su aplicación busca entregar información actual y pertinente a la Industria Turística local acerca de la comercialización de servicios turísticos en la comuna de Calama, así como en otros destinos.

11.1 Objeto de Estudio

El objeto de estudio son los PST de la comuna de Calama y otras localidades que convergen en el desarrollo turístico, pueden encontrarse registrados o no registrado y que mantenga una oferta de turismo en Calama o en la Provincia de El Loa.

11.2 Objetivo del Estudio

Aplicar un instrumento de recolección de datos que permita recabar información relevante desde PST sobre la oferta de servicios, experiencias y actividades ejecutadas en turismo, o susceptibles de ser incorporadas.

11.3 Objetivo Específico

- Entrevistar al PST para conocer su conocimiento sobre los atractivos de Calama.
- Identificar el posicionamiento del Destino Emergente Calama Alto El Loa en la oferta turística.
- Conocer información relevante para el modelo de gestión turística de Calama.

11.4 Metodología

La metodología utilizada fue la co - construcción del instrumento por parte de los estudiantes de la carrera de técnico en nivel superior en Turismo de INACAP y su aplicación al público objetivo. La aplicación se realizó de manera presencial y en línea por medio de un formulario digital.

- Sección A: Datos de Prestador de Servicio Turístico
- Sección B: Tipo de Oferta del PST
- Sección C: Oferta vinculada a Calama y Alto El Loa.

El estudio fue aplicado a colaboradores en sus puestos de trabajo y a empresas de turismo de la provincia de El Loa.

N= 35 Colaboradores

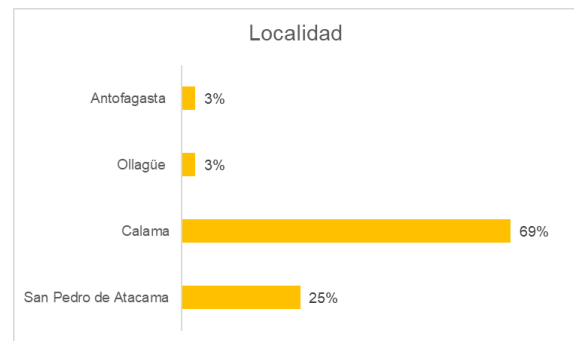
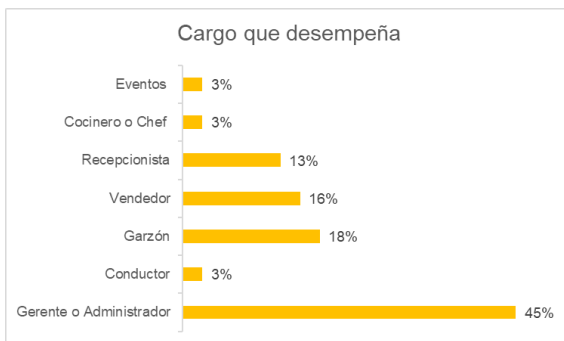
N= 26 Prestadores de servicios turísticos.

11.4.1 Principales Resultados Colaboradores

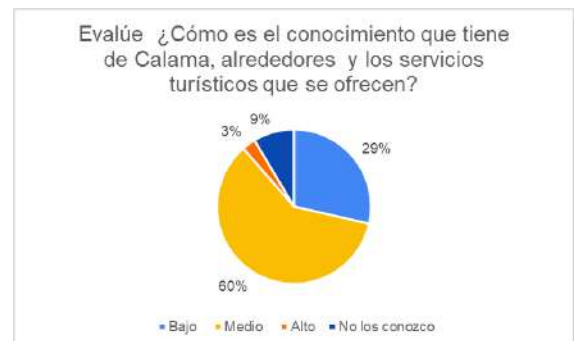
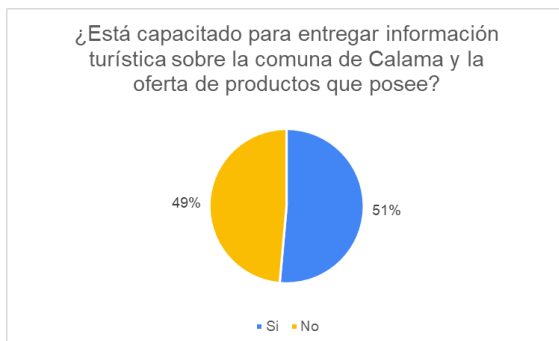
- La mayoría de los encuestados están en el rango de 30 a 65 años.
- La mayoría de los encuestados son de la comuna de Calama y menor porcentaje San Pedro de Atacama.

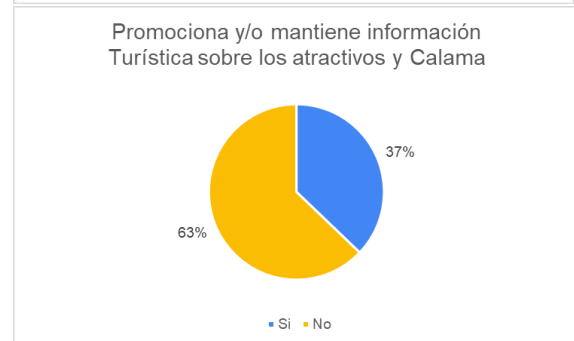
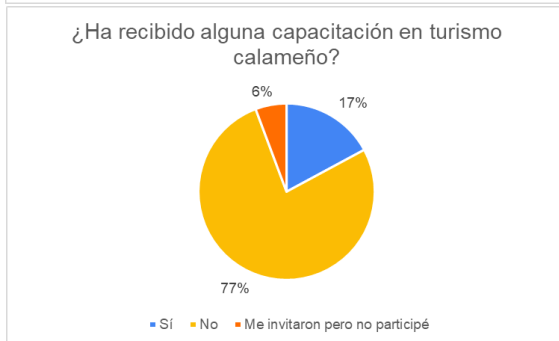
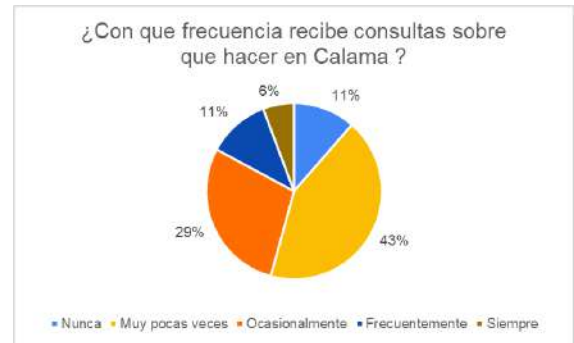
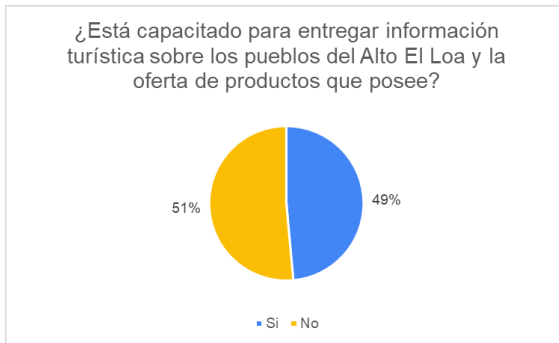
- El Turismo de naturaleza, cultural, minero y aventura son los más relevantes para los encuestados.
- El Astroturismo tiene una valoración media en los encuestados.
- La información turística disponible de Calama es baja.
- La mayoría identifica los Géiser del Tatio con San Pedro de Atacama o no lo sabe.
- La mayoría 77% no ha recibido capacitación en turismo.

Gráfico 41 Rango Etario colaboradores encuestados

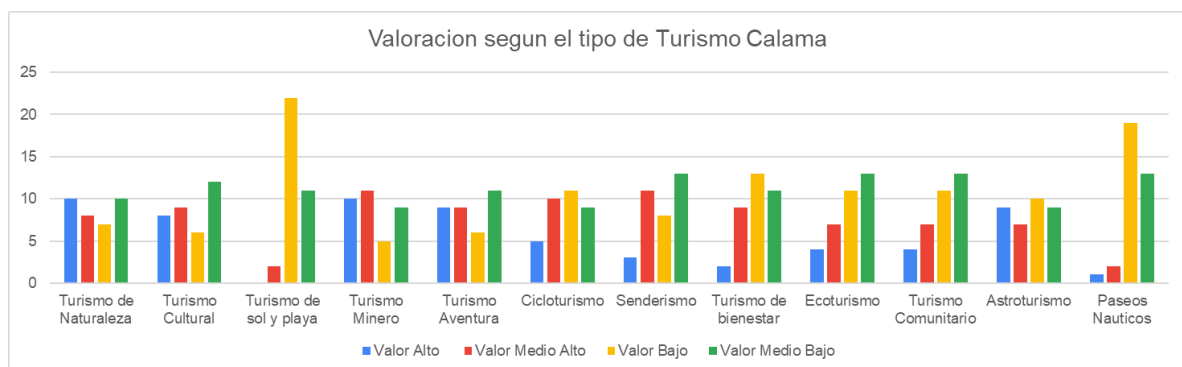
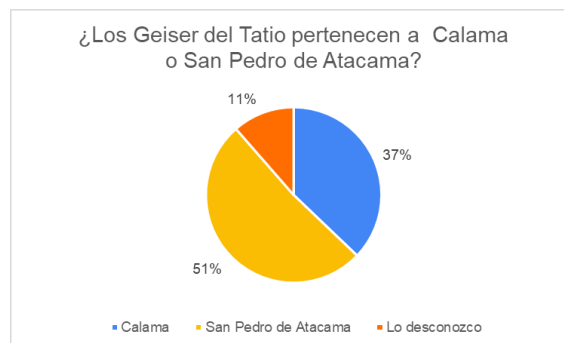


El nivel de capacidades para la entrega de información turística es bajo, los colaboradores en un 51% se evalúan poco capacitados para entregar información turística del Alto el Loa, y un 60% indica que su nivel de conocimiento de Calama es Alto. Se identifica que la frecuencia de consultas sobre Calama es Baja.





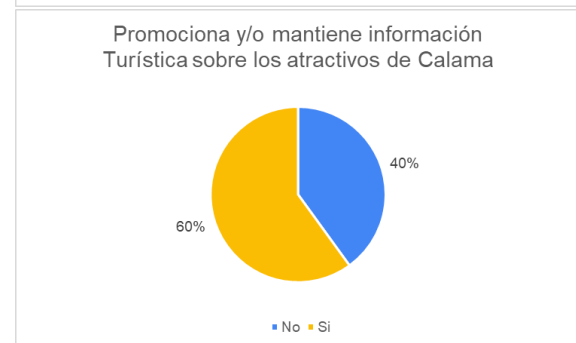
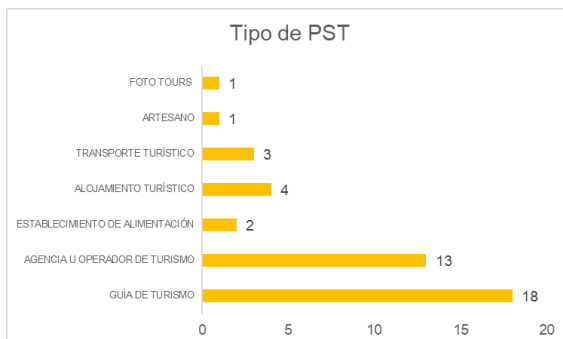
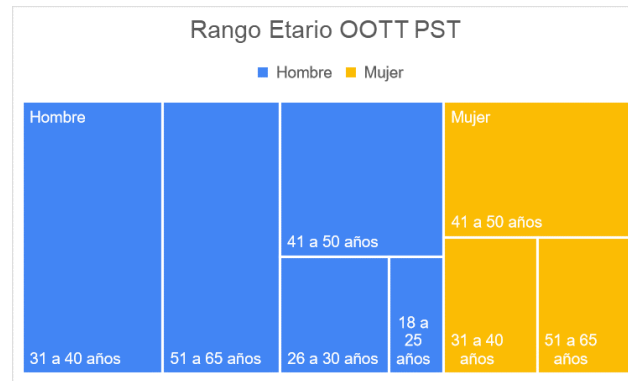
Respecto de la consulta sobre los Geiser del Tatio, la mayoría de los colaboradores identifican el atractivo con la comuna de San Pedro de Atacama.

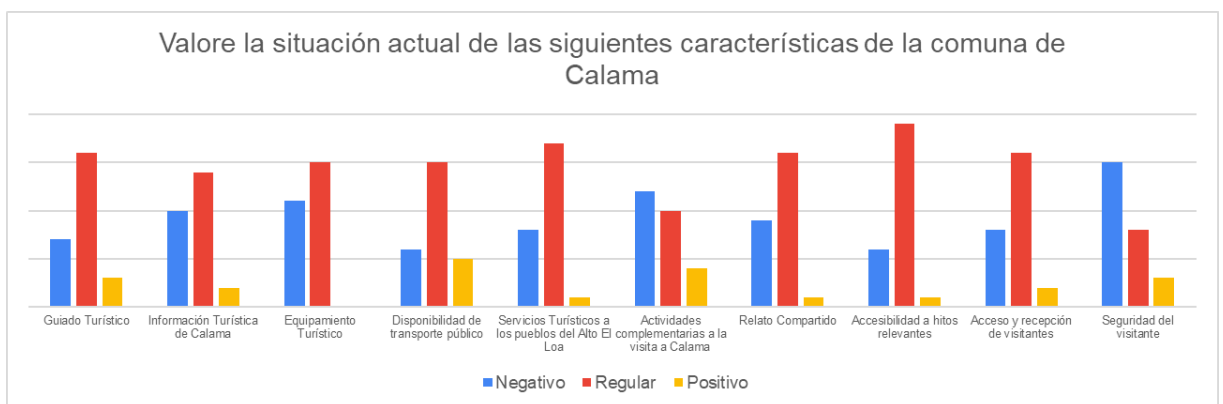
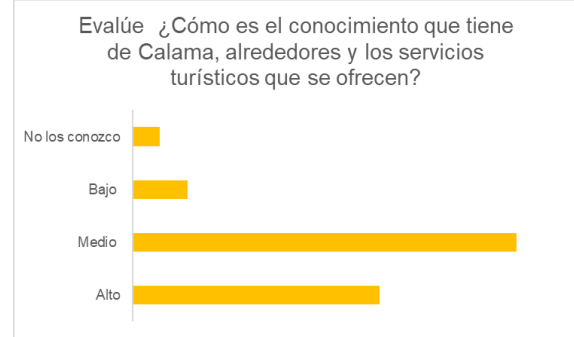
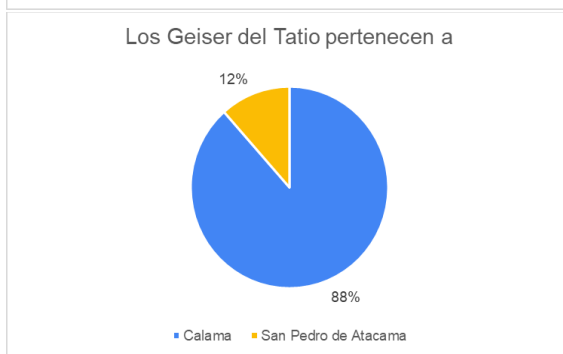
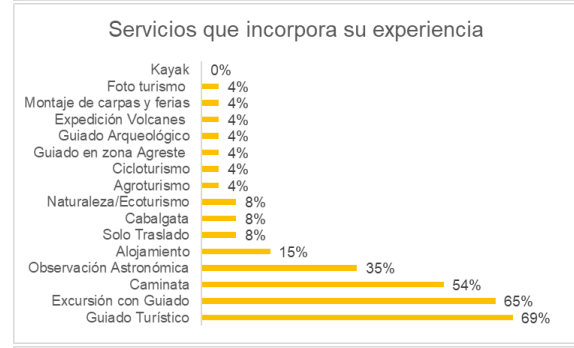
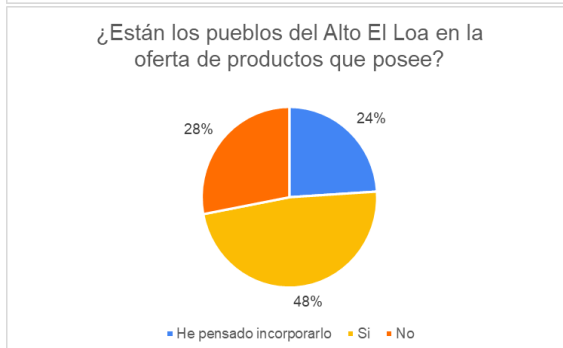


11.4.2 Principales Resultados PST

- La mayoría de los encuestados se encuentra entre los 30 y 65 años.

- Guías de Turismo y OOTT responden mayormente la encuesta.
- La mayoría de los encuestados opera en San Pedro de Atacama.
- Los encuestados conocen de actividades de turismo en la comuna de Calama.
- Menos del 50% tiene un servicio relacionado con los pueblos del Alto El Loa.
- Mas del 60% tiene un servicio relacionado con Calama (Geiser del Tatio).
- El 88% reconoce los Geiser del Tatio como de Calama.
- La mayoría evalúa la calidad turística, servicios y atractivos como bueno o regular en Calama.

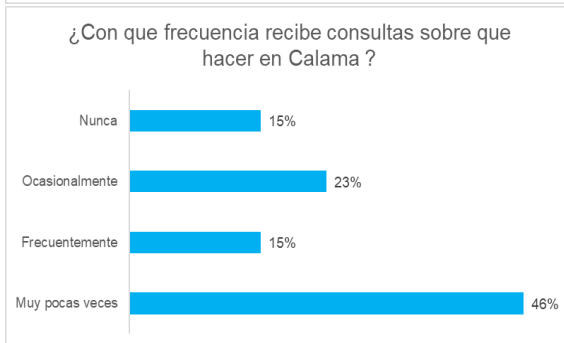
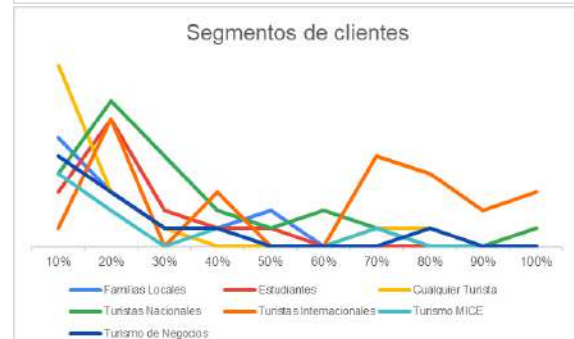
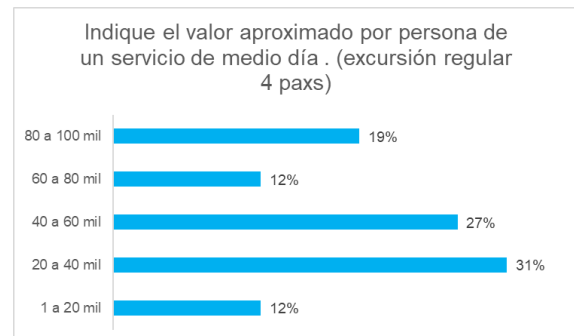
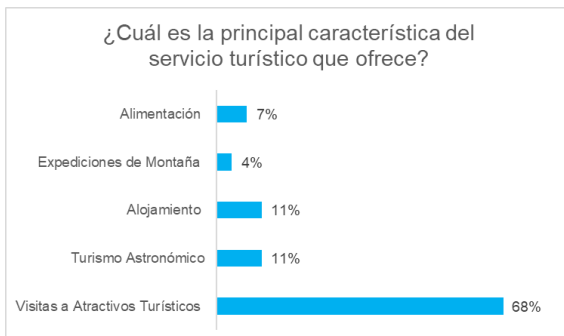


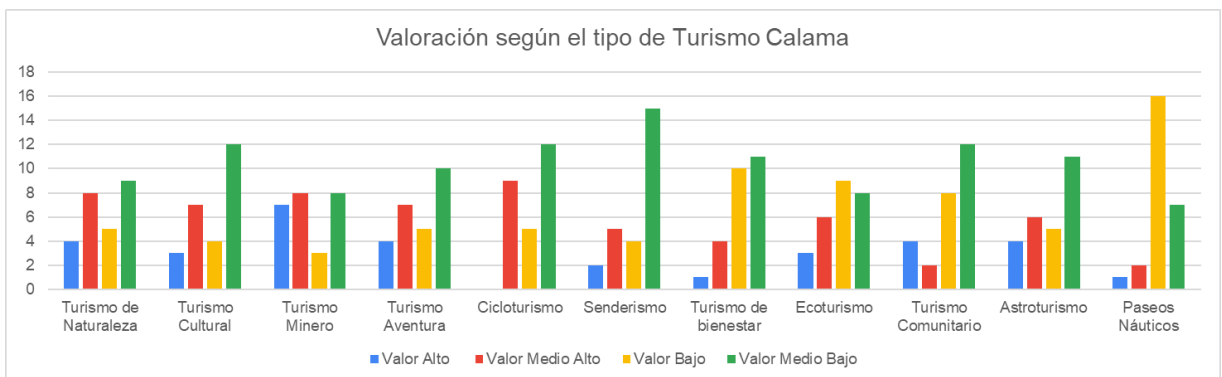
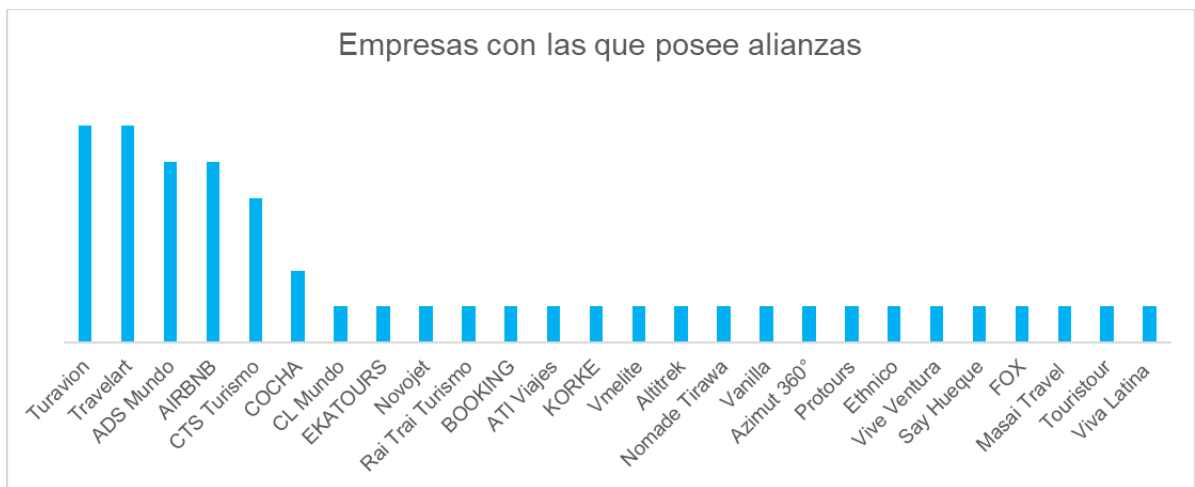
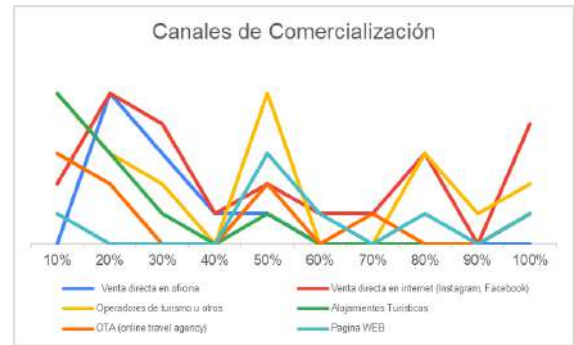


11.4.3 Principales Resultados Respecto de los Servicios Ofrecidos por los PST

- La mayoría ofrece visitas a atractivos turísticos.
- La mayoría ofrece servicios de excursiones de medio día o día completo.

- Pocas veces recibe consultas de Calama 48%, aunque la opción ocasionalmente y frecuentemente suman un 38%.
- El 58% tiene un valor entre los \$20.000 y los \$60.000 en excursiones regulares de medio día.
- Los segmentos de clientes son variados, destaca el turista nacional, familias y en algunos casos solo Internacionales.
- La mayoría no posee alianzas comerciales con OOTT.
- El origen de los clientes son países limítrofes, Brasil, Argentina, Estados Unidos, Canadá y Europa.
- Las ventas se concentran en otros OOTT, Otas, y venta en internet. No siendo la página web el principal medio de venta, si las RRSS.







12. OFERTA TURISMO INDÍGENA O RURAL RELACIONADA

Diversas instituciones han incorporado Programas de Apoyo para el Desarrollo de Turismo Rural e Indígena. Es el caso del Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP) con sus programas Servicios Asesoría Técnica (SAT), Sello Manos Campesinas y el Programa de Turismo Rural; la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI) con sus programas de Fomento, de Riego y Reparación de Techumbres; la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) por medio de su Programa Territorial Integrado (PTI), Red de Mercado y Programa de Formación de Capital Humano (PFC), y así podemos nombrar el Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS), la Fundación para la Promoción y Desarrollo de la Mujer (PRODEMU), y SERNATUR con sus programas para articular difundir y promover los productos y servicios turísticos con pertinencia indígena. Sin embargo, la realidad es que el Turismo Indígena posee características propias: Es Rural, es a baja escala, es sensible a procesos relativos a la cultura como por ejemplo la Gentrificación²⁹ y la Aculturación³⁰, esto cuando no ha sido bien planificado.

Otro elemento a destacar es la generación de una gran cantidad de programas de Fomento y Desarrollo Turístico orientados a inversiones en activos fijos, implementación de servicios de Alojamientos y Alimentación, lo que no garantiza un incentivo a la visitación. Una de las grandes debilidades del sistema de fomento ha sido la articulación con otros mercados, la identificación de nichos, la colaboración y creación de redes entre los prestadores de servicios de Turismo Indígena y Rural con el fin de generar actividades que permitan a los visitantes tomar la decisión de visitar la comuna y generar Gasto Turístico.

La Región de Antofagasta tiene en su territorio a uno de los tres destinos turísticos de Clase Mundial, San Pedro de Atacama. Este poblado de la Provincia de El Loa concentra una amplia oferta de Servicios Turísticos para diferentes segmentos e intereses. Sin embargo, el destino no ha sido capaz de incorporar la oferta de Turismo Indígena como un Valor Turístico.

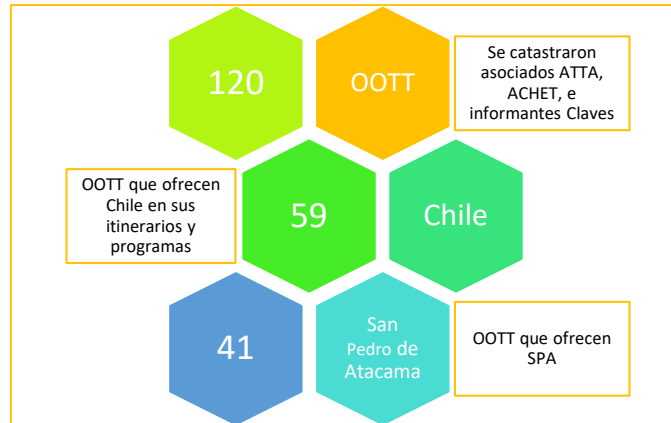
Para entender el fenómeno del Turismo Rural, Indígena o Comunitario tenemos que aceptar que los esfuerzos de las instituciones han sido desarticulados, sin embargo, en el tiempo han permitido sostener algunos emprendimientos y desarrollar otros, pero su presencia en las redes de comercialización es casi inexistente, y la que existe es imperceptible.

²⁹ 1. f. Urb. Proceso de renovación de una zona urbana, generalmente popular o deteriorada, que implica el desplazamiento de su población original por parte de otra de un mayor poder adquisitivo.

<https://dle.rae.es/gentrificaci%C3%B3n>

³⁰ Proceso donde la interacción entre distintas culturas ejerce una superposición y finalmente un cambio en el comportamiento de los individuos que adhieren a una de las culturas que prevalecen. (consultor)

Esquema 5 Oferta relacionada Rural e Indígena



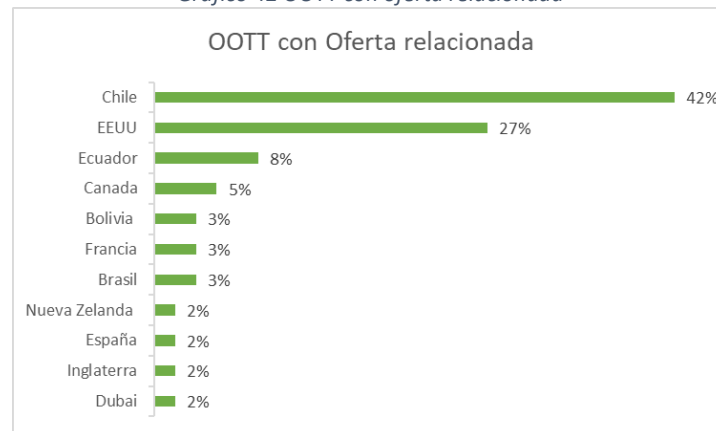
Fuente: STM Consultores, 2018.

La oferta de Turismo Rural e Indígena está constituida por estadías de dos a cinco noches en San Pedro de Atacama (SPA), con una oferta de excursiones a los principales atractivos del destino, sin embargo, el turismo indígena, comunitario o rural no están explícitos en su oferta. La excepción a lo anterior es Travolution, quienes tienen su oferta definida como Comunitaria y es evidente el objetivo del contacto con las culturas locales que visitan. Otro aspecto relevante es que varios operadores tienen una oferta asociada a los servicios turísticos de hoteles establecidos en SPA.

Un aspecto a relevar por la investigación realizada es que, si bien el destino identificable es el desierto de Atacama y San Pedro de Atacama, también existe otra área de la Provincia de El Loa denominada “Destino Emergente Calama-Alto El Loa”, que tiene un alto potencial de desarrollo asociado al Destino Salar de Uyuni con los viajeros que ingresan o salen hacia y desde Bolivia por el paso Ollagüe. Siendo este un circuito con Atractivos Naturales y Culturales importantes en vías de desarrollo turístico. Es así, como algunas descripciones de itinerarios mencionan Caspana, Chiu Chiu, Lasana, Ollagüe, Geiser del Tatio en Alto El Loa, y Machuca, Vilama, Toconao en Atacama La Grande.

A continuación, se presenta un gráfico con los resultados del análisis de la oferta de OOTT con productos y experiencias relacionadas al destino Desierto de Atacama y San Pedro de Atacama.

Gráfico 42 OOTT con oferta relacionada



Fuente: Elaboración Propia

12.1.1 Feria de la Biodiversidad

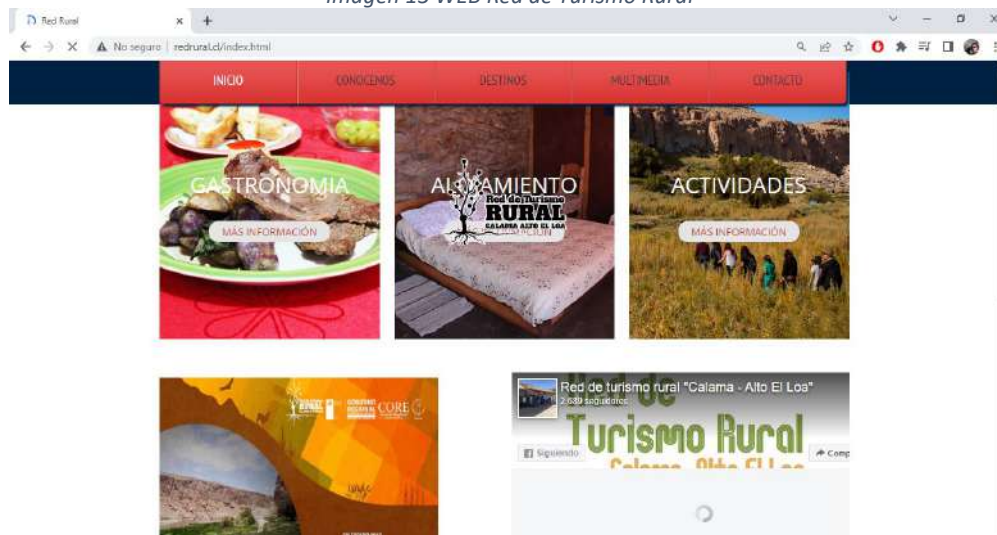
La "Feria de la Biodiversidad" es un excelente panorama para compartir en familia y conocer más de las costumbres, de la gastronomía y de los oficios que todavía cultivan los habitantes de la provincia de El Loa.

A trece años de su creación la "Feria de la Biodiversidad" impulsada por el Área de Turismo de la Corporación de Cultura y Turismo de Calama, sigue siendo una tremenda vitrina para que los agricultores, artesanos y emprendedores del Alto El Loa den a conocer sus productos. Esta feria puede estar instalada en diferentes lugares de la ciudad como la Plaza 23 de Marzo, Parque El Loa o Centros Comerciales.

12.1.2 Red de Turismo Rural Calama Alto El Loa

Se crea el año 2013 impulsada por el programa de Turismo Rural de INDAP. Tiene 24 emprendimientos entre alojamientos, gastronomía, artesanías y actividades turísticas. Anualmente organiza ferias costumbristas. Reúne emprendedores de todo el destino emergente Calama Alto El Loa, incluyendo Ollagüe. En la actualidad se identifica como la red de turismo más importante de la comuna por su articulación público - privado y la representación territorial.

