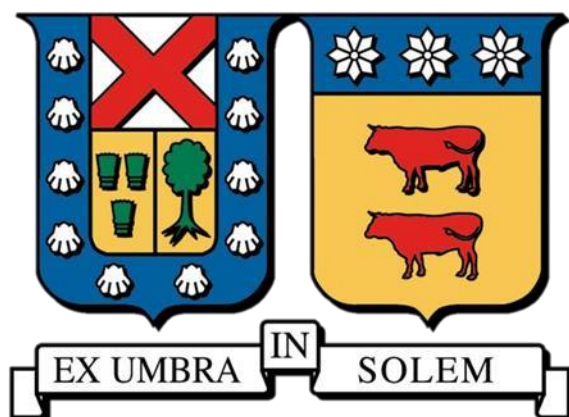




UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

DEPARTAMENTO DE INGENIERIA COMERCIAL

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO INDÍGENA ENFOCADO EN
LA LÍNEA DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS PARA LA COMUNIDAD DE CARIQUIMA”**

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTOR

DANIELA NICOL MAMANI CHALLAPA

PROFESORA GUÍA DRA. TERESITA ARENAS YÁÑEZ

VALPARAÍSO, 14 DE SEPTIEMBRE DE 2022.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi Dios por las fuerzas renovadas día a día, porque ha puesto personas dispuestas a ayudar e invertir en este sueño, a mis padres, hermana y amiga que han estado en los momentos más difíciles extendiéndome su apoyo para culminar este objetivo, también agradezco a los comuneros de Cariquima en general, ya que confiaron en mí y me permitieron poner en práctica mis conocimientos y mis deseos de brindar un apoyo para la comunidad, y por último agradezco a mi profesora guía, quien me oriento y aconsejo en todo este proceso.

Daniela Nicol Mamani Challapa.

RESUMEN

El presente proyecto se enfoca en la elaboración de un plan estratégico para el desarrollo del turismo indígena enfocado en la línea de atractivos turísticos para la comunidad de Cariquima; esto con el objetivo de que permita a los comuneros de la localidad que sigan esta línea, tener una hoja de ruta que puedan aplicar a partir del año 2023. La modalidad de investigación que se utilizó a lo largo de la elaboración de esta memoria fue de campo, utilizando técnicas de investigación tales como las entrevistas y encuestas, que facilitaron la recopilación de información de la comunidad y de los atractivos turísticos.

Para establecer el plan estratégico, primero se realizó un contraste de metodologías de halladas relacionadas al turismo rural-indígena, luego se desarrolló el diseño, el cual consistió en cinco fases. En la cuarta etapa se definió el plan en sí, en donde se establecieron la visión, misión, objetivos y lineamientos. Con respecto a los ejes estratégicos, se establecieron tres: capacitación, sostenibilidad y marketing, esto de acuerdo con las carencias o falencias que se encontraron en la etapa de análisis.

Es importante reconocer que esta comunidad cuenta con el potencial turístico necesario para desarrollarse turísticamente, es por esto por lo que se concluye que la creación de este plan estratégico enfocado en los atractivos turísticos permitirá que Cariquima se convierta en un destino turístico consolidado y competitivo a nivel nacional, haciendo uso de buenas prácticas del turismo.

ÍNDICE

1.	ANTECEDENTES GENERALES:	6
1.1.	Introducción:	6
1.2.	Problema de investigación:	7
1.3.	Objetivos:	10
1.3.1.	Objetivo general:.....	10
1.3.2.	Objetivos específicos:.....	10
1.4.	Justificación:	11
1.5.	Alcance:	12
2.	MARCO TEÓRICO:	13
2.1.	Conceptos de turismo:	13
2.1.1.	Turismo:.....	13
2.1.2.	Producto turístico:	13
2.1.3.	Atractivos turísticos:	14
2.1.4.	Turismo Indígena:.....	14
2.2.	Conceptos planificación estratégica:.....	16
2.2.1.	Planificación estratégica:	16
2.2.2.	Planificación estratégica del turismo:.....	17
2.2.3.	Elementos de un modelo de planificación estratégica del turismo:	17
2.2.4.	Modelos de planificación estratégica para el turismo desarrollados:	19
2.2.5.	Aplicación de modelos de planificación estratégica para el turismo desarrollados:.....	23
3.	METODOLOGÍA:	31
3.1	Tipo de investigación:.....	31
3.2.	Modalidad de la investigación:	31
3.3.	Métodos de la investigación:	32
3.4.	Muestra:	32
3.5.	Instrumentos de recopilación de información:	33
4.	DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN:.....	36
4.1.	Diseño del plan estratégico del turismo:	36
4.1.1.	Contrastes de metodologías halladas:	36
4.1.2.	Desarrollo del diseño:	37
4.2.	Aplicación del diseño del plan estratégico para la localidad de Cariquima:	39
4.2.1.	Resultados de la Encuesta y Entrevista:.....	40
4.2.2.	Plan estratégico de la localidad de Cariquima:.....	46

5.	RECOMENDACIONES:	80
6.	CONCLUSIONES:.....	82
7	ANEXOS:	84
	Anexo 1: Encuesta 1 David Mamani Rojas.....	84
	Anexo 2: Encuesta 2 Lorenzo Mamani Amaro.....	86
8	REFERENCIAS:	88

1. ANTECEDENTES GENERALES:

1.1. Introducción:

Una de las principales tendencias en el mundo del turismo actual dice relación con la necesidad, de parte de los viajeros, de vivir experiencias auténticas y memorables. En ese contexto, el turismo indígena se constituye en una gran oportunidad para la industria turística nacional, permitiendo a Chile ofrecer al mundo experiencias únicas y de gran valor cultural, donde el contacto directo y personalizado con la naturaleza y con las tradiciones propias de nuestra gente y sus territorios se convierten en un atractivo único, sin embargo, se debe tener en cuenta que el turismo indígena en Chile es aún incipiente, y se ofrece de manera inadecuada.

Cariquima es una localidad chilena perteneciente a la región de Tarapacá, con aproximadamente 404 habitantes que dependen casi exclusivamente de la agricultura y ganadería, cuenta con varios atractivos de carácter natural y cultural. Actualmente presenta un bajo desarrollo turístico en comparación con otros sectores de la región, sin embargo, posee una demanda turística considerable, la cual ha permitido diversificar las fuentes de ingresos de ciertos habitantes que han emprendido en el área turística.

Teniendo presente lo anterior, es que el presente trabajo de investigación tiene como objetivo diseñar un Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo indígena orientado a la línea de atractivos turísticos, permitiendo que los comuneros de Cariquima que sigan o quieran seguir esta línea, tengan una hoja de ruta que puedan aplicar, ya que ellos no cuentan con la asesoría o capacitación adecuada que los ayuden en el desarrollo de esta área. Mediante el uso de herramientas de planificación estratégica y recolección de datos es que se busca diseñar este modelo de plan estratégico el cual debe tener como base en los lineamientos soluciones a las necesidades o falencias que dificultan el desarrollo de la actividad turística.

Por último, una de las potenciales ideas de este trabajo es no tan solo crear un plan estratégico que busque desarrollar el turismo de los atractivos turísticos de la comunidad, sino

que principalmente poder integrar a sus pobladores aymaras de una forma que ellos sigan con sus costumbres y cultura, preocupándose de mantenerla a través de los años, y no teniendo que migrar a una ciudad para dedicarse a otras cosas, que muchas veces no les gusta y simplemente lo hacen para poder surgir, llegando a ser este un acuerdo beneficioso para todos. Con esto me refiero básicamente a nuestro país, ya que existen muchos otros países, que fundamentalmente nosotros como cultura latinoamericana, tenemos una rica fuente de recursos étnicos, que otros países han sabido aprovechar, que son destinos muchas veces conocidos internacionalmente, ya que se ha sabido fomentar.

1.2. Problema de investigación:

El turismo es uno de los sectores estratégicos de la economía chilena. En 2017 generó el 3,4% del Producto Interno Bruto (PIB) de manera directa. La industria, además, es responsable del 3,4% de los empleos del país, porcentaje que alcanza el 10,2%, si consideramos también los empleos indirectos que genera (Wolleter Eyheramendy, 2018). En este contexto, la planificación y la gestión de un destino turístico es la clave del desarrollo equilibrado de un territorio. Hoy no existe un modelo de gestión uniforme para todos, dado que cada territorio es único y se articula de acuerdo con sus características y necesidades, por lo mismo, la gestión debe ser flexible y adaptarse, tanto a las circunstancias políticas, sociales, ambientales y económicas, como a las características productivas del territorio, con el fin de compatibilizar el turismo con otros sectores productivos presentes en estos destinos.

En Chile existen varios tipos de turismo, sin embargo hay uno el cual se le ha estado dando énfasis en los últimos años, este es el turismo indígena, una actividad de gran potencial, que permite poner en valor las culturas de los pueblos indígenas y mejorar la calidad de vida en las localidades y comunidades en donde se desarrolla, no tan solo desde el punto de vista de la mejora en los aspectos económicos y la infraestructura, sino que también de la biodiversidad y de la interacción social y cultural en los territorios, cuando éste es bien planificado (Indigenous

Tourism Association of Canada (ITAC), 2020). En Chile, se están generando las condiciones para que las experiencias de turismo indígena incrementen el nivel de desarrollo, especialmente en cuanto a estándares de calidad de sus servicios, acorde a las exigencias de los mercados. Respecto a lo revisado anteriormente se puede evidenciar mediante el planteamiento de la subsecretaria de Turismo, Mónica Zalaquett que:

En Chile tenemos una atractiva y diversa oferta de turismo indígena, compuesta mayoritariamente por emprendedores. Y precisamente estamos trabajando muy fuerte en capacitación para ayudar a los tour-operadores locales indígenas a mejorar su oferta, a fortalecer sus capacidades comerciales y que así puedan hacer crecer sus emprendimientos y prestar servicios en el mercado interno o incluso consolidarse como una oferta exportable (2019, pág. 1).

El turismo indígena representa una oportunidad para el país de ofrecer al mundo una experiencia distinta, única, de gran valor cultural y auténtica, respetuosa y fiel a la cultura indígena que se presenta, en sintonía con las preferencias de los mercados nacionales e internacionales. Al respecto, la directora nacional de SERNATUR, Andrea Wolleter, afirmó que:

Creo firmemente que toda experiencia y todo intercambio van de la mano de una actividad cultural. Gracias a ellas, llegan los turistas a visitar un determinado destino, buscando las manifestaciones culturales del territorio y de sus pueblos, lo que permite mantener vivas sus tradiciones, revitalizar la cultura y, junto con ello, dinamizar la economía local (2019, pág. 1).

La comuna de Colchane perteneciente a la Región de Tarapacá concentra una gran cantidad de pueblos aymaras, ricos en gastronomía, cultura, paisajes altiplánicos, fauna diversa en donde abundan las llamas y alpacas, y lugares turísticos reconocidos a nivel nacional como lo es el imponente volcán Isluga ubicado en el Parque Nacional que lleva su nombre, y el géiser de Puchuldiza (Chile es tuyo, 2021). Actualmente existen agencias turísticas que hacen tours a estos lugares, sin embargo, no se concentran solo en la comuna de Colchane, porque la ruta

turística de ésta es muy acotada, ya que las comunidades indígenas de los distintos pueblos no han hecho una gran inversión ni desarrollado a gran escala sus atractivos turísticos, por ende, turista que visita la comuna se queda pobre en experiencias. En esta situación se encuentra el pueblo de Cariquima, el cual a pesar de poseer productos turísticos como alojamientos, restaurantes y abundantes atractivos turísticos naturales, no ha desarrollado su potencial al máximo, conllevando a que los comuneros del pueblo indígena destaquen que si existiese un mayor desarrollo del turismo de este sector, esto sería una gran motivación para que ellos residan en sus localidades natales y así no migrarían a las ciudades cercanas porque tendrían un ingreso y trabajo en sus pueblos, además que esto sería una forma de dar a conocer aún más su cultura aymara. Por lo tanto, es razonable cuestionarnos ¿De qué manera un Plan Estratégico contribuirá en el ordenamiento y generación de nuevas ideas, en los comuneros de Cariquima que buscan un desarrollo del Turismo Indígena orientados a la línea de atractivos turísticos?, ¿Cuál es el Marco Teórico en el que se fundamenta el Plan Estratégico enfocado en el turismo de atractivos naturales y culturales? ¿Las técnicas que se emplean en el estudio responden a las necesidades del trabajo de investigación? ¿Cuáles son las condiciones que presentan los atractivos turísticos de la comunidad de Cariquima para el desarrollo del turismo indígena? ¿Los resultados del estudio suministran la información acertada para plantear los lineamientos de acción que sirvan de base para la gestión del turismo Indígena orientado a la línea de atractivos turísticos?

1.3. Objetivos:

A continuación, se presentan los objetivos de este estudio.

1.3.1. Objetivo general:

Diseñar un Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo indígena orientado a la línea de atractivos turísticos, mediante el uso de herramientas de planificación estratégica, que permitan a los comuneros de Cariquima que sigan esta línea, tener una hoja de ruta que puedan aplicar a partir del año 2023.

1.3.2. Objetivos específicos:

- a. Diagnosticar la situación actual del territorio y del turismo de Cariquima, para identificar los temas prioritarios a tratar en el plan estratégico y de esta forma establecer una visión compartida acerca de las condiciones en que se espera se desenvuelva la actividad turística.
- b. Captar la opinión que tiene la comunidad acerca de los atractivos turísticos naturales y culturales existentes en Cariquima, mediante entrevistas y encuestas, para así definir una posible ruta de los atractivos turísticos.
- c. Formular un plan estratégico turístico orientado a la línea de atractivos turísticos, mediante el establecimiento de lineamientos y objetivos estratégicos para la creación de estrategias a corto, mediano y largo plazo que permitan el fortalecimiento del rubro turístico de la comuna.
- d. Determinar recomendaciones y acciones concretas para la ejecución del plan estratégico orientado al turismo indígena en la línea de atractivos turísticos.

1.4. Justificación:

Hasta hace unos años, sólo extranjeros y unos pocos chilenos "adelantados" se lanzaban a experimentar el turismo indígena y valoraban sus principales atributos: apreciar sabores de una gastronomía ancestral y habitualmente poco difundida, conocer de primera fuente relatos cargados de leyendas e historias fascinantes, acercarse a una forma de vida distinta a la propia y tener un contacto mucho más directo con la naturaleza. Una vivencia que, además, muchas veces se obtiene a través de actividades tan entretenidas como cabalgatas, senderismo, navegación o avistamiento de fauna. Afortunadamente las cosas algo han cambiado y si bien el turismo indígena no es masivo, sí son muchos más los chilenos y extranjeros que lo han disfrutado. Respecto a lo señalado anteriormente se puede evidenciar mediante el planteamiento de la subsecretaria de Turismo, Mónica Zalaquett que:

Los turistas cada vez más demandan vivir experiencias únicas e inolvidables. En este sentido, el turismo indígena y sus actividades asociadas juegan un rol clave para diferenciar un destino de otro. Ahora bien, es importante establecer un vínculo sólido entre turismo y pueblos originarios, de manera respetuosa y responsable, para asegurar así el desarrollo sustentable y sostenible de nuestros destinos y su invaluable patrimonio cultural (2019).

Los programas de apoyo del Estado chileno para el desarrollo de iniciativas en turismo indígena parten el año 1995, lo cual ha permitido el desarrollo de nuevas y más sofisticadas iniciativas turísticas. En los últimos años, la institucionalidad del turismo ha generado lineamientos para que esta oferta pueda profesionalizarse e insertarse en los canales de comercialización adecuados, como la organización de una serie de ruedas de negocios que brindan una oportunidad no solo de comercializar los productos y servicios, sino también de fortalecer e intercambiar experiencias y conocimiento con las distintas redes comerciales que los tours operadores de turismo indígena puedan establecer. Pese a lo anterior se debe tener en cuenta que, en Chile, existen 521 iniciativas de turismo indígena pertenecientes a los nueve

pueblos originarios reconocidos en el país, las cuales se encuentran distribuidas en 23 destinos turísticos. Pero solo el 3% de estas iniciativas corresponden a operadores locales. (SERNATUR, 2019).

La comunidad indígena de Cariquima ubicado en la comuna de Colchane cuenta con diferentes encantos para ofrecer a los turistas, pero debido a la falta de asesoría no se ha podido desarrollar de buena forma el turismo indígena. Por tal motivo el presente proyecto de investigación busca desarrollar un plan estratégico enfocado en el Desarrollo del Turismo indígena orientado a la línea de atractivos, permitiendo así un desarrollo, emprendimiento y mejorando la calidad de vida de los comuneros de este poblado.