Imagen 13 WEB Red de Turismo Rural



Fuente : <http://www.redrural.cl/index.html>

13. RUTAS E ITINERARIOS PATRIMONIALES Y TURÍSTICOS

13.1 Itinerarios Culturales ICOMOS³¹

Los Itinerarios Culturales se inscriben en un contexto natural y/o cultural en el que inciden y que contribuyen a caracterizar y a enriquecer con nuevas dimensiones, dentro de un proceso interactivo.

³¹ International Council on Monuments and Sites [ICOMOS], CARTA DE ITINERARIOS CULTURALES Elaborada por el Comité Científico Internacional de Itinerarios Culturales (CIIC) del ICOMOS Ratificada por la 16ª Asamblea General del ICOMOS, Quebec (Canadá), el 4 de octubre de 2008.



Un Itinerario Cultural conecta e interrelaciona geografía y bienes patrimoniales muy diversos, formando un todo unitario. En los Itinerarios Culturales y en su entorno están presentes sus diversos paisajes naturales o culturales, que son uno más entre los componentes del Itinerario y no deben ser confundidos con éste. Los diversos paisajes, que presentan características propias y distintivas según las diferentes zonas, regiones y comarcas, contribuyen a caracterizar las distintas secciones del conjunto del Itinerario enriqueciéndolo con su diversidad.

13.2 Rutas Turísticas

Una ruta turística “es un recorrido que une varios centros turísticos o enlaza atractivos turísticos, los que se muestran al visitante de forma cohesionada y ordenada” (Poss,2011).³²

En los últimos años asistimos a la multiplicación de rutas e itinerarios turísticos por todos los rincones del planeta (Briedenhann y Wikens, 2003; Denstadli, y Jacobsen, 2010; López-Guzmán y Sánchez, 2008; Rengifo, 2006). En su diversidad, estos productos coinciden en poner en el mercado un territorio que, por sus características y valores presuntamente singulares, pretenden atraer la visita de consumidores potenciales. A diferencia de etapas pasadas en las que lo habitual era que la oferta la constituyera un destino específico, ya fuera éste un paraje, localidad, monumento del pasado o espacio para el placer, en la actualidad la oferta se diversifica al comercializarse un territorio completo que, bajo un denominador común, trata de conducir a los visitantes siguiendo un recorrido definido y delimitado. El fenómeno supone la extensión del modelo de guía turística del ámbito urbano a espacios más amplios, contribuyendo a la expansión de la actividad a territorios anteriormente poco transitados o a la ampliación de un mercado preexistente. Al igual que las guías que orientan la visita en las ciudades, las rutas pretenden conducir las actividades resaltando qué es lo que merece la pena conocerse del nuevo territorio turístico. Para ello, son construidas narrativas que reelaboran e incluso generan nuevas imágenes y significados de los lugares, subrayando determinados aspectos considerados sugestivos aun cuando puedan ser del todo ajenos a las poblaciones que habitan dichos entornos.³³

Estos recorridos turísticos, que toman distintas denominaciones tales como corredores, rutas, circuitos, caminos o itinerarios, tratan de diferenciarse de sus competidores resaltando determinados recursos que están presentes en el territorio o que son imaginados y creados artificialmente.³⁴

13.3 Rutas Patrimoniales Ministerio Bienes Nacionales (BBNN)

El Programa de Rutas Patrimoniales, es creado en el año 2001 respondiendo a la necesidad de proveer a la ciudadanía de recorridos gratuitos y autoguiados para la puesta en valor del patrimonio cultural fiscal. Desde entonces y durante los últimos 20 años, el Ministerio de Bienes Nacionales ha desarrollado e implementado 76 recorridos a lo largo de todo el territorio nacional, ampliando hasta lo más

³² Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR], Manual Paso a paso para el Diseño de Productos Turísticos integrados» Subdirección de Productos y Destinos Sustentables, diciembre 2015.

³³ Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales Javier Hernández Ramírez. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. ISSN 1695-7121 Universidad de Sevilla (España)

³⁴ Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales Javier Hernández Ramírez. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. ISSN 1695-7121 Universidad de Sevilla (España)

recóndito de Chile una red cultural y patrimonial que le ha permitido a visitantes nacionales y extranjeros poder experimentar la cultura y el paisaje a lo largo del país.

La Ruta Patrimonial Oasis del Desierto de Atacama consta de dos grandes rutas: la Ruta Patrimonial San Pedro de Atacama y la Ruta Patrimonial Chiu Chiu - Lasana. La primera recorre aproximadamente 42 kilómetros y corresponde a la localidad y alrededores de San Pedro de Atacama (2438 metros de altura), situada a 104 kilómetros al sureste de Calama, capital provincial, y tiene como punto de inicio y término, el poblado del mismo nombre. Organizada en cuatro diferentes circuitos, esta Ruta incluye un interesante recorrido por el casco antiguo del pueblo, el hermoso valle del río San Pedro, el desierto árido y sus imponentes paisajes, sus sitios arqueológicos y sus poblados rurales. La segunda Ruta abarca una extensión aproximada de 27 kilómetros en el valle del río Loa desde la localidad de Chiu Chiu (2.500 metros de altura), ubicada a 36 kilómetros al este de Calama y concluye en el valle de Lasana (2.525 metros de altura). Está organizada en dos circuitos que permiten un recorrido por diferentes lugares de interés histórico, arqueológico y patrimonial, entre los que destacan la visita a una de las iglesias más antiguas de Chile, caminatas por roqueríos que exhiben valiosas pinturas y grabados rupestres, el recorrido por un pucará o antigua fortaleza indígena hoy restaurado y la posibilidad de disfrutar de los servicios y acogida de las actuales comunidades de la región.

Imagen 14 Folleto Ruta Patrimonial BBNN



Fuente: BBNN

14. RED DE MUSEOS DE CALAMA

La comuna de Calama tiene cuatro museos registrados en el Registro de Museos de Chile (RMC), que es la plataforma virtual de los museos del país, la cual cuenta con un directorio en línea de las diversas entidades, con sus características y servicios más relevantes. No obstante, la comuna no posee museos asociados al Servicio Nacional del Patrimonio Cultural, lo que puede representar una limitante para el fortalecimiento de la red.

Imagen 15 Museo de Historia Natural y Cultural del Desierto de Atacama

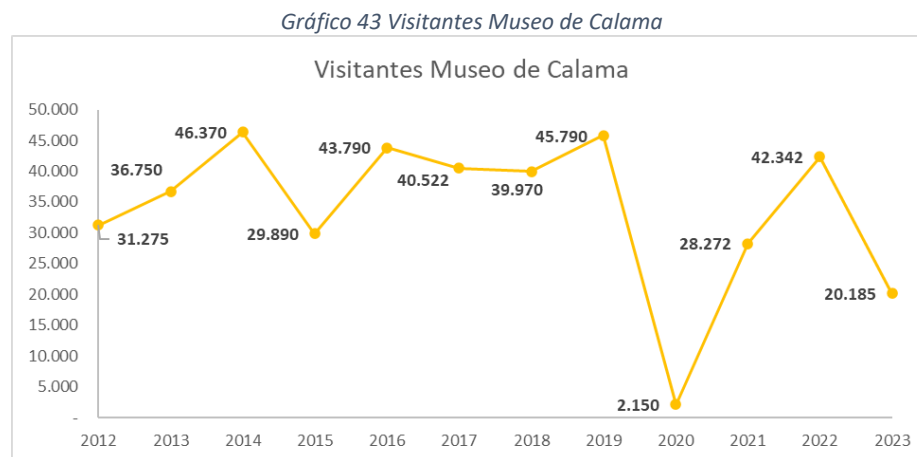


Imagen 16 Muestra Alfarería Museo de Caspana



Un proyecto al cual se dio inicio el año 2013 corresponde al Museo Minero, una iniciativa priorizada por la comunidad en el Plan de Desarrollo Sustentable Calama Plus. En la propuesta presentada se disponía con un diseño que consideraba la construcción de un edificio de 1.050 m², localizado en un terreno de 1,8 hectáreas, a aproximadamente dos kilómetros del centro de la ciudad en el sector del Peuco. El proyecto considera la construcción con una inversión de US\$ 5,3 millones aportada por Codelco. La licitación de la ingeniería de detalles y la museografía del recinto, se iniciaría el segundo semestre de 2016. Sin embargo, hasta el 2022 no hay avances en este proyecto.

El siguiente gráfico muestra la evolución de las vivitas al Museo de Historia natural y Cultural del Desierto de Atacama desde el año 2012 a mayo del años 2023:



Fuente: Museo de Historia Natural y Cultural del Desierto de Atacama



Los siguientes son los museos de la red y sus horarios de funcionamiento:

Museo de Historia Natural y Cultural del Desierto de Atacama

El Museo de Historia Natural y Cultural del Desierto de Atacama, se encuentra abierto de lunes a viernes de 9:00 a 13:00 horas y de 15:00 a 18:00 horas.

Museo Indígena Atacameño de Arqueología y Etnografía - Alto Loa - Valle de Lasana

Miércoles a domingo: 11:00 a 13:00 horas, y 15:00 a 18:00 horas.

Actualmente se encuentra cerrado por la instalación de energía solar.

Museo de Caspana

Martes a viernes 10:00 a 13:00 horas y 15:00 a 18:00 horas

Su visita tiene que ser informada dado que en ocasiones se encuentra cerrado en los horarios informados.

Museo Votivo del Pueblo de Ayquina

Martes a domingo de 10:00 a 13:00 horas y 15:00 a 18:00 horas.

Actualmente se encuentra cerrado.

Su visita tiene que ser informada dado que en ocasiones se encuentra cerrado en los horarios informados.

Si bien, algunas dependencias informan apertura los fines de semanas esto fue verificado en terreno y no se encuentran abiertos. Por otra parte, se propone que es de suma importancia poder extender el horario de atención del Museo de Historia Natural del Parque El Loa hacia los días sábados y domingos, así como generar las acciones de coordinación para la visita de los museos ubicados en las localidades del Alto El Loa.



15. MANO DE OBRA Y EMPLEABILIDAD EN TURISMO

Los datos de empleabilidad ³⁵en Turismo son generados por la Encuesta Nacional de Empleo (ENE) del Instituto Nacional de Estadísticas (INE). Según esta encuesta el año 2019 la región de Antofagasta tiene un 5,4% de personas empleadas en turismo, lo que corresponde a 16.835 colaboradores o personas empleadas en la actividad³⁶.

Sin embargo, para el periodo febrero abril del 2020 la tasa de ocupación en Turismo corresponde a un 2,9%, esta baja en la tasa de empleabilidad se justifica con el inicio de las restricciones mundiales por la contingencia sanitaria por COVID19.

Los datos y la observación en terreno permiten tener una idea de la cantidad de mano de obra del Turismo, en torno a la mano de obra se dan dos fenómenos. El primero es que la mayoría son personas que no son originarios de la región. El segundo es que pocos tienen ascendencia indígena.

La oferta de mano de obra calificada es menor a la demanda de capital humano que requiere la industria del turismo, por lo tanto, se requiere de mano de obra externa o foránea, en muchos casos sin especialización o con dominio de idiomas.

La mano de obra para el turismo está, en muchos casos, disponible esporádicamente dado que los servicios turísticos no son el principal ingreso de las personas locales, muchos colaboradores locales tienen empleos asociados a la gerencia o administración de negocios turísticos, y en otros casos la principal fuente de empleo es la industria minera. Esto justifica en parte que el empleo en turismo en la región de Antofagasta sea foráneo.

15.1 Educación Técnica Profesional vinculada al Turismo

La comuna mantiene una oferta de especialización en turismo o materias afines desde la Educación Técnico Profesional (ETP), la que se fortalece con la disponibilidad de carreras de carácter técnico ofertadas por Centros de Formación Técnica (CFT) e Institutos Profesionales (IP).

Tabla 24 Oferta de Especialización en Turismo (ETP)

Establecimiento Educativo	Especialización
LICEO ELEUTERIO RAMÍREZ MOLINA	Administración (menciones RR.HH. y Logística)
	Asistencia en geología
	Dibujo técnico
LICEO BICENTENARIO POLITÉCNICO CESÁREO AGUIRRE	Servicios de Hotelería
	Administración
LICEO JORGE ALESSANDRI RODRÍGUEZ	Contabilidad
	Programación
	Programa de Educación Intercultural Bilingüe
COLEGIO BICENTENARIO RÍO LOA	Gastronomía

Fuente: Elaboración Propia

³⁵ El empleo en turismo se mide según la actividad económica CIIU Rev.4 Sección I: Actividades de alojamiento y de servicio de comidas

³⁶ Reporte Laboral Sectorial, Observatorio Laboral Región de Antofagasta SENCE 2019

Tabla 25 Formación Técnica Profesional

Institución	Especialización
INACAP	Técnico de nivel superior en Turismo
	Gastronomía
AIEP	Técnico de Nivel Superior en Enfermería
	Técnico en nivel superior en Prevención de Riesgos
	Contabilidad General
CFT Estatal	Técnico en Nivel Superior en Administración de organizaciones

Fuente: Elaboración Propia

15.2 Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE)

Existe una oferta de programas de especialización en turismo y certificación de competencias laborales en el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE) y el Programa Chile Valora.

El Bono al Trabajo a la Mujer o #BTM es un beneficio en dinero que entrega el Estado para mejorar los ingresos de las mujeres trabajadoras que tengan entre 25 años y 59 años, 11 meses de edad, que trabajen de manera dependiente o independiente y que pertenezcan al 40% de las familias más vulnerables de la población.

El Subsidio al Empleo Joven es un beneficio en dinero que otorga el Estado para mejorar el ingreso de jóvenes de 18 a 24 años y 11 meses, que trabajen de manera dependiente o independiente y que pertenezcan al 40% más vulnerable de la población.

IFE Laboral Apoya es un incentivo para que los trabajadores, previamente cesantes, se empleen formalmente, otorgándoles un subsidio por la nueva relación laboral que se crea. Este beneficio se entrega directamente al trabajador, siempre que su remuneración bruta mensual no exceda de tres ingresos mínimos mensuales (actualmente \$1.230.000).

15.3 Chile Valora

La Comisión del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales, Chile Valora, es un servicio público que nace al alero de la Ley 20.267 del año 2008, cuya función principal es reconocer formalmente las competencias laborales de las personas mediante la certificación, independientemente de la forma en que las personas hayan adquirido los conocimientos y de si tienen o no un título o grado académico. Chile Valora tiene un marco de cualificación que se presenta a continuación:



El marco de cualificación evalúa tres dimensiones:



CONOCIMIENTOS: Se refiere a la información en términos de conceptos, objetos, eventos, fenómenos, símbolos y sistemas conceptuales sobre hechos, procedimientos, procesos y operaciones, que una persona adquiere, comprende y usa acorde a un determinado contexto.

HABILIDADES: Se refiere a diversos tipos de destrezas cognitivas, técnicas y comunicacionales que deben ponerse en práctica para resolver un problema, interactuar con otros y realizar una tarea física o mental con distintos niveles de complejidad.

CONTEXTO DE APLICACIÓN: Se refiere a la forma de afrontar las tareas y funciones propias de un cargo/trabajo, que implican un determinado nivel de autonomía, responsabilidad y toma de decisiones.

Tabla 26 Perfiles Laborales Turismo Chile Valora

N° perfiles laborales actualizados: 20

Gastronomía	Administrador de establecimientos gastronómicos
	Anfitrión
	Bartender
	Bodeguero
	Chef ejecutivo
	Despachador de comida rápida
	Jefe de partida
	Maestro de cocina
	Ayudante de cocina
	Maitre
	Monitor de comida rápida
	Pastelero
	Supervisor de líneas de servicios de casino
Hotelería	Botones
	Gobernanta(e)
	Mucama(o)
	Recepcionista
Turismo	Agente de viajes
	Guía de turismo general
	Informador turístico

Fuente: Chile Valora

16. COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA

La comuna de Calama posee un bajo nivel de comercialización turística, a pesar de poseer una planta turística suficiente para recibir turistas, los productos y experiencias turísticas tiene baja presencia en los establecimientos de alojamiento y de alimentación.

Desde los años 90 que se han realizado acciones de desarrollo turístico en Calama, sin embargo, el impacto económico ha sido bajo. Algunas causas son el bajo nivel de desarrollo de los emprendimientos, como el bajo nivel de difusión y posicionamiento de los PST, y la baja tasa de llegadas de turistas a establecimientos de alojamiento turístico.

Han sido varios los programas y planes de desarrollo que se han hecho cargo de generar acercamientos a modelos de comercialización turística, estos modelos tienen una base de involucramiento comunitario que define, al menos en lo rural, lo colaborativo, participativo y sostenible.

La comercialización se ha realizado a través de ferias, algunos OOTT, y campañas regionales, no siendo una acción permanente.

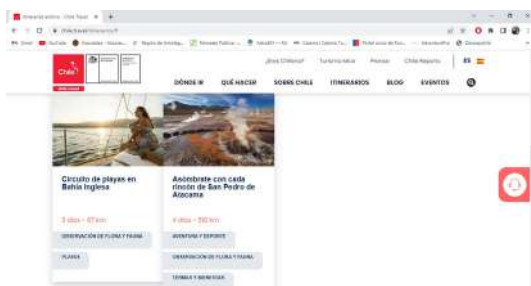
Los principales OOTT y Agencias de Viajes de Calama son:

- Sol del Desierto
- LANTUR Calama
- Expediciones El Loa
- Sotar Condi
- Turismo Cocha

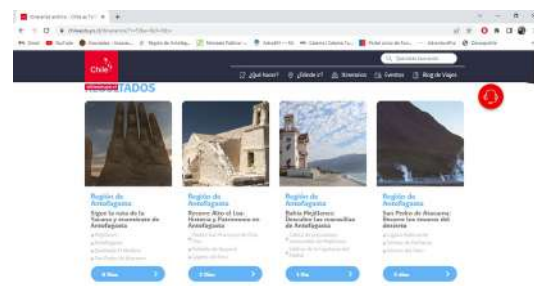
16.1 Presencia en el Marketing Nacional

La presencia del destino Calama – Alto el Loa está asociada al atractivo Géiser del Tatio y al destino San Pedro de Atacama.

La página www.chileestuyo.cl hace mención al Alto El Loa y la página www.antofagasta.travel menciona poblados y actividades relacionadas al Etnoturismo.



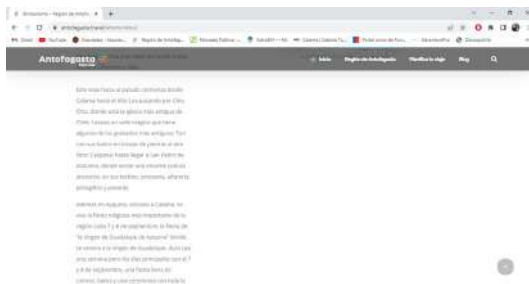
<https://www.chile.travel/itinerarios/#>



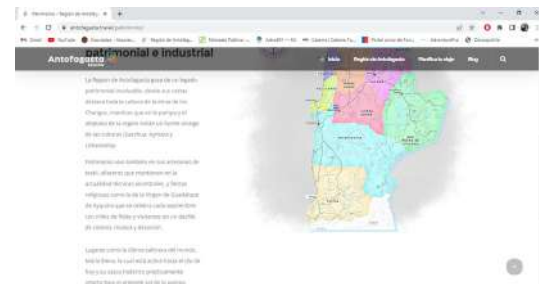
<https://chileestuyo.cl/itinerarios/?r=5&e=&d=&b=>



<https://chileestuyo.cl/destino/alto-el-loa/>



<https://antofagasta.travel/etnoturismo/>



<https://antofagasta.travel/patrimonio/>

16.2 Rutas Turísticas Regionales

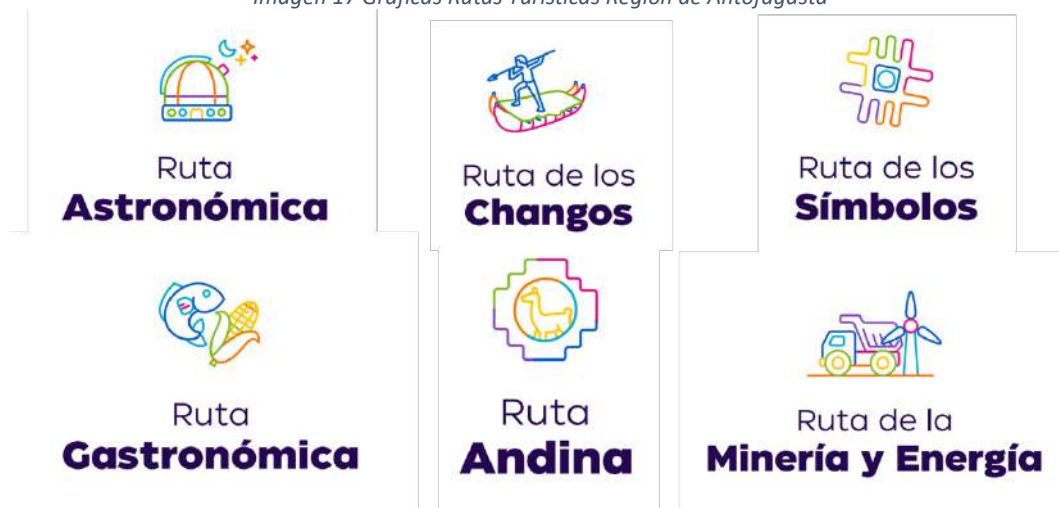
SERNATUR el año 2019 inicia la construcción de seis rutas turísticas en el marco del Plan de Turismo Sustentable Región de Antofagasta.

Se crean seis rutas turísticas asociadas a atractivos, servicios turísticos disponibles y la generación de un voucher de descuento para PST como promoción turística.

Se crea la página <https://antofagasta.travel/>

La simbología de las rutas se presenta a continuación:

Imagen 17 Graficas Rutas Turísticas Región de Antofagasta



La comuna de Calama está presente en cinco rutas, con excepción de la Ruta de Los Cambios que se circunscribe al borde costero de la región. Existe una plataforma de difusión <https://antofagasta.travel/>, sin embargo, el proceso de creación coincidió con la contingencia sanitaria COVID 19, por lo que los resultados aún no son visibles.

De acuerdo con información entregada por SERNATUR la Ruta de los Cambios al 2022 tiene varios circuitos, y se espera fortalecer la gobernanza del destino para su difusión. Además, la región de Antofagasta tiene una imagen que resulta de un proceso de co-construcción y que se plantea transformarse en la imagen región, esta imagen se presenta a continuación:





17. CALAMA HACIA UN DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE (DTI)

El desarrollo turístico de Calama tiene que disponer de las articulaciones y vinculaciones que permitan desde el inicio de este proceso de implementación del Plan generar mediciones de impactos, análisis técnicos de determinadas acciones turísticas que son parte de la sostenibilidad del desarrollo turístico del Plan.

Un destino Turístico Inteligente es un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y mejora la calidad de vida del residente.³⁷

17.1 Los Datos para el Desarrollo Turístico

La generación de datos estadísticos locales a partir de la información oficial y de la que pueda ser generada por la propia dirección de turismo es esencial para fortalecer la planificación turística comunal.

El plan de turismo establece una línea base para la evaluación de resultados tomando como referencia los datos de la Encuesta Mensual Alojamiento Turístico (EMAT) y los perfiles de la demanda generados a partir de estudios de mercado locales. Considerando lo anterior, es necesario que la dirección de turismo genere sus propias estadísticas, procesamientos y actualizaciones que sirvan de insumos para la industria del turismo local para su desarrollo.

En este sentido la Oficina de Información Turística (OIT) es lo que podríamos llamar el Observatorio Turístico Comunal y que se presenta como una oportunidad para el desarrollo turístico comunal.

Algunos indicadores que se tienen que analizar son:

- Encuesta Mensual de Alojamiento Turístico (EMAT) INE.
- Empleo en las Actividades Características del Turismo (ACT) INE.
- Número de visitantes a sitios de interés turístico. Estadística Local.

17.2 Índice de Saturación de Destinos (ISDT)

El Índice de Saturación de Destinos Turísticos (ISDT) es una herramienta de gestión que mide el estado de un conjunto de variables que permiten comprender el impacto del turismo en el territorio.

El índice entrega información para gestionar el desarrollo sustentable del turismo en el destino, procurando una experiencia turística de calidad, respetuosa de los activos ambientales, culturales, identitarios y paisajísticos; en miras a garantizar el bienestar de la población residente y la viabilidad de las actividades económicas en el largo plazo.

Los objetivos del ISDT son:

- 1) Respetar el bienestar de la población residente en el destino.

³⁷ <https://www.segittur.es/destinos-turisticos-inteligentes/proyectos-destinos/destinos-turisticos-inteligentes/>



- 2) Conservar los activos ambientales, culturales, identitarios, paisajísticos del territorio.
- 3) Identificar los aspectos que podrían determinar la saturación del destino turístico.
- 4) Apoyar la gestión y coordinación en el territorio.

El ISDT tiene cuatro dimensiones y desarrolla 17 indicadores:

Infraestructura y medioambiente

1. Capacidad de cobertura del sistema de evacuación de aguas servidas
2. Capacidad de cobertura del servicio de agua potable
3. Cobertura de electricidad
4. Recolección de residuos sólidos domiciliarios (RSD)

Capacidad del sector turismo y experiencia turística

5. Capacidad del sector turismo (medida en camas)
6. Disponibilidad de guías turísticos por visitante
7. Atractivos turísticos

Calidad de vida local

8. Salud (medida en atenciones de urgencia)
9. Presencia de población visitante
10. Acceso a áreas verdes
11. Viviendas (disponibilidad de viviendas)
12. Transporte
13. Incivildades (comercio ambulante, riñas, consumo de alcohol en la vía pública, etc.)
14. Cajeros automáticos

Gestión del destino turístico

15. Seguridad (robos y hurtos)
16. Inversión
17. Gestión para la atención turística

17.3 Políticas de Sostenibilidad

Establecer una política de sostenibilidad es una función esencial de la planificación turística, en tanto la política es capaz de enfocar los esfuerzos turísticos con un componente básico en el desarrollo turístico actual. En este sentido la GSTC ha implementado los Criterios Globales de Turismo Sostenible, estos criterios son aplicados en Chile por medio de la Distinción Turismo de Sustentable.

Los Criterios Globales de Turismo Sostenible de la GSTC³⁸ son una herramienta para aplicar la sostenibilidad y adquirir compromisos compartidos mínimos para desarrollar un destino turístico. Los objetivos principales que plantea la GSTC para un destino sostenible son:

- i. Demostrar una gestión sostenible del destino;
- ii. Maximizar los beneficios sociales y económicos para la comunidad receptora y minimizar los impactos negativos;

³⁸Global Sustainable Tourism Council [GSTC]. (2013). Criterios Globales de Turismo Sostenible para Destinos Turísticos.



- iii. Maximizar los beneficios para las comunidades, los visitantes y el patrimonio cultural y minimizar los impactos;
- iv. Maximizar los beneficios para el medio ambiente y minimizar los impactos negativos. Los Criterios están diseñados para que se utilicen en destinos de todo tipo y escala.

La distinción Turismo Sustentable (S) de SERNATUR se aplica en servicios turísticos, sin embargo, los principios planteados para una política de sostenibilidad aplican en diversos aspectos y componentes del desarrollo local por lo que la política de sostenibilidad turística es transversal y tiene que ser articulada y vinculante.

Los principios son:

- Contra de la explotación de los seres humanos en cualquiera de sus formas, especialmente la sexual y en particular cuando afecta a niños;
- Brindar igualdad de oportunidades laborales a miembros de la comunidad local sin discriminación alguna;
- Abastecerse localmente y contar con sistema de compras sustentables, privilegiando productos amigables con el medioambiente;
- Ofrecer la mejor calidad de servicios posible;
- Minimizar el impacto negativo que pudiesen tener sus operaciones turísticas en el medioambiente;
- Estimular la economía local;
- Aportar al desarrollo integral de la comunidad y del bienestar local;
- Aportar al desarrollo sustentable del destino turístico;
- Restauración, conservación y protección de los ecosistemas naturales y biodiversidad nativa;
- Restauración, conservación y protección del patrimonio cultural;
- Minimizar el consumo y hacer un uso eficiente del recurso acuífero y energético;
- Minimizar su generación y realizar una gestión responsable de los residuos;
- Ser un agente de cambio, alentando a la articulación de actores clave en el destino turístico;
- Estimular a clientes y proveedores a sumarse en el esfuerzo por realizar sus actividades de manera sustentable;
- Adherir a códigos y causas mundiales que aporten al desarrollo sustentable del turismo;
- Adherir a los principios del comercio justo;
- No afectar el bienestar de las comunidades locales;
- Medir los impactos de sus operaciones, a través de la medición de la huella de carbono, análisis de ciclo de vida u otros;
- Respeto a las comunidades locales y en especial a miembros de pueblos originarios;
- Velar por que las gestiones de transporte realizadas sean lo más eficientes posible;
- Poner en valor iniciativas propositivas realizadas por otros, sin importar si son privadas o estatales,
- Proveer información relevante, vigente y genuina a turistas y viajeros.

17.4 Política de Comercio Justo

Al mismo tiempo que se crea una política de sostenibilidad es pertinente establecer los principios mínimos de comercio justo para una gestión sostenible del destino Calama - Alto El Loa. A continuación, se proponen algunos principios para una política de comercio justo:

- Los productores locales son la prioridad en los procesos de abastecimiento.
- Se privilegiará a la producción sustentable, y las buenas prácticas productivas.
- El precio es fijado por el prestador de servicios turísticos, puede existir negociación.
- El pago por los servicios y productos a los PST puede incluir el pago por adelantado.
- El medio ambiente es un componente integral del desarrollo, por lo tanto, un elemento a proteger y minimizar los impactos del turismo.
- La comercialización tiene que acortar las cadenas de abastecimiento entre el productor y consumidor.
- El origen del producto o servicio y su producción es informada, es entregada a tiempo y es clara.



18. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

18.1 Visión

Al 2032 transformar a la comuna de Calama en un destino turístico reconocido a nivel nacional e internacional con una diversidad de experiencias turísticas de turismo de intereses especiales. El turismo aporta a la puesta en valor, preservación y resguardo del patrimonio local de manera sustentable, con activa participación local en el desarrollo turístico como un sello distintivo. El turismo facilita la mejora en la calidad de vida de las comunidades receptoras y del entorno.

18.2 Misión

Promover las cualidades de la comuna de Calama, su patrimonio natural y cultural para el disfrute de los visitantes de origen nacional e internacional utilizando estrategias innovadoras para la captura de nuevos visitantes.

Su ejecución se enmarcará en las políticas públicas que Chile y la Región de Antofagasta han desarrollado.

Imagen 18 Vista Puesto Colgante y Torreón Parque el Loa



18.3 Mapa de Actores

La identificación de un ecosistema público privado para el desarrollo y gestión turística territorial articulada es relevante para el cumplimiento de los objetivos del plan de desarrollo turístico.

Es necesario entender que el Turismo es una actividad multisectorial, que requiere de distintos servicios, productos y regulaciones.

Para entender la complejidad de las interacciones de los actores se ha generado un esquema con tres niveles de relacionamiento y jerarquías.

En el nivel 1 se encuentra la planta turística, en el nivel 2 se encuentran las empresas y servicios que aportan a la cadena de valor turístico y en nivel 3 se encuentra la institucionalidad turística y otras organizaciones.

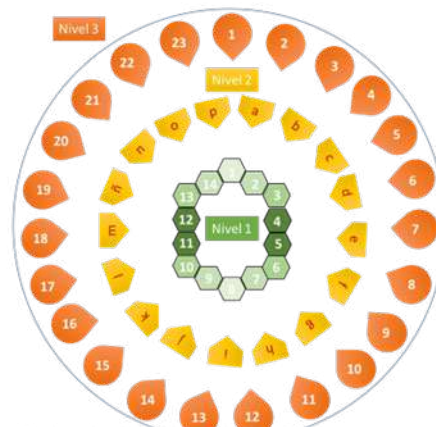
Esquema 6 Actores del Sistema Turístico

Nivel 1

1. Establecimientos de Alimentos y Bebidas
2. Establecimientos de Alojamiento Turístico
3. Operadores de Turismo y Agencias de Viajes
4. Empresas de Transporte Turístico
5. Transporte Público
6. Guías de Turismo
7. Proveedores especializados de actividades turísticas de aventura
8. Centros de Información Turística
9. Intermediación
10. Parques Recreacionales
11. Empresas de transporte aéreo
12. Empresas de transporte terrestre
13. Empresa ferroviaria
14. Empresas on-line de comercialización

Nivel 3

1. Municipalidad
2. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo
3. Ministerio de Obras Públicas
4. Ministerio de vivienda y urbanismo
5. Ministerio de Agricultura
6. Ministerio de Bienes Nacionales
7. Comisión Nacional de la Cultura y las Artes
8. Ministerio del Medio Ambiente
9. Ministerio del Interior
10. Ministerio de Salud
11. Gobierno Regional
12. Asociaciones Gremiales afines.