1.5. Alcance:

El presente trabajo de investigación de tipo exploratorio se circunscribe geográficamente en el país de Chile, específicamente en un poblado Aymara del altiplano de la Región de Tarapacá denominado Cariquima, este se encuentra a 225,7 kilómetros de Iquique, capital de la provincia de la Región de Tarapacá, a pocos kilómetros al sur de Colchane, en las faldas del Nevado Cariquima o Mama Huanapa. Es punto central de encuentro de comunidades indígenas aymaras (INKATHAKI, 2017).



Ilustración 1: Ubicación geográfica de Cariquima (Google Maps, 2022).

2. MARCO TEÓRICO:

A continuación, se realizará una síntesis de las definiciones de conceptos y modelos necesarios para desarrollar el plan estratégico de turismo enfocado en la línea de atractivos turísticos.

2.1. Conceptos de turismo:

Se definen algunos conceptos relacionados al turismo que servirán para el entendimiento y desarrollo de este estudio.

2.1.1. Turismo:

La Organización Mundial del Turismo (OMT) definió este concepto 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 un período de tiempo consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, negocios o por otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

2.1.2. Producto turístico:

Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen a los distintos grupos de turistas dentro del mercado turístico de forma individual o combinada para lograr captar su atención y lograr la fidelización cubriendo cada una de sus expectativas (Iglesias Tovar, 2007). El producto turístico está compuesto por diversos componentes que integran la actividad los cuales son: atractivos turísticos, planta turística, infraestructura de uso turístico, motivaciones, facilidades y accesibilidad.

2.1.3. Atractivos turísticos:

Entre los principales elementos de la oferta turística de un destino se encuentran los atractivos turísticos, los cuales constituyen una motivación importante de la afluencia de visitantes y turistas al lugar donde estos se encuentran (SERNATUR, 2016, pág.17). El Servicio Nacional de Turismo administra el catastro oficial de atractivos turísticos del país, los que se han clasificado, basándose en la metodología diseñada para elaborar inventarios turísticos, desarrollada en la década del 70 por el Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR) con el apoyo de la Organización de Estados Americanos (OEA). Los atractivos turísticos se clasifican en las siguientes categorías: sitios naturales, folklore, museos y manifestaciones culturales históricas, realizaciones técnicas contemporáneas, acontecimientos programados, centros o lugares de esparcimiento.

2.1.4. Turismo Indígena:

El turismo indígena conocido es el turismo rural o el turismo vinculado a la naturaleza o ecoturismo, a veces también vinculado al turismo-aventura. Son sitios turísticos en áreas naturales protegidas, o próximos a ellas, que generalmente son gestionados por comunidades indígenas o empresas familiares. Sin embargo, es clave para que surja un turismo indígena como tal la presencia del factor identitario. La identidad étnica no es una cuestión simple (Bari, 2002; Gundermann, 2000). La identidad no es un atributo que sea permanente, sino un complejo proceso dinámico de construcción de identidad(es):

Al contrario de lo que muchos perciben los atributos étnicos objetivos y la identidad colectiva de un grupo étnico no son características permanentes e inmutables, las identidades étnicas en cierta manera se activan en la dinámica misma del conflicto (Stavenhagen, 2000, p. 87).

En este sentido, si bien no puede definirse la actividad turística como un conflicto abierto, si puede comprenderse como una confrontación intercultural, en la cual no existe una simetría

entre la comunidad indígena que recibe y la sociedad global que promueve el turismo. Por ello es por lo que el empoderamiento indígena de la propia actividad turística resulta clave para el posible control de sus emprendimientos. En base a lo anterior, es que Butler y Hinch definieron el turismo indígena como:

Actividades turísticas en que los pueblos indígenas están directamente involucrados por medio del control o bien porque su cultura constituye la esencia de la atracción. El factor control es clave cuando se discute acerca del desarrollo (1996, p. 5).

2.1.4.1. Ventajas turismo indígena:

Los impactos del turismo pueden tener una gran importancia, y por sobre todo en lo que es relativo al turismo indígena; esto porque se trabaja directamente en un entorno, y su impacto es mucho más evidente, ya que se trabajan en zonas altamente bien conservadas y casi puras. Según la lectura del libro “Experiencias y perspectivas del Enoturismo en el desarrollo territorial de los pueblos indígenas de Chile” de la CONADI publicado en el año 2000, se podrían analizar ciertas ventajas del turismo indígena, las cuales serían:

- Crean riqueza y permiten frenar la emigración de los jóvenes.
- Valora las culturas indígenas y aportan al mayor reconocimiento.
- Satisface la demanda de protección ambiental y entornos ecológicos.
- Hacen realidad la imagen indígena.
- Fomentan el desarrollo autosustentable.
- Inician suavemente a los indígenas en el mercado.
- Aporta a la autodeterminación y el desarrollo gestionado por indígenas.
- Fomenta el desarrollo local a ritmo deseado por los indígenas.
- Aporta a la eliminación de la pobreza.
- Promueve la cooperación intercultural y el comercio justo.

- Complementa las actividades productivas tradicionales.
- Aporta a una mayor difusión de la artesanía, tradiciones y la cultura indígena.

2.1.4.2. Turismo indígena en Chile:

El turismo indígena en Chile se encuentra en una fase de expansión de capacidades que ha permitido un creciente empoderamiento de los pueblos indígenas en diversos ámbitos, ya sea en el diseño de las políticas públicas como en la implementación de iniciativas de control del territorio y mejoras de las condiciones de vida. Lo anterior no implica que no persistan desafíos, ya que aún hay necesidades relacionadas al diseño de gobernanza para la gestión del turismo y al involucramiento de la población local que necesitan ser abordadas (De la Maza, Calfucura, 2021).

2.2. Conceptos planificación estratégica:

Se definen algunos conceptos relacionados a la planificación estratégica, que servirán para el entendimiento y desarrollo de este estudio.

2.2.1. Planificación estratégica:

La planeación estratégica es una herramienta de gestión, que permite establecer el proceso mediante el cual las empresas toman decisiones, delimitan plazos y asignan sus recursos para el logro de los objetivos (Chiavenato, 2017). Es un proceso que involucra y compromete a toda los equipos y niveles que conforman la organización en la búsqueda por alcanzar las metas establecidas, guiados por una misma línea de trabajo. Señala Steiner (2007) que:

La planeación estratégica está entrelazada de modo inseparable con el proceso completo de la dirección, por lo que cualquier compañía que no cuente con algún tipo de formalidad en su sistema de planeación estratégica, se expondrá a un desastre inevitable.

2.2.2. Planificación estratégica del turismo:

La planificación estratégica, establece los grandes ejes del desarrollo turístico, y puede ser definida, por consiguiente, como: el proceso destinado a la determinación de los objetivos genera/es del desarrollo, las políticas, el uso y el ordenamiento de los recursos a ser empleados con este fin. Lógicamente, como todas estas decisiones requieren de un determinado período de tiempo para hacer sentir su influencia en el desarrollo del turismo, generalmente la planificación estratégica está referida a un horizonte de planificación de largo plazo.

“Se asume, que la planificación estratégica del turismo es una herramienta y no un fin en sí misma, lo cual da paso a la comprensión fenomenológica de diversas posturas que convergen en la legitimación de un esquema de planificación flexible, creativo, dinámico y, sistémico que brinda la oportunidad de coincidencia de los valores culturales de la ciencia y la tecnología” (CORPOZULIA - LUZ 2005).

2.2.3. Elementos de un modelo de planificación estratégica del turismo:

En si un modelo estándar de planificación estratégica para el turismo presenta cinco fases o elementos, que son:

1. Comprensión, organización y lanzamiento del proceso de planificación; en donde tanto los responsables del plan estratégico como las comunidades delimitan el problema, necesidad u oportunidad presente en el entorno, determinan el alcance, definen las coordenadas y la metodología a seguir. Paralelamente, el equipo técnico informa a los

pobladores que se comenzará a realizar el plan para el desarrollo turístico en esa área rural, abriendo un espacio de diálogo, de intermediación, de motivación para su incorporación y generación de una cultura emprendedora.

En esta primera fase se debe elaborar un documento que constituye el punto de partida del proceso de planificación, producto del trabajo participativo entre el equipo técnico y la comunidad (a través de jornadas técnicas, talleres, foros, entre otros). Previamente, se habrán identificado los actores o partes interesadas con capacidad de acción e influencia en el territorio.

2. Análisis y diagnóstico estratégico; Aquí se analizan las determinantes contextuales del entorno en el que se inscribe el área rural considerando su interdependencia con otras áreas; su organización, los reglamentos, así como las instituciones y organismos que influyen directa o indirectamente en el turismo; conocer las necesidades, los retos, las esperanzas de la comunidad receptora y su perspectiva en cuanto al desarrollo del turismo. También se determina la oferta turística real y potencial, comenzando con la elaboración del inventario de recursos turísticos, los cuales se clasifican, se jerarquizan, hasta llegar a la delimitación y caracterización del espacio turístico; se analiza la situación de la demanda turística; finalmente se puede determinar el sistema presupuestario y de financiamiento para la actividad turística.

En esta fase generalmente se sistematiza la información en un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades Debilidades y Amenazas) o en un documento de Hechos, Retos y Propuestas (HRP) de acuerdo con la metodología de la planificación seleccionada, que fundamenta la definición de la estrategia del Plan Estratégico Turístico Rural.

3. Formulación estratégica; encuentra su base en el procesamiento de los análisis anteriormente señalados, centrándose en criterios y orientaciones para enfrentar esos retos e impulsar el desarrollo del turismo como reactivador de áreas rurales.

Según los expertos Olivera (2009), Pulido (2011), Pascual y Tarragona (2009), en esta fase se inicia la parte propositiva, orientando el camino del futuro, plasmándose en la visión o modelo posible y deseado de desarrollo turístico del territorio rural; o como lo expresa Rodríguez (2007) es el camino necesario e indispensable para saber hacia dónde se apunta y a dónde se quiere llegar, en un determinado plazo temporal, con la participación de los actores locales, expresada en términos sencillos al ser entendible por toda la comunidad.

4. Plan de acción (programas y proyectos); Tras el planteamiento de la misión, visión y modelo de territorio deseable y posible, se estructuran los vectores o líneas estratégicas que orientan la transformación del territorio rural hacia un futuro como destino turístico, impulsada o apoyada por el desarrollo de proyectos, siempre en una construcción colectiva amplia.

Las diferentes líneas estratégicas de transformación turísticas posibles pueden estar estructurados y sistematizados en cinco grandes ejes de actuación: Ordenación territorial de la actividad turística; Protección, gestión y puesta en valor de los recursos naturales del área rural; Gestión, coordinación y corresponsabilidad; Creación y transferencia de conocimiento; y Producto, promoción y comercialización. A partir de los lineamientos estratégicos se derivarán los programas, proyectos y/o acciones para alcanzar la visión turística deseada.

5. Implementación y seguimiento estratégico; es la última fase y consiste en la creación de estructuras de gestión turística en redes tales como: el asociacionismo, la creación de clubes de producto turístico, las alianzas estratégicas, las unidades de liderazgo o la utilización de organismos de gestión transversal con referencia territorial, como son los grupos de desarrollo rural.

2.2.4. Modelos de planificación estratégica para el turismo desarrollados:

A continuación, se muestran tres modelos para la elaboración de planes de desarrollo turísticos. El primer modelo nos muestra un plan de desarrollo turístico en el territorio del distrito de Santa Fe, Veraguas, Panamá (Flores,2014); el cual persigue 7 fases:

- a. FASE I: Se propone la idea de la creación del Plan de Desarrollo Turístico para el destino, en esta fase se estableció un grupo de trabajo y se realizaron talleres participativos para que la comunidad trabaje en la elaboración del plan ya que ella era la que conocía las necesidades de la población.
- b. FASE II: En esta fase se mostró al grupo de trabajo los avances de la primera fase en donde se realizó un diagnóstico de la situación turística de la comunidad, y se enlistó el potencial turístico existente en el territorio.
- c. FASE III: Esta fase va muy ligada a la anterior ya que se realizó un diagnóstico de la situación turística, se enlistan y valoran los atractivos turísticos que van a ser considerados en el plan. Se realizó un análisis de la oferta turística y de la demanda, todo concerniente al aspecto interno del territorio.
- d. FASE IV: En la cuarta fase se formuló el plan de acción turístico, en donde se plantearon las estrategias que persiguió el plan, también se formularon los objetivos, cronograma de trabajo y los posibles inversionistas para el programa.
- e. FASE V: En la quinta fase se elaboró un informe en donde se mencionó el modelo de gestión con el que se deseó trabajar en el plan que se elaboró también se muestra el presupuesto que se consideró.
- f. FASE VI: Esta fase es muy importante dentro del plan ya que se propuso la capacitación para la población, lo cual es de vital importancia porque la comunidad debe conocer la importancia del turismo los beneficios que una adecuada planificación aporta para una comuna, y saber que esta actividad puede mejorar su situación económica.
- g. FASE VII: Esta fase es tan importante como la anterior ya que las ambas

van de la mano considerando que la población refleja la imagen turística de la comuna y de esta depende la aceptación que se tenga por parte de los turistas.

No	Fases	Componentes
I	Lanzamiento de la propuesta de desarrollo turístico del territorio	- Establecimiento de un foro de participación - Selección grupo de trabajo
II	Prospección previa del territorio	- Radiografía del territorio y de la situación turística
III	Diagnóstico de la situación turística del territorio	- Inventario de atractivos - Análisis de la oferta local - Análisis de la demanda - Infraestructura y servicios - Análisis de la competencia - Análisis de la tendencia - Análisis FODA
IV	Formulación del plan de acción turística	- Identidad del territorio - Objetivos y áreas de acción - Estrategias y acciones - Cronograma de ejecución - Estimación presupuestaria y posibles vías de financiación
V	Elaboración presupuesto de Gestión	- Modelo de gestión del plan estratégico
VI	Elaboración del plan de capacitación (fase complementaria)	- Plan de capacitación y formación
VII	Participación y concienciación social (fase transversal)	- Convocatoria foro de participación - Presentación pública del plan estratégico

Figura 1: Esquema Metodológico para elaborar un Plan de Desarrollo Turístico en el Distrito de Santa Fe, Veraguas, Panamá. (Flores, Plan de desarrollo Turístico de Santa Fe, Veraguas, Panamá, 2014).

El segundo modelo, corresponde a un “Modelo del plan de desarrollo turístico sustentable para la comuna Palmar” (Tomalá Rosales, 2014). Este persigue 3 fases:

- a. FASE I: Comprendió el análisis de la situación externa; en este apartado se elaboró el análisis PEST de la comunidad el cual fue muy importante ya que permitió conocer que es lo que afecta al entorno, realizándose el análisis de la competencia y el posicionamiento del destino.
- b. FASE II: En la fase dos se realizó el análisis de la situación interna de la comunidad Palmar con la aplicación del análisis FODA y la valoración de

los atractivos turísticos.

- c. FASE III: Esta fue la fase más importante porque es donde se elaboró la Visión Misión y objetivos que persiguió el plan, también se diseñaron las estrategias, programas, proyectos y acciones.

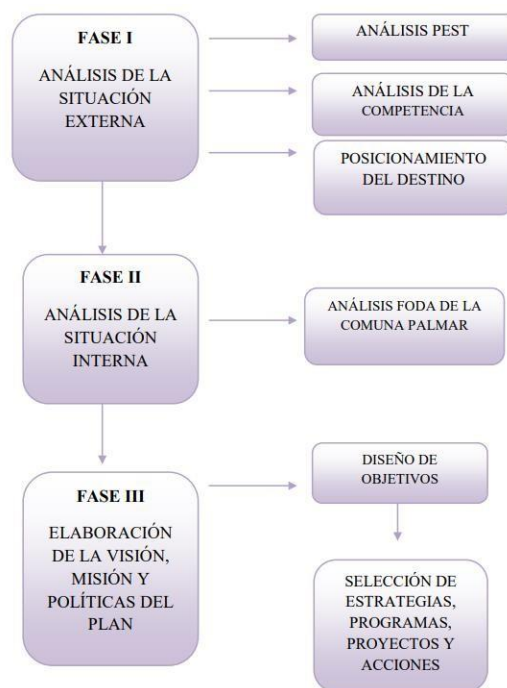


Figura 2: Modelo de plan de desarrollo turístico para la comunidad de Palmar. (Tomalá Rosales, Modelo del plan de desarrollo turístico sustentable para la comuna Palmar, 2014).