Nivel 2

- a. Empresas del sector agrícola - agroindustrial
- b. Empresas del sector ganadero
- c. Empresas del sector industrial
- d. Empresas del sector artesanal
- e. Museos
- f. Áreas Silvestres protegidas del estado
- h. Sitios arqueológicos
- i. Centros culturales (civiles – religiosos)
- j. Servicios de construcción
- k. Proveedores de equipamientos
- l. Empresas productoras de bebidas (alcohólicas y no alcohólicas)
- m. Empresas proveedoras de textiles
- n. Empresas proveedoras de soporte tecnológico
- o. Aseguradoras
- p. Empresas de bienes raíces

13. Organizaciones de la Sociedad Civil
14. Instituciones de Educación (técnicas, tecnológicas, universitarias)
15. Ministerio de Relaciones Exteriores
16. Instituciones Financieras
17. Empresas de energía y agua
18. Recicladoras
19. Instituciones de orden y seguridad.
20. Organismos no gubernamentales
21. Organismos multilaterales de desarrollo (OMT, OIT, BID, etc.)
22. Instituto Nacional de Estadísticas
23. Bomberos

Adaptado de Cabanilla, E (2020)

18.4 Evaluación del entorno externo e interno

A partir de los resultados de las jornadas participativas y de la revisión bibliográfica se procedió a construir el análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) del destino. La matriz FODA permite evidenciar que las oportunidades y fortalezas de la comuna de Calama para aumentar su presencia en el turismo nacional son altas, sin embargo, las debilidades y amenazas constituyen elementos donde enfocar las acciones de desarrollo turístico como una política de desarrollo comunal. Es necesario el involucramiento del municipio como un actor relevante para la coordinación y articulación del desarrollo turístico de manera sustentable.

Tabla 27 FODA Calama Turística

Fortalezas	Oportunidades
La comuna de Calama posee una planta turística amplia y de alto nivel	La variedad de atractivos y recursos disponibles para la visitación turística y la recreación.
La comuna de Calama tiene una variedad de atractivos turísticos con desarrollos turísticos de visitación	La disponibilidad de servicios turísticos en Calama ha aumentado, es diversa y variada
Los relatos tienen un sello calameño asociado a la cultura, la ciudad y el deporte.	El encadenamiento y puesta en marcha de un modelo de gestión turística.
La conectividad terrestre y aérea	La demanda turística de otros destinos regionales y nacionales
La resiliencia ante efectos adversos en torno a la cultura y el medio ambiente	Gran parte del ecosistema turístico está dispuesto a fortalecer el desarrollo turístico comunal
En los últimos años se han desarrollado programas que han permitido fortalecer el desarrollo turístico.	La implementación de un modelo de gestión turística rural y urbano
	El acercamiento entre los actores públicos y privados para potenciar el desarrollo del turismo asociado a una estrategia regional de desarrollo, innovación y turismo sustentable.
	La habilitación de espacios turísticos y de visitación asociados a proyectos regionales y nacionales.
	La legislación turística vigente posibilita el desarrollo turístico planificado, sustentable y experiencial.
Debilidades	Amenazas
Bajo nivel de asociatividad y representación en instancias de desarrollo turístico	Bajos niveles de seguridad pública
Bajo nivel presupuestario disponible para el desarrollo Turístico	La escasa planificación turística
Algunos sitios de visitación poseen baja capacidad de acogida.	Los bajos niveles de formalización de los negocios turísticos en lo rural
La falta de una visión identitaria compartida del habitante de la comuna de Calama	Las inversiones sectoriales son desarticuladas y limitadas
Baja calidad de algunos servicios turísticos	La promoción turística nacional y regional impulsa la visitación al alto el loa y no a Calama.
Altos niveles de contaminación por la industria extractiva Minera y Áridos	Numerosos recursos turísticos culturales y naturales carecen de medidas de protección efectivas
Carencia de regulación de desarrollo turístico comunal.	Visitación desorganizada y desinformada
Carencia de una estrategia de marketing y comercialización turística	La relación con la minería genera la sensación de una ciudad contaminada
La información turística se encuentra en pocos lugares.	Saneamiento rural insuficiente
Las actividades culturales, de entretenimiento no se vinculan como actividades turísticas	
Persiste la falta de agua potable y soluciones sanitarias en algunas localidades del Alto El Loa	

18.5 Brechas Estratégicas PLADETUR Calama

Para la construcción de las brechas estratégicas se utilizó una modalidad híbrida para la recolección de los datos. La primera consistió en el levantamiento de información en la etapa de difusión por medio de un tablero electrónico en línea Trello, y la segunda, en jornadas participativas como reuniones y talleres.

En el tablero de Trello se trabajó en base a cuatro temáticas, Alojamiento, Gastronomía, Operaciones e Informalidad. Se identificaron 36 tarjetas con problemas y algunos aportes para la solución de problemas. En las jornadas participativas se trabajó en base a cuatro ejes de desarrollo turístico: Cultura Turística, Atractivos Turísticos, Servicios Turísticos, Percepción e Imagen. A continuación, se muestra una tabla con una sistematización de los principales resultados del levantamiento de problemas:

Tabla 28 Resumen Identificación de problemas

Alojamientos	Gastronomía	Operaciones	Cultura Turística	Atractivos Turísticos	Servicios Turísticos	Percepción e Imagen
<ul style="list-style-type: none"> • Son pensados en Minería • Bajo interés en Promocionar el Turismo Local • Precio – Calidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Personal con baja Capacitación • Falta incorporar Productos Locales • Permisos • Precio - Calidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser el gran destino para el Turismo Minero • Información Turística • Seguridad Urbana • Escasez de alianzas • Anfitriones • Acceso a sitios naturales 	<ul style="list-style-type: none"> • Baja promoción • Bajo conocimiento histórico • Bajo fomento del Turismo Social • Falta capacitación • Educación Ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> • Se encuentran en malas condiciones • Información dispersa • Declaratorias de sitios son un acto político 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios y Atractivos turísticos poco difundidos. • El Acceso a servicios básicos • Educación Ambiental • Fomento del turismo • Guías locales • Falta Difusión • Capacitación • Información Turística • Idiomas 	<ul style="list-style-type: none"> • Somos una zona Minera • Baja seguridad • 3 P • Calama es feo • ¿Cuál es la identidad? • Baja promoción de Atractivos • Revertir Desventajas en virtudes

Fuente: Elaboración Propia

Como resultado del levantamiento de problemas en ambos mecanismos se identificaron 134 problemas que luego de su análisis resultaron en la construcción de 20 brechas estratégicas.

Esquema 7 Resultado proceso de construcción de Brechas



Fuente: Elaboración Propia

Una vez identificadas y construidas las 20 brechas estratégicas se procedió a analizar cada una bajo la metodología PESTA con el objetivo de agruparlas por el componente de desarrollo relacionado directamente, y se identificó su Causa y Efecto para facilitar su vinculación con las acciones estratégicas del plan.

18.6 Matriz PESTA

La matriz PESTA permite agrupar las brechas estratégicas de acuerdo a cinco factores, estos son:

Político: Se refiere a los factores políticos que intervienen en el desarrollo turístico, estos pueden ser regulaciones, restricciones, políticas internas y externas de desarrollo.

Económico: Se refiere a los factores económicos que afectan el desarrollo turístico, estos pueden ser fluctuaciones de la demanda, cambios macro y micro económicos.

Social: Se refiere a los factores sociales que inciden en el desarrollo turístico, estos pueden ser cambios en los hábitos de consumo de los mercados, conflictos en las sociedades emisoras y receptoras.

Tecnológico: Se refiere a la incorporación de tecnologías para el desarrollo turístico, estos pueden ser metodologías para generación de datos, incorporación de innovación tecnológica, tendencias tecnológicas de los usuarios.

Ambiental: Se refiere a los factores ambientales que inciden en la actividad turística, estos pueden ser contaminación, riesgos de desastres naturales, capacidades de carga.

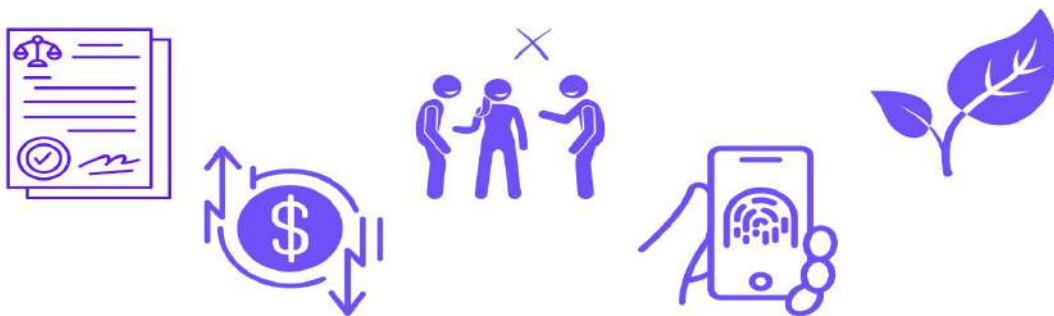


Tabla 29 Componente Político

Componente	N°	Brecha Estratégica	Causa	Efecto
Político	1	<i>Inexistencia de una gestión asociada a trabajar en torno a los requerimientos de infraestructura, transporte y habilitación turística del territorio.</i>	La comuna carece de organizaciones que generen representación en mesas de trabajo sectoriales.	Las decisiones de desarrollo comunal no incorporan las variables de desarrollo turístico.
	2	<i>Inexistencia de un compromiso transversal para que Calama se transforme en una comuna turística.</i>	El turismo ha tenido una relación con espacio rural con variadas restricciones sin poner en valor el patrimonio urbano.	La baja tasa de visitación no permite sostener la regularidad del negocio turístico.
	3	<i>Carencia de un plan de intervención y recuperación de espacios, limpieza, seguridad y mitigación de problemáticas que afectan el buen vivir y al desarrollo sostenible de la actividad turística.</i>	La comuna posee variadas debilidades en calidad de vida de sus habitantes que se refleja en el bajo potencial de desarrollo turístico.	La ciudad y algunas localidades tienen debilidades de manejo de residuos, localización, saneamiento que no permiten la formalización de los emprendimientos turísticos.
	4	<i>No existen ordenanzas que regulen la estética del entorno, en términos de paisajismo y arquitectura y que responda a la identidad territorial.</i>	Los acuerdos de diferentes instancias de desarrollo turístico no se han reflejado en instrumentos de planificación turística.	Existe una reticencia a avanzar sin tener las regulaciones pertinentes.
	5	<i>Carencia de un trabajo conjunto que responda a la generación de planes educativos y de capacitación, en torno al conocimiento y utilización sostenible del patrimonio.</i>	Los planes de capacitación son ejecutados en grupos de interés reducidos.	El capital humano disponible no está identificado.

Tabla 30 Componente Económico

Componente	N°	Brecha Estratégica	Causa	Efecto
Económico	6	<i>Desconocimiento de servicios turísticos; de procesos, apoyo y requerimientos para la formalización de los mismos.</i>	Bajo nivel de registro de PST.	Los PST no se informan de las oportunidades de las redes de fomento y desarrollo.
	7	<i>No existe una red de apoyo al fomento de la actividad turística en torno a disponibilidad de espacios habilitados con información (general, de seguridad y turística), transporte a zonas rurales, entre otros.</i>	Bajo nivel de gestión de los espacios turísticos.	Se esperan retornos económicos rápidos, lo que, al no suceder, desincentiva la permanencia del emprendimiento.
	8	<i>Falta de articulación y encadenamiento entre los servicios turísticos de la comuna y su vinculación con el resto de la Región.</i>	La baja asociatividad ralentiza los procesos articulación y vinculación entre el ecosistema turístico.	Las actividades turísticas son relacionadas a eventos.
	9	<i>No existe un proyecto que propenda a la implementación de un espacio que reúna a la oferta turística y que informe en torno al territorio.</i>	Los bajos niveles de articulación público - privado en la comuna.	Los esfuerzos de marketing de los PST son individuales e insuficientes.
	10	<i>No existen programas que integren diversos atractivos, pueblos y actividades en la comuna</i>	Los bajos niveles de articulación público - privado en la comuna.	La visitación turística supone un riesgo para la preservación de los sitios de visitación.

Tabla 31 Componente Social

Componente	N°	Brecha Estratégica	Causa	Efecto
Social	11	<i>Deficiencias de formación y capacitación en materias turísticas y asociadas.</i>	Los planes de formación son limitados.	Los capacitados no logran insertarse en la actividad turística comunal.
	12	<i>Baja presencia de iniciativas turísticas: guías locales, gastronomía y servicios, que aporten valor para la generación de productos experienciales.</i>	La falta de una planificación turística no permite la divulgación de las actividades turísticas presentes en el territorio.	Los esfuerzos de marketing de los PST son individuales e insuficientes.
	13	<i>Carencia de una imagen y un relato turístico identitario y unificado.</i>	La imagen turística esta compartida entre lo rural, indígena y urbano.	Los relatos están disociados y no logran generar una imagen compartida.
	14	<i>Inexistencia de programas que permitan articular a los prestadores de servicios turísticos locales y los visitantes.</i>	La falta de articulación y de vinculación entre los PST.	La información sobre experiencias turísticas disponibles es escasa.

Tabla 32 Componente Tecnológico

Componente	N°	Brecha Estratégica	Causa	Efecto
Tecnológico	15	<i>Inexistencia de una estrategia de marketing que permita generar, ordenar y priorizar información con respecto a mercados actuales y potenciales.</i>	La falta de una planificación turística no permite la divulgación de las actividades turísticas presentes en el territorio.	Los esfuerzos de marketing de los PST son individuales e insuficientes.

Tabla 33 Componente Ambiental

Componente	N°	Brecha Estratégica	Causa	Efecto
Ambiental	16	<i>Baja cantidad de recursos turísticos puestos en valor.</i>	No existen medidas de gestión turística y de preservación implementadas en los sitios patrimoniales y turísticos.	La visitación turística supone un riesgo para la preservación de los sitios de visitación.
	17	<i>Carencia de planes y recursos para la utilización sostenible del patrimonio.</i>	La falta de una planificación turística no permite la divulgación de las medidas de mitigación de impactos para la actividad turística.	La visitación turística supone un riesgo para la preservación de los sitios de visitación.
	18	<i>Carencia de protección de sitios arqueológicos y su conformación como museos de sitio.</i>	No existen medidas de gestión turística y de preservación implementadas en los sitios patrimoniales y turísticos.	La visitación turística supone un riesgo para la preservación de los sitios de visitación.
	19	<i>Escasa utilización del conocimiento existente entre ciertos habitantes del territorio para ponerlo a disposición del turismo.</i>	Las investigaciones, relatos y estudios están en niveles alejados del turismo.	El ecosistema turístico no lo incorpora en su desarrollo.
	20	<i>Falta de programas de conciencia turística a nivel comunal.</i>	Los programas han tenido un mayor desarrollo en la zona rural.	El PST no logra articular con el sistema turístico.

19. DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA

El modelo de desarrollo turístico comunal es un instrumento de planificación que tiene tres pilares:



Fortalecimiento Turístico
Municipal



Atracción de Visitantes



Desarrollo de proveedores y
Experiencias Turísticas

Considerando la variedad de atractivos, pueblos y ambientes que están a disposición de la actividad turística, así como de los servicios turísticos disponibles, es necesario plantear algunas consideraciones:

- La visitación turística tiene que ser organizada y planificada
- Todos los atractivos del destino Calama - Alto El Loa tienen una capacidad restringida de recepción de visitantes.
- En los primeros años se tiene que trabajar a nivel de pilotos con turismo de proximidad.
- Se tiene que establecer responsabilidades de operación turística
- La planta turística instalada tiene que transformarse en la base del desarrollo turístico.

Imagen 19 Catastro de Atractivos Turísticos comunales



Fuente: Catastro de Atractivos Turísticos SERNATUR

19.1 Destino Turístico Sustentable e Inteligente

Enfocarse en un destino turístico sustentable e inteligente son los focos del plan y se plantea cinco desafíos:

- Municipalidad Turística: La municipalidad de Calama con la distinción Municipalidad Turística.
- Centros de recepción de visitantes: Al menos cuatro centros de recepción de visitantes (CRV).
- Empleabilidad: un plan de empleabilidad ligado a los CRV y otros atractivos turísticos.
- Generación de estadísticas actualizadas y adecuadas para la planificación.
- Relato de los informadores turísticos: una narrativa consensuada y autentica del territorio.

19.2 Institucionalidad Municipal para el Desarrollo Turístico

Artículo 1º de la Ley N°18.695 / 2002, “Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades”, establece que “las Municipalidades son corporaciones autónomas de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuya finalidad es satisfacer las necesidades de la comunidad local y asegurar su participación en el progreso económico, social y cultural de las respectivas comunas”.³⁹

En el Artículo 3º de la Ley se determinan las siguientes funciones de los Municipios, todas las cuales están de alguna u otra forma relacionado con el desarrollo sustentable del turismo:

- a) Elaborar, aprobar y modificar el Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO) cuya aplicación deberá ser armónica con los planes regionales y nacionales;
- b) La planificación y regulación de la comuna y la confección del plan regulador comunal, de acuerdo con las normas legales vigentes;
- c) La promoción del desarrollo comunitario;

³⁹ Manual de Buenas Prácticas Municipalidades, 1º edición junio 2012, SERNATUR



- d) Aplicar las disposiciones sobre transporte y tránsito públicos, dentro de la comuna, en la forma que determinen las leyes y las normas técnicas de carácter general que dicte el ministerio respectivo;
- e) Aplicar las disposiciones sobre construcción y urbanización, en la forma que determinen las leyes, sujetándose a las normas técnicas de carácter general que dicte el ministerio respectivo,
- f) El aseo y ornato de la comuna.

El Artículo 4º de la Ley determina funciones que los municipios podrán desarrollar directamente y/o con otras instituciones públicas. Muchas de estas funciones están directa e indirectamente relacionadas con la sustentabilidad turística, tales como:

- a) La educación y la cultura;
- b) La salud pública y la protección del medio ambiente;
- c) La capacitación, la promoción del empleo y el fomento productivo;
- d) El turismo, el deporte y la recreación;
- e) La urbanización y la vialidad urbana y rural;
- f) El transporte y tránsito públicos;
- g) La prevención de riesgos y la prestación de auxilio en situaciones de emergencia o catástrofes;
- h) El apoyo y el fomento de medidas de prevención en materia de seguridad ciudadana y colaborar en su implementación, sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso tercero del artículo 90 de la Constitución Política;
- i) La promoción de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres,
- j) El desarrollo de actividades de interés común en el ámbito local.

Cabe destacar que el Decreto con Fuerza de Ley Nº 1 / 2006, del Ministerio del Interior, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley Nº 18.695 / 2002, señala en su artículo 25 que, a la unidad municipal encargada de la función de medio ambiente, aseo y ornato le corresponderá velar por:

- a) El aseo de las vías públicas, parques, plazas, jardines y, en general, de los bienes nacionales de uso público existentes en la comuna;
- b) El servicio de extracción de basura;
- c) La construcción, conservación y administración de las áreas verdes de la comuna;
- d) Proponer y ejecutar medidas tendientes a materializar acciones y programas relacionados con medio ambiente;
- e) Aplicar las normas ambientales a ejecutarse en la comuna que sean de su competencia;
- f) Elaborar el anteproyecto de ordenanza ambiental. Para la aprobación de la misma, el concejo podrá solicitar siempre un informe técnico al Ministerio del Medio Ambiente.

Toda municipalidad que prioriza el desarrollo del turismo debiera contar, además del PLADETUR, con una Oficina Local y Coordinador de Turismo.

Las principales funciones del Coordinador son:

- 1) Asesorar al alcalde y al Concejo Municipal en materia de turismo en la comuna;



- 2) Elaborar políticas, planes y proyectos específicos destinados al desarrollo y promoción del turismo en la comuna;
- 3) Mantener vínculos con el Servicio Nacional de Turismo, en su calidad de organismo técnico especializado a fin de coordinarse y colaborar en el fortalecimiento de la actividad turística en la comuna;
- 4) Establecer contactos permanentes con las agencias públicas relevantes y con el sector privado vinculado al turismo;
- 5) Mantener información actualizada y elaborar programas de difusión sobre las características del turismo en la comuna;
- 6) Realizar estudios sobre su desarrollo potencial;
- 7) Crear programas sociales con la finalidad de dar oportunidades a la comunidad local de bajos ingresos para acceder al turismo;
- 8) Supervisar el cumplimiento de las Ordenanzas, Decretos, Convenios y Contratos que mantenga el Municipio con terceros en materias relacionadas con el turismo;
- 9) Coordinar con organizaciones del sector público y privado, la realización de eventos que tengan relación con el turismo.

19.2.1 Convenio de Colaboración Turístico Regional

La Municipalidad de Calama participa de un convenio de colaboración con la Asociación de Municipios de la Región de Antofagasta (AMRA), que se firmó el 26 de Septiembre del 2022, en la localidad de San Pedro de Atacama, en el marco de la celebración del Día Internacional del Turismo.

El convenio estipula dos ejes que son la colaboración para el desarrollo turístico sustentable y la obtención de la Distinción Municipalidad Turística de SERNATUR.

El artículo cuarto del convenio de colaboración indica lo siguiente :

a.1 Fortalecer el desarrollo sustentable de los destinos, a partir de un enfoque territorial integrado que promueva la articulación de actores locales y regionales, esto, por medio de dos mecanismos:

a.1.1 La postulación de las municipalidades de la región de Antofagasta para la obtención de la distinción de Municipalidad Turística, y su permanencia, con miras a convertirnos en la primera región en obtenerla de forma conjunta, todo ello con su enfoque de trabajo colaborativo entre los municipios. Por otro lado, la comuna de San Pedro de Atacama, al ser el primer destino en obtener la distinción mencionada, se compromete al acompañamiento y orientación de los demás municipios para la implementación de los requisitos de cumplimiento obligatorio.

A.1.2 Instituir la Mesa Regional de Turismo Municipal, cuyo objetivo será generar instancias de coordinación, y articulación, afín de identificar las necesidades generales de la región y las necesidades particulares de los territorios, relevando la búsqueda de soluciones. La misma debe sesionar a lo menos tres veces al año de forma presencial, salvo que las circunstancias lo impidan y cuyos protocolos de funcionamiento deben ser acordados en la primera sesión de la misma.

La Distinción de Municipalidad Turística tiene nueve elementos o criterios básicos, estos son:

1. Liderazgo y Compromiso de la Alta Dirección



2. Visión Estratégica y Plan de Desarrollo Turístico
3. Capital Humano
4. Presupuesto del área de turismo
5. Unidad de Turismo
6. Comité de Turismo
7. Programas de Gestión Turística Municipal
8. Sistema de Información y Estadísticas
9. Resultados

19.3 Organización Turística Interna del Municipio

La Municipalidad de Calama tiene una organización compuesta por la alcaldía, secretaría y administración municipal y 12 áreas al nivel de dirección. Las áreas que conforman el desarrollo turístico tienen una baja vinculación en el desarrollo turístico, si bien, es un área de trabajo casi transversal, las acciones de las distintas direcciones municipales poseen un grado de desarticulación para el desarrollo turístico comunal.

El desarrollo turístico está bajo la administración de la Corporación de Cultura y Turismo de Calama (CCTC). La Corporación tiene entre sus áreas de trabajo:

- DIRECCIÓN DE BIBLIOTECA
- DIRECCIÓN PATRIMONIO Y MUSEO
- DIRECCIÓN DE CULTURA
- DIRECCIÓN DE TURISMO
- GESTIÓN CULTURAL Y PROYECTOS
- DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES
- DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN

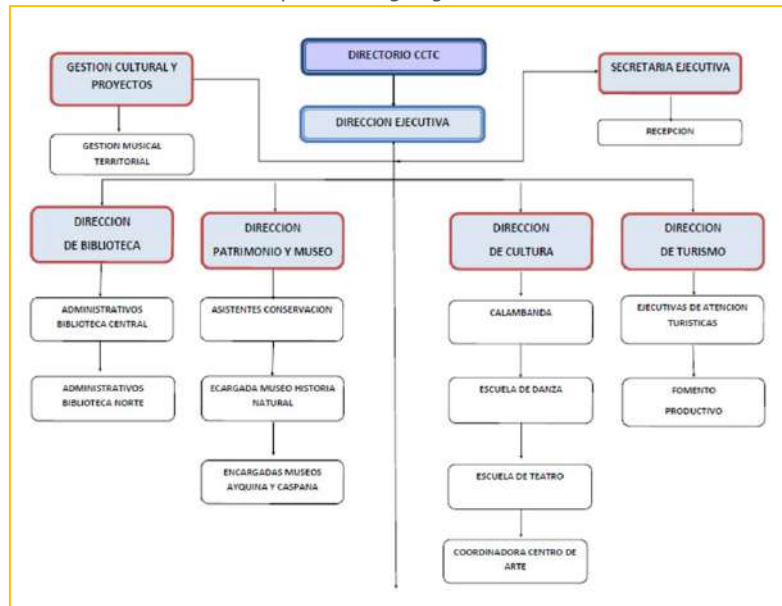
La Corporación Cultural y Turismo de Calama (CCTC) fue creada por decreto supremo n°352 con fecha 14 de abril de 1982, es una corporación de derecho privado sin fines de lucro.⁴⁰

La Dirección de Turismo está compuesta por una Dirección, dos ejecutivas de atención turística y un encargado de Fomento Productivo.

A continuación el organigrama del CCTC :

⁴⁰<https://www.portaltransparencia.cl/PortalPdT/documents/10179/62801/2.2.1.++ESTATUTOS.pdf/db5ead0c-f24a-4a8c-a128-7e1c03e9e5e8>

Esquema 8 Organigrama CCTC



Fuente: CCTC

Desde sus inicios la Corporación ha velado por el desarrollo cultural y turístico de la comuna y sus habitantes. En la actualidad es la organización que lidera la ejecución y coordinaciones de las diferentes actividades culturales y turísticas que se realizan en la comuna. A continuación se mencionan algunas de las actividades recurrentes en la CCTC:

- Teatro FENTIC
- Feria de la Biodiversidad
- Museo en tu escuela
- Red de Museos
- Oficina de Información Turística
- Circuitos Guiados Parque El Loa
- Titanes Esculturales
- Feria de la Provincia del Loa FEPLOA (Depto. Andino con colaboración CCTC)

La dirección de Turismo y Fomento al año 2022 no cuenta con un presupuesto que permita ejecutar acciones de desarrollo turístico de alto impacto. Sin embargo, la dirección puede gestionar y apalancar recursos de algunos programas públicos y privados.

Entre las principales acciones se encuentran la adjudicación de dos concursos Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR) de Turismo Sustentable que han permitido ejecutar el Circuito de la Necrópolis en el cementerio de Calama y la Ruta del Peregrino camino a Ayquina.

Para el año 2023 la dirección de Turismo considera la incorporación de las siguientes actividades :

- Tour Estadio Zorros del Desierto

- Tour de la Necrópolis
- Ruta Flora y Fauna
- Ruta Patrimonial Parque El Loa
- Restauración réplica de Iglesia de Chiu Chiu
- Circuito Borde Río Inclusivo con vehículo eléctrico
- Circuito de Fauna Silvestre del Río Loa
- Circuito Parque El Loa, un lugar para aprender de especies arbóreas

La Dirección de Turismo mantiene una Oficina de Información Turística y el área de Fomento Productivo, responde a dirección ejecutiva de la Corporación de Cultural y Turismo de Calama CCTC.

Este plan propone una modificación en la estructura organizacional del municipio integrando la Dirección de Turismo a la planta municipal, y la Oficina de Información Turística, se sugiere Oficina de Información y Operación Turística a cargo de la CCTC, o toda el área a cargo de la Dirección de Turismo.

La dirección de Turismo tiene un plan de actividades que suponen un presupuesto estimado anual, lo que se plantea como una oportunidad para implementación.

Imagen 20 Titanes Esculturales





20. FORTALECIMIENTO TURÍSTICO MUNICIPAL

Un PLADETUR requiere contar con tres factores críticos que permitan su implementación: gestión, operación y financiamiento, donde cada uno de ellos es esencial para el otro.

La gestión se relaciona de manera directa con la ejecución del PLADETUR. Para esto se requiere que el documento quede en una unidad con capacidad, tanto en cantidad de profesionales como conocimiento técnico, para implementar el plan de acción de manera eficiente y permanente.

Esta gestión se complementa con la operación territorial de acciones que permitirán sostener la actividad turística, generando un espacio permanente de información, promoción y comercialización de actividades y servicios, que en la actualidad no existe y ha provocado que las visitas a la zona de Alto El Loa no logren incentivar y propiciar una oferta formal que sustente la actividad turística.

El financiamiento es el tercer componente asociado a la posibilidad de implementación del PLADETUR. Se requiere contar con un plan financiero que lleve a establecer las posibilidades de contar con los recursos base para la gestión y operación del plan de acción.

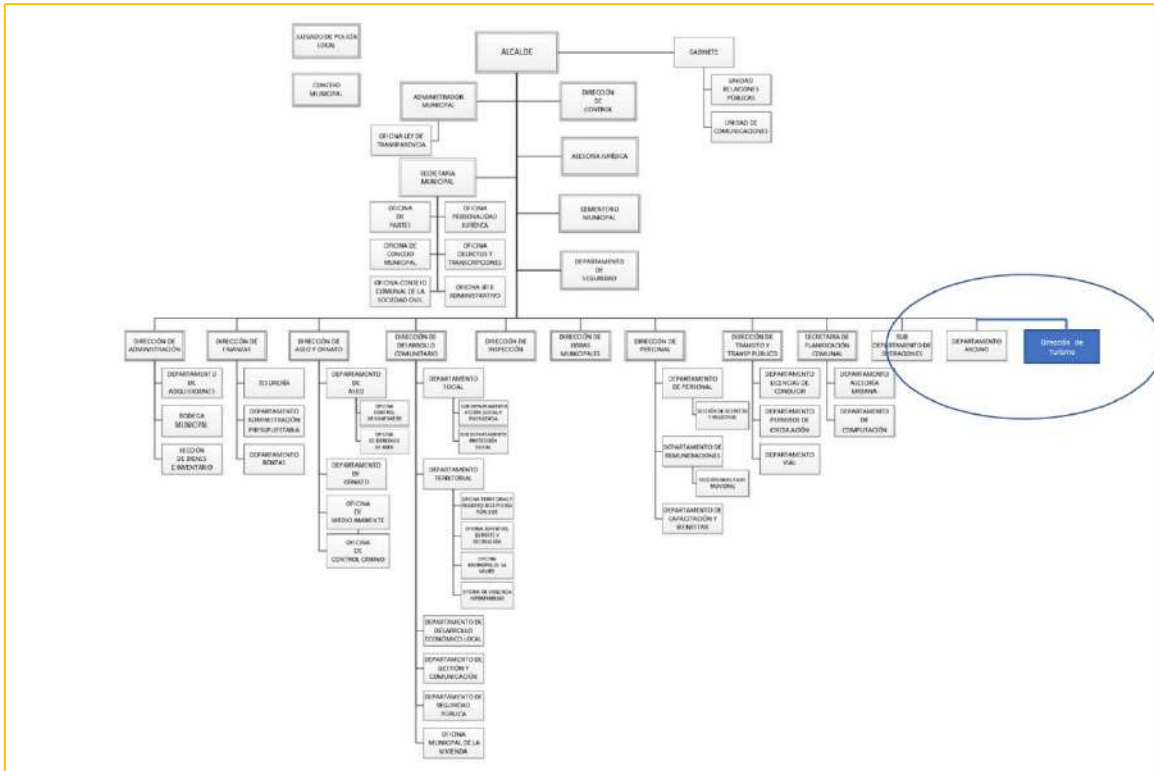
Considerando los tres factores críticos mencionados en los párrafos anteriores, una de las primeras medidas que debiese generar la gobernanza local, es la apropiación de la actividad turística comunal, lo que equivale a que el municipio sea el encargado de disponer la estructura y organización para propender a la ejecución del PLADETUR, lo que implicará el inicio de la ruta hacia un desarrollo turístico sostenible y como consecuencia, un impacto positivo para todos los habitantes del territorio, incluso aquellos que no se involucren de manera directa con el turismo.

El municipio actualmente tiene la dirección de Turismo fuera de las decisiones de desarrollo local, por lo tanto, se recomienda incorporar una unidad o dirección de turismo a la estructura organizacional municipal que tenga injerencia en las decisiones de desarrollo local.

La dirección de Turismo tiene que articular y vincular a las distintas áreas del municipio para que los esfuerzos individuales colaboren de manera integral al desarrollo turístico.



Esquema 9 Propuesta de instalación de Dirección de Turismo en el Organigrama Municipal.



Fuente: Adaptado a partir de portal Transparencia Activa

De acuerdo a los antecedentes recabados mediante este PLADETUR se propone que la dirección de Turismo se instale en la orgánica municipal a nivel de dirección o unidad, pudiendo quedar bajo la administración de la CCTC la Oficina de Información Turística, se sugiere Oficina de Información y Operación Turística, estableciendo su vinculación con la articulación territorial.

La Dirección de Turismo en conjunto con la CCTC tienen la misión de articular, promover, y difundir el turismo de la comuna de Calama. La transición debe tener un proceso por etapas las cuales se detallan a continuación:

Etapas 1: Transición de la Dirección de Turismo desde la CCTC al municipio, lo cual considera la incorporación de un director o jefe de unidad, organización del área y coordinaciones internas.

Etapas 2: Implementación de un plan de trabajo para instalación de la Dirección de Turismo y asignación presupuestaria.

Etapas 3: Seguimiento de la implementación y de las acciones de desarrollo turístico comunal. Se deben considerar las regulaciones y disposiciones municipales para el desarrollo turístico.



20.1 Dirección de Turismo y OIT

Lograr ser un Destino Turístico Sustentable e Inteligente es un desafío para la Municipalidad de Calama, este desafío requiere de la generación de estadísticas locales actualizadas y adecuadas para la planificación, así como el relato de los informadores turísticos es relevante para generar motivos para recorrer Calama. En el caso de los datos la OIT tiene que ser capaz de procesar la información oficial y fortalecer la generación de datos a nivel comunal, así mismo, la actualización permanente de bases de datos y la vinculación con los PST es importante.

La Dirección de Turismo tiene que dirigir, orientar y supervigilar que los lineamientos estratégicos de la OIT y de la unidad de turismo se cumplan, así como generar las acciones de desarrollo turístico que sean necesarias, todo esto articulando esfuerzos al interior del municipio como un agente de desarrollo. La propuesta es con una mirada hacia la profesionalización del desarrollo turístico comunal.

Por lo anterior, se propone que la modernización del municipio en temas de turismo se enfoque en generar las condiciones técnicas y laborales para un correcto desempeño de la unidad de turismo municipal.

Teniendo en cuenta que la unidad de turismo tiene un nivel de dirección y un nivel de ejecutivo OIT, se plantea que al menos los perfiles de cargo incorporen lo siguiente:

Dirección de Turismo: Profesional del área del turismo, economía o las ciencias sociales con una carrera de al menos 8 semestres en una institución reconocida por el estado.

Ejecutivo de OIT: Profesional o técnico del área del turismo o afines a la actividad con una carrera de al menos 4 semestres en una institución reconocida por el estado.

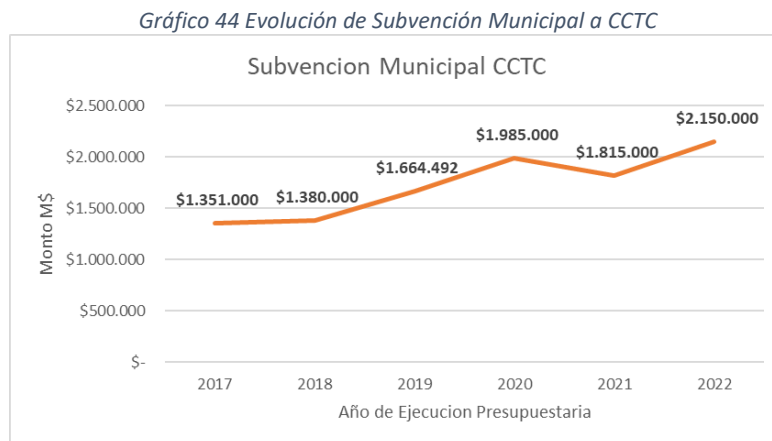
En ambos casos es recomendable que para optar al cargo de deba demostrar experiencia en las funciones que se desempeñaran.

20.2 Análisis para la Incorporación del Turismo a la Gestión Municipal

Incorporar el desarrollo turístico a la gestión municipal se convierte en una acción relevante para el turismo sostenible y para dar el paso a una Municipalidad Turística. Este proceso requiere de un análisis ex ante de la implicancia para la estructura interna del municipio de Calama.

Para ello se presenta un análisis base de presupuesto y proyección de fortalecimiento de la Municipalidad Turística.

El siguiente gráfico muestra la evolución de la subvención que entrega el municipio a la CCTC, estas cubren los principales ítems de las actividades ejecutadas por la Corporación. Esta subvención ha tenido variaciones al alza desde el 2017 al 2022.



Fuente: Elaboración Propia a partir de Transparencia activa Municipalidad de Calama

Una estimación de presupuesto de la dirección de Turismo en base a la información disponible es de \$70.000.000 aprox. Equivalente al 3% del total de la subvención municipal, donde el cargo de la dirección de Turismo participa con aproximadamente el 34%.

Para el año 2023 la dirección de turismo solicita una partida presupuestaria de \$ 73.000.000 destinados a la realización de actividades, este presupuesto cubre las principales actividades como:

- Encuentro de Laquitas
- Feria de Biodiversidad
- Tour Social y Educativo
- Recuperación Medio Ambiental en espacios Natural
- Tour en el Cementerio
- Taller de Telar y Orfebrería rural
- Tour Zorros del Desierto
- Material Difusión para la Oficina de Información Turística
- Plan de Gestión Parque El Loa
- Proyecto del Cristo
- Proyecto Casco Histórico de Calama
- Proyecto Géiser del Tatio
- Proyecto la Ruta de la Basura

Considerando el presupuesto actual en recursos humanos e incorporando el plan de actividades 2023 se proyecta que exista un aumento del 5% anual en el presupuesto del área de turismo. El mecanismo para distribución de la partida presupuestaria tiene que ser definido por el municipio.

Tabla 34 Proyección Presupuesto Dirección de Turismo

Proyección de Presupuesto

	Aumento Anual 5%	Variación \$	variación %
2022	\$70.000.000	No aplica	No aplica
2023	\$142.699.992	No aplica	No aplica
2024	\$149.834.992	\$7.135.000	5%
2025	\$157.326.741	\$14.626.749	10%
2026	\$165.193.078	\$22.493.086	14%

Fuente: Elaboración propia en base a estimaciones con datos transparencia activa.

Para el periodo 2022 – 2024 se proyecta que el presupuesto inicial, sumados los costos administrativos actuales y el plan de actividades de la dirección de Turismo sean \$149.834.992.

20.3 Propuesta para la Empleabilidad Turística para sitios de visitación

El Modelo de Empleabilidad Turística es el foco para la sostenibilidad del modelo de desarrollo turístico comunal. Esta propuesta se basa en la sistematización y análisis de la realidad de la comuna de Calama que involucra las últimas décadas de propuestas de desarrollo que no han logrado avanzar debido a distintos motivos, donde uno de los más fundamentales es la falta de información, servicios y productos disponibles de manera permanente en los atractivos relevantes de la comuna.

A partir de lo anterior, este plan propone la activación de centros de información turística o recepción de visitantes a nivel territorial, generando una estrategia innovadora para la difusión y operación turística. Se propone implementar el cargo de “informador turístico” en cada una de las zonas de desarrollo turístico indicadas en el plan. La siguiente tabla muestra las localidades priorizadas, el lugar propuesto, nivel de involucramiento, y el estado administrativo del lugar identificado:

Tabla 35 Propuesta de centro de recepción de visitantes

Localidad	Lugar	Nivel de Involucramiento	Estado del Lugar
Calama	OIT	Alto	Activo a cargo de la CCTC
Chiu Chiu	Por definir	Alto	Por Definir
Caspana	Albergue / Museo	Alto	Albergue es administrado por comunidad. Museo es administrado por CCTC
Lasana	Pucará de Lasana	Alto	Administrado por Comunidad
Toconce	Por definir	Alto	Por definir

Fuente: Elaboración Propia



La incorporación de Informadores Turísticos debe ser por medio de alianzas público - privadas, estas pueden generar acciones para la instalación de capacidades turísticas sostenibles en los colaboradores de modo Municipio - Comunidad, Municipio - Empresa - Comunidad, o Municipio – Estado - Empresa - Comunidad. Se tiene que considerar que la Municipalidad mantiene personal a contrata en algunas localidades del Alto El Loa para actividades de mantención y aseo, este personal puede incorporar estas capacidades turísticas y transformarse en los informadores turísticos que den soporte a la experiencia turística de los visitantes. En Calama los Informadores Turísticos se ubican en la OIT de la CCTC y pueden generar la información preliminar para incrementar los flujos de visitantes hacia los atractivos turísticos comunales. Incrementar las tasas de empleabilidad turística y la calidad del servicio turístico en el destino Calama Alto El Loa requiere de un esfuerzo multisectorial donde las instituciones como SENCE, SERNATUR y la CCTC son esenciales para su fortalecimiento.

Los lugares propuestos en las localidades priorizadas son estratégicos en los circuitos turísticos, son accesibles, son factibles de habilitar, y son parte del desarrollo cultural y turístico local.

El plan requiere articular recursos financieros para su sostenibilidad, estos pueden provenir del presupuesto municipal, fuentes privadas y/o públicas. Existen subsidios en SENCE que pueden apoyar la gestión de empleabilidad.

20.3.1 Costos del Plan de Empleabilidad

La sostenibilidad del plan de turismo depende, en gran medida, del plan de empleabilidad propuesto, este ejecutado de manera independiente tiene un costo de \$46.080.000, esto es cuatro informadores turísticos de acuerdo a lo planteado en el plan, sin embargo, existe la posibilidad de generar economía de escala a nivel comunal incorporando parte de los servicios municipales en las localidades priorizadas como Chiu Chiu, Lasana, Caspana y Toconce. El plan de empleabilidad requiere de una mejora en el perfil de cargo y un incentivo en el salario del funcionario en el caso de una mejora o una renovación en el caso de la implementación del plan de empleabilidad de manera independiente.

A continuación, se presenta una estimación presupuestaria en base a información disponible en el portal Transparencia Activa el cual da cuenta de colaboradores bajo la modalidad a honorarios. Con los valores publicados en el portal transparencia activa se puede estimar el valor hora en base a un supuesto de 30 días y cuatro horas de trabajo. Este valor hora se estima en \$4.606.

El modelo presenta dos alternativas, siendo la primera la instalación de capacidades turísticas en un colaborador que incorpore en sus tareas, las actuales que considera el honorario y las funciones de informador turístico o guía de turismo lo que permite elevar el nivel de calificación técnica del colaborador y, por ende, un incentivo económico a su especialización; la segunda es la incorporación de un colaborador nuevo a cargo de la información turística y atención de público. Considerando la relevancia del Informador Turístico para el desarrollo del modelo de gestión turística se propone aumentar el valor hora y el número de horas estimadas de trabajo.

Estimación de Horas diarias: 8

Valor Hora Informador Turístico: \$8.000 (referencial)



Tabla 36 Estimación Incremento en Gasto RRHH

Descripción	Valor
a) Gasto Anual Actual estimado	\$ 24.000.480
b) Aumento mensual con modelo	\$ 2.379.960
c) Diferencia Anual con modelo	\$ 28.559.520
Costo modelo de empleabilidad a) + c)	\$ 52.560.000

El presupuesto en recursos humanos presenta una diferencia de \$28.559.520, los que pueden ser apalancados desde programas o incorporarse al presupuesto municipal.

20.4 Ordenanzas Turísticas ⁴¹

Si bien la comuna cuenta con la ordenanza medioambiental que establece parámetros de protección medioambiental y, por ende, elementos de desarrollo turístico como la protección de los cielos nocturnos, de cuerpos de agua y del aire. Presenta problemas de fiscalización como toda la institucionalidad medioambiental, cultural y turística.

El desarrollo turístico requiere de una regulación que proteja el desarrollo local con foco en la sostenibilidad. Para ello, una ordenanza es la herramienta de ordenamiento territorial para el desarrollo turístico.

Tabla 37 Construcción de una Ordenanza

Consideraciones	Es un razonamiento o justificación que explica las causas que originan una ordenanza. En esta parte debe ser revisada la pertinencia legal de lo que se quiere normar.
Objeto y alcance	Se establece el objeto ámbito de aplicación y definiciones de lo que pretende normar la ordenanza.
Elementos del sistema turístico	Son los elementos del sistema turístico considerados o beneficiados al momento de construir la ordenanza y que están presentes en el municipio.
Gestión municipal y coordinación	Se refiere a la operatividad en términos generales y la coordinación pública privada existente, mencionando el rol de las autoridades y de los órganos responsables.
Deberes y derechos	Es el compromiso recíproco que se establece para la autoridad municipal y los actores privados.
Organización municipal	Se refiere a la forma de la unidad que dará seguimiento a las acciones, planes y proyectos. Es la estructura organizativa en términos jerárquicos y de coordinación.

Principales tipos de ordenanzas con impacto en la actividad turística:

- Conservación Patrimonio Histórico – Cultural
- Urbanismo y Paisaje
- Áreas Silvestres Protegidas

⁴¹ Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR].(2015).Manual de Ordenanzas Municipales para el Desarrollo Turístico Sustentable. Documento N°5 Servicio Nacional de Turismo.



- Medioambiente
- Uso de espacios públicos
- Eventos
- Actividades Turísticas, deportivas y recreativas
- Aseo y ornato
- Uso eficiente del agua y energía
- Tránsito y transporte
- Ventas y comercio ambulante

21. ATRACCIÓN DE VISITANTES

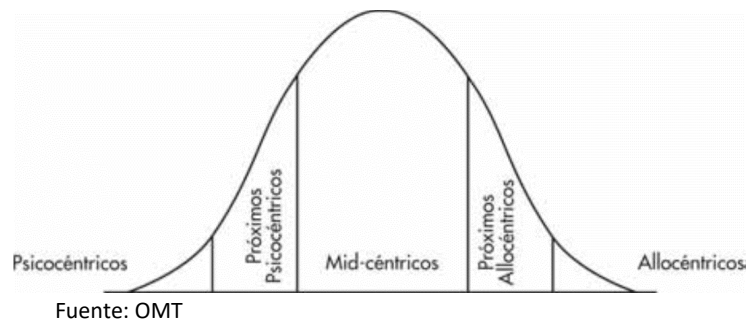
21.1 ¿Turista o Excursionista?

De acuerdo con la definición de la OMT el turismo tiene que ver con el desplazamiento de las personas de su lugar de residencia habitual, estos pueden ser turistas, los que pernoctan, y excursionistas, que no pernoctan y realizan actividades en los lugares que visitan.

El bajo desarrollo de los PST de alojamiento y alimentación, principalmente por las limitaciones para la obtención de patente comercial de los negocios, hacen poner atención en las actividades y servicios turísticos presentes en el territorio que no necesariamente requieren de estos servicios para su realización. Las experiencias de guiado turístico como las excursiones y circuitos son parte de las rutas turísticas del destino Calama - Alto El Loa, y estas están presentes en el destino, incluyen experiencias locales con artesanos y productores locales.

Entonces ¿Turista o excursionista? Considerando que existe una planta turística diversa en lo urbano, y limitada en lo rural, es recomendable hacer la distinción en el enfoque de consumidor de acuerdo a la zonificación turística. El modelo acá propuesto tiene un enfoque que permite atraer a ambos atendiendo las oportunidades y debilidades iniciales del desarrollo turístico planificado en cuanto a servicios y actividades y la disposición de los visitantes de acuerdo a su motivación, los turistas psicocéntricos requieren certeza en los servicios que contratan y lugares que visitan, en cambio, los allocéntricos son más propensos a visitar lugares inexplorados o con menos certeza de los servicios existentes. Los primeros buscan destinos consolidados y los segundos potenciales o emergentes.

Esquema 10 Tipos de Visitantes



La estrategia es activar los servicios efectivamente disponibles en los atractivos turísticos y disponerlos al visitante de manera coordinada, esta función es responsabilidad de la OIT. El excursionista requerirá de una operación turística articulada y cronológicamente responsable, generalmente adquiere tours, sin embargo, si existe transporte público lo utilizará para llegar a lugares turísticos. De acuerdo a los informes de turismo interno la mayoría de los visitantes lo hace en auto propio o arrendado, por tanto, la información turística y la coordinación local es esencial. El turista que pernocta se distingue por el gasto turístico que realiza en establecimientos de alojamiento, lo que genera un desafío para los PST de este tipo de servicios para su inclusión en la experiencia turística de manera activa. En la comuna los datos indican que son mayoritariamente trabajadores, el turista nacional e internacional tiene como destino Calama Alto El Loa, sin embargo, su captura es baja dado que la información turística de Destino

Calama- Alto El Loa es baja y la que se encuentra disponible es limitada. La ciudad es permanentemente visitada por turistas que visitan el destino San Pedro de Atacama (SPA). Estos turistas recorren los lugares turísticos cercanos, se estima que un turista con destino SPA puede estar en Calama de dos a cuatro horas si su traslado es terrestre desde origen a destino, para el viaje aéreo el número de visitantes disminuye dado el servicio de conexión directa desde el aeropuerto a San Pedro de Atacama.

En el PLADETUR se presenta una propuesta para la segmentación y diferenciación de los visitantes en base a motivaciones, tiempos y canales de distribución. La comuna tiene una población flotante, por viajes y trabajo, que disponen de tiempo disponible para realizar actividades turísticas, por lo que se debe captar su atención.

La OIT es el agente de difusión de los atractivos y de articulación con los PST de la cadena de valor del turismo local, la atracción de nuevos visitantes en establecimientos de alojamiento turístico y establecimientos de alimentación dependerá de las acciones que se impulsen desde esta área.

21.2 La Apropiación Turística de los Geiser del Tatio

Un atractivo turístico que es esencial en el circuito turístico andino es el Complejo Geotermal del Tatio, sin embargo, posee una escasa visitación desde la comuna de Calama.

Imagen 21 Geiser del Tatio



El atractivo es administrado por la Sociedad Administradora y Explotadora Turística El Tatio Limitada TATIO MALLKU, conformada por la Comunidad Indígena de Caspana y la Comunidad Indígena de Toconce, cuenta con registro vigente en el Registro de PST de SERNATUR en la tipología de Servicios de esparcimiento y la clasificación de Parque Temático.

El estudio de colaboradores indica que existe un bajo conocimiento de que los Géiser del Tatio corresponden al territorio comunal de Calama, y existe baja preparación general sobre el turismo de Calama.

El análisis puede inferir que la baja presencia de OOTT en Calama con operación regular limita la generación de excursiones desde la comuna, siendo San Pedro de Atacama el principal emisor de turistas al atractivo.

Desde Calama, es posible acceder por un buen camino, con paisajes que invitan a una detención, el tiempo de traslado es menor que desde San Pedro de Atacama.

La cercanía del pueblo de Caspana permite que turistas pernocten en el poblado y desde ahí recorran al atractivo natural.

21.3 El Campamento de Chuquicamata

Este antiguo campamento, es y será, un atractivo turístico compuesto por la cultura y la economía de Calama. Su ubicación cercana a la zona operacional de CODELCO lo convierte en un atractivo con altas restricciones de visitación.

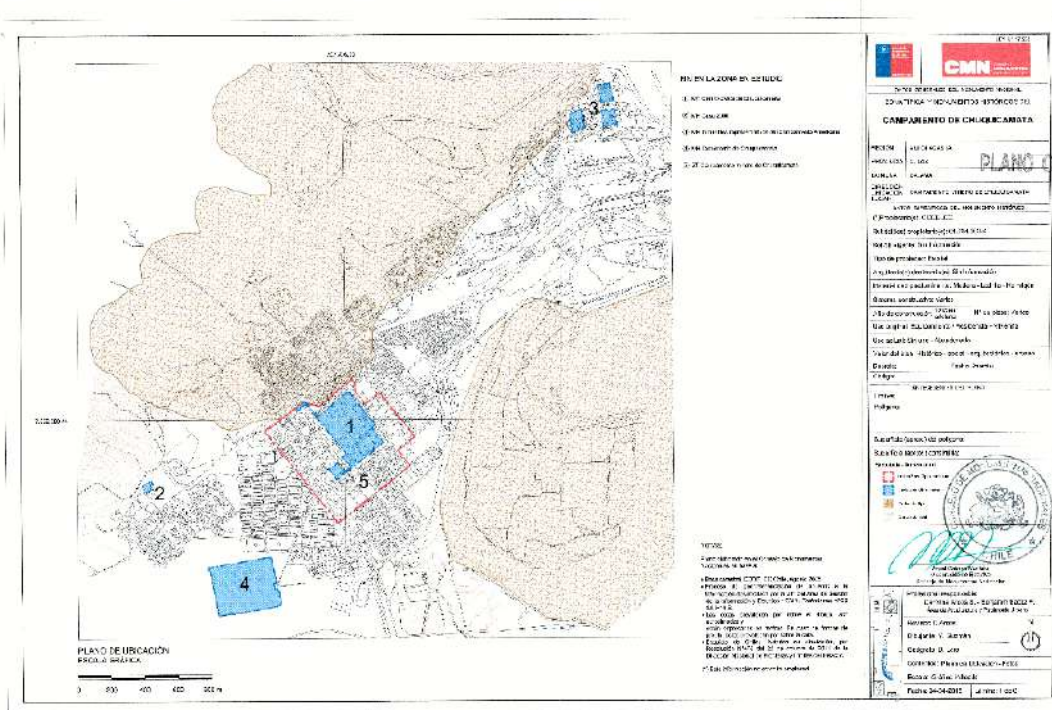
La empresa CODELCO que administra la faena de Chuquicamata tuvo un programa de visitas, sin embargo, lo ha dejado de hacer regularmente, siendo solo el 13 de mayo y algunas otras fechas la que se abre el campamento al público. Las organizaciones vinculadas a la preservación del patrimonio chuquicamatino han realizado acciones de rescate, sin embargo, indican que el desarrollo turístico no ha sido un tema relevante de conversación con la empresa.

- Agrupación Hijos y Amigos de Chuquicamata
- Plataforma Activo Gestión Cultural y Patrimonio

Actualmente la empresa CODELCO mantiene convenios con las organizaciones y existen avances en la conformación de una fundación que los agrupe y permita generar acciones de protección y turismo en las instalaciones del ex campamento.

El Consejo de Monumentos Nacionales (CMN) se encuentra realizando un proceso de Participación Ciudadana (4 de octubre 2022) que permita establecer las Normas de intervención para la zona típica o pintoresca “CAMPAMENTO MINERO DE CHUQUICAMATA” Decreto N°176 D.O. 17.06.2015

Imagen 22 Mapa de Zona Típica Campamento de Chuquicamata



Fuente: Consejo de Monumentos Nacionales



El área donde se ubica el ex campamento y el acceso a la faena posee atractivos turísticos industriales y escénicos que permiten incorporar estos recursos en la estructura de visitación de Calama.

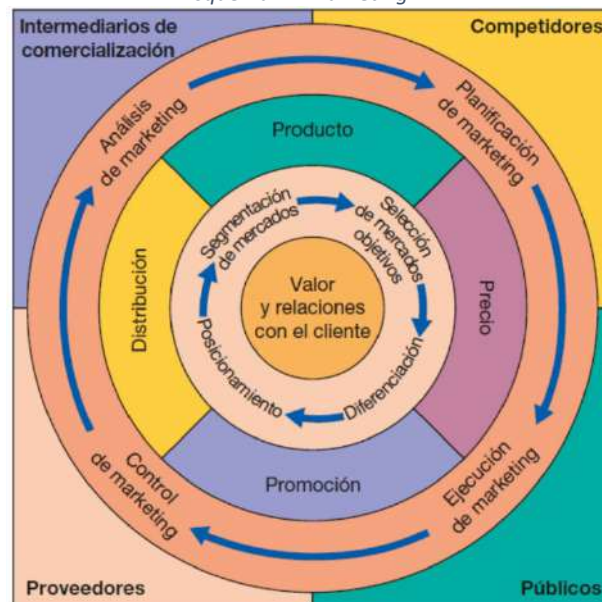
- Mirador División Ministro Hales
- Vistas panorámicas del ex campamento e instalaciones de la minera.
- Museo de maquinarias ubicado al ingreso del campamento.
- Cementerio

A la fecha sigue vigente un convenio entre la CCTC y la empresa estatal CODELCO para realizar visitas guiadas solo a estudiantes y tercera edad.

21.4 Plan de Promoción y Posicionamiento

El PLADATUR tiene que transformar al destino Calama Alto El Loa en un destino visitado y con una alta evaluación por parte de los visitantes, para ello la promoción del destino con campañas de marketing focalizadas en ciudades y países definidos de acuerdo a la información proporcionada por las instituciones como la Subsecretaria de Turismo y SERNATUR es relevante para la atracción de visitantes. Una campaña de promoción bien diseñada y con foco en segmentos de turistas definida permitirá que el destino se posicione en el desarrollo turístico del país, es claro que la presencia del Destino San Pedro de Atacama es una oportunidad para el destino Calama Alto El Loa.

Esquema 11 Marketing Mix



Fuente: Kotler, P. y Armstrong

Considerando la Visión del PLADATUR : “Al 2032 transformar a la comuna de Calama en un destino turístico reconocido a nivel nacional e internacional con una diversidad de experiencias turísticas de turismo de intereses especiales. El turismo aporta a la puesta en valor, preservación y resguardo del patrimonio local de manera sustentable, con activa participación local en el desarrollo turístico como un sello distintivo. El turismo facilita la mejora en la calidad de vida de las comunidades receptoras y del entorno”, el plan de promoción y posicionamiento se plantea: Promover las cualidades de la comuna de Calama, su patrimonio natural y cultural para el disfrute de los visitantes de origen nacional e internacional utilizando estrategias innovadoras para la captura de nuevos visitantes.

El plan de promoción y posicionamiento se plantea los siguientes propósitos:

- Promover el destino Calama Alto El Loa como un destino IEM⁴².
- Promover el Turismo Interno y de Proximidad.
- Mejorar el contacto con los clientes por medio de información turística oportuna y actualizada.
- Potenciar a los PST del territorio en el desarrollo de experiencias innovadoras.

⁴² IEM se denomina cuando las experiencias turísticas tienen un diseño Inteligente, Entretenido y Memorabile. Hospitality Service University HSU



- Diversificar las experiencias turísticas de la comuna de Calama.
- Atraer flujos de visitantes desde la Región de Antofagasta y cercanas con foco en excursionistas.
- Articular la promoción y atracción de clientes por medio de alianzas estratégicas con OOTT
- Aumentar la Ocupación de establecimientos de alojamiento turístico.
- Activar la operación turística local por la captura de clientes.

21.5 Mix de Marketing 4P

El Mix de marketing es una herramienta diseñada por Philip Kotler para identificar y planificar las acciones relacionadas el posicionamiento de un producto en el mercado. Para el turismo permite generar la identificación de productos específicos, canales de promoción, establecimiento de precios, y la plaza donde disponer de la oferta para los clientes. Este análisis se denomina 4Ps, y a continuación se presenta una comparación entre la situación actual y la situación futura esperada con la ejecución del Plan.

Tabla 38 Análisis 4 Ps

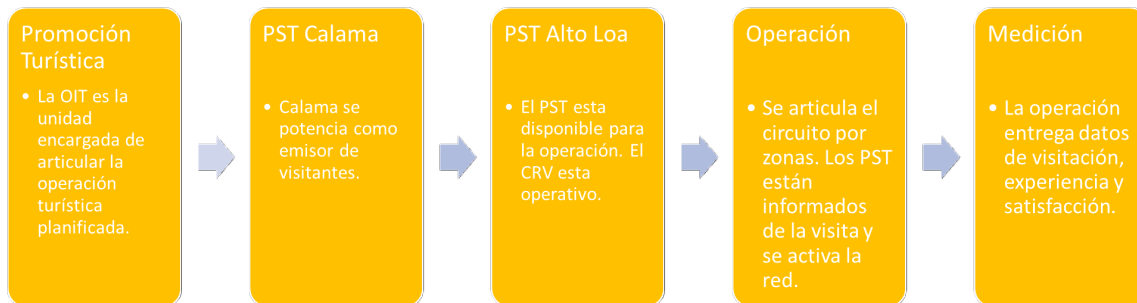
	Situación Actual	Situación Futura
Producto	No existe un producto turístico definido. El Alojamiento es tradicional sin una diferenciación, la gastronomía no es típica, los viajes y excursiones son limitados. El principal producto es Calama y los Géiser del Tatio, sin embargo, se asocia a San Pedro de Atacama.	Turismo de Intereses Especiales destacando el turismo rural, astronómico, y aventura. Calama Urbano Rural, San Francisco de Chiu Chiu, Lasana, Caspana y Toconce.
Promoción	No existe promoción turística para turismo interno ni internacional. Las campañas promocionales son acotadas, esporádicas y de baja cobertura.	La promoción en los atractivos situados en cada una de las 4 zonas turísticas permitiendo generar flujos de visitantes, experiencias IEM y gasto turístico.
Precio	La relación precio calidad tiene una baja evaluación, en alojamientos existen altos precios en comparación a otros destinos. La gastronomía tiene valores aceptables. No existe información disponible en relación a los viajes y excursiones. .	La incorporación de mejor atención y servicios permitirá mantener o variar precios y/o establecer promociones asociadas a alianzas comerciales.
Plaza	No existen canales de difusión identificables para una atracción de visitantes que permita un aumento en la tasa de ocupación hotelera, en las excursiones, y en los establecimientos de alimentación.	Estrategia de difusión Turismo Interno con foco en tres regiones. Turismo Internacional con foco en países limítrofes y tendencias nacionales de origen.

Fuente: Elaboración Propia

21.6 Articulación Público Privado para la Promoción

La articulación público - privada para la operación turística es esencial en el modelo del Plan, el PST de Calama Urbano y el PST de Alto El Loa operan en un destino emergente. Lo público, por medio de la OIT tiene que generar una información de calidad, actualizada y convocante, y por supuesto las plataformas habilitantes para una correcta operación turística. Lo privado, es la oferta de servicios turísticos, los que tienen que propender hacia la calidad y la sustentabilidad turística. La medición de los resultados obtenidos en el ejercicio de un periodo de tiempo generará las acciones de mejora necesarias, para ello el plan actualiza y establece datos mínimos de línea base turística.

Esquema 12 Articulación para la promoción



Un elemento relevante para el éxito de un plan de promoción para el turismo local es la visibilidad e impulso a la oficina de Información Turística local, su actual ubicación es central, sin embargo, carece de un alto número de consultas como se espera. Se propone que se realice una alianza con SERNATUR para que el coordinador provincial del servicio tenga presencia en esta OIT que, además, se disponga de al menos una paleta publicitaria con indicaciones de OIT en Calama en el sector de acceso al Parque Manuel Rodríguez.

Imagen 23 OIT GAM Santiago



Fuente: www.original.cl

Imagen 24 Paleta publicitaria OIT Valparaíso



Fuente: Sernatur.cl

21.7 Participación en el Mercado Turístico.

El plan de Marketing se propone capturar el 2% de los visitantes con foco en el destino San Pedro de Atacama y Calama al año 2026, entonces, de acuerdo con cifras de la Subsecretaría de Turismo y SERNATUR de llegadas a establecimientos de alojamiento turístico, el número estimado de visitantes a capturar es de 7.137 entre nacionales y extranjeros.

El cálculo se realiza en base a la suma de los promedios de llegadas a establecimientos de alojamiento turístico (EAT) para el periodo 2017-2019⁴³ para turistas chilenos y extranjeros multiplicado por la cuota de mercado 2% estimada para los primeros años del plan.

$$N^{\circ} \text{ Captura} = \sum (\text{Promedio Llegadas } 2017-2018-2019) * 2\%$$

La siguiente tabla muestra el número de visitantes totales y potenciales capturas por destino regional priorizado:

Tabla 39 Captura de Visitantes

Descripción	Origen	Total llegadas	2% Captura Turismo
Llegadas SPA	Chile	76.331	1.527
	Extranjeros	131.226	2.625
	Total	207.557	4.151
Llegadas Calama	Chile	125.549	2.511
	Extranjeros	23.721	474
	Total	356.827	7.137

Fuente: Elaboración Propia

⁴³ El año 2019 tiene una variación a la baja en los meses de Octubre, Noviembre y Diciembre, sin embargo, el dato permite generar la base para el cálculo.



21.8 Estimaciones Aumento de Tasa de Ocupación EAT Calama

La tasa de ocupación promedio para el periodo 2017-2019 fue de 38,79% de un promedio de 1.103 unidades habitacionales⁴⁴ disponibles para el mismo periodo.

El ADR Hotel y RevPar promedio para el periodo 2017-2019 es \$41.905 y \$14.807 respectivamente. La estimación para el cálculo de la ocupación de EAT considera el número de unidades habitacionales de los PST que no se encuentran en el registro de prestadores de servicios turísticos de SERNATUR y que no son parte del EMAT, por lo anterior se realiza una estimación de un 20% de unidades habitacionales disponibles por sobre el dato oficial.

Tabla 40 ADR y Rev Par EAT Calama

Año	Unidades Ocupadas	Unidades disponibles	20% Estimación Unidades disponibles ⁴⁵	ADR Hotel	RevPar	2% Captura Turismo Habitación disponible
2017	637	1145	916	\$ 43.845	\$ 14.618	18
2018	746	1062	850	\$ 41.479	\$ 15.571	17
2019	716	1101	881	\$ 40.390	\$ 14.232	18
Promedios	699	1103	883	\$ 41.905	\$ 14.807	18

Fuente: Elaboración propia en base a EMAT

La proyección para el **aumento de la tasa de ocupación se estima en un 24% anual correspondiente a 212 unidades habitacionales anuales** disponibles para el año 2026.

Si bien, el número de visitantes a capturar es de 7.137, es necesario precisar que el foco es excursionistas, por lo que el plan establece experiencias de excursionismo en mayor número que con pernoctaciones en los primeros años.

21.9 Segmentación de la Demanda

La data analizada y construida para el PLADETUR entrega una caracterización de alto valor para la segmentación de la demanda al menos en rangos etarios, origen y motivaciones. Por otro lado, el plan de marketing 360 de Chile, entrega segmentaciones en el cliente nacional e internacional.

El Plan de turismo de Calama 2022 – 2032 propone generar una base de desarrollo turístico, que, además, se consolide como una plataforma para el fortalecimiento de un Destino Turístico Inteligente. Estas atribuciones de seguimiento e instancia de mejora radican en la Mesa de Turismo de Calama.

El análisis del perfil del visitante de Calama - Alto El Loa permite generar un perfil del tipo de visitante a atraer con las campañas y programas a implementar.

⁴⁴ Se indica unidad habitacional indistintamente al número de plazas disponible por cada una.

⁴⁵ Se realiza una estimación del 20% de mayor ocupación de unidades habitacionales.