Un tercer modelo de planificación estratégica para el turismo es el desarrollado para el departamento de turismo de la municipalidad de Puerto Octay, Chile. (Huenchuán, 2018), el cual consta de 4 etapas que se detallan a continuación:

ETAPA	NOMBRE	ACTIVIDADES
ETAPA N° 1	Análisis de la situación actual del turismo en la comuna de Puerto Octay.	1. Entrevistas semi estructuradas a actores relevantes del turismo en Puerto Octay, clasificados como internos y externos a la municipalidad. 2. Desarrollo de un análisis FODA cualitativo y cuantitativo de Puerto Octay como destino turístico. 3. Desarrollo del análisis PESTEL a través de la identificación de los factores externos que influyen en el turismo en Puerto Octay. 4. Desarrollo del modelo de las cinco fuerzas de Porter a través del análisis del entorno competitivo del turismo en Puerto Octay.
ETAPA N° 2	Estudio de mercado del turismo en la comuna de Puerto Octay.	1. Análisis de la oferta turística de Puerto Octay. 2. Análisis de la demanda turística de Puerto Octay. 3. Definición del perfil del turista que pernocta en la comuna mediante la aplicación de encuestas. 4. Análisis comparativo de precios.
ETAPA N° 3	Planificación estratégica.	1. Definición de la misión y visión para el departamento de turismo de la municipalidad de Puerto Octay. 2. Formulación de lineamientos, objetivos y estrategias. 3. Preparación de programas de desarrollo turístico para la comuna de Puerto Octay.
ETAPA N° 4	Desarrollo de un procedimiento de control del plan estratégico.	1. Definición de indicadores, fórmula respectiva y unidad de medida. 2. Establecimiento de metas y límite permitido. 3. Definición de responsables. 4. Definición de frecuencia de revisión de programas.

Figura 3: Diagrama diseño metodológico. (Huenchuán, Elaboración de un plan estratégico para el departamento de turismo de la municipalidad de Puerto Octay, 2018).

2.2.5. Aplicación de modelos de planificación estratégica para el turismo desarrollados:

Respecto a la aplicación del modelo aplicado en el Distrito de Santa Fe, Veraguas, Panamá; cabe señalar los siguientes resultados:

Fase I, II, III: Tras el análisis de los recursos naturales, culturales e históricos del distrito de Santa Fe, Veraguas, se constató que el territorio cuenta con un alto potencial para el desarrollo de diferentes productos turísticos. Como atractivo principal de la zona se encuentra el Parque Nacional Santa Fe. En el inventario de la planta turística se observó la existencia de una oferta bastante aceptable de hospedaje, desde hostales hasta hoteles. También se reconocieron ocho fincas agroturísticas, cinco explotaciones de

producción orgánica que tienen potencial para el desarrollo del agroturismo.

Una de las debilidades para el desarrollo sostenible del turismo de Santa Fe es el seguimiento a los proyectos que se inician en el territorio, ya que no se da continuidad a los mismos por el factor económico. Otro aspecto en que se estaba en desventaja es la capacitación de los pobladores en el sector turístico, concretamente en hospedaje, restauración y en guianza, por lo que se consideró indispensable una campaña de cultura turística dirigida a toda la población, para concienciarla sobre la importancia de atender decorosamente al visitante. Por tal razón, se debió fortalecer el componente turismo dentro del Consejo de Desarrollo Territorial, a fin de que se articule con las distintas iniciativas existentes y se definan los lineamientos correspondientes al desarrollo turístico de Santa Fe.

Fase IV: Respecto al plan de acción planteado para este estudio cabe señalar que tuvo como:

Objetivo general: Promover a Santa Fe como destino turístico sostenible gestionado y coordinado por la Cooperativa de turismo y el Consejo de Desarrollo Territorial (CDT).

Objetivos específicos: Elaborar planes de capacitación constante al personal involucrado en materia turística en todo el territorio; Desarrollar productos turísticos acordes con los aspectos culturales, ambientales y económicos de la comunidad; Impulsar condiciones necesarias y suficientes para que el visitante tenga un tránsito fluido y seguro en su paso por la zona; Gestionar recursos económicos para el desarrollo de proyectos turísticos; Promover y posicionar la imagen de Santa Fe sostenible como un destino turístico a nivel nacional.

Para el cumplimiento de los objetivos se determinaron cuatro áreas de acción:

Áreas de acción	Estrategias
Turismo sostenible	Sensibilización en cultura y atención turística
	Diseño de productos turísticos sostenibles
Asociativismo	Capacitación
	Autogestión
Recursos económicos	Búsqueda de fuentes de financiamiento
	Convenios de asistencia técnica y financiera
Marketing	Posicionamiento turístico

Figura 4: Áreas de acción y estrategias. (Flores, Plan de desarrollo turístico del distrito de Santa Fe, Veraguas, Panamá, 2014).

Fase V, VI, VII: El presupuesto estimado para el desarrollo del plan fue de 17.500 balboas. Respecto a la elaboración del plan de planificación, estaría encargada la Cooperativa, además de estar soportado por equipos de trabajo por cada una de las áreas de acción definidas en el Plan de acción turística. De esta manera la estructura organizativa se integraría como se exhibe en la figura 5:

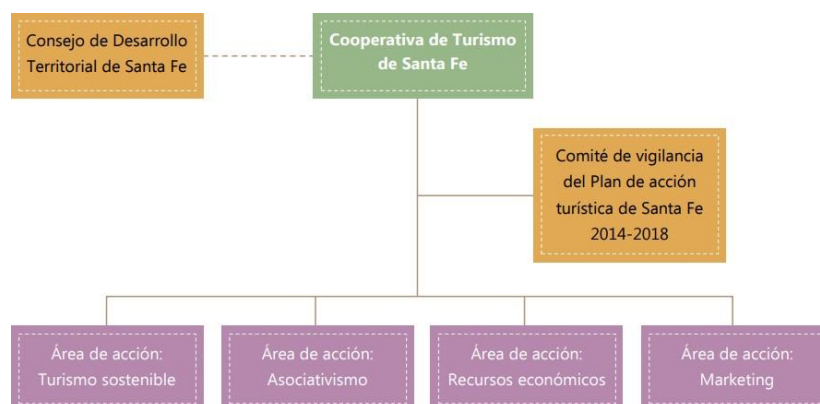


Figura 5: Estructura organizativa del modelo de gestión. (Flores, Plan de desarrollo turístico del distrito de Santa Fe, Veraguas, Panamá, 2014).

Existió interés de los participantes en dar seguimiento al proyecto del cual formaron parte desde el 2012, lo que dejó en manifiesto de un empoderamiento positivo de la herramienta que fue sometida a validación.

Respecto a la aplicación del modelo aplicado en la comuna de Palmar, Ecuador; cabe señalar los siguientes resultados:

FASE I: Para el análisis de la situación externa, se utilizó la herramienta PEST, el cual se resume en la siguiente tabla:

POLÍTICO – LEGAL	ECONÓMICO
Políticas gubernamentales – Periodo gubernamental y cambios. – Grupos de presión local	- Tendencias en la economía local - Asuntos generales de impuestos - Intereses y tasas de cambio
SOCIAL	TECNOLÓGICO
Demografía - La cultura no se ha deteriorado - Factores étnicos y religiosos - Cambios de leyes que afecten factores sociales	Madurez de la tecnología - Potencial de innovación - Asuntos de propiedad intelectual - Capacidad y madurez del producto

Figura 6: Análisis PEST de la comunidad de palmar (Tomalá Rosales, Modelo del plan de desarrollo turístico sustentable para la comuna Palmar, 2014).

Respecto al análisis de la competencia de la comunidad cabe señalar que se encontraba en vías de desarrollo, ya que presentaba dificultades en la accesibilidad de sus atractivos en comparación de otros destinos turísticos; con respecto a los servicios complementarios Palmar poseía algunos, pero no estaban debidamente trabajados. La posición competitiva de Palmar era de nivel bajo, debido a la falta de adecuación en la estructura turística.

FASE II: Palmar cuenta con 5 atractivos turísticos y posee una oferta de servicios turísticos como Hostales, zona de camping que brinda exclusivamente alojamientos, también cuenta con lugares que brindan servicios de alimentación distribuidos en restaurantes, kiosco de comida, y zonas de esparcimiento distribuidos en discotecas e instalaciones deportivas. Respecto a los servicios complementarios en este sector no existe una gran variedad de oferta. La demanda turística de la comunidad de Palmar tiene aproximadamente 990 visitantes al año, con un perfil de turista de origen nacional,

con tiempo de estancia menos de 1 día con gastos promedio de 10 a 20 dólares, también que los servicios turísticos que más consumen los visitantes es la alimentación.

Aquí se realizó un análisis FODA, en donde encontramos como principales:

Debilidades: Poca cultura turística, los establecimientos que prestan servicios turísticos no están acreditados por los organismos competentes, falta de fuerza competitiva, poca capacitación para los prestadores de servicios turísticos, y la inexistencia de la señalización de los atractivos.

Fortalezas: Ubicación geográfica, el manglar por la gran diversidad de flora y fauna, la cultura que posee, ya que la hace diferente a otra, potencial de atractivos naturales, culturales, los que se traducen en un importante patrimonio y posibilitan el desarrollo turístico, existen actores comprometidos con el desarrollo del turismo.

Oportunidades: Construcción del terminal marítimo en la comuna Monteverde, lo que permitirá mejorar el flujo de visitantes por su cercanía.

Amenazas: Desastres Naturales, Fuerte competencia en promoción de destinos nacionales, de la provincia, Inexistencia del alcantarillado.

FASE III: Aquí se desarrolló el plan estratégico para la comunidad el cual tenía como:

Objetivo general: Elaborar un Plan de desarrollo sustentable para la Comunidad de Palmar que oriente al desarrollo turístico sustentable, fortaleciendo la actual oferta turística a través de programas, proyectos y acciones específicas para la comunidad de Palmar.

Objetivos específicos: Desarrollar sosteniblemente el sector turístico teniendo en cuenta aspectos territoriales; ofertar servicios y productos turísticos en el mercado que capten una demanda con mayor gasto turístico; transmitir una imagen acorde con las características para el desarrollo del turismo sostenible; establecer los parámetros para que el sector turístico local cuente con infraestructuras adecuadas y proporcione servicios de calidad con su capital humano capacitado técnicamente.

Finalmente, en esta etapa se plantearon las líneas estratégicas a seguir las cuales fueron las siguientes:

LÍNEA EJE ESTRATÉGICA	PROYECTOS
1. Ordenamiento turístico en el territorio	1.1. Ordenamiento turístico comunitario. 1.2. Protección y conservación del recurso turístico.
2. Puesta en valor de los recursos turísticos	2.1. Apoyo a la creación de una oferta innovadora de actividades complementarias en segmentos turísticos. 2.2. Creación de equipamientos de uso público en áreas públicas vinculadas a recursos turísticos.
3. Promoción, comercialización e imagen turística de Palmar.	3.1. Diseño de la imagen turística de la comuna Palmar 3.2. Campaña de promoción de Palmar como destino turístico en el mercado nacional e internacional.
4. Participación de la población local en el desarrollo turístico.	4.1. Fomento de la cultura turística en la comunidad. 4.2. Concienciación empresarial para impulsar una cultura de calidad en la prestación de servicios de calidad.

Figura 7: Líneas estratégicas del Modelo de plan de desarrollo turístico sustentable de Palmar, (Tomalá Rosales, Modelo del plan de desarrollo turístico sustentable para la comuna Palmar, 2014).

Respecto a la aplicación del modelo aplicado en Puerto Octay, Chile; cabe señalar los siguientes resultados:

ETAPA I: Se realizó un análisis interno y externo, para lograr establecer la posición de Puerto Octay como destino turístico, por medio de entrevistas realizadas a actores relevantes del turismo local, análisis FODA cuantitativo, análisis PESTEL y análisis de las

cinco fuerzas de Porter. Mediante los resultados obtenidos, se determinó que la comuna se encuentra en una posición competitiva desfavorable en atractivos artificiales; no así en atractivos naturales, con respecto a los demás destinos cercanos geográficamente y de similares recursos y se definió que se debe usar la estrategia defensiva, en la cual se deben aprovechar las fortalezas de la comuna para minimizar las amenazas del entorno.

ETAPA II: En cuanto al estudio de mercado, se logró conocer que los atractivos naturales y la oferta de servicios de alojamientos en la comuna es variada; existen servicios complementarios básicos que permiten que el turista tenga una grata estadía y los precios se encuentran acorde al mercado, sin embargo, la oferta de servicios de alimentación aún es escasa, por lo que es necesario impulsarla. Finalmente se pudo conocer el perfil del turista que pernocta en Puerto Octay para posteriormente diseñar actividades que permitan responder a sus expectativas. Se destaca la presencia de turismo interno (principalmente visitantes chilenos), con una frecuencia de viaje ocasional a la comuna por vacaciones menor a 4 días promedio, por lo que se considera que la comuna aún es un destino de paso. Además, el turismo alternativo se encuentra tomando fuerza con el uso de campings como servicio de alojamiento principal y alta preferencia de actividades relacionadas a la cultura y patrimonio.

ETAPA III: Aquí se desarrolló el plan estratégico en sí, el cual tenía como:

Misión: Desarrollar activamente el turismo en Puerto Octay en conjunto con actores claves del sector público – privado mediante la planeación, impulso al desarrollo de la oferta y comercialización e implementación de programas turísticos diseñados acorde a las necesidades de cada grupo etario de turistas a fin de asegurar la fidelización de estos, fortalecimiento de la competitividad del sector y mayor calidad de los servicios entregados.

También en esta etapa se formularon los lineamientos, objetivos y estrategias a seguir, los cuales se resumen en el siguiente cuadro:

Línea estratégica	Objetivo	Estrategias
Formación y capacitación de recursos humanos.	Mejorar la atención al turista a través de la concientización de los habitantes y empresarios de la comuna de Puerto Octay.	Fomentar y apoyar el desarrollo de emprendimientos ligados al turismo en la comuna con el propósito de ampliar la oferta turística.
		Capacitar y asesorar a prestadores de servicios turísticos en temas orientados a la calidad y sustentabilidad de la oferta en Puerto Octay para mejorar la atención al visitante.
		Promover la identidad local para rescatar la cultura y tradiciones de la comuna.
Procesos internos.	Mejorar la planificación y organización de las funciones a realizar en el departamento de turismo.	Desarrollar un calendario trimestral de actividades y eventos turísticos para mantener informada a la comunidad y público en general.
		Implementar una base de datos con los servicios turísticos de la comuna, precios y demanda para analizar periódicamente el comportamiento de estas variables.
Posicionamiento como destino turístico.	Realizar acciones que permitan dar a conocer la comuna y proyectarla como un atractivo turístico.	Generar un plan de marketing comunal centrado en el turismo de intereses especiales, cultural y patrimonial el cual permita promocionar los atractivos turísticos que posee y actividades que se pueden realizar.
Programas de apoyo.	Gestionar proyectos que complementen el desarrollo turístico de la comuna.	Participar en encuentros de turismo a nivel nacional para exponer la oferta de la comuna y generar lazos con empresarios de la zona.
		Elaborar ordenanzas municipales en pro del turismo para resguardar el patrimonio natural y cultural de la comuna.

Figura 8: Diseño de líneas estratégicas, objetivos y estrategias para el plan. (Huenchuán, Elaboración de un plan estratégico para el departamento de turismo de la municipalidad de Puerto Octay, 2018).

ETAPA IV: Finalmente, con el objetivo de controlar el avance de los proyectos diseñados, se logró definir un procedimiento de evaluación mediante la definición de indicadores, metas, responsables y frecuencia de revisión para cada uno.

3. METODOLOGÍA:

Para la elaboración de este proyecto de investigación se ha definido una metodología, la cual considera los siguientes puntos:

3.1 Tipo de investigación:

En la actualidad, el estudio del turismo del poblado de Cariquima es escaso, lo cual significa que el acceso a información histórica de esta área es prácticamente nulo, siendo efectivamente la única fuente de datos primaria, la información entregada por los mismos pobladores.

Acorde a lo expuesto, el proyecto se basó en un estudio de tipo exploratorio- descriptiva, el cual permitió investigar aspectos que aún no habían sido analizados en profundidad. Acorde a Baptista, Fernández, & Hernández (2014), los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, indagar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados.

El estudio es de tipo descriptivo ya que para el proceso de la elaboración del plan se ha detallado aquellas características principales que tiene la comuna dando a conocer la situación y los acontecimientos presentes, describiendo los factores importantes para el diseño estratégico que favorezca el turismo de atractivos turísticos de Cariquima.

3.2. Modalidad de la investigación:

La modalidad de la investigación en la que se basó este trabajo corresponde a la investigación de campo ya que, para la elaboración de un plan de desarrollo turístico para los pobladores de Cariquima que sigan la línea de atractivos naturales, resultó necesario viajar por varias ocasiones al destino para el levantamiento de información de los diferentes atractivos

turísticos existentes en la comuna.

3.3. Métodos de la investigación:

Para la elaboración correspondiente de este proyecto se utilizaron instrumentos esenciales, una de ellas fueron las encuestas dirigidas a los comuneros de Cariquima, la recolección de esta información fue un factor que ayudo a conocer la situación general del turismo del poblado. La otra herramienta utilizada fueron las entrevistas semi- estructuradas la cuales estuvieron dirigidas a los comuneros que están interesados en seguir la línea de turismo enfocado en atractivos turísticos; esto con el fin de poder definir las posibles rutas turísticas.