Tabla 41 Perfil del Visitante

Rango de edad	Motivación	Estadía	Temática	Gasto
Los visitantes son jóvenes y adultos entre 16 y 60 años.	La motivación para visitar Calama Alto El Loa radica en la Naturaleza y Cultura.	Hay un turista que tiene una estadía de uno a tres pernотaciones	Las temáticas más mencionadas para la visita fueron el Paisaje, Historia, Arqueología y Gastronomía	La disposición al gasto promedio informado se encuentra en el rango de \$100.000 a \$200.000
El mayor número de visitantes está en el rango 31 a 45 años	Hay una motivación laboral.	Existen excursionistas en la ciudad que tienen disponibilidad de horas.		
	El principal Destino es SPA			

Fuente: Elaboración propia en base a análisis de la demanda.

21.10 Segmentación por Origen

Considerando los datos aportados por las estadísticas oficiales y las generadas para el PLADETUR se hace pertinente enfocar las acciones de promoción en algunos territorios específicos. Para la focalización se considera las llegadas de acuerdo al origen nacional como turismo interno y el origen internacional considerando los ingresos por pasos fronterizos y las oportunidades del corredor bioceánico. A continuación, se sugieren algunos focos por origen nacional e internacional:

Tabla 42 Foco Territorial para la Promoción

Focalización Territorial	
Regional	San Pedro de Atacama
	Antofagasta
	Ollagüe
Nacional	Región Metropolitana
	Santiago
	Melipilla
	Providencia
	Región de Tarapacá
	Iquique
	Pica
	Región de Coquimbo
	La Serena
	Coquimbo
	Vicuña
	Ovalle
Región del Bio Bio	
Concepción	
Alto Biobío	
Internacional	Argentina
	Buenos Aires
	Jujuy - Salta
	Brasil
Sao Paulo	
Bolivia	Uyuni
	Oruro

Fuente: Elaboración Propia

21.11 Las Imágenes para el Marketing

La captura de visitantes requiere de la generación de una imagen comunal de turismo, puede ser una genérica que se posicione en el consciente del público objetivo.

El ecosistema turístico local ha impulsado imágenes que generan aceptación entre la comunidad, asociados a arte rupestre, como la imagen creada para el PLADETUR, o la llama con gafas de sol utilizadas por la CCTC y PST en redes sociales (RRSS), los conceptos naturaleza, cultura, entretenimiento son mencionados por la comunidad frecuentemente. Esto nos lleva a proponer el posicionamiento basado en las imágenes que ya existen y que son parte de la identidad calameña. Común es que los calameños se autodefinan con la “llama en la frente” por lo que es una imagen a considerar.

A continuación, se presentan tres ejemplos identitarios de imagen turística para Calama, dos basados en la llama y el que representa la imagen del PLADETUR:

Imagen 25 Llama en Calama Vibra



Imagen 26 Llama en CCTC



Imagen 27 Chaman de Yalquincha en PLADETUR

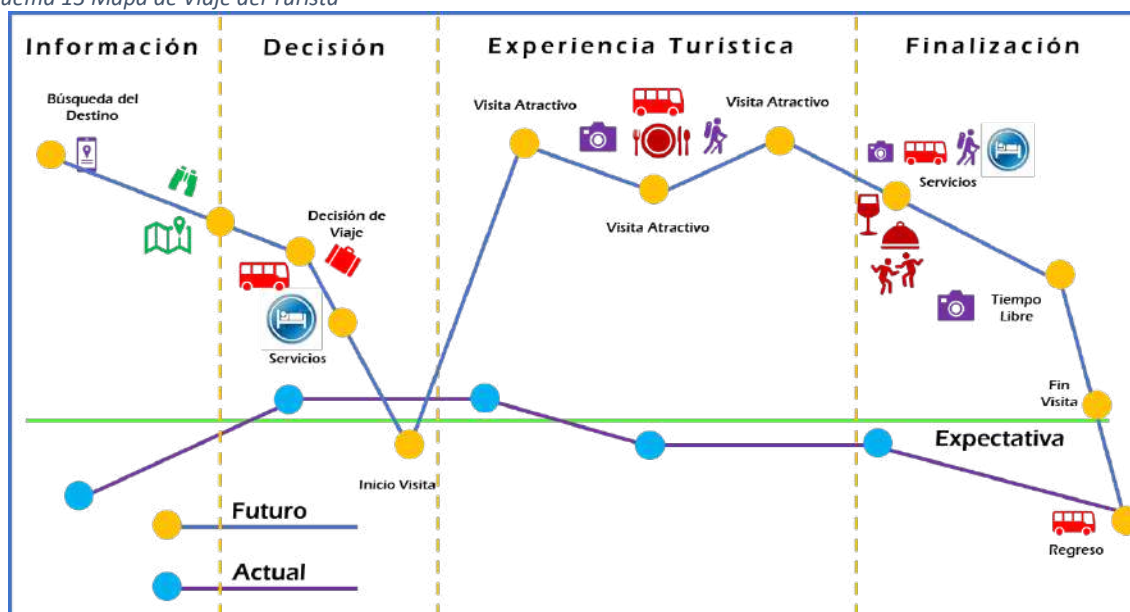


21.12 Identificación del Viaje del Turista en Calama

Al aplicar la herramienta Customer Journey Map o Mapa de Viaje del Cliente se modela el resultado esperado en la experiencia del visitante en el destino Calama Alto El Loa desde la búsqueda del destino, el desarrollo de la experiencia y el término. El modelo se activa en lo urbano y se ejecuta desde la articulación de PST comunales para generar una experiencia turística que incluya al menos tres atractivos.

El mapa de viaje tiene cuatro componentes, estos son: Información, Decisión, Experiencia Turística y Finalización. El esquema ejemplifica lo que debiera realizar un visitante en su visita al destino Calama - Alto El Loa, utiliza un estándar básico de excursión.

Esquema 13 Mapa de Viaje del Turista



Fuente: Elaboración Propia

21.13 Acceso a Atractivos

Un elemento relevante en la operación y experiencia turística es la accesibilidad. Esta debe tener la posibilidad de poner a disposición de los visitantes los atractivos para visitas planificadas por medio de tour operadores, auto propio o arrendado, transporte público disponible, u otro medio.

Para la zona Río Loa es posible visitar Chiu Chiu y Lasana regularmente dada la frecuencia de transporte público disponible, en cambio las otras zonas pueden ser recorridas en el transporte público sin tiempo para visitas, sin embargo, se podrá articular con los PST de las localidades priorizadas la pernoctación y otros servicios de acuerdo a su disponibilidad.

Chiu Chiu y Caspana mantienen servicios turísticos registrados y disponibles para su utilización, Lasana y Toconce mantienen servicios turísticos sin registro, pero disponibles previa reserva.

El transporte público tiene su punto de salida en calle Antofagasta en el sector del terminal de Buses Frontera del Norte, y en el Terminal Turbus ubicado en avenida Granaderos. Su capacidad es limitada



y la preferencia la tienen los habitantes de las zonas aisladas de la comuna. Generalmente hay cupos disponibles.

21.14 Identificación de visitantes por tipo de viajero.

A partir del perfil definido en el plan de marketing de turismo nacional de SERNATUR se identifica su ubicación y detección en la comuna de Calama para su captación, ya sea para entrega de información que motive una próxima visita, o su captación para la realización de excursiones en el contexto de su visita actual.

Tabla 43 Viajeros y Experiencias

VIAJEROS URBANOS	VIAJEROS CAUTIVOS	VIAJEROS PEREZOSOS O PASIVOS
Personas en tránsito desde su origen a destino vía terrestre. Terminales de pasajeros terrestre, futuro rodoviario. Programas para experiencias IEM	Trabajadores en EAT, Turismo de negocios. Viajes de Incentivos Uso de tiempo libre Programas para experiencias IEM	Programas de turismo articulados. Alianzas con OOTT, la articulación con el PST es fluida. La información está disponible en la OIT. Programas para experiencias IEM
VIAJEROS INTENSOS	VIAJEROS BOUTIQUE	VIAJEROS CON VENTAJAS
Excursionistas con estadía en la provincia de El Loa. Actividades de Turismo Aventura Programas para experiencias IEM.	Escapadas Programas para experiencias IEM	Programas para experiencias IEM

Fuente: Elaboración Propia

21.15 Plataformas para Campañas de Difusión Turismo Interno e Internacional

El plan de marketing del PLADETUR identifica diversas plataformas digitales para la difusión de la actividad turística local a nivel nacional. Existe la plataforma oficial de la CCTC en diversos canales de difusión, y una variada oferta de plataformas de turismo y cultura con contenidos sobre Calama y Alto El Loa. Como se analiza en la presencia del destino en la difusión nacional, la información del destino es general. Se hace necesario identificar las plataformas digitales que son una plataforma de divulgación, difusión y entretenimiento que poseen cualidades para ser parte del plan de marketing.

Los medios impresos han disminuido, sin embargo, las publicaciones impresas para ciertos segmentos de clientes son un medio vigente. La CCTC mantiene mapas turísticos como material impreso.

La plataforma digital de la CCTC difunde todas las actividades de la comuna, siendo las culturales las que se posicionan como las más vistas. Esto se justifica ante la baja cantidad de actividades turísticas que promocionar.



La difusión digital de la Oficina de Información Turística en la plataforma alcanzó desde el 4 septiembre del 2022 al 13 de febrero del 2023, en dos publicaciones, poco más de 1.350 visualizaciones. El Plan busca captar 7.000 visitantes al año 2026, lo que supone mayores esfuerzos en difusión.

https://fb.watch/iGmKtD_TLF/

4 de sept. 2022 8 interacciones,
948 visualizaciones



9 febrero 2023

7 interacciones, 418 visualizaciones



El dato fue obtenido el 13 de febrero del 2023

La CCTC adquirió el año 2023 el dominio del Sitio web “Calama Turística”, que fue la plataforma digital creada por el NODO de Turismo Urbano ejecutado por CORFO, INACAP y la Cámara de Comercio y Turismo de Calama el año 2017. La plataforma está en proceso de construcción después de un tiempo inactiva. Actualmente contiene información sobre la Ruta del Peregrino.

<https://calamaturistica.cl/>

Imagen 28 Vista Actual web



Imagen 29 Vista 2017 web



Existen otras plataformas de divulgación en páginas web y RRSS. Estas plataformas generan varias interacciones entre los habitantes de la comuna y se han transformado en plataformas de difusión con contenidos de difusión importantes.

La plataforma Ventisca tiene varios años impulsando la generación de contenidos y el turismo de la comuna, actualmente tiene una apariencia renovada y actualizada. Actualmente tiene la página web e Instagram.



<https://ventisca.cl/calama/paisajes-turisticos>



<https://www.instagram.com/ventisca.cl/?hl=es>



Las plataformas de RRSS como Facebook e Instagram se han posicionado como plataformas digitales de difusión masiva, sin embargo, la gestión de contenidos y posicionamiento de los perfiles requiere de poner atención en algunos aspectos como crecimiento o alcance orgánico y de pago. El primero es lo que las RRSS ponen a disposición de manera gratuita y que llegan a un reducido número de interacciones, en cambio, el segundo se sostiene en el impulso de los contenidos orgánicos segmentando los públicos objetivos, y generando campañas de promoción con diseños de anuncios atractivos y únicos.

Algunas plataformas existentes en RRSS vinculadas al turismo de la comuna son Calama Vibra, Calamadictos, pero no son los únicos, en la actualidad existen perfiles de RRSS que difunden el patrimonio por medio de fotografías, ejemplo en Facebook Calama en el Pasado.

La plataforma Calama Vibra mantiene contenidos en Facebook e Instagram con 6.800 y 6.400 seguidores respectivamente .

<https://www.facebook.com/calamavibra/>



<https://www.instagram.com/calamavibra/?hl=es>



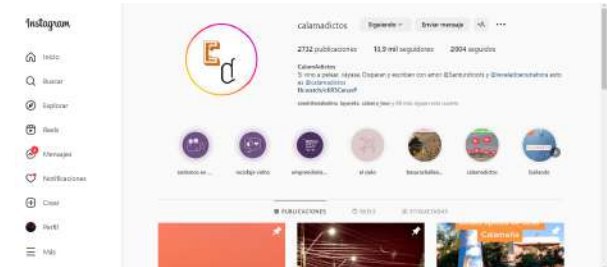


La plataforma Calama Adictos mantiene contenidos en Facebook e Instagram con 17.000 y 14.000 seguidores respectivamente.

<https://www.facebook.com/calamadictos>



<https://www.instagram.com/calamadictos/?hl=es>



La CCTC y la Municipalidad tienen plataformas en Facebook e Instagram, el público bordea las 60.000 personas. Algunas publicaciones superan las 15.000 visualizaciones.

<https://www.facebook.com/calamacultural>



<https://www.facebook.com/municipalama>



<https://www.facebook.com/profile.php?id=100064128363640>



<https://www.instagram.com/municipalidadcalama2023/>



La generación de contenidos en plataformas de turismo y las opiniones en las Online Travel Agency (OTA) permiten generar opiniones, contenidos y es un recurso tecnológico que los viajeros utilizan frecuentemente para decidir su visita turística.

La plataforma Tripadvisor es un referente de viajes, con opiniones, ofertas turísticas, y descripción de destinos y atractivos turísticos que requiere de un fomento al turismo calameño. En muchos casos Calama no se diferencia de San Pedro de Atacama, dado que esta localidad tiene mayor visitación y



mayor interacción digital en la plataforma. Generar opiniones en la plataforma es una prioridad para mejorar la calificación del destino, pero también hacerse cargo de las opiniones de los usuarios es una acción relevante para mantener un contacto cercano. En el caso de Tripadvisor existen opiniones negativas del destino por lo que tomar contacto con estos usuarios y mejorar esas apreciaciones permitirán mejorar la reputación del destino.

https://www.tripadvisor.cl/Tourism-g644404-Calama_Antofagasta_Region-Vacations.html



https://www.tripadvisor.cl/ShowTopic-g644404-i14363-k8105709-NO_visiten_Calama-Calama_Antofagasta_Region.html



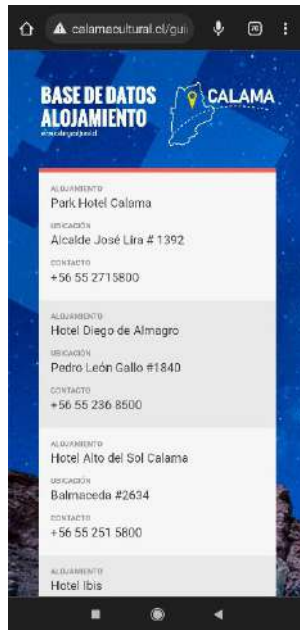
Por otro lado, las OTAs como Expedia, Booking, Airbnb y Despegar se han posicionado como plataformas de reservas con mayor impacto en la industria del turismo diferenciándose de los metabuscadores como Google, estas plataformas permiten a los PST captar clientes de manera masiva, posicionar destinos y aumentar las experiencias de viaje.



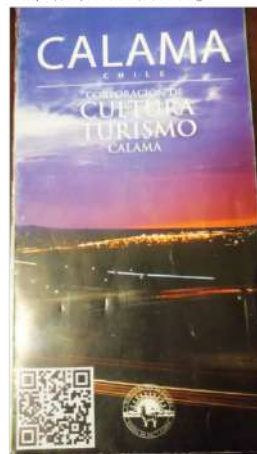


La información turística disponible para los visitantes está en los códigos QR que la CCTC tiene en sus folletos, esta dirige a los usuarios a una guía turística y a la página Calama Turística.

<https://calamacultural.cl/guiaturistica/>



<https://eqrcode.co/a/GG9Cga>



www.calamaturistica.cl



21.16 Counter Aeropuerto El Loa

La CCTC mantiene bajo su administración un Counter de atención de público en el aeropuerto El Loa de Calama. Esta instalación no ha sido utilizada desde inicios de pandemia, el fundamento es la disponibilidad de personal de la CCTC para atender dicha plataforma de difusión.

El Plan propone innovar en la atención de visitantes incorporando pantallas táctiles, códigos QR, y experiencias de marketing sin atención presencial, o de manera esporádica como campañas de activación.

Una oportunidad puede ser implementar el sistema de información estadístico en turismo SITUR que dispone la subsecretaría de turismo y SERNATUR. Este puede ser operado con pantallas táctiles para la recolección de datos, y promoción del destino.

Imagen 30 Counter OIT Aeropuerto El Loa





22. DESARROLLO DE PROVEEDORES Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

El territorio Calama - Alto El Loa tiene una diversidad de ecosistemas, geografía y climatología que conservan una diversidad de atractivos turísticos naturales y culturales desde los paisajísticos hasta los más sofisticados de carácter científico.

En los últimos años Calama ha desarrollado un impulso al turismo basado en sus atractivos urbanos, esto como una respuesta al bajo desarrollo turístico en lo rural, aunque también, por una mirada interna de que la planta turística permite sostener una visitación turística permanente. Además, toda la ribera del Río Loa y el área comunal tienen atractivos que lo hacen un lugar frecuente de visitación de la población local.

El Parque El Loa mantiene parte importante de los atractivos turísticos más significativos para el turismo urbano, se ubica el Museo de Historia Natural y Cultural del Desierto de Atacama, las letras volumétricas, el circuito flora y fauna, las tradicionales actividades para los niños, multicanchas, el puente colgante, y el puente fijo sobre el río loa, kayaks y en el presente los titanes esculturales. La ribera del Río Loa en el sector urbano - rural entre Ojo de Opache y Yalquincha posee senderos que son usados para senderismo, ciclismo y otras actividades ligadas al turismo aventura.

Yalquincha tiene atractivos patrimoniales y recreacionales diversos para la creación de recorridos para visitantes. Muchos de estos servicios turísticos operan regularmente previa reserva.

Siguiendo hacia el Alto Loa aparece la zona conformada por Chiu Chiu – Lasana con atractivos y servicios que están disponibles regularmente, y aumentan los sábados y domingos.

Subiendo por el camino internacional a Ollagüe se encuentra Estación San Pedro que conecta por el sector de Inacaliri con Cupo, Turi, Ayquina, y desde este último con Toconce, hay pocos servicios turísticos destacando Ayquina y Toconce previa reserva.

Por la ruta a los Geiser del Tatio nos encontramos con Caspana donde hay servicios disponibles previa reserva y un museo dependiente de la CCTC.

La baja actividad turística en los pueblos del Alto Loa ha impulsado la migración de los habitantes que han emprendido en turismo en busca de mejores condiciones de vida, estudios y trabajo. Aclarar que esto no es una generalidad, sino, un proceso que ocurre con frecuencia ante la falta de actividad turística en los poblados.

22.1 Registro y Formalización

El desarrollo de proveedores tiene dos elementos que son esenciales para el desarrollo turístico con estándares que cumplan con la normativa turística vigente y aplicable, la formalización ante el Servicio de Impuestos Internos (SII) y el registro de prestadores de servicios turísticos de SERNATUR. Para cumplir la normativa existen tramites simples para algunos tipos de PST como son los Guías de Turismo, Agencias de Viajes y Tour Operadores, sin embargo, los Alojamientos Turísticos y Servicios de Alimentación tienen que cumplir con normativas y regulaciones de mayor exigencia como el reglamento sanitario de los alimentos DTO. 977/96, y la ley sobre expendio y consumo de bebidas alcohólicas Ley 19.925.



22.1.1 Registro de Prestadores de Servicios Turísticos

En el caso de los guías de turismo estos deben tener al menos iniciación de actividades en segunda categoría en el Servicio de Impuestos Internos SII, y un curso de primeros auxilios de 22 horas para optar al registro de PST de SERNATUR. Las agencias de viajes y tour operadores por el carácter de sus servicios deben tener iniciación de actividades en primera categoría en el SII.

El decreto 19 dispone la obligación de registro para los prestadores de servicios turísticos PST de los rubros Alojamiento Turístico y Turismo Aventura. El registro es una plataforma de difusión gratuita que se presenta como una oportunidad para tener mayor presencia en el desarrollo turístico local, y beneficiarse de los programas que SERNATUR y otras instituciones ponen a disposición del ecosistema del turismo.

22.1.2 Formalización de Negocios Turísticos

En algunos casos las empresas de carácter familiar de turismo pueden optar por la obtención de patente comercial por medio de la ley de microempresa familiar, más conocida como MEF. En Chile el Decreto 102 que reglamenta la ley N° 19.749 que establece normas para facilitar la creación de microempresas familiares es una oportunidad para la formalización de los emprendimientos familiares. En su Artículo 2º Indica que la microempresa familiar es una empresa, perteneciente a una o más personas naturales que residan en la casa habitación, que puede desarrollar labores profesionales, oficios, industria, artesanía, o cualquier otra actividad lícita, ya sea de prestación de servicios o de producción de bienes, excluidas aquellas peligrosas, contaminantes o molestas, y que reúne los siguientes requisitos:

- a) Que la actividad económica que constituya su giro se ejerza en la casa habitación familiar;
- b) Que en la microempresa familiar no trabajen más de cinco trabajadores extraños a la familia, y
- c) Que los activos productivos de la microempresa familiar, sin considerar el valor del inmueble en que funciona, no excedan las 1.000 unidades de fomento.



En el caso de los emprendimientos de turismo rural, INDAP tiene el programa de Turismo Rural que provee las normas técnicas y procedimientos operativos del rubro Turismo Rural, esta norma tiene su actualización el año 2020, la que se alinea con la normativa de turismo vigente y aplicable, incorpora los servicios culturales, y las particularidades culturales, principalmente en la preparación de alimentos en tambos, paradores,

fogones, quinchos, rukas o ranchos. Si bien, el programa de Turismo Rural de INDAP tiene foco en sus usuarios por medio de sus programas de fomento y relacionamiento técnico con la Agricultura Familiar Campesina, su apoyo es esencial en el desarrollo turístico rural.

Un elemento a considerar en el desarrollo turístico es la baja definición o dispersión del tipo de turismo que la comuna ha desarrollado. Durante las últimas décadas se ha impulsado el concepto de Turismo



Rural Comunitario, sin embargo, no se ha realizado la puesta en valor de los circuitos, atractivos y patrimonio turístico. La asociación del turismo con los atractivos esencialmente rurales y culturales ha impulsado focalización en los siguientes tipos:

- Rural
- Originario
- Comunitario
- Indígena
- Cultural
- Étnico

Los principales esfuerzos de desarrollo turístico se han concentrado en impulsar el turismo en los pueblos del Alto El Loa, esto facilitado por la entrada en vigencia de la Ley Indígena 19.253 en el año 1994, la que impulsa la superación de la pobreza por medio del fomento a pueblos originarios en proyectos de desarrollo turístico.

La baja identificación con un tipo de turismo requiere alinear el desarrollo turístico con una focalización en un tipo de turismo que permita agrupar los elementos estructurantes de una experiencia turística y genere desarrollo sostenible del turismo, este es el Turismo de Intereses Especiales, que para el caso de la comuna de Calama agrupa, al menos, ocho tipos de turismo genéricos pudiendo incluir muchos más dependiendo los recursos y atributos turísticos, así como las experiencias que los PST desarrollen en la comuna. Lo anterior, se alinea con los instrumentos de planificación regional.

El siguiente esquema presenta los ocho tipos de turismo identificados que son soporte de la experiencia Calama Alto El Loa en base al Turismo de Intereses Especiales.



22.2 Turismo De Intereses Especiales (TIE)

El TIE es el tipo de turismo basado más en motivaciones específicas de los visitantes que van más allá de los objetivos habituales de los viajes turísticos o vacacionales (SERNATUR, 2008). El Turismo de Intereses Especiales (TIE) se caracteriza por presentar un valor agregado centrado en la autenticidad



de la oferta, no ser masivo y mantener un fuerte componente de sustentabilidad ambiental y sociocultural (CNCA, 2011).

Este tipo de turismo hace referencia a tipos de viajes basado en motivaciones específicas más allá de los objetivos habituales de los viajes turísticos o vacaciones. En este sentido, se caracteriza por presentar valor agregado centrado en la autenticidad de la oferta, no ser masivo y mantener un fuerte componente de sustentabilidad ambiental, cultural y social. El TIE está orientado fuertemente a turistas que buscan conocer rasgos específicos de la zona visitada, además de demandar servicios acordes con dicha especialidad.

De este modo, el TIE corresponde a actividades vinculadas al disfrute y contacto con la naturaleza y las expresiones culturales, basada en una visión de desarrollo sustentable.

Algunos de estos tipos de turismo corresponden a: Ecoturismo, Turismo Aventura, Turismo Cultural, Turismo indígena, Turismo Científico, entre otros.

22.3 Turismo Cultural⁴⁶

Es aquella forma de turismo motivada por conocer, experimentar, y comprender distintas culturas, formas de vida, costumbres, tradiciones, monumentos, sitios históricos, arte, arquitectura y festividades que caracterizan a una sociedad y su gente y reflejan la identidad de un destino.

Podemos señalar que son tres los elementos básicos que caracterizan al turismo cultural:

1. Un deseo por parte de los visitantes de conocer y comprender los lugares visitados, los objetos muebles y las obras materiales, las tradiciones y prácticas culturales, y a la población local.
2. El consumo de uno o más productos turísticos que contengan un significado cultural (ciudades y conjuntos históricos, monumentos, obras de arte, festividades y tradiciones inmateriales, intercambio de ideas, gastronomía, artesanía, etc.).
3. La intervención de un mediador, que tenga la función de subrayar el valor del producto cultural, su presentación y explicación, propiciando una interpretación efectiva y auténtica de lo que se conoce.

22.4 Turismo Religioso⁴⁷

Este tipo de turismo está relacionado con los flujos de personas que se desplazan por motivaciones de carácter religioso, destacando las romerías o peregrinaciones que los fieles realizan a lugares considerados santos o con alto valor espiritual.

Algunas de las actividades del Turismo religioso corresponden a:

⁴⁶ Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR]. (diciembre de 2014). Turismo Cultural: una oportunidad para el desarrollo local Guía Metodológica, 1ª edición.

⁴⁷ Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR]. (2008). Glosario de Términos Técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile. Departamento de Planificación. Boletín Turístico N°1/2008. Publicaciones Gobierno de Chile.



- Recorridos a los Santuarios: Los santuarios que se encuentran inmersos en poblaciones urbanas, muchas veces se suman a la vida cotidiana de la población local como un recinto religioso más o inclusive un monumento.
- Recorridos por Templos con Valor Histórico: Existe una diversidad de construcciones de carácter religiosa con un alto valor cultural, que considera temas de historia del arte y temas religiosos.
- Recorridos por Fiestas Populares: En diversos lugares, la tradición y la religiosidad popular se encuentran tan arraigadas, que han creado un sin número de expresiones de fervor y arte popular únicos.

22.5 Turismo Rural⁴⁸

Comprende el conjunto de actividades turísticas de recepción, hospitalidad y otras ofrecidas por residentes en zonas rurales. De esta forma, actúa como un complemento de actividades productivas tradicionales, generando nuevas oportunidades a la población residente.

El Turismo Rural se define como cualquier actividad turística implantada en el medio rural, considerando en este último las áreas naturales, litorales, etc. (CEFAT, 1993).

Este tipo de turismo "supone el desarrollo de alojamientos de estilo local en los pueblos tradicionales o en sus inmediaciones donde puedan pernoctar los turistas, disfrutar de la cocina local, y observar y compartir las actividades populares" (OMT, 1999).

El Turismo Rural incluye el agroturismo, el ecoturismo y el etnoturismo, entre otros tipos propios del medio rural.

22.6 Turismo Aventura⁴⁹

Turismo en que se realizan actividades específicas que utilizan el entorno o medio natural como soporte físico y recurso para producir en los turistas determinadas emociones y sensaciones de descubrimiento y de exploración, y que implican cierto empeño, actividad física y riesgo controlado.

22.7 Turismo Urbano⁵⁰

El Turismo Urbano implica diversos tipos de actividades turísticas según los intereses y motivaciones de los visitantes. Según la Organización Mundial de Turismo consiste en visitas realizadas a centros

⁴⁸ Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR]. (2008). Glosario de Términos Técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile. Departamento de Planificación. Boletín Turístico N°1/2008. Publicaciones Gobierno de Chile.

⁴⁹ Ley N° 20.423 [del sistema institucional para el desarrollo del turismo]. (17 de diciembre de 2010). Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción; Subsecretaría de Economía, Fomento y Reconstrucción.

⁵⁰ Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR]. (2008). Glosario de Términos Técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile. Departamento de Planificación. Boletín Turístico N°1/2008. Publicaciones Gobierno de Chile.



urbanos de distintas dimensiones, vale decir, desde grandes a pequeñas ciudades, con el fin de conocer o visitar lugares de interés, entre ellos se consideran los parques, museos, edificios, históricos o comercios.

Al interior del Turismo Urbano, destacan:

- 1) Las visitas a museos, monumentos y exposiciones de arte con el propósito de enriquecimiento cultural;
- 2) Las actividades con motivos profesionales, donde encontramos la visita a ferias, congresos o simposios; y
- 3) Las visitas con propósitos recreativos, como la asistencia a parques temáticos, conciertos, obra de teatro, entre otros.

22.8 Turismo Astronómico⁵¹

El astroturismo comprende las actividades recreativas y/o educativas que se desarrollan en torno al cosmos, los fenómenos astronómicos y las maneras de comprenderlos, tanto pasadas (por ejemplo, cosmogonías, mitologías, etc.) como presentes, lo que incluye los últimos hallazgos científicos, así como los instrumentos y tecnologías que los astrónomos emplean en la actualidad.

La observación del cielo (ya sea natural o simulado) es uno de los elementos centrales del astroturismo y puede desarrollarse en modalidades diversas, dependiendo del momento del día (observación del cielo nocturno o diurno) y del instrumento que se utilice para observar (a ojo desnudo o a través de telescopios).

22.9 Turismo Escénico⁵²

Las Rutas o Carreteras Escénicas son las que se promocionan como un destino turístico, para que los viajeros las recorran sin prisas. Son carreteras o caminos que pasan por espectaculares paisajes, evocan hechos históricos o nos acercan a monumentos naturales y culturas singulares. Hay rutas escénicas que se han consolidado como tales sin más, porque los viajeros las recorren y difunden por su indiscutible belleza y porque sus habitantes las han valorado cuidando sus paisajes y monumentos. En estas rutas “espontáneas” han sido la actividad turística la que ha ido promoviendo y configurando su identidad impulsando la creación de servicios.

22.10 Turismo Minero – Industrial⁵³

Tipo de turismo que aprovecha las antiguas fábricas e incluso las modernas, para mostrar instalaciones y procesos productivos a las personas que las visitan, generando una simbiosis entre producción y turismo, acercando dos sectores importantes de la economía, el productivo y el de servicios, con el fin de generar ingresos a los propietarios de las industrias y a las comunidades locales donde se hallan ubicadas (Millán, 2012; Alvarado, 2017). Este tipo de turismo, también llamado de explotación económica, tiene sus inicios en los años 40, especialmente en Francia y Alemania, donde la visita a las

⁵¹ Verde consultores. (abril de 2016) Estudio sobre Demanda de Astroturismo en Chile.

⁵² <https://rutasescenicass.wordpress.com/que-son-las-rutas-escenicass/>

⁵³ Turismo minero en Yanacocha: Una alternativa de desarrollo para la región de Cajamarca-Perú Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XXVII, núm. 1, pp. 278-289, 2021 Universidad del Zulia <https://www.redalyc.org>



fábricas servía para demostrar las actividades desarrolladas por las empresas de aquella época, como la fábrica automotriz de Peugeot y la cervecera Kronenbourg (Cueto, 2016).

22.11 Otros Tipos de Turismo para Diversificar la Oferta

22.11.1 Turismo Deportivo

El Turismo Deportivo corresponde a personas o un grupo de personas que participan activa o pasivamente (espectadores), en un deporte competitivo o recreativo, viajando y residiendo temporalmente en lugares distintos a su entorno habitual.⁵⁴

La motivación del turista deportivo se puede asemejar a la que tienen los turistas de negocios y congresos (MICE). Los eventos deportivos y las preparaciones de los deportistas de alto rendimiento pueden atraer grandes cantidades de visitantes a una ciudad o comuna (deportistas, organizadores, espectadores, etc.) por períodos de tiempo que variarán de acuerdo con la exigencia y planificación de las actividades.

Para el caso del Plan de Turismo, el turismo deportivo se aborda por el TIE y el Turismo Aventura, dado que actividades como el ciclismo de montaña, de ruta, la escalada y el montañismo son relevantes para el territorio.

En los últimos años son varias las carreras de mountain bike de nivel nacional e internacional, incluso con puntaje Unión de Ciclismo Internacional (UCI).

- Atacama Spirits, considerada la más alta del mundo.
- Senderos Río Abajo
- Desafío Limón Verde
- Desafío RT
- Ckalama Extreme 100Km Ultra Trail Desert

En cuanto a la montaña, el senderismo y la escalada, la geomorfología de la comuna permite realizar ascensos a volcanes como San Pedro y San Pablo, Poruña, Paniri entre otros, y en escalada las quebradas de la zona destacan por sus formaciones, entre estas se resaltan Ojo de Opache y Taira. Existe una iniciativa denominada Loa Indómita de turismo aventura que busca generar el soporte para el desarrollo de este tipo de turismo.

22.11.2 Turismo Gastronómico

La comuna no tiene un sello gastronómico identificable, pero la multiculturalidad del territorio hace que la cocina internacional destaque por sobre lo típico.

⁵⁴Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR]. (2008). Glosario de Términos Técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile. Departamento de Planificación. Boletín Turístico N°1/2008. Publicaciones Gobierno de Chile.