Toda la información recolectada fue graficada y analizada a través de las respectivas tabulaciones de todas las preguntas correspondientes, permitiendo así proponer los lineamientos del plan estratégico del turismo enfocado a la línea de atractivos turísticos.

3.4. Muestra:

Los instrumentos utilizados para la recolección de información difieren a quienes fueron dirigidas. Primeramente, las encuestas se realizaron a una muestra de los comuneros de Cariquima y a personas que tengan emprendimientos relacionados al área de turismo, entre estos destacamos emprendedores en hotelería, restaurantes, y textilería, todos estos debían cumplir con ciertos requisitos que ayudaron a que esta recolección de datos sea óptima, entre ellas encontramos:

1. Ser mayor de 18 años.
2. Ser comunero activo.
3. Residir permanentemente en Cariquima.

En total se encuestaron a 26 personas en donde 20 de ellas corresponden a comuneros y 6 de ellos corresponden a emprendedores en el área de turismo de la localidad de Cariquima.

Por otro lado, las entrevistas fueron dirigidas a las personas que emprenderán en el

turismo enfocado en la línea de atractivos turísticos, para así poder definir una hoja de ruta más personalizada para ellos. En total los entrevistados fueron dos personas: David Mamani Rojas y Lorenzo Mamani Amaro.

3.5. Instrumentos de recopilación de información:

La encuesta dirigida a la muestra de los comuneros de Cariquima consiste en las siguientes preguntas:

1. ¿Considera usted que el turismo es una alternativa de desarrollo para el poblado de Cariquima?

R: Sí, No.

Se realizó esta pregunta ya que se quería conocer si los comuneros consideraban el turismo como una actividad relevante, y de forma indirecta saber su interés por la temática del turismo.

2. ¿Cómo califica la actividad turística del poblado de Cariquima?

R: Regular, Buena, Excelente.

Esta se realiza con el fin de saber la conformidad de los comuneros con respecto al turismo ya existente y también para saber el estado de desarrollo de esta actividad en Cariquima.

3. ¿Cuáles son los factores que usted considera que impiden que la comunidad tenga un desarrollo turístico?

R: Falta de estrategias, Inseguridad, Carencia de servicios, Escasez de publicidad, Falta de infraestructura, Vías de acceso.

Se realizó este cuestionamiento ya que se buscaba obtener información acerca de las falencias que presenta el turismo en general de este poblado y saber así en que se podría mejorar para un mejor rendimiento.

4. ¿Qué tipo de servicios turísticos que ofrece la comuna debería mejorar o implementar?

R: Restaurantes, Hoteles, Centro de entretenimiento turístico, Centro de información, Discotecas.

Se pregunta esto ya que esto nos permitirá saber las ventajas u oportunidades existentes relacionados al turismo que se deberá tener en cuenta para desarrollar los lineamientos estratégicos.

5. ¿Considera usted que los directivos de la comuna deberían capacitar más a los habitantes para mejorar el desarrollo turístico?

R: Si, No.

Se cuestiona esto porque nos permitirá saber de forma indirecta su disposición a tener mayores conocimientos de esta área.

6. ¿Usted ha tenido iniciativa para emprender en un negocio relacionado al turismo?

R: Si, No.

Si su respuesta es Sí ¿Qué es lo que le ha impedido emprender un negocio?

R: Falta de asesoría, Falta de Conocimiento, Capital, Otros.

Se realizo este cuestionamiento ya que se buscaba obtener información del interés por parte de los comuneros a emprender en el área del turismo y predecir así el futuro desarrollo del turismo en el poblado. Además, si respondían que si a la pregunta 6, pasarían a la pregunta 7, la cual tiene como fin saber en qué se está fallando o que se debiese fomentar para aumentar dichos emprendimientos turísticos.

Las entrevistas como se dijo anteriormente fueron dirigidas a las personas que están dispuestos a emprender en el turismo enfocado en los atractivos turísticos en la localidad de Cariquima, esta consistió en las siguientes preguntas:

1. Según usted, ¿Cuáles son los factores que más obstaculizan el buen desarrollo del turismo de atractivos turísticos en Cariquima?

Esto se cuestiona ya que con esto podemos saber el motivo del porque se limitaban a desarrollar este tipo de emprendimiento y poder tenerlo en cuenta para la elaboración del plan estratégico.

2. Para este proyecto turístico, ¿qué atractivos existentes en la localidad de Cariquima le gustaría que se incluyan en la ruta turística?,¿Por qué?

Esto se pregunta ya que se quiso saber que atractivo consideran más relevante para ellos, y poder definir así una ruta turística.

3. ¿Qué propone usted para que los turistas visiten recurrentemente los atractivos turísticos de Cariquima?

Con esto podemos tener en conocimiento de sus propuestas que se consideraran dentro de los objetivos estratégicos.

4. ¿Cómo le gustaría que se promocionará la ruta turística propuesta?

Con esto podemos tener en conocimiento de sus propuestas que se consideraran dentro de los objetivos estratégicos y poder conocer la relevancia que le dan ellos al marketing.

5. ¿Qué atractivo turístico faltante en Cariquima le gustaría desarrollar a futuro?,¿Por qué?,¿Y cómo lo desarrollaría?

Se cuestiona esto ya que sería de ayuda para definir los lineamientos estratégicos a proponer, además de poder saber en qué le gustaría incursionar al emprendedor.

4. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN:

Para el desarrollo en si de este estudio, primero debemos definir un diseño del plan estratégico y luego aplicar dicho diseño; estos puntos se detallan a continuación.

4.1. Diseño del plan estratégico del turismo:

Para definir una metodología de Plan de Desarrollo turístico para Cariquima, es necesario contrastar los modelos explicados en el punto de marco teórico, para posteriormente desarrollar la propia metodología. A continuación, se abordan estos dos aspectos.

4.1.1. Contrastes de metodologías halladas:

Los tres modelos mencionados en el marco teórico (Plan de desarrollo turístico en el territorio del distrito de Santa Fe, Veraguas, Panamá, 2014; Modelo del plan de desarrollo turístico sustentable para la comuna Palmar, 2014; Plan estratégico para el departamento de turismo de la municipalidad de Puerto Octay, 2018), tienen en común que contienen los pasos básicos para la creación de un modelo de plan de desarrollo turístico en general, por ende, no se centran a un solo tipo de turismo, y trabajan con la comunidad en conjunto. Dentro de las fases que tienen estos planes encontramos que cuentan con un análisis del territorio general, siendo esto necesario porque se debe conocer a profundidad el territorio de estudio. También contienen un análisis turístico específicamente, lo cual es fundamental ya que como son planes de desarrollo turístico es necesario conocer el potencial de la zona y reconocer en lo que se podría orientar los objetivos estratégicos del plan. Finalmente definen el plan en sí.

Respecto a las diferencias de estos hay que señalar que tanto el segundo modelo como el tercero (Modelo del plan de desarrollo turístico sustentable para la comuna Palmar, 2014; Plan estratégico para el departamento de turismo de la municipalidad de Puerto Octay, 2018), ocupan herramientas estratégicas para analizar la situación turística, estas son un análisis FODA y PEST, en cambio el primer modelo (Plan de desarrollo turístico en el territorio del

distrito de Santa Fe, Veraguas, Panamá, 2014), solo se enfocó en realizar un análisis FODA, esto debido a que el desarrollo turístico de cada zona es distinto. También cabe señalar que otra diferencia sería que en el último modelo (Plan estratégico para el departamento de turismo de la municipalidad de Puerto Octay, 2018), en su última fase se crean indicadores de desempeño ya que en sí el fin era de ejecutarlo, por lo cual este paso era necesario, en cambio los otros dos modelos (Plan de desarrollo turístico en el territorio del distrito de Santa Fe, Veraguas, Panamá, 2014; Modelo del plan de desarrollo turístico sustentable para la comuna Palmar, 2014), no tenían ese fin por ende no consideran la elaboración de indicadores de desempeño o medición.

4.1.2. Desarrollo del diseño:

Tras un análisis de modelos de planificación estratégica enfocados al turismo, pertenecientes a diferentes autores, es que se escogió una estructura, la cual tiene como referencia los siguientes estudios: “Plan de desarrollo turístico del distrito de Santa Fe, provincia de Veraguas, Panamá”, siendo los autores Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). El otro modelo fue el de “Planificación estratégica para el turismo es el desarrollado para el departamento de turismo de la municipalidad de Puerto Octay, Chile”, siendo su autora Roxana Evelyn Huenchuán Álvarez. En si la estructura desarrollada es una combinación de las investigaciones mencionadas anteriormente, en donde el análisis general de la situación turística se enfoca en un análisis FODA, ya que este análisis ofrece un microanálisis, una evaluación a profundidad e introspectiva, que es esencial al considerar el desarrollo o lanzamiento de un nuevo proyecto o producto. El análisis FODA trata de ver con detenimiento la intención de profundizar en la viabilidad de un concepto que va desde lo interno hacia lo externo. El modelo escogido consta de 5 fases que se detallan a continuación:

N°	Fase	Actividades
I	Prospección previa del Territorio.	Radiografía del territorio. Encuesta a los comuneros acerca del turismo.
II	Diagnóstico de la situación turística del territorio.	Análisis de la oferta turística. Inventario de atractivos. Análisis de la planta turística. Análisis de la demanda turística. Análisis FODA.
III	Definición de rutas turísticas.	Entrevista a los comuneros que emprenderán en el turismo de la línea de atractivos turísticos. Definición de ruta turística.
IV	Elaboración del plan Estratégico.	Definición de misión, visión y objetivos del plan estratégico. Definición de las áreas de acción y estrategias.
V	Lanzamiento de la Propuesta de Desarrollo Turístico del Territorio.	Establecimiento de un foro de participación con actores claves de la comunidad.

Tabla 1: Estructura de la metodología de investigación. (Elaboración propia).

Fase I: Esta fase comprende un diagnóstico general de la localidad de Cariquima, el cual se enfocará en un análisis de la comunidad en general, de la organización y del turismo. Para una mejor recolección de información se realizarán encuestas a los comuneros activos del

pueblo, ya que así se obtendría una información más certera.

Fase II: Esta fase va muy ligada a la anterior ya que se realizará un diagnóstico de la situación turística en específico, se enlistarán y valorarán los atractivos turísticos que van a ser considerados en el plan. Se realizará un análisis de la oferta y demanda turística, de la infraestructura y servicios existentes, por último, se realizará un análisis FODA con toda la información recolectada de la Fase I y II.

Fase III: En esta fase se trabajará en conjunto con los comuneros que seguirán la línea de atractivos turísticos de la localidad, en donde se hará un análisis de todos los atractivos y mediante las entrevistas semiestructuradas se definirá la ruta turística.

Fase IV: En esta etapa se formulará el plan estratégico turístico enfocado en la línea de atractivos turísticos, en donde se plantearán misión, visión, los objetivos estratégicos, se definirán las estrategias y acciones a seguir según el análisis que se hicieron en las fases anteriores.

Fase V: Por último, en esta fase se realizará una reunión con los comuneros de la localidad de Cariquima, actores claves de la municipalidad de Colchane (comuna a la cual pertenece Cariquima), directora de SERNATUR (I región), para el lanzamiento de la propuesta del plan estratégico de turismo enfocado en la línea de atractivos turísticos. Todo lo anterior con el fin de dar a conocer el estudio y recibir comentarios o sugerencias para posibles mejoras si se da el caso.

4.2. Aplicación del diseño del plan estratégico para la localidad de Cariquima:

Para la aplicación del diseño del plan estratégico de turismo enfocado en los atractivos turísticos de Cariquima, primero se debe realizar un análisis de los resultados de los instrumentos de recopilación de información, como lo son la encuesta y entrevistas definidas en el punto 3.5 de la sección metodología, para luego así desarrollar las fases del plan estratégico de turismo en sí.

4.2.1. Resultados de la Encuesta y Entrevista:

Resultados de la encuesta:

1. ¿Considera usted que el turismo es una alternativa de desarrollo para el poblado de Cariquima?

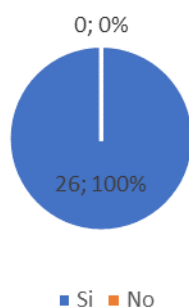


Gráfico 1: Resultados pregunta 1 encuesta (Elaboración propia).

Análisis: Respecto a esta pregunta cabe señalar que el total de los encuestados considera al turismo como una actividad relevante, por ende, se concluye que existe un real interés por parte de los comuneros acerca de esta temática; esta información es relevante ya que respalda que este estudio es necesario y beneficioso porque les será de gran uso para conocer más de la temática.

2. ¿Cómo califica la actividad turística del poblado de Cariquima?

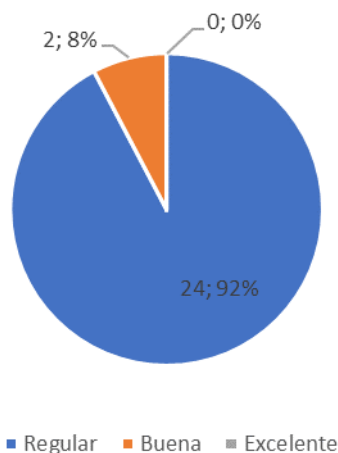


Gráfico 2: Resultados pregunta 2 encuesta (Elaboración propia).

Análisis: Respecto a este cuestionamiento cabe señalar que la mayoría de los encuestados, o sea el 92% considera la actividad turística de Cariquima regular, tan solo el 8% lo considera bueno y ninguna persona lo considera de forma excelente. A partir de esto podemos concluir que los comuneros no están conformes con el turismo existente en la localidad y por ende se deberían tomar medidas para mejorar el desarrollo de esta actividad.

3. ¿Cuáles son los factores que usted considera que impiden que la comunidad tenga un desarrollo turístico?

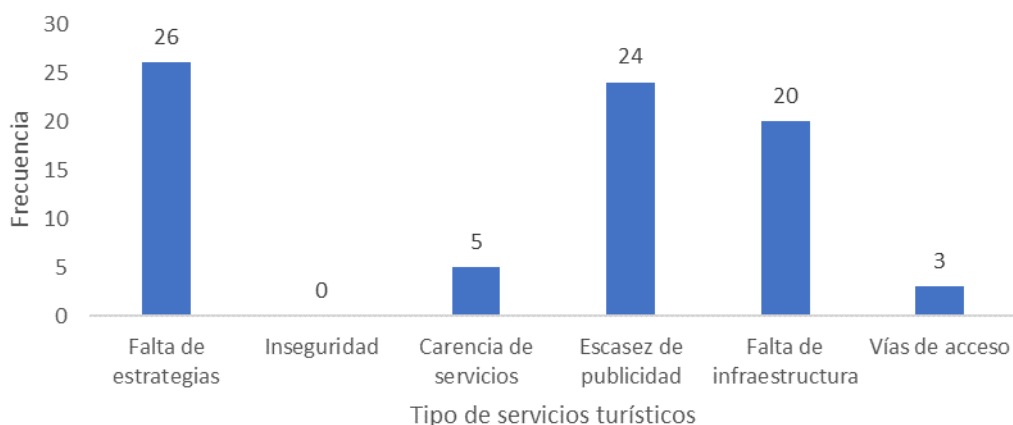


Gráfico 3: Resultados pregunta 3 encuesta (Elaboración propia).

Análisis: La totalidad de los comuneros considera que la falta de estrategias es un factor que impide el desarrollo turístico de la localidad, también señalar que la mayoría de los encuestados tienen presente que la escasez de publicidad y de infraestructura son unos limitantes para dicho desarrollo, por ende, estos son los factores más relevantes en los que se deberían tomar medidas, ya que así se podrá impulsar el desarrollo turístico de Cariquima.

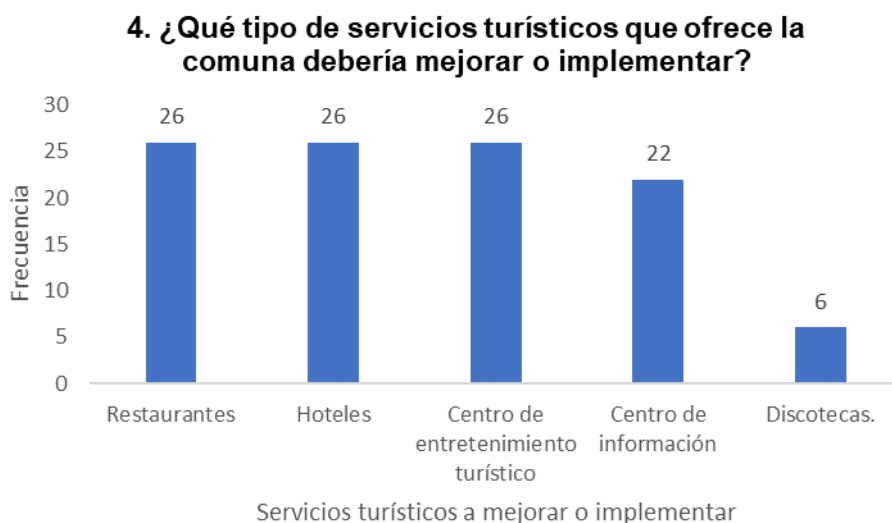


Gráfico 4: Resultados pregunta 4 encuesta (Elaboración propia).