Hoy en Calama es posible disfrutar de una variada oferta gastronómica internacional, con restaurantes, cocinerías, bares, así como las clásicas schoperías locales. La carta es variada y en algunos casos incorpora algún producto local, que en la mayoría de los casos son estacionales, es el caso de la tuna de Caspana, los choclos calameños, y los productos de zanahoria. En Chiu Chiu ya es una característica las churrascas en los alrededores de la Iglesia y la plaza.

La gastronomía de Bolivia, Perú, Asia y actualmente la proveniente de centro américa como Colombia y Venezuela se han posicionado en el mercado local ante la escasa oferta diferenciadora local. Existen establecimientos de alimentación tradicionales con altos estándares en preparación de carnes, comida peruana y china. En los pueblos del Alto el Loa la gastronomía tiene representantes en Chiu Chiu, Caspana y Ayquina.

Los productos locales para la preparación de platos típicos son abundantes disponiendo de hortalizas, frutos, harinas como la de Algarrobo, productos elaborados, maíz entre otros. Una limitante es la temporalidad lo que no permite el establecimiento de preparaciones con los productos en las cartas locales.

La producción de carne es una limitante para los ganaderos locales y, por cierto, una barrera para el posicionamiento de una oferta gastronómica basada en animales producidos en las praderas de la comuna. La inexistencia de una planta de faenamiento animal en la comuna de Calama imposibilita el faenamiento, cumpliendo normativas sanitarias, de animales que son parte de la carta local como corderos, llamas y gallinas, algunas veces conejos y otros animales. Hubo autorizaciones temporales para plantas de faenamiento animal para la realización de fiestas costumbristas o celebraciones tradicionales, estas autorizaciones han favorecido el uso temporal de instalaciones como queserías localizadas en la comuna y que han cumplido con los requisitos para su funcionamiento. Desde hace un tiempo existe una iniciativa para una planta de faenamiento móvil impulsada por la SEREMI de Agricultura y organizaciones de agricultores, sin embargo, no ha prosperado.

22.11.3 Turismo de Proximidad

El Turismo de Proximidad como concepto es cercano a conceptos ya existentes, como el turismo local, el turismo autóctono, el turismo de interior o el turismo doméstico. Estos pueden confundirse con el turismo de proximidad cuando éste se refiere al sentido geográfico de la proximidad, a aquella que se mide en kilómetros, a aquel destino que uno visita y que se encuentra a poca distancia del lugar de residencia habitual.⁵⁵

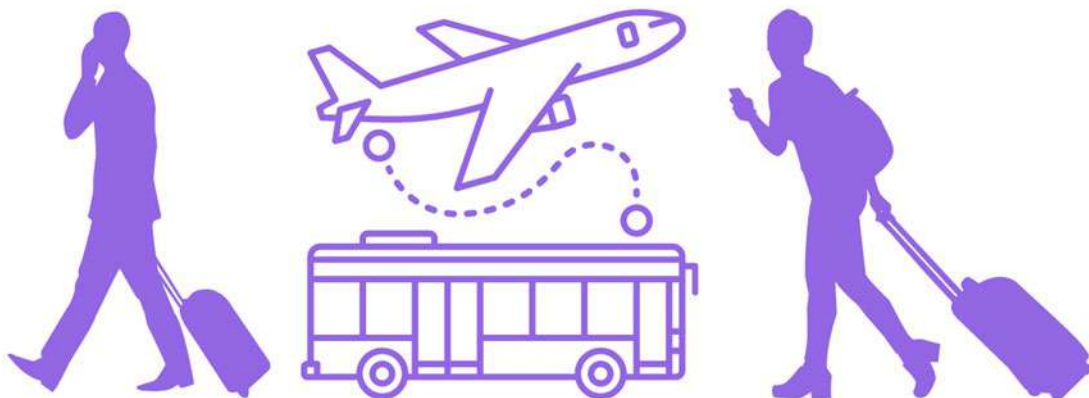
Cuando la proximidad se define en términos de familiaridad, es decir la visita de lugares que ya conocemos, de los cuales nos sentimos próximos y que pueden ser cercanos geográficamente o pueden ser muy distantes, entonces al turismo de proximidad se le conoce como turismo de raíces (Cardoso et al., 2018), turismo de retorno (García, 2009), visitar el hogar y lugares familiares (visiting home and familiar places – VHFP) (Pearce, 2012), turismo de diáspora (Huang et al., 2016) y, en algunos casos, visitar a familiares y amigos (visiting friends and relatives - VFR) (Griffin, 2017).

⁵⁵ALBA SUD. (2022). <https://www.albasud.org/noticia/es/1367/el-turismo-de-proximidad-iquiest-un-paso-hacia-la-transicion-ecologica>

22.11.4 Turismo Internacional

Calama está en la ruta andina que comprende el Salar de Uyuni en Bolivia, San Pedro de Atacama y Ollagüe en Chile, y Jujuy Salta en Argentina.

El paso Ollagüe es relevante en desarrollo turístico de la comuna, así como el paso Jama, Hito cajón y Sico por el destino San Pedro de Atacama. Los ingresos por el paso fronterizo Ollagüe fueron más de 20.000 llegadas.



23. EXPERIENCIA TURÍSTICA

Una EXPERIENCIA TURÍSTICA es un producto centrado en el turista, cuyo objetivo esencial es producir en él efectos sensoriales y emocionales que lo involucren de manera personal y memorable.⁵⁶

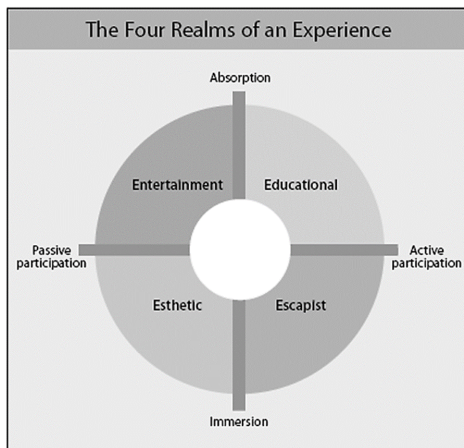
La comuna de Calama posee servicios turísticos poco articulados, por lo que las experiencias turísticas se circunscriben a algunos PST que impulsan iniciativas, mayormente individuales y que poseen bajo nivel de difusión.

Esquema 14 Experiencia Turística



Fuente: SERNATUR

El desarrollo de experiencias turísticas IEM es un proceso extenso y complejo de articulación entre PST que tiene que incorporar los sentidos, las dimensiones humanas, la narrativa, y la inmersión activa del visitante en su ejecución.



Según Pine y Gilmore⁵⁷ la experiencia se desarrolla en base a cuatro elementos y que poseen un grado de vinculación con la motivación del consumidor. Los elementos que tiene que incorporar la experiencia son: Entretenimiento, Educación, Estética y Escapismo. La relación con la motivación del visitante está en su participación, es decir, dependiendo el cuadrante en la que se ubique puede tener una Participación Pasiva o Activa, puede estar inmerso en la experiencia, o se encuentra absorbiendo conocimientos o técnicas relativas a lo experimentado.

⁵⁶ Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR], SIGO Innovación 2020

⁵⁷ Bienvenido a la economía de la experiencia por B. Joseph Pine II y James H. Gilmore De la Edición (Julio–Agosto 1998) <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy>



23.1 Zonificación para el Desarrollo Turístico

El plan propone una zonificación turística para facilitar la ejecución de las acciones de manera focalizada en los territorios en una modalidad secuencial priorizada en base a la operación turística disponible. La zonificación considera los recursos, atractivos y localidades incorporados en la declaratoria de ZOIT, siendo el PLADETUR una planificación de mayor alcance comunal.

La zonificación tiene como componentes varios tipos de turismo (ver esquema), todos son elementos del Turismo de Intereses Especiales, están presentes, y en varios casos disponibles de manera permanente.

Los servicios turísticos identificados para las zonas son los disponibles, y se espera que se incorporen nuevos. El funcionamiento de los servicios en muchos casos es con reserva previa. La articulación asociativa existe por esfuerzos individuales, la zonificación pretende generar sinergias en menores espacios geográficos para el desarrollo turístico.

La experiencia turística en Calama y Alto El Loa tiene que articular distintos servicios y productos de manera colaborativa y planificada. Actualmente, su disfrute es de pocos dados la baja cantidad de PST disponibles y los canales de difusión de los servicios turísticos. Como consecuencia, los flujos turísticos son bajos a los atractivos y servicios turísticos locales.

La zonificación identifica todas las actividades que cada tipo de turismo puede incorporar en su oferta individual o colaborativa entre los PST. También permite generar acciones integrales de desarrollo turístico con enfoque en su interrelación ambiental, social y económica.

El desarrollo turístico de Calama lleva varios años intentando gestionarse, los últimos años la planificación nacional ha sido un soporte de desarrollo sostenible para el turismo, por lo tanto, la articulación, difusión, y activación de la experiencia como un modelo de desarrollo turístico comunal es una acción inmediata y relevante.

A continuación, se identifican los tipos de turismo por zona y localidad o sector comunal incluido en el plan.

La zona principal está compuesta por el área urbana rural de Calama, esta mantiene variados atractivos naturales y culturales, su planta turística es un soporte de la cadena de valor del turismo calameño. Desde el área urbana es posible realizar variados circuitos turísticos en un radio de 20 kilómetros aproximadamente.

Tabla 44 Zona Urbana Rural

Zona Urbana Calama – Yalquincha - Ojo de Opache				
Calama	Yalquincha	Chunchuri	La Banda	Ojo de Opache
Turismo Urbano	Turismo Rural	Turismo Rural	No aplica Turismo	Turismo Rural
Turismo Cultural	Turismo Astronómico	Turismo Astronómico		Turismo Astronómico
Turismo Astronómico	Turismo Aventura	Turismo Cultural		



Turismo Industrial
Minero

Baja Gestión Turística	Sin Gestión Turística	Sin Gestión Turística	Sin Gestión Turística	Sin Gestión Turística	Gestión Turística
-------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	--------------------------

Fuente: Elaboración Propia

La zona Río Loa es la zona comprendida por Chiu Chiu, Lasana y Conchi, esta mantiene atractivos culturales y naturales relevantes para el desarrollo de experiencias turísticas memorables. San Francisco de Chiu Chiu tiene la iglesia considerada una de las más antiguas de Chile y la laguna Inca Coya como sus atractivos relevantes, además concentra la mayor cantidad de servicios de alimentación y alojamiento, el sector de Conchi es relevante por el viaducto de Conchi con una altura de 103 metros y el embalse Conchi una imponente laguna artificial. Lasana tiene una de las fortalezas mejor conservadas como lo es el Pukara de Lasana con una sala museográfica y un recorrido autoguiado y un tramo del sendero de Chile.

Tabla 45 Zona Río Loa

Zona Río Loa Chiu Chiu – Lasana – Conchi

Chiu Chiu	Lasana	Conchi	Taira
Turismo Rural	Turismo Rural	Turismo Escénico	Turismo Cultural
Turismo Astronómico	Turismo Astronómico	Turismo Rural	
Turismo Aventura	Turismo Cultural		
Turismo Cultural	Turismo Escénico		
Baja Gestión Turística	Baja Gestión Turística	Sin Gestión Turística	Sin Gestión Turística

Fuente: Elaboración Propia

La zona Geiser del Tatio es la que concentra la mayor parte de los pueblos del Alto El Loa, y por cierto el atractivo natural de jerarquía internacional más importante de la Provincia de El Loa y la Región de Antofagasta como lo son los Geiser del Tatio. La zona dependiendo el interés del visitante puede ser una ruta escénica, de naturaleza, de aventura y cultural. Esta zona tiene al pueblo de Ayquina con una vocación religiosa principalmente con la Virgen Guadalupe de Ayquina como un atractivo cultural y el sector de Turi con bofedales de pastoreo y un complejo recreacional con aguas termales. Por la misma ruta se puede acceder a Toconce el Pueblo Alfarero con terrazas de cultivos y su tradición alfarera, también tiene un complejo termal Aguas Calientes, aun sin operación turística. El pueblo de Caspana tiene variados atractivos naturales y culturales, entre los que se cuentan el museo de Caspana, la quebrada, el pueblo viejo y su iglesia, también sitios arqueológicos cercanos que es posible visitar con la compañía de un guía local. Las comunidades indígenas de Toconce y Caspana son los administradores de los Geiser del Tatio, por lo que su localización y operación son importantes para la apropiación del atractivo y su visitación desde Calama y estos pueblos.

La zona de Montaña está compuesta por los mismos pueblos, y se suman Estación San Pedro y Cupo, esta zona es relevante para el desarrollo del turismo aventura, así como del turismo cultural. Desde acá es posible acceder a las más altas cumbres de la comuna y la provincia con actividades de turismo aventura.



Tabla 46 Zona Géiser del Tatio y Montaña

Zona Géiser del Tatio Ayquina – Toconce – Caspana						
Zona Montaña Estación San Pedro – Cupo – Turi – Ayquina						
Ayquina	Turi	Paniri	Toconce	Caspana		
Turismo Religioso	Turismo Rural	Turismo Escénico	Turismo religioso	Turismo Rural		
Turismo Rural			Turismo Rural	Turismo Religioso		
Turismo Escénico			Turismo Cultural	Turismo Cultural		
Turismo Cultural			Turismo Aventura	Turismo Aventura		
			Turismo Astronómico			
Baja Gestión Turística	Sin Gestión Turística	Sin Gestión Turística	Baja Gestión Turística	Baja Gestión Turística	Baja Gestión Turística	Gestión Turística

Fuente: Elaboración Propia

La ruta escénica es una combinación de aventura, cultura y paisaje, dada la baja presencia de servicios turísticos se presenta como una opción para la fotografía y observación de flora y fauna. Es posible recorrerla por caminos rurales conectando Ayquina con Estación San Pedro por los faldeos del Volcán Paniri, San Pedro y San Pablo.

Tabla 47 Ruta Escénica

Ruta Escénica		
Cupo	Estación San Pedro	Ojos de San Pedro
Turismo Escénico	Turismo Escénico	Turismo Escénico
Turismo Cultural		
Sin Gestión Turística	Sin Gestión Turística	Sin Gestión Turística

Fuente: Elaboración Propia

La zonificación turística de la comuna de Calama permite relevar tipos de turismo de intereses especiales por zona. Esto facilitará enfocarse en segmentos de clientes por su motivación de viaje. Si bien, el PLADETUR se enfoca en el TIE la identificación de tipos de turismo presentes en las zonas turísticas permitirá la gestión de recursos focalizados para su desarrollo presente y futuro.

23.2 Circuitos Turísticos

El plan identifica al menos cinco combinaciones de excursiones con atractivos y servicios turísticos disponibles en cada zona de desarrollo turístico. Se presentan dos tipos de circuitos turísticos, uno soportado por tours de ciudad con tres propuestas, y los correspondientes a cada zona turística.

23.2.1 El City Tour como Experiencia Inicial

Todo destino turístico debe tener entre sus actividades de desarrollo turístico una experiencia que acerque al visitante al destino que visita. Los principales destinos turísticos del mundo ofrecen alternativas de visitas guiadas de corta duración que permiten al visitante visualizar las otras actividades que puede realizar en el destino, son los city tour. Al respecto, son muchas las experiencias en ciudades turísticas que se ofrecen, desde city tour pedestres de corta duración hasta más sofisticados y de mayor extensión.



El city tour debe tender a incluir uno de los atractivos turísticos de mayor relevancia para la comuna. Como se verá más adelante, el Alto El Loa tiende a tener otros atractivos que en estos circuitos cortos son distantes. La propuesta incorpora un atractivo distante a un radio de 20 kms. aprox., de esta manera permite activar servicios disponibles en días específicos, hay rutas que no poseen servicios. La planificación permite diversificar la oferta de servicios turísticos incorporando actividades complementarias al Turismo Urbano como Turismo Rural. Los city tour propuestos son:

- City Tour Casco Urbano Río Loa - Yalquincha – Marmoleras
- City Tour Casco Urbano Río Loa - La Cascada – Ojo de Opache
- City Tour Casco Urbano Río Loa – Chuquicamata

Los city tour permiten realizar senderismo y cicloturismo para recorrerlos.

24. PRIORIZACIÓN DE ATRACTIVOS

La Estrategia de Desarrollo Turístico se basa en la promoción y operación turística para la activación de un OOT local con proveedores disponibles de manera individual o asociativa. Por lo anterior, la articulación entre proveedores locales Calama – Alto El Loa es el pilar de la creación de experiencia turística. La operación de servicios turísticos articulados y coordinados permitirá estructurar una experiencia integral de manera cronológica y operacionalmente factible.

La zonificación para el desarrollo turístico⁵⁸ permite disponer de circuitos con atractivos definidos en las zonas y que están en la oferta disponible, pero con baja difusión. El planteamiento es enfocar recursos económicos, logísticos y estratégicos en estas rutas, las que en su mayoría se promocionan, pero carecen de gestión.

La zonificación es:

- **Zona Urbana** Calama - Yalquincha - Ojo de Opache - Chuquicamata
- **Zona Río Loa** Chiu Chiu - Lasana - Conchi
- **Zona Montaña** Estación San Pedro - Cupo - Turi - Ayquina
- **Zona Géiser del Tatio** Ayquina - Toconce - Caspana

Como resultado de la zonificación se genera una relación entre atractivos zonales que pueden ser visitados en diferentes periodos de tiempo, con diferente duración y cobertura territorial. Los mismos atractivos pueden generar las motivaciones para recorrer otras zonas ya sea por cuenta propia o en viaje organizado.

⁵⁸ ZONA TURISTICA Corresponde a un espacio físico de extensión variable, con características fisiográficas homogéneas y que cuentan con una unidad paisajística. En su interior se pueden agrupar extensiones territoriales de menor tamaño, denominadas áreas turísticas. La Zona Turística debe contar con infraestructura y servicios de comunicación entre las áreas turísticas que la integran.

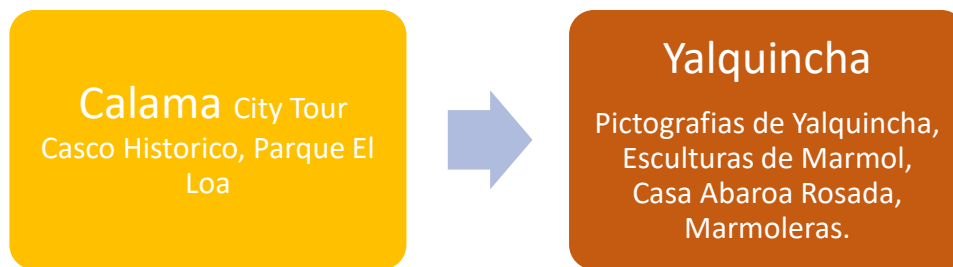
La articulación con OOT mayoristas y minoristas es una oportunidad de encadenamiento y diversificación del destino Calama Alto El Loa hacia mercados definidos.

La medición de la satisfacción del visitante, así como los impactos económicos, ambientales y sociales se establecen como un pilar del Turismo Sustentable por lo que la Mesa de Turismo Comunal tiene que incentivar la creación de indicadores turísticos pertinentes y actualizados para la mejora continua de las iniciativas del plan de desarrollo turístico.

24.1 Zona Urbana Calama – Yalquincha - Ojo de Opache – Chuquicamata

La zonificación Urbana tiene una combinación entre la zona urbana o casco histórico de Calama y atractivos turísticos localizados en un radio de 20 kilómetros aproximadamente. Estos atractivos, como ya se mencionaron, son el casco histórico de Calama y el Parque El Loa como centro de la experiencia de City Tour y las visitas de acuerdo al interés del visitante, donde se puede relevar el sector de Yalquincha y el Mármol Travertino, el sector del futuro santuario de la Naturaleza Ojo de Opache, y el innegable legado de la industria minera en Calama con el sector de Chuquicamata.

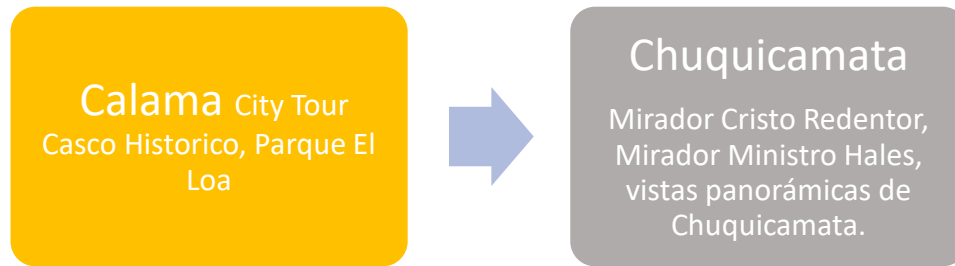
24.1.1 City Tour Casco Urbano Río Loa - Yalquincha – Marmoleras



24.1.2 City Tour Casco Urbano Río Loa - La Cascada – Ojo de Opache

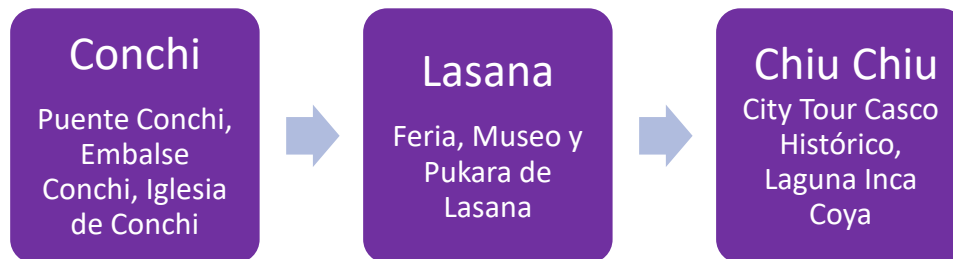


24.1.3 City Tour Casco Urbano Río Loa - Chuquicamata



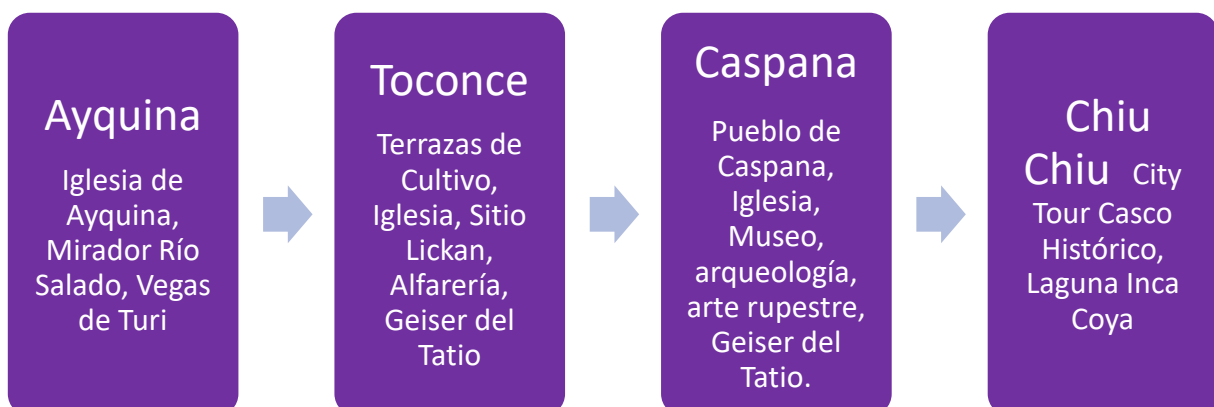
24.2 Zona Río Loa Chiu Chiu – Lasana – Conchi

Esta zona es la que presenta mayor desarrollo turístico y, por su ubicación, es de mayor accesibilidad dado que a Chiu Chiu y Lasana se cuenta con varias frecuencias diarias de transporte lo que la convierte en una zona de fácil visitación. En el caso del sector de Conchi solo permite la visita en excursiones privadas.



24.3 Zona Géiser del Tatio Ayquina – Toconce – Caspana

La zona Géiser del Tatio es la de mayor importancia turística por el nivel de posicionamiento del atractivo en el circuito turístico nacional. Si bien el campo termal Géiser del Tatio es un atractivo que se reconoce cercano al destino San Pedro de Atacama, el PLADETUR busca posicionarlo y relevarlo como un atractivo comunal, potenciando los servicios turísticos presentes en las localidades de Caspana y Toconce, y asociado al turismo religioso presente en la localidad de Ayquina.

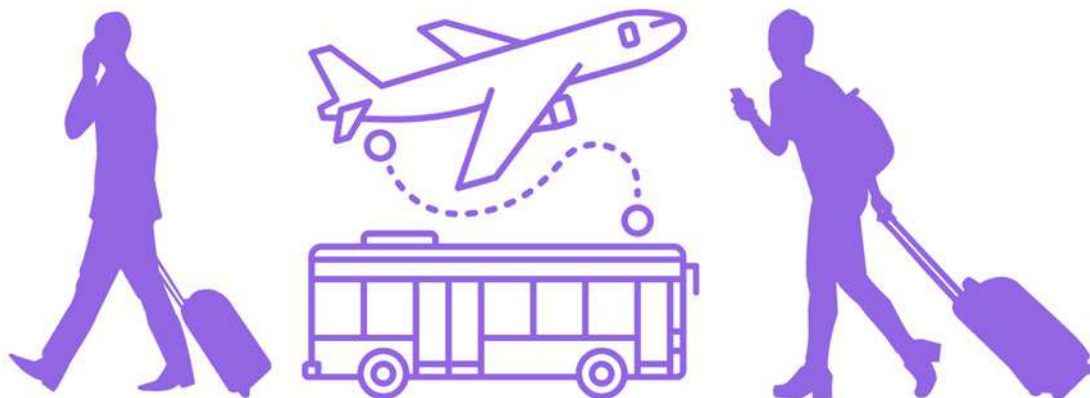


24.4 Zona Montaña Ayquina - Turi - Cupo - Ojos de San Pedro - Estación San Pedro Ruta Escénica

La zona Montaña, además Ruta Escénica, es una zona que busca potenciar el turismo Aventura como un recurso turístico importante en la comuna. Los macizos cordilleranos como Volcán San Pedro y San Pablo, Paniri, Poruña, El León, Echado y Toconce, solo por nombrar los más importantes, son un



atractivo para muchos deportistas por el desafío que implica sus ascensos por sobre los 4.000 metros. Los ascensos a estas montañas requieren de guías locales con capacitación adecuada para la conducción de grupos en este tipo de turismo. La ruta escénica se presenta como una alternativa de desarrollo para la fotografía y el recorrido por rutas que hasta ahora no cuentan con servicios turísticos, pero que en su conjunto contienen atractivos y recursos que son oportunidades para el fortalecimiento de emprendimientos de carácter local.



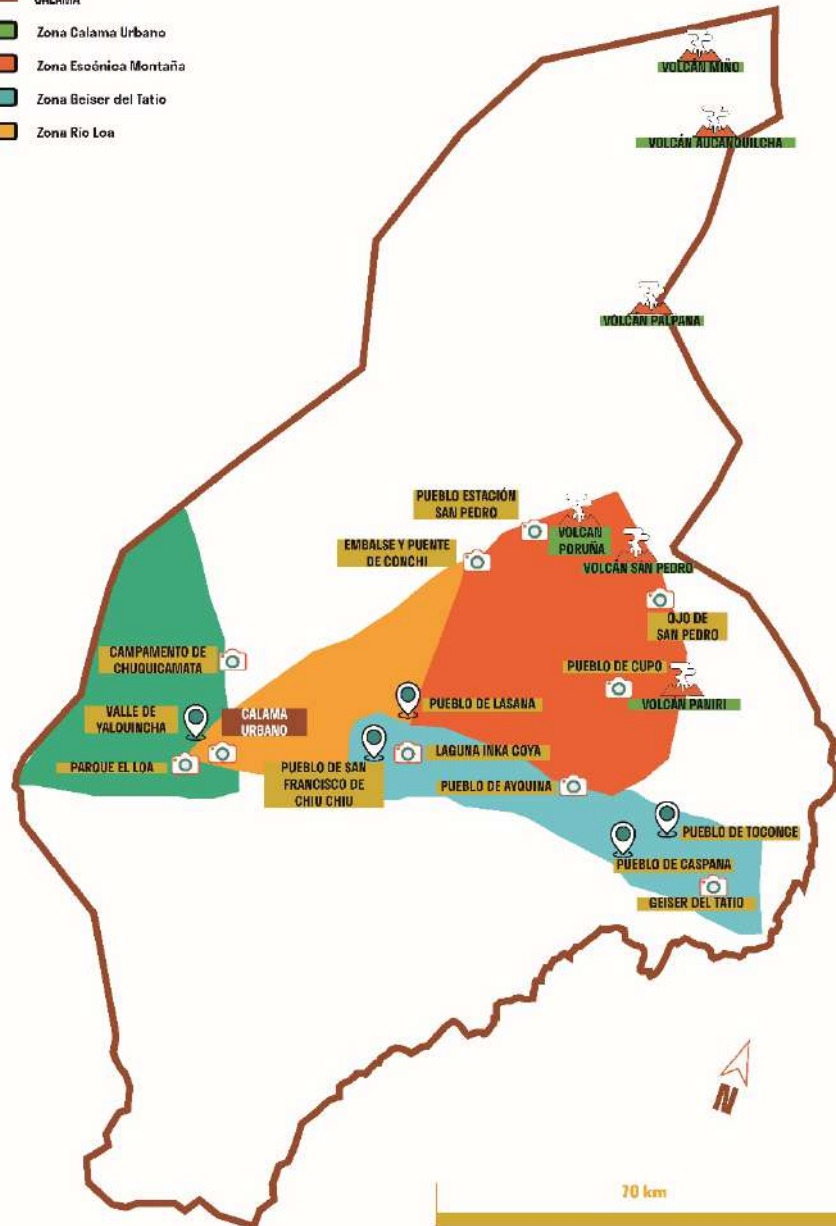
Mapa 6 Zonificación Turística (referencial)

Mapa Zonificación Turística



LEYENDA

- GALAMA
- Zona Calama Urbano
- Zona Esoónica Montaña
- Zona Geiser del Tatio
- Zona Rio Loa



25. EJES ESTRATÉGICOS DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE CALAMA.

El PLADETUR establece cinco ejes estratégicos para su ejecución. Estos ejes son:

- Eje 1 Sustentabilidad Turística
- Eje 2 Cultura Turística
- Eje 3 Infraestructura
- Eje 4 Desarrollo de Productos y Experiencias
- Eje 5 Posicionamiento y Promoción

Brechas	Ejes Estratégicos	Iniciativas	Acciones o Proyectos
20	5	17	130



A continuación se describe cada eje con las brechas asociadas :

25.1 Eje 1 Sustentabilidad Turística

Eje Estratégico	Objetivo	Brecha Asociada
Eje 1 Sustentabilidad Turística	Incentivar e impulsar el desarrollo turístico de manera articulada con una institucionalidad comprometida con el turismo.	2 Inexistencia de un compromiso transversal para que Calama se transforme en una comuna turística.
		4 No existen ordenanzas que regulen la estética del entorno, en términos de paisajismo y arquitectura y que responda a la identidad territorial.
		7 No existe una red de apoyo al fomento de la actividad turística en torno a disponibilidad de espacios habilitados con información (general, de seguridad y turística), transporte a zonas rurales, entre otros.

		8	Falta de articulación y encadenamiento entre los servicios turísticos de la comuna y su vinculación con el resto de la Región.
		17	Carencia de planes y recursos para la utilización sostenible del patrimonio.
		18	Carencia de protección de sitios arqueológicos y su conformación como museos de sitio.
		19	Escasa utilización del conocimiento existente entre ciertos habitantes del territorio para ponerlo a disposición del turismo.

25.2 Eje 2 Cultura Turística

Eje Estratégico	Objetivo	Brecha Asociada	
Eje 2 Cultura Turística	Instalar capacidades en la comunidad local y en el ecosistema turístico de la comuna incentivando la formación y especialización del capital humano público y privado.	5	Carencia de un trabajo conjunto que responda a la generación de planes educativos y de capacitación, en torno al conocimiento y utilización sostenible del patrimonio.
		6	Desconocimiento de servicios turísticos; de procesos, apoyo y requerimientos para la formalización de los mismos.
		11	Deficiencias de formación y capacitación en materias turísticas y asociadas.
		20	Falta de programas de conciencia turística a nivel comunal.

25.3 Eje 3 Infraestructura

Eje Estratégico	Objetivo	Brecha Asociada	
Eje 3 Infraestructura	Implementar las zonas turísticas con elementos mediadores que permiten una visita segura y de calidad.	1	Inexistencia de una gestión asociada a trabajar en torno a los requerimientos de infraestructura, transporte y habilitación turística del territorio.
		3	Carencia de un plan de intervención y recuperación de espacios, limpieza, seguridad y mitigación de problemáticas que afectan el buen vivir y al desarrollo sostenible de la actividad turística.

25.4 Eje 4 Desarrollo de Productos y Experiencias

Eje Estratégico	Objetivo	Brecha Asociada	
Eje 4 Desarrollo de Productos y experiencias	Activar la red de servicios turísticos, emprendedores, y actividades vinculadas al turismo para la creación de experiencias memorables.	12	Baja presencia de iniciativas turísticas: guías locales, gastronomía y servicios, que aporten valor para la generación de productos experienciales.
		14	Inexistencia de programas que permitan articular a los prestadores de servicios turísticos y los visitantes.
		16	Baja cantidad de recursos turísticos puestos en valor.