Análisis: Respecto a este cuestionamiento cabe señalar que la totalidad de las personas considera que los servicios de restaurantes, hoteles y centro de entretenimiento turístico son servicios en los que se debería trabajar ya sea para mejorar o implementar. También tienen presente que un centro de información es muy relevante para el desarrollo turístico de la localidad y un reducido porcentaje de los encuestados considera que las discotecas como un servicio esencial para dicho desarrollo.

5. ¿Considera usted que los directivos de la comuna deberían capacitar más a los habitantes para mejorar el desarrollo turístico?

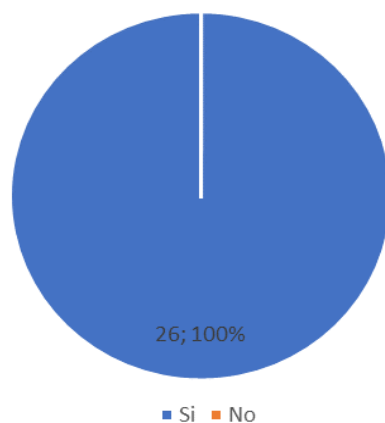


Gráfico 5: Resultados pregunta 5 encuesta (Elaboración propia).

Análisis: La totalidad de los encuestados consideran que una capacitación en el desarrollo turístico es muy relevante, por ende, esta sería una de las medidas para tener en cuenta ya que de por si existe interés respecto a esta temática.

6. ¿Usted ha tenido iniciativa para emprender en un negocio relacionado al turismo?

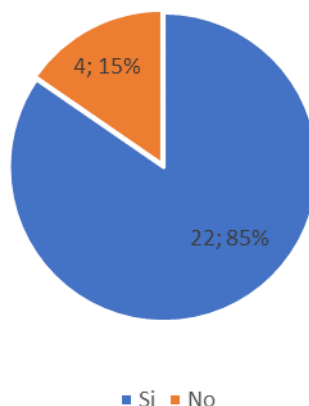


Gráfico 6: Resultados pregunta 6 encuesta (Elaboración propia).

Análisis: El 85% de los encuestados ha tenido esa iniciativa de incursionar en el ámbito turístico, y solo el 15% no, esto demuestra que existe interés por el área turística para emprender.

7. Si su respuesta es Sí ¿Qué es lo que le ha impedido emprender un negocio?

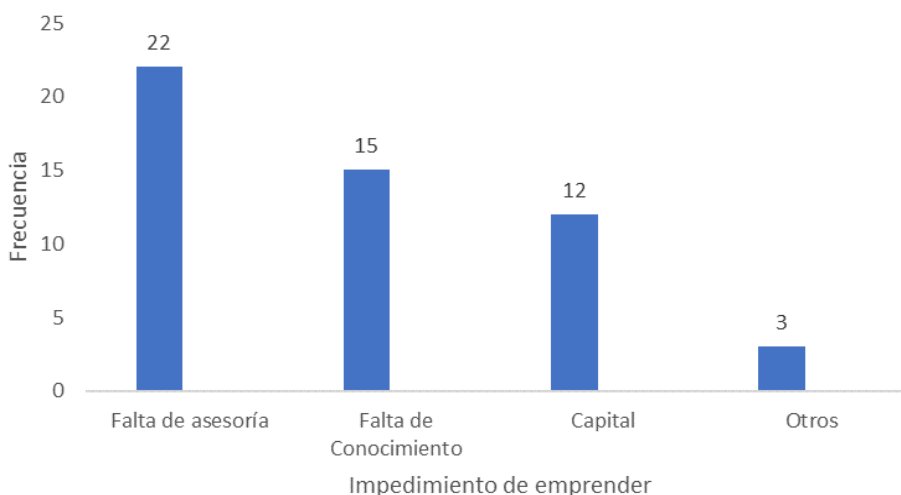


Gráfico 7: Resultados pregunta 7 encuesta (Elaboración propia).

Análisis: Las personas que han tenido iniciativa de emprender en el área turística, señalan que dentro de los mayores impedimentos para realizar dicha acción han sido la falta de asesoría, la falta de conocimiento y el capital, esta información nos entrega una guía de los factores de los cuales se debiese tomar medidas para que así se conviertan en un plus para la evolución de turismo de Cariquima.

Resultados de las entrevistas:

1. Según usted, ¿Cuáles son los factores que más obstaculizan el buen desarrollo del turismo de atractivos turísticos en Cariquima?

Dentro de los principales motivos que consideran los entrevistados que limitan el desarrollo del turismo de atractivos turísticos serían la falta de conocimiento por parte de los comuneros acerca de este tipo de emprendimiento, señalan que las capacitaciones son necesarias para que tengan claro el escenario, porque en sí, existe la motivación de emprender, pero la falta de educación en esta área es una limitante para no arriesgarse. También consideran muy relevante el hecho de que la localidad en sí ha recibido turistas, sin realizar ninguna publicidad de por medio, eso es algo que les asombra, pero ellos saben que, si hay un trabajo más elaborado en el marketing de los atractivos turísticos, si o si recibirían una mayor cantidad de turistas, motivando así a la gente a emprender y generar más infraestructura turística.

2. Para este proyecto turístico, ¿qué atractivos existentes en la localidad de Cariquima le gustaría que se incluyan en la ruta turística?, ¿Por qué?

Los atractivos que consideran más relevantes y que serían necesarios para incluir en la ruta turística serían la “Iglesia de Cariquima”, ya que es un monumento nacional, también el “Bosque de cactus gigantes de Ancovinto” y “Carnavales congelados de Huaytane”, ya que aparte de ser sitios asombrosos, podrían ser puerta para otras actividades como tracking, cabalgatas, entre otras. Otra opción fue la “terma de Ancuaque”, un sitio que además de

ofrecer servicios de relajación, este ofrecería grandes vistas porque se encuentra en un lugar estratégico rodeados de la fauna y flora pertenecientes a la zona. También la “Laguna Villablanca”, el cual también está situado en un lugar asombroso al igual que las termas mencionadas anteriormente. Por último, mencionaron el “Salar de Coipasa”.

3. ¿Qué propone usted para que los turistas visiten recurrentemente los atractivos turísticos de Cariquima?

Algunas de las propuestas que mencionaron los entrevistados fueron las capacitaciones para los comuneros interesados en emprender en el ámbito turístico, ya que consideran que el estar informado y entender el funcionamiento de esta área hace posible que el desarrollo turístico sea aún mejor, también tienen muy presente la temática del cuidado al medioambiente, esto en la actualidad tiene mucha importancia ya que el resguardo del medio ambiente y agua son prioridades a nivel mundial, de hecho esta temática es eje central de los objetivos de desarrollo sustentable (ODS). Por último, proponen que se le debe dar énfasis a la publicidad de los atractivos turísticos de Cariquima para que exista una mayor demanda turística,

4. ¿Cómo le gustaría que se promocionará la ruta turística propuesta?

Los entrevistados consideran muy relevante la publicidad para el desarrollo del turismo y saben que en la actualidad para el caso de Cariquima esta es nula, ya que no se utiliza ningún medio para dar a conocer la localidad y sus atractivos. Las propuestas que ellos dieron para promocionar la ruta turística fueron la utilización de las redes sociales, ya que son un medio muy efectivo y que rápidamente ayudarán a generar más demanda; también señalan que un comercial en televisión abierta le daría un plus a esta publicidad y por último señalan que una página web también sería una herramienta muy beneficiosa ya que aparte de ser un formato de carta de presentación, esta otorga seriedad y confianza al servicio a ofrecido y turista.

5. ¿Qué atractivo turístico faltante en Cariquima le gustaría desarrollar a futuro?, ¿Por qué?, ¿Y cómo lo desarrollaría?

En los tipos de atractivos turísticos que les agradaría incursionar sería en el área del

folclore específicamente música, como también en la gastronomía, esto mediante talleres, festivales o ferias gastronómicas; ellos consideran que sería una forma de mostrar su identidad aymara, y así poder aumentar más la demanda turística. También otra opción que mencionaron fue ofrecer servicios astronómicos en estos atractivos turísticos naturales que tiene la localidad ya que estos sitios son lugares vírgenes con casi nula contaminación, en donde se pueden visualizar hermosos cielos estrellados. Con todas estas propuestas aumentaríamos la oferta turística y sería en si una ruta turista variada y completa.

4.2.2. Plan estratégico de la localidad de Cariquima:

A continuación, se presenta el desarrollo de cada una de las fases del modelo del plan estratégico de turismo enfocado en los atractivos turísticos de la localidad de Cariquima:

4.2.2.1. Prospección previa del territorio:

Características Ambientales del Territorio:

La comunidad se ubica a 3.960 m.s.n.m. Debido a esta altura es que posee un clima desértico marginal de altura, con precipitaciones durante el verano o “invierno altiplánico o boliviano”. El monto de las precipitaciones en promedio es de los 350 m.m. anuales promedios. Respecto a su vegetación aparecen los bofedales (vegetación semi acuática) y el pajonal o estepa andina. La hidrografía está constituida por lagunas y lagos altiplánicos. (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2010)

Ocupación Territorial:

El uso por los aymaras, de este territorio altiplánico, está rodeado de terrenos de cultivos y de estancias ganaderas, con sus paskanas o refugios temporales, y corrales, a los que se accede por un sistema de caminos, huellas y senderos. En estos territorios existen aleros para refugio del ganado, los baños de animales y las cochas o estanques de agua. La agricultura de riego es practicada en sistema de eras.

Cosmovisión:

Su población está altamente ligada a La Pachamama dando origen a todo el “ayllu”, que es la comunidad familiar con un tronco común de parentesco, su tierra y a la naturaleza, otorgándole la fertilidad y la abundancia. La comunidad cree que el mundo se organiza por tres niveles, Araj o Alax pacha, Aka pacha y Manqha pacha.

En Cariquima, se identifican Uywiris, cerros pequeños ubicados en la estancia ganadera, a los que se les pide que provea y multiplique el ganado. Otros lugares sagrados son las Pukaras, que se ubican sobre cerros, ruinas o cementerios antiguos, que están dedicados a propiciar los cultivos agrícolas y la abundancia. El Juturi que es un agujero profundo en la tierra, con o sin agua, que se conecta con las profundidades del mundo, con el Manqhapacha, y es un agujero que nutre y es creador de vida. Aquí emerge el ganado (llamas y alpacas), y la música o Wayño. El lugar donde el agua salta salpica y produce música se denomina Sereno, allí se challan o bendicen y se cargan con atributos los instrumentos musicales, acto que se realiza generalmente en los periodos de floramiento de los animales, antes de la celebración de Carnavales. Tanto los Uywiris (cerros pequeños) como el Sereno y los Juturí, son “lugares fuertes”, que pueden ser benéficos o maléficos, requieren de veneración, respeto y ofrendas. Se suma a estos ritos y ceremonias, las celebraciones de los Santos Patrones del poblado, que conviven con la cosmovisión indígena. (JoomShaper, 2018)

Festividades:

Dentro de las festividades que se celebran en la localidad de Cariquima encontramos:

1. Carnavales o Anata: El Anata comienza el 2 de febrero, día de la Virgen de la Candelaria. Con la bendición de los productos agrícolas y fundamentalmente de la papa. Todos los pobladores se reúnen este día para agradecer simbólicamente a la Pachamama por la primera cosecha que se realizará después del Anata, se realiza el ritual de la Ch’alla en la que se usa azúcar, alcohol, flores, mixtura y vino. A partir de esta celebración la producción agrícola, la vida y la muerte de las familias aymaras está sellada. Por ello esta fiesta es un ritual

muy importante en el plano simbólico de la fertilidad, tanto de la actividad agrícola como la de los animales domésticos.



Ilustración 2: Costumbre y misa del carnaval de Cariquima.

2. Machaq Mara: También conocido como “Año Nuevo Aymara”, el Machaq Mara es la ceremonia ancestral con que los pueblos andinos, no siendo la excepción Cariquima, celebran el solsticio de invierno el día 20 de junio de cada año, al amanecer, cuando los rayos de Tata Inti (el padre sol) llegan a la Pachamama (la madre tierra), para iniciar un nuevo ciclo en la vida de la naturaleza y las personas.

En este acto ritual de termino de un periodo, se conversa como una persona con los dioses tutelares en especial el Tata Inti (padre sol), que según la visión andina hace posible la fertilización en la PACHAMAMA, germinación y maduración de la vida y por dicho motivo se le pide que vuelva para reiniciar el otro ciclo. Por la razón anterior, los pobladores de Cariquima realizan actos rituales de ofrenda al “Tata Inti”, para que este dios tutelar regrese. En esta concepción los pobladores queman grandes extensiones de paja brava o restos del cultivo del ciclo anterior, señalando con ello una renovación y de esta forma tener alimento renovado incluso para las llamas, y para pedir campos de cultivo limpios y fértiles.



Ilustración 3: Costumbres pertenecientes al Machaq Mara, saludos al Tata Inti.

3. Fiesta patronal San Juan: Festividad que se realiza cada año el 25 de noviembre en honor al Santo San Juan. La fiesta dura 3 días y es el momento que tiene la población llega con sus músicos para darle a la fiesta el esplendor que se merece. La festividad es dirigida por el alférez y el mayordomo, quienes son responsables del éxito o fracaso de ella. Estas dos personas son elegidas por toda la comunidad con un año de anticipación y son escogidas al finalizar la fiesta. La fiesta en sí, aparte de su valor religioso, es la instancia que permite la unidad de los habitantes, donde se estrechan los lazos efectivos de éstos con su sociedad, a la vez que reafirman la fe en su cultura y en el futuro de ésta.



Ilustración 4: Costumbres pertenecientes a la festividad de San Juan.

Las tres festividades mencionadas anteriormente en su realización son una mezcla de concepciones cristianas, ya que como símbolo de la cristianización que tienen en su cultura, se

realizan misas y procesiones en las cuales hay participación de actores de la iglesia católica. También tienen en común que son un espacio para intercambiar productos; para iniciar nuevas relaciones de parentesco (matrimonios, compadres, etc.), y para reafirmar su apoyo en la autoridad tradicional (caciques). Y concurren todos los pueblos o ayllus de los alrededores. Son de Chijo, Quebe, Ancuaque, Ancovinto, Panavinto, Chulluncane, Huaytane y Villablanca, todos los habitantes de estos pueblos se llaman a sí mismos “cariquimas”.

Organización:

Esta comunidad aymara es una organización indígena con personalidad jurídica, constituida por la ley indígena N° 19.253. Se representa por una directiva, formada por los miembros que están en constante contacto con la comunidad. Dentro de los cargos existentes encontramos, al presidente(a), secretario(a) y encargado(a) de finanzas de la comunidad, los cuales son: Víctor Mamani Amaro, Mauricio Mamani Mamani y Audon Mamani Rojas.

4.2.2.2. Diagnóstico de la situación turística del territorio:

La localidad de Cariquima posee un gran potencial para el desarrollo de turismo en espacios rurales debido a la variedad de sus atractivos y espectaculares paisajes. Existe oferta de servicios turísticos, pero todavía no se consolida, al igual que la demanda.

4.2.2.2.1. Análisis de la oferta turística:

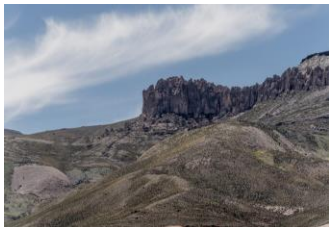
Para el estudio de la oferta turística de Cariquima, se debe realizar un análisis de los atractivos y planta turísticos existente en la localidad.

4.2.2.2.1.1. Inventario de atractivos turísticos:

En Cariquima fueron identificados los siguientes atractivos que podrían ser de interés para los turistas. El territorio destaca por sus bellezas naturales, especialmente por la

abundancia de recursos hídricos; igualmente, hay eventos programados que se están posicionando turísticamente en el mercado nacional.

	Nombre del atractivo: Cerro Cariquima.	Categoría: Sitio natural.	Tipo de atractivo: Montaña.	Subtipo del atractivo: Cerro.
Tipo de propiedad: Pública.	Estacionalidad de uso: Todo el año.	Demanda turística: Local, Regional.	Uso turístico: Actualmente dado a conocer.	Estado de conservación: Buena.
Descripción: Es un cerro isla de 5.350 metros de altitud. Según la leyenda aymara, el cerro Cariquima o Mama Huanapa encara a una bella mujer, por la cual los nevados del sector (Sillajuay, Isluga y el Sajama) estarían en constante lucha por su amor.				
	Nombre del atractivo: Iglesia de Cariquima.	Categoría: Museo o manifestación cultural.	Tipo de atractivo: Obra de arte o técnica.	Subtipo del atractivo: Arquitectura.
Tipo de propiedad: Privada.	Estacionalidad de uso: Todo el año.	Demanda turística: Local, Regional.	Uso turístico: Actualmente dado a	Estado de conservación: Buena.

			conocer.	
Descripción: Declarada Monumento Histórico el 18 11/01/2006. Su estructura está compuesta de un muro perimetral de adobe revestido con barro, con cadenas de piedra labrada y coronado con adobes en forma de triángulo. La nave es de piedra en bruto asentadas en barro, en tanto sus uniones son en piedra labrada. La fachada principal posee contrafuertes contruidos con piedra labrada. Su piso es de piedra y la techumbre a dos aguas con madera de cactus cubierta de paja brava. Posee una sacristía adosada al muro lateral, también de adobe y barro.				
	Nombre del atractivo: Carnavales congelados de Huaytane.	Categoría: Folklore.	Tipo de atractivo: Arquitectura popular natural.	Subtipo del atractivo: Pueblo.
Tipo de propiedad: Pública.	Estacionalidad de uso: Todo el año.	Demanda turística: Local, Regional.	Uso turístico: Actualmente no "explotado".	Estado de conservación: Buena.
Descripción general: Huaytane es una pequeña aldea de la comuna de Colchane. Allí se encuentra un colorido paisaje con un conjunto de macizos graníticos ubicados a más de 5 mil m.s.n.m, imponentes rocas en donde se puede realizar escaladas o transitar por cautivantes laberintos. A éstas le llaman Carnaval Congelado, figuras naturales de rocas que tienen forma de personas que parecieran estar bailando.				

	Nombre del atractivo: Ancuaque	Categoría: Folklore.	Tipo de atractivo: Arquitectura popular espontánea.	Subtipo del atractivo: Pueblo.
Tipo de propiedad: Pública.	Estacionalidad de uso: Todo el año.	Demanda turística: Local, Regional.	Uso turístico: Actualmente dado a conocer.	Estado de conservación: Buena.
Descripción general: Caserío Aymara.				
	Nombre del atractivo: Termas de Ancuaque	Categoría: Sitio natural.	Tipo de atractivo: Termas.	Subtipo del atractivo: Fuente o centro termal.
Tipo de propiedad: Privada.	Estacionalidad de uso: Todo el año.	Demanda turística: Local, Regional.	Uso turístico: Actualmente dado a conocer	Estado de conservación: Buena.
Descripción general: Ubicada a 37 kilómetros de Colchane y a 10 kilómetros de Cariquima. En el pueblo de Ancuaque, el agua de la terma mana tibia, en un recinto cerrado.				

	Nombre del atractivo: Bosque de cactus gigantes de Ancovinto.	Categoría: Sitio natural.	Tipo de atractivo: Lugar de observación de flora y fauna.	Subtipo del atractivo: Lugar de observación de flora y fauna.
Tipo de propiedad: Pública- privada.	Estacionalidad de uso: Todo el año.	Demanda turística: Local, Regional, Nacional.	Uso turístico: Actualmente dado a conocer.	Estado de conservación: Buena.
Descripción general: En las laderas de los cerros de Ancovinto, es posible observar de cerca un bosque de cactus gigantes de hasta 10 m de altura. Es una especie única.				
	Nombre del atractivo: Laguna Villablanca.	Categoría: Sitio natural.	Tipo de atractivo: Lugar de observación de flora y fauna.	Subtipo del atractivo: Lugar de observación de flora y fauna.
Tipo de propiedad: Pública	Estacionalidad de uso: Todo el año.	Demanda turística: Local, Regional, Nacional	Uso turístico: Actualmente no "explotado".	Estado de conservación: Buena.

Descripción general:

A los pies del cerro Mama Huanapa y dentro del pequeño pueblo de Villablanca se encuentra su laguna homónima, la cual está rodeada de bofedales que hospedan a variadas especies de aves, típicas de esta zona, como los flamencos, patos, taguas, guallatas, piuquenes y otros. Ubicada a 16 kilómetros al sur de Cariquima.

	Nombre del atractivo: Salar de Coipasa.	Categoría: Sitio natural.	Tipo de atractivo: Planicie.	Subtipo del atractivo: Salina.
Tipo de propiedad: Pública.	Estacionalidad de uso: Todo el año.	Demanda turística: Local, Regional, Nacional.	Uso turístico: Actualmente no “explotado”	Estado de conservación: Buena.

Descripción general:

Un cristalino espejo de sal café claro y blanco intenso de unos 2.200 kilómetros cuadrados es el que puede verse desde la ladera del cerro Ancovinto y recorrer para contemplar el altiplano y tomar fotografías. Ubicado a pocos kilómetros de Cariquima, por la ruta A-557 hacia el oeste.

	Nombre del atractivo: Solsticio de invierno de Cariquima.	Categoría: Acontecimiento programado.	Tipo de atractivo: Evento misceláneo.	Subtipo del atractivo: Fiesta religiosa.
Tipo de propiedad:	Estacionalidad	Demanda	Uso turístico:	Estado de

Pública.	de uso: 21 de junio.	turística: Local, Regional.	Actualmente dado a conocer.	conservación: Buena.
Descripción: Año Nuevo Aymara (machaxamara, marataqa). El solsticio de invierno, momento en el que el Sol está más alejado de la Tierra, marcará para el pueblo Aymara el comienzo de un nuevo año.				
	Nombre del atractivo: Fiesta de san juan bautista de Cariquima.	Categoría: Acontecimien to programado.	Tipo de atractivo: Evento misceláneo.	Subtipo del atractivo: Fiesta religiosa.
Tipo de propiedad: Pública.	Estacionalidad de uso: 24 de noviembre.	Demanda turística: Local, Regional.	Uso turístico: Actualmente no “explotado”.	Estado de conservación: Buena.
Descripción: Primera Fiesta Patronal de Cariquima, además reúne a todas las comunidades alrededor de Cariquima.				

Tabla 2: Inventario de atractivos turísticos de Cariquima. (Elaboración propia).

4.2.2.2.1.2. Análisis de la planta turística:

En Cariquima, la planta turística está integrada por prestadores de servicio de hospedaje, restaurantes, artesanía y guías turísticos. Los cuales se detallan a continuación:

Alojamiento:

Actualmente, en Cariquima podemos encontrar dos establecimientos de hospedaje, En su conjunto, tienen capacidad para albergar a 156 huéspedes. La calidad de los servicios es aceptable en todos los casos, con una oferta de diversos servicios.

Nombre	Encargada	Dado a conocer	Descripción.
Hostal "Tata Inti"	Leonel Miguel Castro Ticuna	Si esta dado a conocer, de hecho, se encuentra en Trip Advisor, por lo cual ha recibido mayor demanda de turistas.	El alojamiento cuenta con cómodas habitaciones dobles y triples y el desayuno está incluido. Adicionalmente se ofrece servicio de almuerzo y cena. También se puede encontrar un pequeño bazar y artesanías
Hostal "Yatichiri Hostal"	Armando Vicente Moscoso Mamani	Si esta dado a conocer. Su publicidad es debido al boca a boca.	Servicio de alojamiento, ofrece una acogedora hostal en el pueblo de Cariquima. Cuenta con cocina y cuarto de estar, comedor equipado y ambientado en el

			mundo andino. A su vez dispone de sector de camping y parrillas.
--	--	--	--

Tabla 3: Inventario de hoteles en Cariquima. (Elaboración propia).

Restaurantes:

Actualmente, en Cariquima podemos encontrar dos restaurantes establecidos, la calidad de los servicios es aceptable en todos los casos, con una oferta de diversa en gastronomía.

Nombre	Encargada	Capacidad total	Descripción.
Restaurante “Pank’arita”	Flora Aguirre	No está dado a conocer, ni inscrito oficialmente. Su publicidad es debido al boca a boca.	Ofrece comida andina preparada por la señora Flora, quien a su vez da la bienvenida a los comensales con una tradicional Pawa y realiza muestras de tejido en las que participa su familia.
Restaurante “Tata Inti”	Leonel Miguel Castro Ticuna	Si está dado a conocer, de hecho, se encuentra en Trip Advisor, por lo cual	Se ofrece servicio de almuerzo y cena.

		ha recibido mayor demanda de turistas.	
Restaurante “Andrea Castro”	Andrea Castro	No está dado a conocer, ni inscrito oficialmente. Su publicidad es debido al boca a boca.	Restaurante en Cariquima que brinda una deliciosa gastronomía andina.

Tabla 4: Inventario de restaurantes en Cariquima. (Elaboración propia).

Artesanía:

Actualmente, en Cariquima podemos encontrar tres artesanos que realizan talleres de artesanía en establecimientos fijos. Cada artesano tiene su propio sello por ende la experiencia es única y valiosa.

Nombre	Encargado(a)	Dado a conocer	Descripción y otros servicios
Artesanías “Teófila Challapa”	Teófila Challapa	No está dado a conocer, ni inscrito oficialmente. Su publicidad es debido al boca a boca.	Artesana del pueblo de Cariquima, realiza un entretenido taller de tejido donde muestra el arte del tejido andino, desde el momento de la esquila hasta el producto final, ya sean ponchos, guantes, gorros y diversas artesanías.

Artesanías “Eulogia Quispe Mamani”	Eulogia Quispe Mamani	No está dado a conocer, ni inscrito oficialmente. Su publicidad es debido al boca a boca.	Artesana de la comunidad de Cariquima, cuenta con variedad de productos en lana de alpaca. Realiza talleres de tejido con identidad aymara.
Talleres artesanales “Alipio Castro”	Alipio Castro	No está dado a conocer, ni inscrito oficialmente. Su publicidad es debido al boca a boca.	Dotado de un amplio conocimiento de la cultura andina y un carisma único, le mostrará el mundo de la construcción de adobe, adquirido de sus padres y abuelos, a través de un taller participativo y lleno de emociones.

Tabla 5: Inventario de talleres artesanales en Cariquima. (Elaboración propia).

Guías turísticas:

Actualmente, en Cariquima podemos encontrar dos guías turísticas estables en la localidad, estos ofrecen un servicio de calidad, rico en sabiduría y enseñanza.

Nombre	Dado a conocer	Descripción
Celia Challapa Challapa	No está dado a conocer. Su publicidad es debido al boca a boca.	Guía turística local con amplio conocimiento de la localidad y la Cultura Aymara. La señora Celia dirigirá el recorrido por el pueblo contando

		diversas historias y leyendas locales tanto en español como en lengua aymara.
Eulogia Quispe Mamani	No está dado a conocer. Su publicidad es debido al boca a boca.	Se desempeña como guía local en la zona de Cariquima.

Tabla 6: Inventario de Guías turísticos en Cariquima. (Elaboración propia).

4.2.2.2.2. Análisis de la demanda turística:

Debido a que no se tienen datos oficiales acerca del turismo del poblado Cariquima, se analizarán datos de visitas de turistas y nacionales de la Región de Tarapacá, para poder así definir una potencial demanda turística porcentual del poblado:

Potencial demanda turística de Colchane:

Los datos estadísticos acerca de la demanda turística de la primera región de Tarapacá fueron consultados en la base de datos de SERNATUR (servicio nacional de turismo), de la cual se pudieron obtener las siguientes estadísticas:

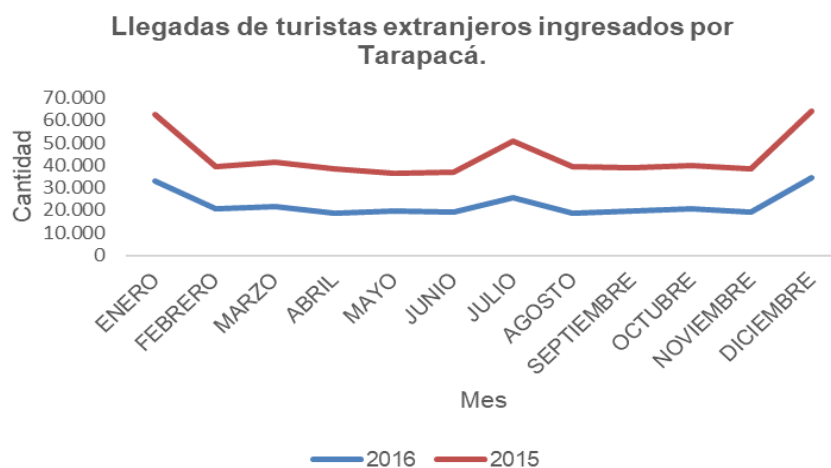


Gráfico 8: Turistas extranjeros entrados por mes, Región de Tarapacá, 2015-2016 (Elaboración propia).

I TARAPACÁ	255.406
AEROPUERTO DIEGO ARACENA	32.850
APACHETA DE IRPA	350
COLCHANE	222.206
I TARAPACÁ	271.822
AEROPUERTO DIEGO ARACENA	28.078
APACHETA DE IRPA	332
COLCHANE	243.412

Tabla 7: Turistas extranjeros entrados en 2015-2016, según lugar de ingreso, (Elaboración propia).

Como podemos visualizar en las gráficas la cantidad de turistas extranjeros entrados por mes, por la región de Tarapacá ha ido en aumento, en el 2016 se tuvieron en total 271.822 llegadas, en cambio en el 2015 fueron 255.406, por ende, hubo un aumento del 6%. También de las tablas podemos señalar que el lugar de ingreso con más llegadas fue Colchane, esto quizás debido a que es una comuna que está ubicada a metros de un paso fronterizo.

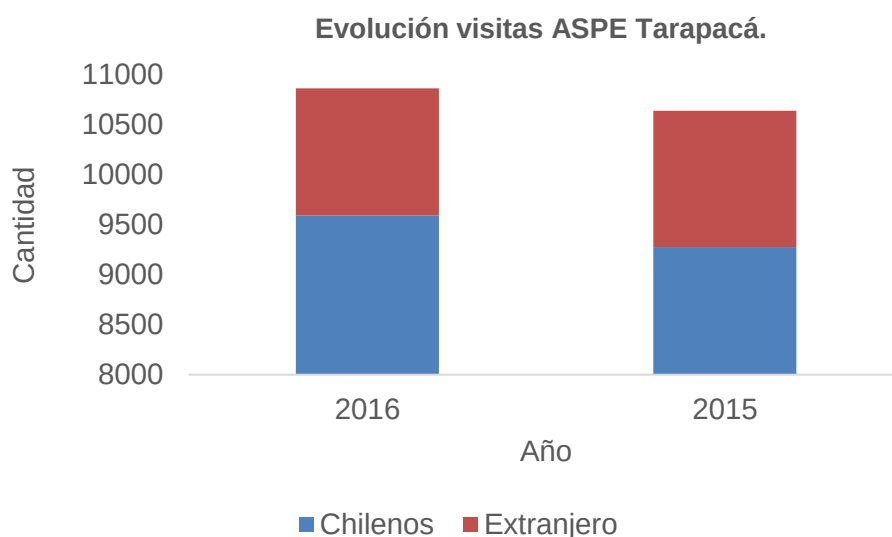


Gráfico 9: Número de visitantes al sistema nacional de áreas silvestres protegidas (SNASPE), Región de Tarapacá, 2015-2016, (Elaboración propia).

I TARAPACA	10.861	9.593	1.268
P.N. SALAR DE HUASCO	-	-	-
P.N. VOLCÁN ISLUGA	179	137	42
R.N. PAMPA DEL TAMARUGAL	10.682	9.456	1.226
I TARAPACA	10.638	9.275	1.363
P.N. SALAR DE HUASCO	-	-	-
P.N. VOLCÁN ISLUGA	430	375	55
R.N. PAMPA DEL TAMARUGAL	10.208	8.900	1.308

Tabla 8: Número de visitantes al sistema nacional de áreas silvestres protegidas de la región de Tarapacá, 2015-2016, (Elaboración propia).

Respecto al número de visitantes (extranjeros y nacionales) al sistema nacional de áreas silvestres protegidas (SNASPE) en Tarapacá, cabe mencionar que hubo un aumento entre los años analizados de un 2% aproximadamente, siendo el parque nacional Volcán de Isluga el segundo más visitado, nos referimos a este ya que es un área silvestre nacional muy cerca de Cariquima.