25.5 Eje 5 Posicionamiento y Promoción

Eje Estratégico	Objetivo	Brecha Asociada	
Eje 5 Posicionamiento y Promoción	Generar las acciones de marketing y comercialización que tiendan a ubicar al destino emergente Calama Alto El Loa en una posición competitiva, resaltando sus atractivos culturales y naturales.	9	No existe un proyecto que propenda a la implementación de un espacio que reúna a la oferta turística y que informe en torno al territorio.
		10	No existen programas que integren diversos atractivos, pueblos y actividades en la comuna.
		13	Carencia de una imagen y un relato turístico identitario y unificado.
		15	Inexistencia de una estrategia de marketing que permita generar, ordenar y priorizar información con respecto a mercados actuales y potenciales.



26. SUPERESTRUCTURA O GOBERNANZA

Una debilidad del desarrollo turístico comunal es la falta de coordinación, articulación y vinculación con otras áreas de desarrollo local. Si bien, el turismo posee una ley, decretos regulatorios y una institucionalidad representativa en diferentes instancias a nivel regional y nacional, existen asimetrías de desarrollo de los destinos turísticos lo que limita el posicionamiento y desarrollo del destino Calama Alto El Loa. El modelo de gestión turística comunal está basado en la colaboración, articulación y vinculación de los distintos agentes de desarrollo turístico público privado.

El modelo se basa en la activación de una mesa de turismo con representación comunal, con participación intercomunal y regional. A partir de la conformación de la mesa, sus priorizaciones y gestiones se tiene que articular la generación de la gobernanza local. La mesa de turismo debe ser un promotor de esta gobernanza.

26.1 Plan Mesa de Turismo de Calama

Durante la construcción del PLADETUR se impulsaron reuniones de conformación de la mesa de turismo, la que tiene que sesionar, priorizar y gestionar todas las acciones de desarrollo turístico local. Durante las sesiones de conformación se establecieron los mínimos estratégicos para su operación

26.1.1 Misión

Ser un organismo asesor para la toma de decisiones respecto de la actividad turística en la comuna de Calama.

26.1.2 Objetivo:

Generar acciones para la correcta ejecución de la planificación del turismo a nivel local considerando las dimensiones humanas, ambientales y económicas del territorio.

Es la base de grupo gestor para la constitución de una gobernanza.

26.1.3 Objetivos Específicos

- a) Ser el organismo técnico y consultivo para el desarrollo turístico sostenible comunal.
- b) Incentivar la toma de acuerdos para priorizar las iniciativas y acciones contenidas en el plan para su correcta ejecución en el tiempo.
- c) Incentivar la articulación y vinculación público privada para el desarrollo turístico.
- d) Identificar los diferentes programas que están presentes en el territorio y que son claves para el desarrollo turístico.
- e) Medir y evaluar el nivel de avance y cumplimiento del plan.
- f) Promover las buenas prácticas para el desarrollo turístico comunal.

Esquema 15 Conformación de la Mesa de Turismo

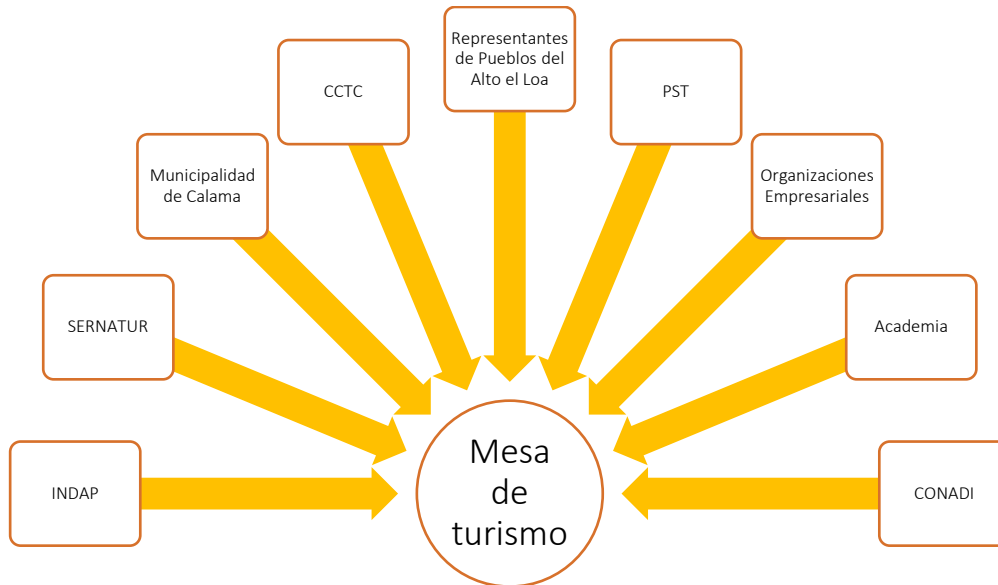


Tabla 48 Actividades Prioritarias

Actividad	Descripción	Resultado Esperado
Primera Mesa de Turismo Ampliada	Reunión para establecer las bases del trabajo colaborativo de la mesa de turismo y la puesta en marcha del PLADETUR.	Priorización de iniciativas y focalización por zona turística.
Mesas de Turismo Bimestrales	Reuniones para realizar seguimiento, medir, evaluar y mejorar. Tiene que analizar la actividad turística comunal y regional.	Cada dos meses la mesa se reúne, hace seguimiento y genera un acta de reunión
Mesa Semestral Gobernanza	La mesa de turismo realiza semestralmente una reunión de trabajo convocando a los integrantes de la Gobernanza.	Al menos dos reuniones realizadas en el año con los miembros de la gobernanza turística del destino.

26.1.4 Organización de la Mesa de Turismo

La Mesa de Turismo debe estructurarse de manera que sus decisiones puedan impactar de manera positiva el desarrollo turístico comunal, para ello se propone la siguiente estructura:

Presidente

Alcalde de la Ilustre Municipalidad de la comuna de Calama

Dirección de Turismo y Fomento CCTC

Su función es de secretaria técnica y articulador de la mesa de Turismo. Provee de los flujos de información entre los PST, las organizaciones de la sociedad civil, y las instituciones.



Organizaciones Empresariales

Está conformada por las organizaciones empresariales, PST y actividades conexas que estén vinculadas con el desarrollo turístico.

Organizaciones de la Sociedad Civil

Conformada por organizaciones como asociaciones, comunidades, JJVV, y otras con interés en el desarrollo turístico.

Organizaciones Académicas

Conformada por las instituciones de educación, corporaciones que tengan entre sus planes materias relacionadas con el desarrollo turístico.

Instituciones Públicas

Conformada por instituciones del sector público con planes y programas que impactan el desarrollo turístico de la comuna.

26.2 Gobernanza Destino Emergente Calama Alto El Loa

La Gobernanza es la instancia de articulación y vinculación de más alto nivel en la estructura del plan de turismo, esta incorpora la articulación intercomunal considerando los acuerdos del convenio de la AMRA, y la intersectorialidad incorporando al comité de SEREMIS para el turismo instancia representativa regional del Comité de Ministros indicada en la Ley 20.423 de turismo. El plan propone una gobernanza base de carácter local, que requiere de la articulación de la Mesa de Turismo para su gestión eficiente, coordinada y con resultados medibles. A continuación, se presenta un modelo de gestión para la instauración de una gobernanza local de desarrollo turístico.

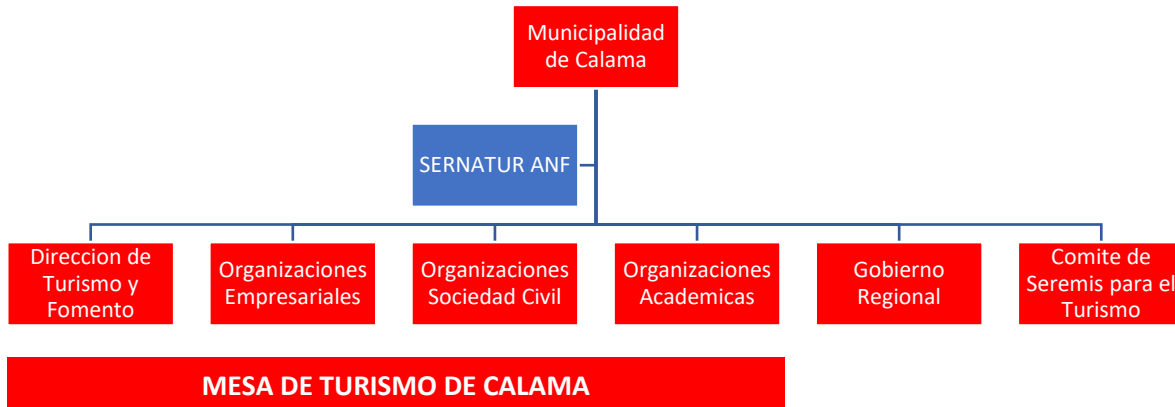
26.2.1 Propósito de la Gobernanza

Ser el organismo de coordinación público - privado que permita la sostenibilidad de las acciones contenidas en el PLADETUR

26.2.2 Objetivos

- ✓ *Promover el desarrollo del turismo sustentable y responsable en la comuna de Calama y el destino emergente.*
- ✓ *Generar acciones de vinculación y articulación con actores público - privados para el desarrollo sostenible de la comuna de Calama.*
- ✓ *Evaluar el impacto y oportunidades de las acciones de desarrollo comunales del turismo sostenible de la Región y el destino.*

Esquema 16 Gobernanza Destino Calama Alto El Loa



26.2.3 Organización de la Gobernanza

La Gobernanza del destino Calama Alto El Loa debe ser parte del desarrollo turístico regional para el logro de los objetivos del PLADATUR. Para ello se propone la siguiente estructura:

Presidente

Alcalde de la Ilustre Municipalidad de la comuna de Calama

Comité de Seremis para el Turismo

Conformado por las secretarías regionales ministeriales o un representante de un ministerio que es parte del comité de ministros para el turismo.

Gobierno Regional

Representado por el Gobernador regional o un representante

Dirección de Turismo y Fomento

Su función es de secretaria técnica, entre sus funciones principales es la de vincular al municipio en las acciones que de desarrollo turístico.

Mesa de Turismo

Representa a los grupos de interés está conformada por las organizaciones empresariales, organizaciones de la sociedad civil, academia.

26.2.4 Propuesta de Plan de Trabajo

La Gobernanza debe tener la capacidad de ser un articulador entre lo público y privado manteniendo un relacionamiento que facilite las acciones de turismo sustentable para la comuna. A nivel de estrategia la participación del comité de SEREMIS para el Turismo Región de Antofagasta es esencial.

26.2.5 Periodicidad de las reuniones de trabajo

Se considera que se realicen reuniones al menos dos veces al año; las temáticas a abordar en estas reuniones serán definidas de acuerdo con el momento de su realización, sin embargo, deberá como mínimo tratar los siguientes temas:

- Lectura de un resumen y aprobación de acta de reunión anterior



- Exposición de temas de desarrollo turístico, estadísticas y programas
- Evaluar el estado de Avance de las acciones de desarrollo turístico planteadas en el plan y/o otros temas atinentes a los objetivos de la gobernanza.

Tabla 49 Actividades Prioritarias

Actividad	Descripción	Resultado Esperado
Primera Asamblea Ampliada	Establecer las bases del trabajo colaborativo de la mesa de turismo y la gobernanza	Un plan de trabajo para dos años
Asambleas Semestrales	Hacer seguimiento, medir, evaluar y mejorar.	Al menos dos reuniones realizadas en el año con los miembros de la gobernanza turística del destino.

26.2.6 Propuesta Criterios e indicadores

Se propone que el plan de acción contenga actividades y tareas que sean coherentes con los objetivos de la Gobernanza.

Ejemplo Tabla Criterios e Indicadores

Criterio	Indicador
Participación: La gobernanza es una instancia relevante para el desarrollo turístico	Periodicidad de las Asambleas
	Libro de actas
	N° participantes en sesiones
Articulación: La Gobernanza facilita la articulación público - privada a nivel Regional.	N° Proyectos priorizados
Vinculación: La Gobernanza permite posicionar a Calama en el plan de turismo regional.	Proyectos o iniciativas que son incorporadas en la estrategia de desarrollo comunal y regional.



27. SISTEMA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

El objetivo principal de este capítulo es guiar la implementación de las acciones por eje estratégico del PLADETUR 2022-2032, así como generar su seguimiento y evaluación en el tiempo.

27.1 Seguimiento

El seguimiento tiene que ser un proceso continuo y adecuado a la planificación de la ejecución del plan. Requiere de una actualización permanente del estado de avance del plan por medio de la recopilación periódica de datos turísticos, su registro y análisis explicativo. El plan permite realizar un seguimiento centrando la recolección de datos por zonas turísticas.

El Seguimiento o Monitoreo, se efectúa durante la etapa de ejecución de un proyecto y no en otras etapas del ciclo del proyecto. Es un procedimiento sistemático empleado para comprobar la eficiencia y efectividad del proceso de ejecución de un proyecto para identificar los logros y debilidades y recomendar medidas correctivas para optimizar los resultados deseados (CEPAL,2015).

La Mesa de Turismo tiene la misión de priorizar las iniciativas y sus acciones en los periodos propuestos, el dinamismo del sector turístico requiere que se proponga una etapa de seguimiento general al año cinco para identificar de manera precisa los avances de las acciones que tiene que articular colaboraciones intersectoriales.

El seguimiento tiene que ser realizado por la Mesa de Turismo Comunal, la que se reunirá de manera periódica de acuerdo a la planificación propuesta en el plan. La Mesa podrá generar mejoras en el plan de seguimiento de acuerdo a los avances y al cumplimiento de resultados. Se deberá emitir un informe ejecutivo con los resultados.

27.2 Evaluación

La evaluación es el proceso de análisis de avance y cumplimiento de la ejecución del PLADETUR, la evaluación permitirá hacer las mediciones efectivas del proceso por cada eje estratégico, iniciativa y zona turística priorizada.

La medición de impactos y resultados del plan son esenciales para el desarrollo de la actividad turística en la comuna. La Mesa de Turismo cuenta con un instrumento de planificación turística enfocado en el fortalecimiento de un municipio turístico, la innovación en el modelo de desarrollo turístico asociado a la atracción de visitantes, el desarrollo de proveedores y experiencias turísticas.

Se propone una evaluación ex ante, de proceso, y un ex post.

Evaluación ex ante: Se realiza previamente a la implementación del PLADETUR, se evalúa y priorizan las acciones.

Evaluación de proceso o intermedia: Se realiza durante la ejecución del plan y tiene que ver con el uso de los recursos para el cumplimiento de los objetivos, el ajuste a la programación del plan, entre otros aspectos.

Evaluación ex post: Se realiza una vez finalizada la ejecución del plan, tiene que ver con la evaluación final de lo propuesto para los 10 años de vigencia del plan.

Si bien, cada iniciativa y acción tiene un indicador de impacto y/o cobertura. A continuación, se presenta una tabla con los indicadores de cada eje estratégico del plan:

Tabla 50 Indicador de Impacto Sustentabilidad Turística

Eje Estratégico	Nombre de la Iniciativa	Objetivo	Indicador de Impacto
Sustentabilidad Turística	Estrategias locales de desarrollo turístico y Fortalecimiento de la Gestión Turística Municipal	Implementar buenas prácticas para el desarrollo sostenible de la Calama con participación público privado	Nivel de avance de la implementación de la Distinción Municipalidad Turística de Calama. N° de funcionarios capacitados en temas relacionados con la obtención de la distinción.
	Empleabilidad para el desarrollo Turístico	Sostener el modelo de visitación por la retención y atracción de capital humano calificado	Nivel de avance en la implementación del modelo de empleabilidad. N° de Informadores Turísticos en zonas priorizadas.
	Plan de regularización y mejoras en el saneamiento sanitario del Alto El Loa	Avanzar en las soluciones definitivas que permitan el desarrollo turístico sostenible.	N° de APR y regularizaciones sanitarias obtenidas en el periodo definido.
	Plan de resguardo y puesta en valor de atractivos turísticos naturales y restauración de ecosistemas	Establecer criterios mínimos de uso de los recursos por medio de capacidades de carga estimadas. (ISDT)	Nivel de Avance en la Implementación del ISDT.
	Plan de adaptación al cambio climático	Incorporar el cambio climático y buenas prácticas para la producción sustentable como un sello comunal	N° de planes referidos al cambio climático y a la seguridad de actividades turísticas.

Tabla 51 Indicador de Impacto Cultura Turística

Eje Estratégico	Nombre de la Iniciativa	Objetivo	Indicador de Impacto
Cultura Turística	Plan de fomento a la calidad y competitividad turística	Fortalecer las habilidades, capacidades y conocimientos de los PST y la comunidad en materias atinentes al desarrollo turístico sustentable.	N° de planes de formación implementados y en ejecución.
	Plan de Fortalecimiento de la Cultura Turística Local	Transferir conocimientos teóricos y prácticos por medio de la realización de acciones de capacitación y fomento para el desarrollo turístico.	N° de personas que participan del programa.

Tabla 52 Indicador de Impacto Infraestructura

Eje Estratégico	Nombre de la Iniciativa	Objetivo	Indicador de Impacto
Infraestructura	Elementos mediadores y accesibilidad en atractivos turísticos	Facilitar la Visitación turística por medio de la habilitación e instalación de señalética y accesibilidad en los sitios de Visitación.	Los elementos mediadores están disponibles y se encuentran en buen estado.
	Plan para la recuperación de espacios públicos, rutas turísticas, mejoramiento de fachadas y arquitectura patrimonial Plataforma habilitante para el fortalecimiento del Turismo de Intereses Especiales.	Generar las condiciones para una experiencia turística IEM.	N° de espacios públicos y rutas turísticas son fortalecidas para la visitación turística. Tasa de avance de plan de acción.



Tabla 53 Indicador de Impacto Desarrollo de productos y experiencias

Eje Estratégico	Nombre de la Iniciativa	Objetivo	Indicador de Impacto
Desarrollo de Productos y experiencias	Plan de Desarrollo de Proveedores de la industria turística Local	Fortalecer la operación de experiencias turísticas IEM por medio del pilotaje y el desarrollo de proveedores.	N° de PST incorporados a la operación turística. % Impacto generado por el modelo de empleabilidad en los servicios turísticos de las zonas priorizadas.
	Experiencias IEM para la comuna de Calama	Generar las experiencias turísticas IEM para visitantes y vecinos.	Nivel de fortalecimiento del ecosistema turístico de la comuna.
	Incentivo al Turismo de Intereses Especiales	Mejorar y aumentar la articulación de los PST existentes y potenciales para la operación turística sustentable.	La OIT permite articular la operación turística encadenando a los PST
		Atraer potenciales visitantes a los atractivos turísticos TIE relacionados con la observación Astronómica.	Tasa de visitantes que realizan actividades de astroturismo.



Tabla 54 Indicador de Impacto Posicionamiento y promoción

Eje Estratégico	Nombre de la Iniciativa	Objetivo	Indicador de Impacto
Posicionamiento y Promoción	Incentivo a la competitividad turística del destino Calama Alto El Loa	Posicionar al Destino Emergente Calama Alto El Loa en mercado nacional e Internacional aprovechando las oportunidades de ubicación geográfica y servicios disponibles en la Región de Antofagasta.	N° de alianzas, publicaciones, otras que permiten evaluar la presencia del destino en las alternativas de la demanda.
	Plan de Medios y campañas de activación para difusión del destino Calama Alto El Loa Fam Press Anual	Posicionar al Destino Emergente Calama Alto El Loa en mercado nacional e Internacional.	N° de acciones de marketing realizadas.
	Acciones de Vinculación con el medio	Vincular a la comunidad y potenciales visitantes en la difusión de los atractivos patrimoniales y turísticos de la comuna.	N° de vecinos que participan de las campañas de vinculación con el medio y la comunidad.
	Calama Alto El Loa un destino emergente inteligente	Transformar Calama en un DTI con una planificación sustentada en datos, accesibilidad y sustentabilidad.	Nivel de actualización de las estadísticas comunales de desarrollo turístico.



28. PRESUPUESTO ESTIMADO

El presupuesto estimado fue calculado en base a valores de licitaciones y programas ejecutados en el periodo 2020 – 2022. Considera estimaciones en base a FNDR Plan de Turismo Sustentable Región de Antofagasta, estimaciones en base a reuniones de trabajo y programa de actividades de la Dirección de Turismo CCTC.

NOTA: sea adjunta planilla Excel con cartera de proyectos

Tabla 55 Presupuesto estimado

Líneas Estratégicas	Periodo 2023 - 2026	Periodo 2027 - 2032
<i>Sustentabilidad Turística</i>	\$ 883.822.670	\$ 1.070.407.260
<i>Cultura Turística</i>	\$ 102.000.000	\$ 26.000.000
<i>Infraestructura</i>	\$ 733.000.000	\$ 280.000.000
<i>Desarrollo de Productos y Experiencias Turísticas</i>	\$ 397.606.703	\$ 349.171.378
<i>Posicionamiento y Promoción</i>	\$ 84.763.667	\$ 104.513.643
<i>Total Periodo</i>	\$ 2.201.193.040	\$ 1.830.092.281

Fuente: Elaboración Propia

ANEXOS

1. ANEXO 1 INTRODUCCIÓN AL TURISMO

La Organización Mundial del Turismo define TURISMO como: ***“un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico”***. Esta definición establece una relación directa entre las actividades y el movimiento de personas, estas actividades son las que los visitantes realizan en sus viajes, las que pueden ser tan variadas en sus motivaciones como el Ocio, Vacaciones, Estudios, Negocios entre otras.

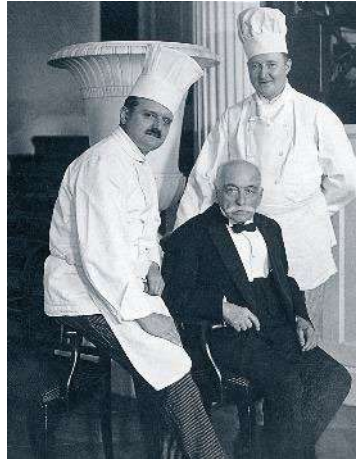


Los viajes en este territorio se remontan a más de 8.000 años a.C. cuando los primeros cazadores recolectores realizaban largas travesías para intercambiar productos desde la costa con el mundo andino. Periodo Arcaico 9000 a 7000 a. C. se inician los asentamientos en Atacama. (Tuina)



En los tiempos modernos (1841) cuando Thomas Cook, el padre de los viajes, decide realizar un viaje en tren con un grupo de personas a un congreso de antialcoholismo, es muy probable que no se imaginaba las repercusiones que eso llevaría en nuestros tiempos. Crea los Vouchers, tipo de cheque viajero que permite viajar sin pagar en el destino.

El alojamiento de la mano de Cesar Ritz, un suizo que inicia como un trabajador cualquiera en un hotel y comienza a vincularse con la gastronomía hasta que en Gran Hotel Nacional de Lucerna (uno de los mejores de la época) en 1878 es nombrado gerente. Ahí iniciaría un camino por Hoteles como el SAVOI, hasta fundar su propia cadena de hoteles RITZ.



Estos avances en la industria de los viajes han permitido la incorporación de diversas actividades en el Turismo, muchas directamente vinculadas al paisaje y la escenografía natural de los atractivos, pero la búsqueda de la sostenibilidad de los destinos turísticos ha desarrollado lo que llamamos el Turismo de Intereses Especiales (TIE). A partir de este concepto podemos hallar actividades turísticas tan diversas que incorporan las comunidades locales, sus actividades diarias, su cosmovisión y cosmogonía, sus procesos agroalimentarios, su interpretación de la naturaleza, el respeto por la conservación entre otras.

1.1 Conceptos asociados al Turismo



El **TURISMO** es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan **visitantes** (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un **gasto turístico**.

Definición Organización Mundial del Turismo, 2008

«El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros».
OMT 1994

Turismo de intereses especiales (TIE)

- **El turismo de intereses especiales (TIE) es una forma de hacer turismo sustentado en la identidad cultural y ambiental de las regiones, valorando la calidad escénica-ambiental en relación directa con lo que representa su historia social, contribuyendo para que las comunidades logren el tan ansiado desarrollo económico y social; a los días de hoy se ha transformado en uno de los principales promotores de la conservación del medio ambiente y de la identidad cultural de las comunidades regionales locales y hacer de Chile un destino sustentable y reconocido internacionalmente.**



1.2 Las Personas que Viajan

Motivo (principal) de un viaje turístico

El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etc.)

Lugar de residencia habitual

El *lugar de residencia habitual* es el lugar geográfico en que la persona empadronada reside habitualmente, y se define por la ubicación de su *vivienda principal*

Excursionista (o visitante del día)

Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.

Visitante

Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.

Turista (o visitante que pernocta)

Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación.

1.3 Las formas del turismo

Existen tres formas fundamentales de turismo: el *turismo interno*, *turismo receptor* y *turismo emisor*. Estas pueden combinarse de diferentes modos para dar lugar a las siguientes otras formas de turismo: *turismo interior*, *turismo nacional* y *turismo internacional*.

Turismo emisor

El *turismo emisor* abarca las *actividades* realizadas por un *visitante* residente fuera del *país de referencia*, como parte de un *viaje turístico emisor* o de un *viaje turístico* interno.

Turismo receptor

Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.

Turismo interno

El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.

Turismo interior

El *turismo interior* engloba el *turismo interno* y el *turismo receptor*, a saber, las actividades realizadas por los *visitantes* residentes y no residentes en el *país de referencia*, como parte de sus *viajes turísticos* internos o internacionales.

Turismo internacional

El turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos



internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores.

Turismo nacional

El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.

1.4 Los lugares que visitamos

Destino (destino principal) de un viaje

El *destino principal de un viaje turístico* es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje. Ver también *motivo principal* de un *viaje turístico*.

Entorno habitual

El *entorno habitual* de una persona, concepto clave en *turismo*, se define como la zona geográfica (aunque no necesariamente contigua) en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales.

1.5 Lo que mueve el turismo

Sector del turismo

Es el conjunto de unidades de producción en diferentes industrias que producen bienes y servicios de consumo demandados por los *visitantes*. Estas industrias se denominan las *industrias turísticas* debido a que la adquisición por parte de visitantes representa una porción tan significativa de su oferta que, en ausencia de éstos, dicha producción se vería reducida de manera significativa.

Visita

Un viaje se compone de visitas a diferentes lugares. El término “visita turística” hace referencia a una estancia en un lugar visitado durante un viaje turístico.

Empleo en las industrias turísticas

El *empleo en las industrias turísticas* puede medirse como un recuento de las personas empleadas en las industrias turísticas, en cualquiera de sus empleos, como un recuento de las personas que desempeñan su *empleo* principal en las *industrias turísticas*, como un recuento de los *empleos* en las *industrias turísticas*, o como cifras equivalentes a tiempo completo.

1.6 ¿Para qué?

Gasto turístico

El *gasto turístico* hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los *viajes turísticos* y para los mismos.

1.7 ¿Cuáles son los impactos del Turismo?



1.8 Institucionalidad del Turismo en Chile



LEY 19.300 DE BASES DEL MEDIO AMBIENTE, 1994

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile  Legislación chilena 

Tipo Norma	:Ley 19300
Fecha Publicación	:09-03-1994
Fecha Promulgación	:01-03-1994
Organismo	:MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE LA PRESIDENCIA
Título	:APRUEBA LEY SOBRE BASES GENERALES DEL MEDIO AMBIENTE
Tipo Versión	:Última Versión De : 01-06-2016
Inicio Vigencia	:01-06-2016
Id Norma	:30667
Última Modificación	:29-DIC-2017 447 EXENTA
URL	: https://www.leychile.cl/N?i=30667&f=2016-06-01&p=

APRUEBA LEY SOBRE BASES GENERALES DEL MEDIO AMBIENTE
 Teniendo presente que el H. Congreso Nacional ha dado su aprobación al siguiente

Proyecto de ley:

*TÍTULO I
 Disposiciones Generales

Artículo 1º.- El derecho a vivir en un medio ambiente libre de contaminación, la protección del medio ambiente, la preservación de la naturaleza y la conservación del patrimonio ambiental se regularán por las disposiciones de esta ley, sin perjuicio de lo que otras normas legales establezcan sobre la materia.

LEY DEL SISTEMA INSTITUCIONAL PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO , 2010

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile  Legislación chilena 

Tipo Norma	:Ley 20423
Fecha Publicación	:12-02-2010
Fecha Promulgación	:04-02-2010
Organismo	:MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y RECONSTRUCCIÓN; SUBSECRETARÍA DE ECONOMÍA, FOMENTO Y RECONSTRUCCIÓN
Título	:DEL SISTEMA INSTITUCIONAL PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO
Tipo Versión	:Última Versión De : 17-12-2010
Inicio Vigencia	:17-12-2010
Id Norma	:1010960
Última Modificación	:17-DIC-2010 Ley 20486
URL	: https://www.leychile.cl/N?i=1010960&f=2010-12-17&p=

LEY NÚM. 20.423
 DEL SISTEMA INSTITUCIONAL PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO
 Teniendo presente que el H. Congreso Nacional ha dado su aprobación al siguiente

Proyecto de ley:

*TÍTULO I
 DISPOSICIONES GENERALES

**DECRETO 19, ABRIL 2019.
 REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DEL
 SISTEMA DE CALIDAD Y SEGURIDAD DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile  **Legislación chilena** 

Tipo Norma	Decreto D1
Fecha Publicación	12-04-2019
Fecha Promulgación	11-01-2019
Organismo	MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO, SUBSECRETARÍA DE TURISMO
Título	AFIRMA EL REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DEL SISTEMA DE CLASIFICACIÓN, CALIDAD Y SEGURIDAD DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS
Tipo Versión	Única De 12-04-2019
Inicio Vigencia	12-04-2019
ID Norma	112042
URL	https://www.leychile.cl/Norma?tramite=2019-04-12ap

AFIRMA EL REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DEL SISTEMA DE CLASIFICACIÓN, CALIDAD Y SEGURIDAD DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Núm. 19 - Santiago, 11 de enero de 2019.

Visto:

Lo dispuesto en el artículo 22 N° 4 de la Constitución Política de la República, el Decreto con Fuerza de Ley N° 1.912 del Ministerio del Interior, que organiza las Secretarías de Estado, de 2017, la ley N° 1.200 que otorga facultades extraordinarias al Ejecutivo para emitir disposiciones de carácter administrativo, económico y financiero, el decreto con fuerza de ley N° 68 del Ministerio de Hacienda, de 1991, la ley N° 18.171, que cambia el nombre y establece nuevas atribuciones al Ministerio de Economía, Fomento y Turismo; la ley N° 20.422 del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo, el Decreto Supremo N° 132, de 2012, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, al Acta del Comité de Ministros del Turismo que da cuenta de la sesión ordinaria N° 50, de 27 de noviembre de 2017, al Oficio DTA N° 114, de 1 de septiembre de 2017, del Servicio Nacional de Turismo, y la resolución N° 1.400 de 2015, de la Contraloría General de la República.

Considerando:

- Que, con fecha 12 de febrero de 2019 se publicó en el Diario Oficial la ley N° 20.422 del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo, la que en su artículo 19 regula la creación de la Subsecretaría de Turismo;
- Que, el Título VII de dicha ley, establece un Sistema de Clasificación, Calidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos;
- Que, el Decreto Supremo N° 132, de 2012, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo aprueba el Reglamento para la aplicación del Sistema de Clasificación, Calidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos;
- Que, considerando que en esta línea queda la entrada en vigencia del Reglamento para la aplicación del Sistema de Clasificación, Calidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos, es necesario regular los antecedentes del mismo, que permita cumplir de mejor manera las finalidades del señalado sistema, las cuales se encuentran establecidas en el artículo 30 de la ley N° 20.422;
- Que, luego de un trabajo desarrollado entre la Subsecretaría de Turismo y el Servicio Nacional de Turismo, se acordó un texto de nuevo Reglamento para la aplicación del Sistema de Clasificación, Calidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos, el que fue sometido a una consulta pública realizada entre los días 10 de abril a 10 de mayo, años de 2017, a través de la página web del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo;
- Que, una vez finalizada la consulta pública señalada en el considerando quinto precedente, y actualizadas las observaciones y propuestas recibidas en dicho proceso de participación ciudadana, el Servicio Nacional de Turismo propuso a la Subsecretaría de Turismo un texto de nuevo Reglamento para la aplicación del Sistema de Clasificación, Calidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos, mediante oficio DTA N° 114, de 1 de septiembre de 2017;
- Que, respecto al conocimiento y validación del Comité de Ministros del Turismo, en la Sesión Ordinaria N° 14, de fecha 27 de noviembre de 2017, este órgano colegiado resolvió pronunciarse favorablemente sobre la propuesta de Reglamento para la aplicación del Sistema de Clasificación, Calidad y Seguridad de

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile - www.leychile.cl - documento generado el 16-Ago-2019

1.9 Producto y Experiencia Turística

EL ATRACTIVO TURÍSTICO, que es uno de los elementos que están generalmente en la base de la motivación para el viaje.

LOS SERVICIOS TURÍSTICOS y su infraestructura, tales como alojamiento, alimentación, actividades, centros de información, señalización, entre otros.

EL ACCESO Y CONECTIVIDAD FÍSICA, tales como caminos y carreteras, aeropuertos, empresas de transporte; así como canales de comercialización



VALOR AÑADIDO, es todo aquello que se puede añadir al producto tangible para hacerlo más interesante y atractivo para el mercado meta (puede ser el atributo diferenciador).