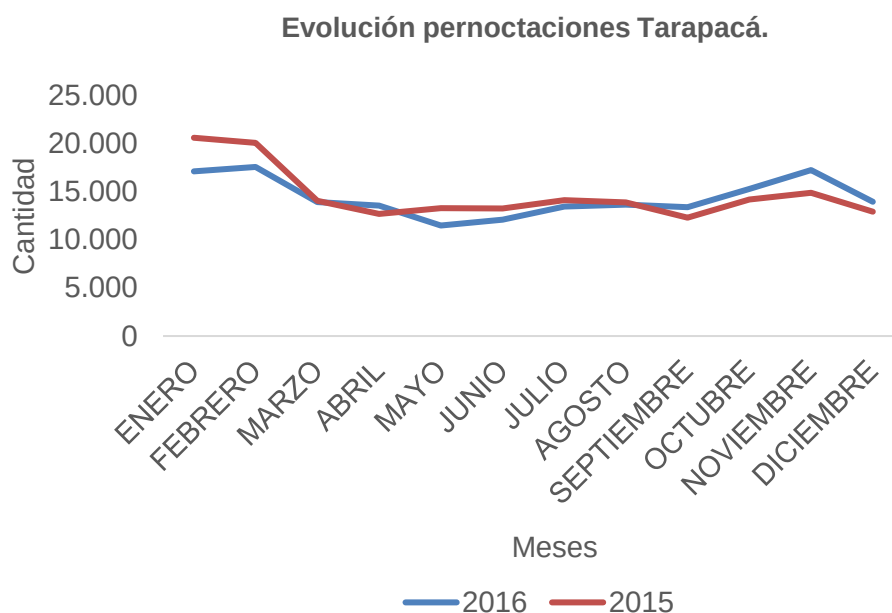


Gráfico 10: Turistas extranjeros entrados por mes, Región de Tarapacá, 2015-2016 (Elaboración propia).

Respecto a las pernoctaciones en establecimientos turísticos, concepto que corresponde al número total de pasajeros que realizan una o más pernoctaciones seguidas en el mismo establecimiento de alojamiento turístico, cabe mencionar que, para el caso de la región de Tarapacá, en el año 2016 hubo 172.932 pernoctaciones, en el 2015 en cambio existieron 176.495 pernoctaciones, por ende, hubo una reducción de aproximadamente del 2%.

A raíz de los análisis mencionados anteriormente, pertenecientes a la región de Tarapacá, es que podemos definir una potencial demanda turística futura para Cariquima, el cual sería aproximadamente del 5% de las pernoctaciones del 2016, ya que este concepto nos acerca más a lo que sería la demanda real de la región de Tarapacá.

Perfil del turista de Cariquima:

Los datos que se presentan a continuación son conclusiones derivadas a raíz de la información entregada por los propietarios de establecimientos turísticos.

Variable	Descripción
Lugar de procedencia principal de los turistas	Europa, EE. UU y Chile
Rango de edad de los visitantes	Entre 27 y 65 años
Con quién realiza el viaje el turista	En pareja
Estadía en la zona	De a 1 a 3 días
Motivación del viaje	Etnoturismo ya que el turista en si busca la posibilidad de observar e interactuar con personas indígenas que habitan la zona rural, y también poder conocer lugares propios de la localidad, por lo que se denomina “experiencia intercultural”.

Tabla 9: Perfil de turista de Cariquima (Elaboración propia).

4.2.2.2.3. Análisis FODA:

El análisis FODA se desarrolló con información provista por los comuneros de la localidad y con información secundaria, gracias a que se hizo uso de datos obtenidos en las entrevistas a pobladores de la comunidad y del diagnóstico.

Fortaleza	Oportunidades
• Amplia variedad de atractivos turísticos naturales, incluso uno de estos es Monumento nacional de la Región de Tarapacá (Iglesia de Cariquima). • Escasa contaminación de sus recursos naturales. • Facilidad de acceso a muchos de los sitios de interés turístico. • Notable interés y compromiso por parte de los comuneros de Cariquima por el desarrollo turístico de la localidad. • Población amable y servicial. • La localidad en general tiene escasa explotación por lo que se encuentra bien conservada. • Grupo de comuneros han recibido capacitaciones en materia turística. • Accesibilidad y cercanía al país	• Organismos e instituciones interesados en desarrollar proyectos en el territorio relacionado con el sector turístico. • Interés por parte de tour-operadoras y otras empresas turísticas en el potencial de la zona. • Posibilidad de crear rutas turísticas que complementen otros productos turísticos de la localidad (ecoturismo, turismo religioso, turismo cultural). • Creciente interés por la comunidad por el turismo en general.

vecino de Bolivia. • Potencialidad de productos con identidad territorial. • Cariquima posee un Aeródromo, el cual mejora la conectividad de emergencia de la comunidad, como traslado de enfermos, medicamentos, alimentos y otros; a la vez que robustece la vigilancia estratégica del borde fronterizo.	
Debilidades	Amenazas
• Limitaciones de acceso a recursos económicos de los pobladores para el desarrollo de proyectos turísticos. • Escasa cultura turística. • Falta de desarrollo en herramientas que promuevan la concienciación en conservación ambiental.	• Afectaciones por fenómenos naturales como inundaciones, deslizamientos de tierra, entre otros en temporadas del invierno Altiplánico. • Alto interés por parte de las empresas mineras por la explotación de suelos y recursos hídricos de la localidad. • Migración de jóvenes a centros urbanos.

Tabla 10: Análisis FODA. (Elaboración propia).

4.2.2.3. Definición de ruta turística para la localidad de Cariquima:

En general, las rutas turísticas son diseñadas en torno a un tema, ya sea de carácter histórico, social o artístico o paisajístico, que permiten conocer y disfrutar de una serie de recursos, y atractivos comunes de forma organizada. El tema asegura la coherencia a través de un hilo conductor que da sentido al itinerario la forma que se unen distintos lugares, actividades y elementos que actúan sobre un destino turístico. Es decir, vienen determinadas por una serie de valores, humanos o naturales, que constituyen el centro lineal de atención.

Respecto a los principios para el éxito de una ruta turística encontramos que:

1. Un producto o servicio turístico que no sea sostenible y socialmente responsable, no será viable ni competitivo en el entorno actual del turismo. Por lo que se debe, en cualquier ruta, planificar e implementar acciones de buenas prácticas ambientales y sociales alineadas con los criterios del Consejo Mundial del Turismo Sostenible y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU para 2030.

2. Diseñar productos personalizados y novedosos que añadan valor a la ruta, aprovechando la riqueza natural y cultural del destino, como pueden ser los recursos étnicos, costumbres, gastronomía, actividades productivas, así como el paisaje o la arquitectura, que cuenten una historia memorable e inolvidable para los turistas. Los análisis de las cifras y de las tendencias de la OMT muestran que los turistas buscan destinos diferentes a los tradicionales de sol y playa, buscan lugares menos explotados turísticamente que proporcionen experiencias más auténticas y menos masificados.

3. Una ruta debe de contemplar, a lo menos, con dos o varios productos principales (núcleo), que por su relevancia, singularidad y atractivo se convertirán en los principales atractores del destino, para así acrecentar el interés en ser visitada al ser una oferta más completa y diversificada de opciones con múltiples elecciones de ocio, profesionales y personales.

4. Es imprescindible para una buena gestión de la ruta interactuar con el turista cosa

que viva experiencias únicas, momentos memorables en destino. A la vez, motivar que comparta sus impresiones, experiencias, videos, fotografías de la ruta en las redes sociales para dar visibilidad al territorio e inspirar para que vengan nuevos turistas y visitantes.

Para lograr definir una ruta turística para Cariquima, primero se realizó un análisis profundo de cada uno de los atractivos turísticos pertenecientes a la localidad, en conjunto con el equipo de trabajo. La elección de ciertos atractivos turísticos para esta ruta fue porque cumplieran con las características mencionadas anteriormente y que harán que la ruta sea más completa, atractiva y variada.

Ruta turística:

Atractivo turístico	Servicios o productos que ofrece u ofrecerá.
1. Iglesia de Cariquima. 	La ruta comenzará por la localidad de Cariquima, en donde está ubicado este lugar, el cual es un monumento nacional y donde se podrán observar murales que reflejan la historia de la zona, como lo es el cristianismo de los aymaras. Todo esto acompañado de guías turísticos quienes relatarán la historia de este sitio.
2. Pueblo y Terma de Ancuaque.	Luego el próximo sitio a visitar es Ancuaque, donde se ofrecerá al turista recorridos por el



pueblo en general, para luego disfrutar de los baños termales de la localidad, el cual está rodeado por un potrero donde se pueden visualizar flora y fauna típica de la zona. También se ofrecerán servicios de masajes o rituales de sanación, al igual que los servicios de fotografías en todo momento.

3. Carnavales congelados de Huaytane.



Posteriormente se visitará el pueblo de Huaytane, específicamente los roqueros llamados “Carnavales congelados de Huaytane”. Dentro de las actividades que se podrán realizar en este sitio son el tracking por los cautivantes laberintos. También se podrán ofrecer servicios de cabalgatas y fotografías.

4. Laguna Villablanca.



Siguiendo con la ruta, se llegará a la laguna de Villablanca, en este sitio el turista podrá ser espectador de bofedales que hospedan a variedades de especies de aves típicas de esta zona, como los flamencos, patos, taguas, guallatas, piuquenes y otros, al igual que la flora típica de la localidad. De forma adicional se ofrecerán servicios de recorrido mediante cabalgatas o en motos, fotografías en todo

	momento y servicios de alimentación.
5. Salar de Coipasa. 	Luego se llegará al salar de Coipasa un atractivo el cual será destinado específicamente a expectación, o sea a observatorio, donde también se podrán visualizar roqueros volcánicos que rodean al salar, y se ofrecerán servicios de fotografías en todo momento del recorrido.
6. Cactus gigantes de Ancovinto. 	Ya casi terminando la ruta se visitará Ancovinto, el poblado que aloja los cactus gigantes, un lugar que aparte de ser único también es privilegiado por tener vistas asombrosas, donde se podrá visualizar fauna típica de la zona. También se podrán ofrecer actividades de astroturismo debido a sus cielos tan despejados y servicios de fotografías.
7. Pueblo de Cariquima.	La ruta termina por donde inicio, o sea en Cariquima, aquí se generarán recorridos por el pueblo, en donde se tendrán servicios de alojamiento, de comida y bebestibles, en conjunto con los talleres de artesanía, música y gastronomía.



Tabla 11: Propuesta de ruta turística de Cariquima. (Elaboración propia).

El orden de los atractivos turísticos en la ruta fue escogido estratégicamente por las distancias y por la variedad de actividades que se pueden realizar en cada una de ellas, ya sea por factores ambientales y de tiempo. Es por esto por lo que inicia y termina el recorrido en Cariquima, ya que es el lugar céntrico donde podemos encontrar los hoteles, restaurantes y demás servicios como los talleres. Cabe mencionar también que en todo el recorrido será acompañado por guías turísticos quienes relatarán la historia de cada atractivo y explicarán cada detalle a los turistas. A continuación, se mostrará el recorrido que se hará detalladamente al seguir esta ruta turística de forma geográfica, además de especificar cuáles de estos atractivos están dados a conocer o no en la actualidad (los círculos verdes corresponden a los atractivos dados a conocer y los rojos son los atractivos que aún no ha sido explotados):

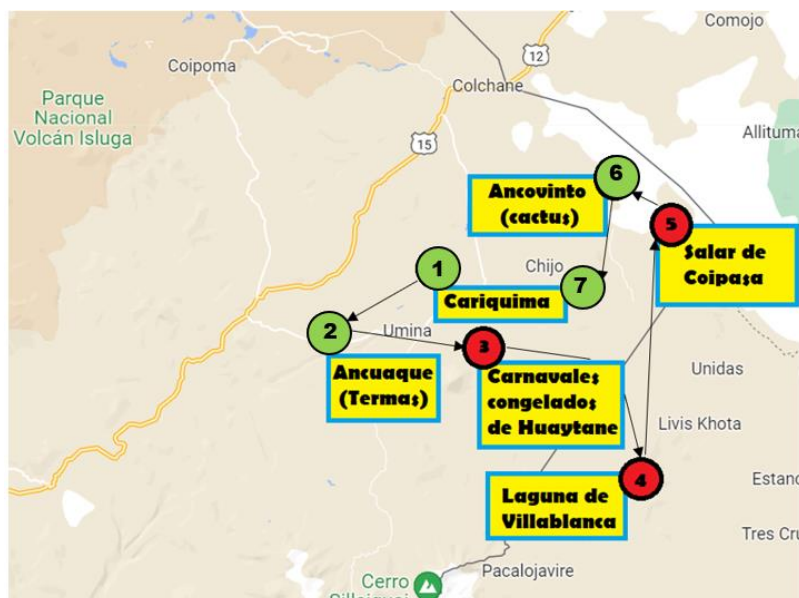


Ilustración 5: Ruta geográfica del plan estratégico de turismo enfocado en los atractivos turísticos de Cariquima (Elaboración propia).

Respecto a los servicios actuales de hospedaje y restaurantes en Cariquima, de los cuales pueden hacer uso los turistas que sigan esta ruta, se encuentran distribuidos de la siguiente manera en el poblado (*Figura 6 y 7*), y de la misma forma que la anterior figura los círculos verdes corresponden a los recintos dados a conocer y los rojos son los que aún no ha sido explotados o no dados a conocer.

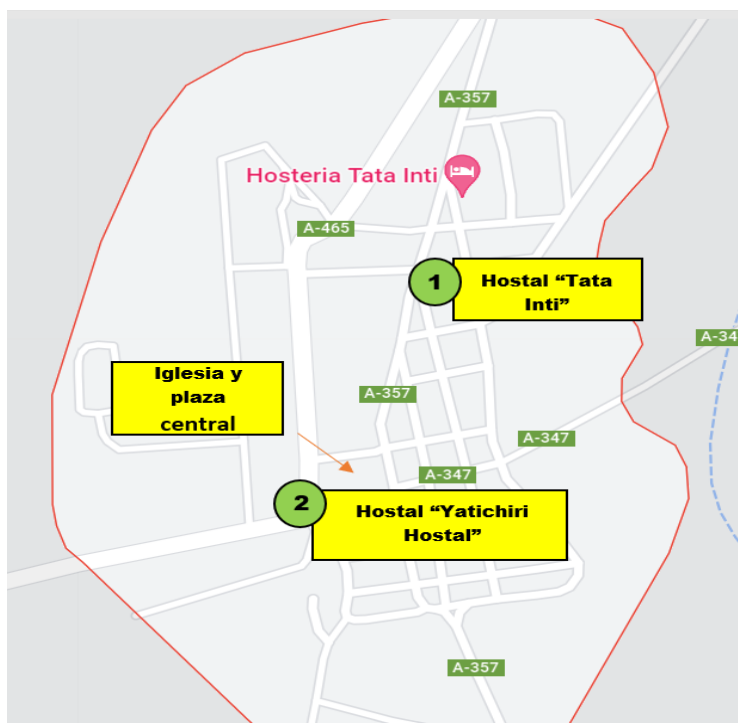


Ilustración 6: Ubicación geográfica de los servicios de hospedaje en Cariquima (Elaboración propia).



Ilustración 7: Ubicación geográfica de los servicios de restaurantes en Cariquima (Elaboración propia).

4.2.2.4. Plan estratégico:

El Plan de acción turística para Cariquima es el resultado del trabajo consensuado con los comuneros que desean emprender en el turismo enfocado en las rutas turísticas, en el que se definieron objetivos, acciones y estrategias concretas.

4.2.2.4.1. Misión y visión:

Misión:

Aportar al desarrollo a la actividad turística enfocada en la línea de atractivos turísticos, de forma sostenible, a través de programas que pongan en valor la cultura y el patrimonio del territorio, la calidad de vida de los habitantes, se relacionen o no con el turismo, que aporten a la justa retribución de los ingresos y asegure el resguardo de los recursos que utiliza el turismo, tanto para las generaciones actuales como para las futuras.

Visión:

El destino turístico de Cariquima a 2030 se caracterizará por ser un destino consolidado, sustentable y por ser el fiel reflejo de su identidad territorial, en donde la actividad turística se convierta en una herramienta de empoderamiento, unión social y comunitaria, aportando al bienestar de los habitantes del territorio.

4.2.2.4.2. Objetivos del plan de acción:

El compromiso de los comuneros de Cariquima con quienes se trabajaron en este estudio es hacer realidad el desarrollo Turístico enfocado a las rutas turísticas, para lo cual se han fijado los objetivos que se describen a continuación:

Objetivo general:

Promover y posicionar a Cariquima como destino turístico especializado en rutas turísticas, tarea que estará gestionado por mismos comuneros de la localidad.

Objetivos específicos:

- Elaborar planes de capacitación constante al personal involucrado en materia turística.
- Desarrollar atractivos turísticos acordes con los aspectos culturales y ambientales de la comunidad.
- Impulsar condiciones necesarias y suficientes para que el visitante tenga un tránsito fluido y seguro en su paso por la zona.
- Aumentar la promoción del turismo en Cariquima para convertirlo en un destino turístico atractivo y de base comunitaria a nivel local, regional y nacional.