En el desarrollo de los productos turísticos se debe respetar los procesos ecológicos, los recursos biológicos y el medioambiente. Así como también, la cultura, la identidad y los valores de las comunidades locales. Por tal razón, desarrollar un producto turístico es un proceso sistemático y que implica los siguientes pasos claves:

- ◆ **Determinar el tipo de producto de turismo a realizar.**
- ◆ **Definir el segmento de mercado al que se orientará.**
- ◆ **Identificación de recursos turísticos naturales y culturales.**
- ◆ **Tipo y nivel de servicios de alojamiento y alimentación.**
- ◆ **Actividades a desarrollar.**
- ◆ **Armar un paquete o programa.**
- ◆ **La duración de la prestación del servicio.**

1.10 Componentes de Destinos Turísticos



1.11 Calificación de los Destinos Turísticos



DESTINO POTENCIAL (12)

Corresponde a destinos cuyo ciclo de vida está en la etapa de exploración.

DESTINO EMERGENTE (31)

Corresponde a destinos cuyo ciclo de vida está en la etapa de implicación o desarrollo.



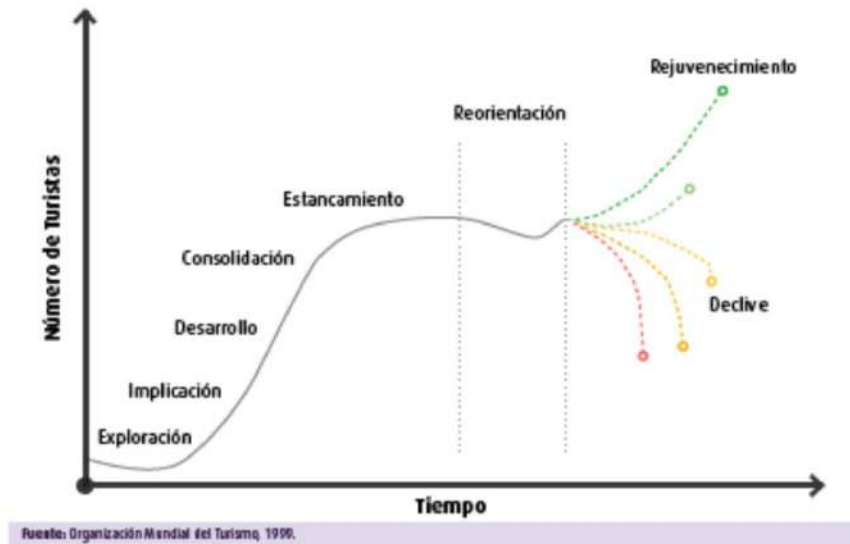
DESTINO CONSOLIDADO (41)

Corresponde a destinos cuyo ciclo de vida está en la etapa de consolidación o estancamiento.

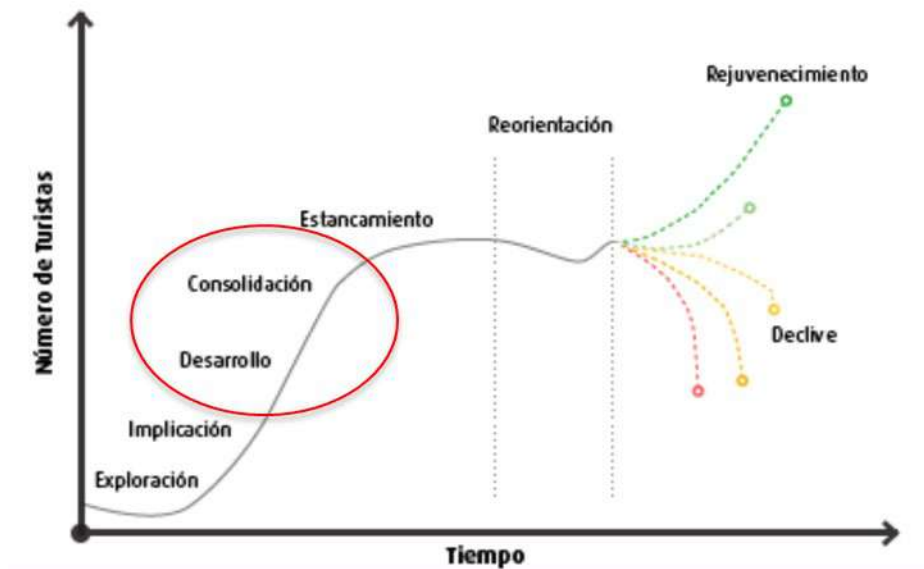


1.12 Ciclo de Vida de un Destino Turístico

Figura N°5 Cido de evolución de los destinos turísticos



Fuente : Elementos para la gestión de un Destino Turístico SERNATUR



FASE DE DESARROLLO: Llega una gran cantidad de turistas al destino, que puede superar a la población local en los períodos de temporada alta. Entran nuevos competidores al mercado atraídos por los beneficios del negocio, en general empresas no locales que modernizan instalaciones y servicios. El destino pasa a formar parte de los programas que comercializan los operadores turísticos.



FASE DE CONSOLIDACIÓN: Comienza a disminuir en forma progresiva la tasa de incremento de llegadas de visitantes. El destino es ya parte integral de la industria turística organizada. Probablemente, el turista inicial deje de visitar el destino para buscar otro nuevo menos masivo. De este modo, el destino capta turistas que se sienten cómodos viajando de forma masiva.

1.13 La Cultura en Turismo

Antropológicamente *cultura* se asociaba básicamente a las artes, la religión y las costumbres. Recién hacia mediados del siglo XX, el concepto de *cultura* se amplía a una visión más humanista, relacionada con el desarrollo intelectual o espiritual de un individuo: *“la cultura incluye todas las actividades características y los intereses de un pueblo”*.

1.13.1 Identidad Cultural

El concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta continuamente de la influencia exterior.

De acuerdo con estudios antropológicos y sociológicos, la identidad surge por oposición y como reafirmación frente al otro.

“La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias. Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad”.

“Qué es la identidad? Es el sentido de pertenencia a una colectividad, a un sector social, a un grupo específico de referencia. Esta colectividad puede estar generalmente localizada geográficamente, pero no necesariamente (por ejemplo, los casos de refugiados, desplazados, migrantes, etc.). Hay manifestaciones culturales que expresan con mayor intensidad que otras su sentido de identidad, hecho que las diferencian de otras actividades que son parte común de la vida cotidiana. Por ejemplo, manifestaciones como la fiesta, el ritual de las procesiones, la música, la danza. A estas representaciones culturales de gran repercusión pública, la UNESCO las ha registrado bajo el concepto de patrimonio cultural inmaterial”.

1.13.2 Patrimonio

Es un término que ha evolucionado en el tiempo y ha pasado de ser un concepto relacionado con lo monumental, lo artístico (básicamente pintura y escultura) a lo inmaterial como las costumbres y las tradiciones.

“Los bienes que integran el patrimonio cultural existen desde el mismo momento en que el hombre deja testimonios materiales de su presencia y actividades, dando lugar a objetos de todo tipo, desde obras de arte hasta objetos de carácter utilitario” (González – Varas, 2000:21).



Aunque estos objetos han existido desde el inicio de la humanidad, sólo hasta el siglo XVIII, con la Revolución Francesa, surge el concepto de “patrimonio histórico”. Antes existían los objetos culturales que eran apreciados por coleccionistas, pero no el concepto de patrimonio cultural, simbolizado en los “monumentos nacionales”.

1.13.3 “Patrimonio Cultural”

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

1.13.4 Patrimonio natural

Se considera a los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de esas formaciones que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico.

Las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas que constituyan el hábitat de especies animal y vegetal amenazadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico, los lugares o las zonas naturales estrictamente delimitadas que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, la conservación o de la belleza natural.

1.13.5 Patrimonio Oral e Inmaterial

Uno de los mayores avances realizados por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y otras instituciones dedicadas al tema cultural ha sido el de generar un reconocimiento internacional del patrimonio que no es monumental, que forma parte de los pueblos, de su creatividad e identidad cultural: el oral e intangible.

La Conferencia General de la Unesco en 1997 adoptó la resolución 23 con el fin de evitar la desaparición de este patrimonio y creó una distinción internacional (*Proclamación por la Unesco de las obras maestras del patrimonio oral e inmaterial de la humanidad*) para fomentar la presentación de candidaturas por parte de los países miembros.

En marzo del 2001 en Turín, en una reunión realizada por la UNESCO, se definió patrimonio oral e inmaterial como *“las creaciones de una comunidad cultural fundadas en las tradiciones expresadas por individuos que responden a las expectativas de su grupo, como expresión de identidad cultural y social, además de los valores transmitidos oralmente. Son testimonios de ello la lengua, la literatura, la música, la danza, los juegos, la mitología, los ritos, las costumbres, los conocimientos ancestrales, la arquitectura y la manufactura de artesanías”*.



2. ANEXO 2 PLAN ASTROTURISMO CALAMA 2023 – 2025

2.1 Objetivo

Ejecutar acciones contenidas en los planes de desarrollo turístico de la Región de Antofagasta en el ámbito de la ciencia, el medio ambiente y el turismo.

2.2 Acciones

2.2.1 Realización de una Star Party

- Alianza con instituciones de Educación para la divulgación científica.
- Participación de PST de Astroturismo.
- Astronomía Inclusiva
- Stands con productos y servicios
- Stands con muestras fotográficas
- Música en vivo

2.2.2 Estudio para la Certificación de los cielos de la comuna

- Alianza con instituciones científicas universidades, Oficina de Protección de la Calidad del Cielo del Norte de Chile (OPCC), Observatorios European Southern Observatory (ESO), entre otras.
- Análisis de sitios para la certificación
- Relacionamiento comunitario

2.2.3 Plan de Capacitación en Astronomía Básica

- Curso de Formación en Astronomía Básica
- Manejo de Telescopios
- Astronomía Inclusiva
- Seminario Astronomía

2.2.4 Estudio Línea Base de Fuentes de emisión de luz

- OPCC realiza estudio de contaminación lumínica (D.S. N°43/2012)
- Política comunal de regulación de la contaminación lumínica

2.2.5 Plan Intercomunal de Astroturismo

- Convenio de Cooperación María Elena – Calama – Ollagüe
- Plan de Marketing y comercialización de astroturismo
- Tour Astro Social



3. ANEXO 3 OPERADORES DE TURISMO PARA POTENCIALES ALIANZAS COMERCIALES

Para facilitar las oportunidades de alianzas estratégicas con OOTT receptivos en Chile y en el Extranjero se identificaron los siguientes :

País	Ciudad	Tipo	Nombre	Link Web	País Emisor	Mercado Destino	Oferta	Atributos
Bolivia	La Paz	Sitio Web OOTT	Valtours	http://www.valtours.com/oferta-especiales.html#tour-restobolivia	Bolivia	Chile	Vende un circuito desde La Paz, Uyuni, Géiser del Tatio, SCL, Valpo. Astroturismo en Uyuni	Tiene el Géiser del Tatio como visita del circuito.
Brasil	Sao Paulo	Sitio Web OOTT	Ambiental	https://www.ambiental.tur.br/internacionais/america-do-sul/chile	Brasil	Perú, Chile, Argentina, Ecuador	San Pedro de Atacama. Tour Arqueológico y naturaleza. Patagonia.	Ofrece Perú Argentina
Brasil	Sao Paulo	Sitio Web OOTT	Girare	https://www.girare.com.br/roteiros/categoria/ecoturismo/	Brasil	Argentina, Perú	Argentina Andina Tilcara, Jujuy.	Ofrece un circuito en argentina similar a chile.
Canadá	Vancouver	Sitio Web OOTT	Finis terra	https://www.finisterra.ca/latin-america-tours/	Canadá	Bolivia, Perú, Argentina, Chile.	Perú, Patagonia Argentina, Uyuni, San pedro de atacama	Tiene a SPA en un circuito desde Bolivia.
Canadá	Ontario	Sitio Web OOTT	G Adventures	https://www.gadventures.com/destinations/south-america/chile/	Canadá	Patagonia, Perú, Ecuador, Argentina.	Patagonia, Chiloé, Valparaíso	



Canadá	Toronto	Sitio Web OOT	Go Way	https://www.goway.com/trips/dest/central-and-south-america/cntry/chile/	Canadá	Perú, Argentina, Bolivia, Ecuador, Chile	Oferta asociada a Hotel Alto Atacama, Explora Lodge	Tiene a Uyuni como destino
Chile	Santiago	Sitio Web OOT Comunitario e Indígena	Travolution	https://travolution.travel/destinos/atacama/	Francia, Italia, Alemania.	América del Sur	Desierto de Atacama, SPA y Chañaral de Aceituno en la costa.	Posee una oferta experiencial para SPA en su catálogo.
Chile	Santiago	Sitio Web OOT	De Nomades	https://www.denomades.com/	Cualquiera	San Pedro de Atacama, Perú, Bolivia.	San Pedro de Atacama y Salar de Uyuni.	Ofrece los transfer y los traslados a las excursiones.
Chile	Santiago	Sitio Web OOT	Korke	https://korke.com/voyage-sejour-chili/	Francia	Chile, Argentina	San Pedro de Atacama, Arqueología, Naturaleza.	Francia es su país objetivo.
Chile	Santiago	Portal de Difusión	Chile.Travel	https://chile.travel/que-hacer/cultura/pueblos-origenarios-y-etnoturismo	Mundial	Chile	Chile y relaciona el destino San Pedro de Atacama con Arqueología	Difunde Chile como Destino.
Chile	Santiago	Sitio Web OOT	Andes Nativa	http://www.andesnativa.com	Mundial	Chile	Calama, San Pedro de Atacama, Vilama, Ayllu de Coyo.	Posee una oferta de Turismo Étnico.



Chile	Los Lagos	Sitio Web OOTT	Amity Tours	https://www.amity-tours.com/package/mountain-bike-atacama-desert-6-days-tour/	Habla Inglesa	Chile	Caminatas y Ciclismo en San Pedro de Atacama. Valle del Arcoíris. Caspana	La actividad puede facilitar el contacto con lo local.
Chile	Santiago	Sitio Web OOTT	ADS Mundo	http://www.adsmundochile.com/norte/	Varios	Chile	Vende San Pedro de Atacama con actividades.	Tiene una Agencia Touristour.
Chile	Viña del Mar	Sitio Web OOTT	Baltazar Turismo	http://www.baltazar.cl/w3/paquetes/nacional/		Chile	Vende la zona central.	Puede incorporar el desierto de Atacama.
Chile	Santiago		Novojet	https://www.novojet.cl/HTML/novojet/san-pedro-de-atacama-vam-plus.html		Chile	San Pedro de Atacama con dos excursiones	Es Operador del programa tercera Edad
Chile	Santiago		OTSI	http://otsi.cl/3n_dan-00/?tipo=nacional		Chile	San Pedro de Atacama Arqueológico, a la carta	
Chile	Santiago		Milodon	http://www.milodon.cl/services/san-pedro-de-atacama/		Chile		
Chile	Santiago			http://www.clmundo.cl/clmundo/			Al parecer tiene una oferta amplia que no aparece en la pagina	Expuso en FITUR 2019



Chile	Santiago	Sitio Web OOTT	Vive Latina tours	https://www.viv alatinatours.com/nos_circuits.php	Mundial	Chile	San Pedro de Atacama. Caspana, Chiu Chiu y Lasana	Ofrece un servicio autónomo de viaje con reserva de auto, hotelería e itinerario para recorrer.
Chile	Valparaíso	Sitio Web OOTT	Terra Chili	https://www.tourisme-chili.com/	Francia	Chile Argentina Bolivia Perú	San Pedro de Atacama, Río Grande incorporando la gran mayoría de los atractivos. Altiplano de Arica y Parinacota. Astroturismo	Francia es su país objetivo.
Chile	Puerto Varas	Sitio Web OOTT	Protours	http://www.pro_toursdestination.com/es/	Varios	Argentina, Bolivia, Chile, Perú.	OOTT en Chile. Múltiples destinos. Cultura en Arica y Parinacota, Desierto y Naturaleza en SPA.	
Chile	Santiago	Sitio Web OOTT	Cocha	https://www.cocha.com/paquetes/?rutas=chile		Chile	Vende Aéreos y terrestres en varios destinos de Chile	Es una empresa consolidada.
Chile	Santiago	Sitio Web OOTT	DMC	http://www.dmcchile.cl/en/destination/12.html		Chile	Ofrece el Norte, sin descripción	Posee variados servicios turísticos.



Chile	Santiago	Sitio Web OOTT	Ekatours	http://www.ekatours.cl/actualidad.php?act_codigo=60	Chile Bolivia	Ofrece un paquete SCL-SPA y uno SPA-Uyuni	
Chile	Concepción	Sitio Web OOTT	Turismo Esquerré	https://www.turismoesquerre.cl/nacional/	Chile	SPA con alojamiento	
Chile	Santiago	Sitio Web OOTT	Paysandu	https://www.paysandu.cl/san-pedro-de-atacama/	Chile	San Pedro con Excursiones	
Chile	Santiago	Sitio Web OOTT	Rai Trai	https://www.raitrai.cl/destino/norte-de-chile/	Chile	San Pedro de Atacama	Vende Paquetes individuales y Giras de estudio.
Chile	Santiago	Sitio Web OOTT	Solways	http://www.solwayschile.com/ofertas	Chile	San Pedro con Excursiones	
Chile	Santiago	Sitio Web OOTT	Sportours	http://www.sportstour.cl/types-travel-chile/san-pedro-de-atacama-4/	Chile	San Pedro con Excursiones	Empresa Andina del Sud
Chile	Santiago	Sitio Web OOTT	TipGroup	http://www.tipgroup.travel/content/content.aspx?id=238	Chile	Santiago SPA	
Chile	Santiago	Sitio Web OOTT	Turavion	https://www.turavion.com/paquete/hotel-spa-cumbres-san-pedro/	Chile	San Pedro de Atacama asociado a hotel Cumbres	



Dubái	Dubai Silicon Oasis	Sitio Web OOTT	Absolut Adventure	http://www.adventure.ae/en/international/peru	Dubái, EEUU	Perú	Trekking por el Camino del Inca	
EEUU	Vermont, Burlington	Sitio Web OOTT	Above the Clouds	https://www.aboveclouds.com/atc-destinations/	EEUU	Argentina	Patagonia Argentina y Mendoza	
EEUU	Missoula	Sitio Web OOTT	Adventure Life	https://www.adventure-life.com/chile/tours/401/atacama-desert#itinerary	EEUU	Brasil, Bolivia, Perú, Argentina.	Visitas a atractivos, Toconao.	Tiene circuitos en el entorno.
EEUU	California	Sitio Web OOTT	Adventure Smith explorations	https://www.adventuresmithexplorations.com/explora-atacama-desert-travel-hiking-biking-horseback-riding-chile	EEUU	Perú, Ecuador, Chile	Turismo Aventura en SPA. Patagonia. Perú, Argentina.	En la descripción del itinerario indica el contacto con la cultura local y ayllus.
EEUU		Sitio Web OOTT	Detour	http://www.detourdestinations.com/travel/chile-trips		Chile Perú Argentina	Trekking en SPA, Patagonia.	
EEUU		Sitio Web OOTT	Elevate	https://elevatedestinations.com/itineraries/patagonia-extreme-and-green/	EEUU	Bolivia, Argentina, Perú, Brasil, Ecuador	Patagonia	Tiene a Bolivia y Uyuni como un destino.



EEUU	San Francisco	Sitio Web OOTT	GeoEx	https://www.geoex.com/trips/chile-north-to-south	EEUU	Argentina, Perú, Chile	Chile, Patagonia y desierto	No entrega mucha información
EEUU	California	Sitio Web OOTT	Global Base Camps	https://www.globalbasecamps.com/tours/chile	EEUU	Perú, Argentina, Ecuador, Chile	Chile, san Pedro de atacama, Arqueología, naturaleza	Incorpora la Arqueología como una actividad.
EEUU	Michigan	Sitio Web OOTT	Journeys International	https://www.journeysinternational.com/destinations/americas/chile/oases-chile-atacama-patagonia	EEUU	Perú, Argentina, Bolivia, Ecuador, Chile	Patagonia, San Pedro de Atacama, Toconao	Tiene a Uyuni como destino
EEUU	Florida	Sitio Web OOTT	Latin Excursions	http://www.latinexcursions.com/destinations/chile/	EEUU	Argentina, Perú, Ecuador, Chile	Patagonia, san pedro de atacama, Asociado a oferta de alto atacama	Está asociado a un Hotel
EEUU	New York	Sitio Web OOTT	Lindblad Expeditions	https://www.expeditions.com/destinations/	EEUU	Chile, Argentina, Antártica	Empresa de Cruceros asociada a National Geografic Turismo Cultural en Perú Machu Pichu	Turismo Cultural.
EEUU		Sitio Web OOTT	REI coop	https://www.rei.com/adventures/south-america	varios	Argentina, Perú, Chile.	Ofrece Perú, Patagonia	



EEUU	San Francisco	Sitio Web OOTT	SA Expeditions	https://www.saxpeditions.com/expeditions/10-day-uyuni-to-san-pedro-de-atacama-tour	EEUU	Perú, Bolivia, Chile	Ofrece Chile, SPA y Uyuni en Bolivia	
EEUU	Florida	Sitio Web OOTT	South American Vacations	https://www.saxvacations.com/tours/santiago-atacama/	EEUU	Argentina, Chile, Brasil, Perú.	Chile, SPA SCL y SPA Pascua. Toconao.	
EEUU		Sitio Web OOTT	Southern Explorations	https://www.southernexplorations.com/bolivia/atacama-desert-bolivian-salt-flats	EEUU	Argentina, Chile, Brasil, Perú, Bolivia	Ofrece SPA y Bolivia . Uyuni	Tiene una oferta asociada a la naturaleza.
EEUU	Colorado	Sitio Web OOTT	Southwind Adventures	http://www.southwindadventures.com/destinations/travel-to-bolivia/	EEUU	Argentina, Chile, Brasil, Perú, Bolivia.	Vende Patagonia, Bolivia Uyuni .	Tiene un circuito en Bolivia con Uyuni.
EEUU	California	Sitio Web OOTT	VAYA Adventures	https://www.vayaadventures.com/destinations/chile/	EEUU	Argentina, Chile, Brasil, Perú, Bolivia.	Vende Patagonia Chile. Bolivia Uyuni. SPA como extensión al programa	Puede incorporar el desierto de Atacama.
España	Madrid	Sitio Web OOTT	MG Tours	https://www.mgtours.com/destinos/2-42/chile.html	España	Argentina, Brasil, Chile, Perú	Ofrece Chile, Patagonia y el desierto de atacama.	Posee un servicios con auto.



Francia	Paris	Sitio Web OOTT	Nomade Aventure	https://www.nomade-aventure.com/zone/voyage/ameriques	Francia	Argentina, Perú, Bolivia, Chile	Ofrece Bolivia, la zona de Lipez y Uyuni, SPA.	Ingresa a Chile por Ollagüe.
Inglaterra Chile Argentina Brasil, Perú Ecuador, otros	Santiago	Sitio Web OOTT	Abercrombie & Kent	http://www.akdmc.com/destinations/south-america/chile/recommendeditineraries/discover-chile/	Mundial	Chile	San Pedro de Atacama con variadas actividades.	Es un OOTT reconocido.
Nueva Zelanda	Queenstown	Sitio Web OOTT	Active Adventures South America	https://activeadventures.com/south-america/	Nueva Zelanda	Perú, Bolivia, Chile, Ecuador	Circuitos en Perú, Bolivia, Patagonia, Galápagos.	En Bolivia ofrece Salar de Uyuni.
Francia	Sin información	Sitio Web OOTT	Terra Group	https://www.terra-group.com/contacter-terra-group.php	Varios	Varios	Posee una oferta en varios destinos.	Es el operador de varias agencias en el mundo. En Chile es terra chile.
Bolivia	Sin información	Sitio Web OOTT	Central de receptivo	https://www.centraldereceptivos.com/fitur-19	Varios	Bolivia	Sitio Web de contactos con OOTT.	Participa en FITUR
Ecuador	Sin información	Agencia de Turismo Comunitario	Tupari Native Travel	https://www.facebook.com/RunaTupariNativeTravel		Ecuador	Operador de Turismo Indígena y Comunitario	Reconocidos en Ecuador en turismo comunitario



Ecuador	Sin información	Agencia de Turismo Comunitario	Turismo Saraguro	https://www.facebook.com/SaraguroTurismoSaraguro/	Ecuador	Operador de Turismo Indígena y Comunitario	Reconocidos en Ecuador en turismo comunitario
Ecuador	Sin información	Agencia de Turismo Comunitario	Kapawi	http://kapawi.com	Ecuador	Operador de Turismo Indígena y Comunitario	Reconocidos en Ecuador en turismo comunitario
Ecuador	Sin información	Agencia de Turismo Comunitario	Sani Lodge	https://www.sanilodge.com	Ecuador	Operador de Turismo Indígena y Comunitario	Reconocidos en Ecuador en turismo comunitario
Ecuador	Chimborazo	Agencia de Turismo Comunitario	Cordtuch	https://www.facebook.com/cordtuch.turismocomunitario	Ecuador	Operador de Turismo Indígena y Comunitario	Reconocidos en Ecuador en turismo comunitario



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBA SUD. (2022). <https://www.albasud.org/noticia/es/1367/el-turismo-de-proximidad-iquest-un-paso-hacia-la-transicion-ecologica>
- Albuquerque, F. (2003). Curso sobre desarrollo local. Madrid: Instituto de economía y geografía.
- Albuquerque, F. (2004). El Enfoque del Desarrollo Económico Local. Organización Internacional del Trabajo [OIT]. Buenos Aires, Argentina.
- Arroyo-Cobeña, M. (2018). Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia Manabí. Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6719895.pdf>
- Cabanilla, E. (2013) Turismo Comunitario, Del Diagnostico al Plan de Negocios, Universidad Central de Ecuador.
- Chile Consultor. (2022). Ficha de solicitud declaración Zona de Interés Turístico (ZOIT) "ALTO LOA".
- Comisión Económica para América Latina [CEPAL]. (2022). <https://plataformaurbana.cepal.org/es/instrumentos/planificacion/plan-seccional>
- Consejo de Monumentos Nacionales [CMN].(2022). <https://www.monumentos.gob.cl/>
- Corporación de Cultura y Turismo de Calama [CCTC].(2022). <https://www.portaltransparencia.cl/PortalPdT/directorio-de-organismos-regulados/?org=CM116>
- Corporación Nacional de Desarrollo Indígena [CONADI]. (2006). Plan de Desarrollo Integral ADI Alto El Loa, Programa Orígenes.
- Corporación Nacional de Desarrollo Indígena [CONADI]. (2012). Plan de Desarrollo Turístico ADI Alto El Loa, DTS Consultores.
- Corredor Bioceánico. (2022). https://corredorbioceanico.org/cms/wp-content/uploads/2021/03/Presentacion-Relatos-del-CBV_VERSION-COMPLETA.pdf
- Global Sustainable Tourism Council [GSTC]. (2013). Criterios Globales de Turismo Sostenible para Destinos Turísticos.
- Gonzales, C. (2008). Desarrollo Local y Turismo. Ediciones Rey.
- Harvard Bussines Review (2022) <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy>
- Hernández Ramírez, Javier, Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales . Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. ISSN 1695-7121 Universidad de Sevilla (España)
- International Council on Monuments and Sites [ICOMOS], CARTA DE ITINERARIOS CULTURALES Elaborada por el Comité Científico Internacional de Itinerarios Culturales (CIIC) del ICOMOS Ratificada por la 16ª Asamblea General del ICOMOS, Quebec (Canadá), el 4 de octubre de 2008
- Instituto de Desarrollo Agropecuario [INDAP],(2022) <http://www.indap.gob.cl/plataforma-de-servicios/turismo-rural>



- Instituto Nacional de Estadística [INE]. (2022). CENSO 2017
<https://www.ine.gob.cl/estadisticas/sociales/censos-de-poblacion-y-vivienda/>
- Instituto Nacional de Estadística [INE]. (2022). Encuesta Mensual de Alojamiento Turístico (EMAT).
- Kotler, P. et al (2011) Marketing Turístico, 5.a ed..PEARSON EDUCACIÓN, S.A., Madrid, ISBN: 978-84-8322-808-1
- Centro de Información de Recursos Naturales [CIREN]. (marzo del 2021).Ministerio de Agricultura.
<https://www.sitrural.cl/#!/informes>
- Ley N° 20.423 [del sistema institucional para el desarrollo del turismo]. (17 de diciembre de 2010). Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción; Subsecretaría de Economía, Fomento y Reconstrucción.
- Decreto 19 ,[reglamento para la aplicación del sistema de calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos].(12 de abril del 2019). Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo; Subsecretaría de Turismo.
- Ley 19.749 [establece normas para facilitar la creación de microempresas familiares]. (25 de Agosto del 2001).Ministerio de Hacienda. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, España. (2022) <https://www.segittur.es/destinos-turisticos-inteligentes/proyectos-destinos/destinos-turisticos-inteligentes/>
- Ministerio de Medio Ambiente, Plan de Adaptación al Cambio Climático del Sector Turismo en Chile 19 De Diciembre 2019 Gobierno de Chile
- Dirección de Fronteras y Limites [DIFROL]. (2022). Ministerio de Relaciones Exteriores.
<https://difrol.gob.cl/integracion-fisica/>
- Dirección de Transporte Publico Regional. (2022). Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones [MTT], <https://www.dtpr.gob.cl/zonasaisladas>
- Unidad de Pasos Fronterizos Chile. (2022). Ministerio del Interior y Seguridad Publica.
<http://www.pasosfronterizos.gov.cl/complexos-fronterizos/>
- Municipalidad de Calama.(2011). Plan Nuevos Tiempos para Calama.
<http://calamatransparencia.insico.cl/clientes/1/datos/PLAN%20CALAMA2.0%20FINAL.pdf>
- Municipalidad de Calama (2022)
<http://calamatransparencia.insico.cl/clientes/1/datos/Ordenanza%20001%20-%202018.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2013). Comprender el Convenio sobre pueblos indígenas y tribales, 1989. (num.169), Oficina Internacional del Trabajo Ginebra.
- Organización Mundial del Turismo [OMT] (2022). Desarrollo sostenible.
<https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Organización Mundial del Turismo [OMT] (2022b). Desarrollo sostenible.
<https://www.unwto.org/es/omt-dashboard-datos-turisticos>



- Organización Mundial del Turismo [OMT],(s.f.) Introducción al Turismo, Amparo Sancho.
- Red de Turismo Rural Calama Alto El Loa. (2022). <http://www.redrural.cl/index.html>
- Rutas Escénicas <https://rutasescenicass.wordpress.com/que-son-las-rutas-escenicass/>
- Servicio Nacional de la Discapacidad [SENADIS] ,PLAN CHILE ACCESIBLE, Bases metodológicas para la gestión de un plan territorial de accesibilidad. ISBN: 978-956-8441-07-4, Primera Edición, Chile, marzo 2017
- Servicio Nacional de Capacitación y Empleo [SENCE]. (2019).Reporte Laboral Sectorial. Observatorio Laboral Región de Antofagasta
- Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR]. (2008). Glosario de Términos Técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile. Departamento de Planificación. Boletín Turístico N°1/2008. Publicaciones Gobierno de Chile.
- Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR].(2015).Manual de Ordenanzas Municipales para el Desarrollo Turístico Sustentable. Documento N°5 Servicio Nacional de Turismo.
- Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR]. (diciembre de 2014).Turismo Cultural: una oportunidad para el desarrollo local Guía Metodológica, 1ª edición.
- Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR]. (2020). Catastro de Atractivos Turísticos.
- Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR]. (abril del 2018).Elementos para la Gestión de Destinos Turístico, 1ra edición.
- Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR]. (2022) <https://antofagasta.travel/>
- Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR], Manual Paso a paso para el Diseño de Productos Turísticos integrados» Subdirección de Productos y Destinos Sustentables, diciembre 2015
- Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR], SIGO Innovación 2020
- Subsecretaría de Transportes. (2022) División de Transporte Público Regional <https://www.dtpgob.cl/zonasaisladas>
- Subsecretaria de Turismo. (2015). Plan de Marketing Nacional 360°.
- Torres-Cadena, J., Navarro-Jurado, E. y Guevara-Plaza, A. (2019). Desarrollo local y turismo: conceptualización, metodologías y aplicaciones. Revista Espacio. Vol 40(25), 1–7. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n25/a19v40n25p13.pdf>
- Universidad del Zulia. (2021). Turismo minero en Yanacocha: Una alternativa de desarrollo para la región de Cajamarca-Perú Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XXVII, núm. 1, pp. 278-289, <https://www.redalyc.org>
- Verde consultores. (abril de 2016) Estudio sobre Demanda de Astroturismo en Chile.
- World Economic Forum [WEF] (2023) <https://www.weforum.org/reports/global-risks-report-2023/>



World Tourism and Travel Council [WTTC] (2022).Economics impacts report.
<https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>

Mapas

Universidad Católica del Norte, Instituto de Políticas Públicas <https://www.sitantofagasta.cl/>

Municipalidad de Calama, Portal Transparencia Activa

<http://calamatransparencia.insico.cl/clientes/1/datos/Plan%20Regulador%20Calama.JPG>

Biblioteca del Congreso Nacional

https://www.bcn.cl/siit/mapoteca/mapas_antiguos/listado?coleccion=0®ion=Regi%C3%B3n%20de%20Antofagasta

https://www.bcn.cl/siit/mapoteca/urbano_view?dato=Calama&titulo=Mapa%20Urbano%20de%20Calama

https://www.bcn.cl/siit/mapoteca/comuna_view2016?dato=Calama

<https://www.lightpollutionmap.info/>

Dirección General de Aeronáutica Civil DGAC www.dgac.gob.cl/aeropuertos/red-aeroportuaria-nacional/red-aeroportuaria/

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE CALAMA

2022 - 2032