4.2.2.4.3. Áreas de acción y estrategias:

Para el cumplimiento de los objetivos se han determinado tres áreas de acción, mismas que surgen para atender los puntos críticos detectados como prioritarios en el análisis FODA; en tanto, se han definido líneas estratégicas, las cuales indican cómo se abordarán los déficits y se potenciarán las oportunidades y fortalezas.

Áreas de acción	Estrategias	Metodologías
Capacitación	Crear e implementar un Plan de fortalecimiento de las competencias del capital humano local en el destino turístico “Cariquima”, dirigido a los emprendedores en turismo de atractivos turísticos, enfocado en entregar las herramientas	• Identificación de instituciones públicas y privadas pertinentes que apoyen las capacitaciones, a través de un Mapa de actores (nombre del actor u organización, como nos puede ayudar, sus intereses, necesidades y evaluar si es posible realizar las acciones sin su

	que permitan atender las necesidades del turista y satisfacer sus expectativas en torno al servicio.	colaboración). • Alianzas con las instituciones públicas y privadas, locales, nacionales e internacionales pertinentes para la creación de capacitaciones. Las capacitaciones se dirigirán a distintos tipos de públicos, según temáticas. Se identifican 4 temáticas prioritarias a trabajar: ❖ Servicio turístico, preparando a las personas involucradas en toda la cadena de valor del turismo en conductas que permitan otorgar una experiencia confortable y agradable al turista (atención al cliente). ❖ Seguridad, certificando a guías de turismo en cursos de primeros auxilios y solicitando a los Tour operadores que cuenten con un plan actualizado de gestión y prevención de
--	---	--

		riesgos asociados a las actividades que desarrollan. ❖ Contenido y calidad de la información que se entrega al turista. Dirigido a guías de turismo y a los operadores turísticos, preparándolos en: Geología, Hidrología, Flora y Fauna, Cultura y Astronomía. ❖ Idiomas, apoyando y certificando el aprendizaje de idiomas. Considerando que Cariquima es un destino turístico internacional y se enfoca en turismo de intereses especiales, además de inglés se deben identificar otros idiomas correspondientes a ese tipo de mercado.
Sostenibilidad	Desarrollar la actividad turística de manera sustentable, regulando el uso de los recursos naturales en consideración a las	• Desarrollo de un turismo amigable con el medio ambiente, certificando a guías de turismo en cursos relacionados a la sostenibilidad y

	particularidades del territorio y la cultura local, con visión a la inclusión equitativa del progreso económico, teniendo en cuenta las repercusiones actuales y futuras de esta actividad, para así mejorar genuinamente la calidad de vida de los comuneros de Cariquima.	cuidado al medio ambiente. • Optimizar el uso de los recursos medioambientales que permiten la habitabilidad del territorio y el desarrollo de la actividad turística, manteniendo procesos ecológicos, cuidando la biodiversidad y promoviendo la conservación de los recursos naturales. • Gestión de residuos, los prestadores de Servicios turísticos deben abarcar el problema en forma conjunta mediante campañas de Reducción, Reutilización y Reciclaje y la forma de gestionar los residuos a reciclar. Se debe abarcar la gestión de residuos a través de una planificación que involucre no sólo al sector turístico de la comuna, sino que, a todos sus habitantes, a través de un Plan de Gestión de Residuos. • Para la conservación de la biodiversidad y patrimonio natural de la comunidad de Cariquima, es
--	--	---

		necesario delimitar su área y tipos de usos públicos, identificando el tipo de actividades turísticas que pueden soportar, dada la capacidad de carga y la significación cultural de los sectores.
Marketing	Elaborar una marca e imagen turística propia para la comuna de Cariquima enfocada al turismo de rutas turísticas, con la finalidad de ser identificada y diferenciarse del resto de destinos del país, manteniendo siempre la armonía y coherencia con la imagen y el mensaje que pretende transmitir la comunidad.	• Elaborar un estudio sobre la imagen turística que tiene actualmente la comuna de Cariquima y así conocer su posicionamiento respecto a otros destinos principales. • Definir y diseñar una imagen turística de Cariquima, acorde con la realidad turística. • Promover las rutas turísticas de Cariquima, según canales de comunicación más efectivos, como las redes sociales.

Tabla 12: Propuesta de lineamientos estratégicos. (Elaboración propia).

4.2.2.5. Lanzamiento de la Propuesta de Desarrollo Turístico del Territorio:

En esta fase se dará a conocer el plan estratégico de Turístico enfocado en los atractivos turísticos de Cariquima, en una reunión comunal, en la cual estarán presentes los siguientes miembros:

Nombre	Cargo
Daniela Mamani	Autora del estudio.
David Mamani	Equipo de trabajo.
Lorenzo Mamani	Equipo de trabajo.
Víctor Mamani	Presidente de la comunidad.
Mauricio Mamani	Secretario de la comunidad.
Audon Mamani	Encargado de finanzas de la comunidad.
Javier García	Alcalde de la comuna de Colchane.
Danisa Moscoso	Encargada del departamento de turismo de la comuna de Colchane.
Bárbara Rojas Tamborino	Directora Regional SERNATUR de la Región de Tarapacá.

Tabla 13: Lista de miembros que asistirán al lanzamiento de la propuesta del plan estratégico para Cariquima. (Elaboración propia).

Esta reunión se realizará en la sede principal de la Localidad de Cariquima, en una fecha y hora a definir según acuerdo con las autoridades invitadas. Esta será una instancia de foro abierto, en la cual los miembros darán a saber su opinión del plan y sugerencias que podrían servir para mejorar el estudio, todo esto con el fin de ayudar al desarrollo turístico enfocado en los atractivos turísticos de Cariquima.

5. RECOMENDACIONES:

Cariquima en si tiene una trayectoria en turismo medianamente deficiente ya que a pesar de ser un sitio turístico que no tiene gran desarrollo en rutas turísticas, planta turística, ni utiliza la publicidad como medio para atraer turistas nacionales y extranjeros, estos de igual forma llegan al pueblo, hacen uso de los hoteles existentes, consumen en los restaurantes y

visitan los atractivos que ofrece la localidad. Sin embargo, la principal deficiencia en el desarrollo del turismo en Cariquima radica en la falta de capacitación de los comuneros indígenas que quieran emprender en esta área, trayendo como consecuencia una baja calidad en la entrega del servicio, lo que se puede traducir en pérdidas de visitantes y turistas, y limitando así que Cariquima pueda posicionarse como uno de los principales atractivos turísticos de la primera región. Es por lo anterior que se plantean las siguientes recomendaciones:

- a. La ejecución del Plan estratégico para el desarrollo del turismo indígena enfocado en la línea de atractivos turísticos para la comunidad de Cariquima, con las líneas estratégicas, y acciones descritas en este trabajo de titulación;
- b. Diversificar la actual oferta turística mejorando la estructura turística de la comunidad para captar la atención de los turistas que visitan la zona;
- c. Fomentar talleres de capacitación en turismo para que los comuneros que sigan esta línea tanto jóvenes como adultos se encuentren aptos para tomar decisiones en sus emprendimientos, y de esa manera llevar a cabo las ideas innovadoras que beneficien a la comunidad en general;
- d. También desarrollar nuevas estrategias de acuerdo con los cambios que se producen en el mercado turístico para que de esa manera continúe con un sistema actualizado cumpliendo con los requerimientos y la demanda turística en la Comunidad de Cariquima;
- e. Finalmente se recomienda promover campañas de cuidado ambiental para que los habitantes tengan conciencia y conocimiento sobre la importancia de proteger aquellos recursos naturales que son imprescindibles para el desarrollo sustentable de la comuna.

6. CONCLUSIONES:

Un plan estratégico ayuda a gestionar y diseñar de una manera organizada buscando soluciones y ventajas en las organizaciones o proyectos, por esta razón la elaboración del plan estratégico para la comunidad de Cariquima ha sido de gran importancia ya que de acuerdo con el estudio realizado en la localidad se ha podido recolectar información precisa para conocer cuáles son los factores que están faltando o afectando al desarrollo del turismo enfocado en la línea de atractivos turísticos, por lo tanto, se ha logrado reconocer cuáles son las necesidades que presenta logrando formular componentes esenciales para la elaboración de este plan.

Respecto al logro de los objetivos que se plantearon al inicio de este estudio, puedo mencionar que el primer el objetivo general era “Diseñar un Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo indígena orientado a la línea de atractivos turísticos, mediante el uso de herramientas de planificación estratégica, que permitan a los comuneros de Cariquima que sigan esta línea, tener una hoja de ruta que puedan aplicar a partir del año 2023”, este objetivo general en realidad se logró en el capítulo 4.

También se plantearon cuatro objetivos específicos, de los cuales el primero consistía en “Diagnosticar la situación actual del territorio y del turismo de Cariquima, para identificar los temas prioritarios a tratar en el plan estratégico y de esta forma establecer una visión compartida acerca de las condiciones en que se espera se desenvuelva la actividad turística”, este objetivo se alcanzó en el apartado 4.2.2.1 y 4.2.2.2 de este informe. Luego el próximo objetivo se basaba en “Captar la opinión que tiene la comunidad acerca de los atractivos turísticos naturales y culturales existentes en Cariquima, mediante entrevistas y encuestas, para así definir una posible ruta de los atractivos turísticos”, este se desarrolló en el apartado 3.5 en donde se define el modelo de la entrevista y encuesta que se le realizaron a la muestra escogida, y los resultados de las herramientas de recolección de información de la entrevistas se detallaron en la sección de anexos, además en el capítulo 4.2.1. se analizaron los resultados

en general tanto de las encuestas como las entrevistados; también se definió la ruta turística a partir de la información obtenida en la sección 4.2.2.3. El otro objetivo específico que se definió fue “Formular un plan estratégico turístico orientado a la línea de atractivos turísticos, mediante el establecimiento de lineamientos y objetivos estratégicos para la creación de estrategias a corto, mediano y largo plazo que permitan el fortalecimiento del rubro turístico de la comuna”, este se desarrolló específicamente en la sección 4.2.2.4, en donde se definen los principales elementos del plan estratégico. Por último, se definió el objetivo “Determinar recomendaciones y acciones concretas para la ejecución del plan estratégico orientado al turismo indígena en la línea de atractivos turísticos”, estas se detallan en el capítulo 5 de este estudio.

Todo lo expuesto anteriormente tiene como fin general, que el plan sirva como guía a los comuneros de Cariquima que buscan desarrollar emprendimientos en esta área, como también ser modelo a seguir para las comunidades que presenten inconvenientes similares en su desarrollo, ya que el plan estratégico nos permite tener conciencia de lo importante que es mantener un sistema organizado y cuidar los recursos que ayudan al crecimiento de la comunidad de una manera responsable.

7 ANEXOS:

Anexo 1: Encuesta 1 David Mamani Rojas.

1. Según usted, ¿Cuáles son los factores que más obstaculizan el buen desarrollo del turismo de atractivos turísticos en Cariquima?

Considero que lo que más obstaculiza el desarrollo del turismo es la falta de conocimiento en la temática, ya que, si supiéramos acerca de emprender en el turismo, si tan solo tuviéramos una guía que nos apoye todo sería más fácil; otro factor sería la falta de publicidad por parte de nuestros atractivos no sabemos sacarle provecho a la gran riqueza que tenemos en nuestras tierras.

2. Para este proyecto turístico, ¿qué atractivos existentes en la localidad de Cariquima le gustaría que se incluyan en la ruta turística?, ¿Por qué?

En si es difícil escoger algunos, sin embargo, considero que quizás los más relevantes serían la “Iglesia de Cariquima”, ya que es un monumento nacional por ende es necesario que este dentro de la ruta, ahora otro atractivo interesante sería el “Bosque de cactus gigantes de Ancovinto”, ya que aparte de ser un lugar asombroso, podría ser puerta para otras actividades como tracking, cabalgatas, además es un lugar que tiene una vista impresionante de todo el paisaje andino. Y por último para variar con los tipos de atractivos sería la “terma de Ancuaque”, ya que en si es una terma con aguas volcánicas, un lugar que sin duda aparte de servir como relajación sería tener contacto con aguas medicinales según la creencia andina, además es un atractivo que se encuentra en un lugar estratégico y bello precisamente en medio de un potrero, en el cual se pueden visualizar fauna y flora pertenecientes de la zona.

3. ¿Qué propone usted para que los turistas visiten recurrentemente los atractivos turísticos de Cariquima?

Algunas de mis propuestas primero que todo sería capacitación acerca del turismo porque siento que la educación y capacitación respecto de esta temática es esencial y sería la base para todo tipo de emprendimiento que se quiera realizar; por ejemplo el hecho de tener

información y conciencia con la temática de cuidado del medioambiente, esto los aymaras lo tenemos muy presente ya que en si nosotros tenemos un lazo muy fuerte con la Pachamama la cual es quien nos provee todas la maravilla de nuestro planeta, sin embargo al momento de emprender quizás no sepamos como manejar dicho concepto y estemos incumpliendo con las reglas ya definidas.

4. ¿Cómo le gustaría que se promocionará la ruta turística propuesta?

Como lo había mencionado en la encuesta uno de los factores que considero que estamos muy débil es en la publicidad de nuestra localidad de hecho varios de los turistas que llegan a la zona, es debido al boca a boca, que en vez de haber visto una página que promocionará nuestro pueblo, por ende, debido a esta debilidad y teniendo presente que estamos en tiempo de digitalización me gustaría que nuestros atractivos turísticos sean promocionados en una página web o mediante las rede sociales.

5. ¿Qué atractivo turístico faltante en Cariquima le gustaría desarrollar a futuro?,¿Por qué?,¿Y cómo lo desarrollaría?

En un tipo de atractivo turístico que me gustaría incursionar seria en el área del folclore específicamente en la música, porque en si siento que nosotros los aymaras tenemos demasiada riqueza en esta área, de hecho, aún se conservan los instrumentos que ocupaban nuestros ancestros. Los ancianos del pueblo aún siguen fabricando los instrumentos, y se han dedicado a enseñarles a la mayoría de adolescentes del pueblo porque ellos dicen que no les gustaría que muriera esta música andina tan bella, por ende me gustaría quizás tener talleres de música o festivales de música andina para el turista, siento que esto sería una gran atracción turística para los consumidores, ya que apare de otorgar grandes riquezas de cultura al turista, sería de gran ayuda para los músicos andinos porque sería una motivación para emprender en el área que les gusta y así no dejar morir el folclore chileno.

Anexo 2: Encuesta 2 Lorenzo Mamani Amaro.

1. Según usted, ¿Cuáles son los factores que más obstaculizan el buen desarrollo del turismo de atractivos turísticos en Cariquima?

Considero que lo que retrasa este desarrollo es la falta de preparación por parte de nuestra gente para emprender en el turismo, por ejemplo, en Cariquima casi la mayoría de los turistas son del extranjero, por ende, estos hablan otros idiomas como el inglés y ahí es donde fallamos ya que la mayoría no habla más que el español por ende deberíamos incentivar esto preparándonos más con el idioma. Otro factor que limita este desarrollo es la falta de promoción de nuestros lugares turísticos, considero que tenemos mucha variedad de paisajes que son únicos y el hecho de que no los hagamos conocer, es obvio que no seremos una zona turística a gran escala.

2. Para este proyecto turístico, ¿qué atractivos existentes en la localidad de Cariquima le gustaría que se incluyan en la ruta turística?, ¿Por qué?

Los que considero relevantes para una ruta turística serían la “Iglesia de Cariquima”, ya que aparte de ser monumento nacional, es un recinto rico en arquitectura, tiene pinturas que muestran la mezcla entre las dos creencias la indígena y la católica. Otro recinto sería “Carnavales congelados de Huaytane”, es un lugar alucinante donde se pueden ver roqueros con figuras y de gran altura, es un sitio asombroso para sacar fotos, hacer tracking, entre otras actividades. También la “Laguna Villablanca”, es un paraíso ya que se puede observar animales de la zona en su ambiente natural al igual que grandes bofedales que rodean esta laguna. Por último, sería el “Salar de Coipasa”, ya que es un salar hermoso, en el cual los turistas sin duda alguna visitarían.

3. ¿Qué propone usted para que los turistas visiten recurrentemente los atractivos turísticos de Cariquima?

Primero que todo sería que aumentemos la oferta de servicios turísticos, o sea que

existan más emprendimientos relacionados al turismo, otra opción sería aumentar la publicidad, para darnos a conocer en nuestro propio país y a nivel mundial. En fin, que existan mejoras a nivel general, pero sin perder nuestro enfoque el cual es mostrar nuestros atractivos, pero siempre de la mano de nuestra identidad indígena algo que sin duda alguna nunca debemos dejar de lado.

4. ¿Cómo le gustaría que se promocionará la ruta turística propuesta?

A mi parecer siento que la manera más efectiva de promocionar cualquier cosa es mediante las redes sociales, como Facebook, Instagram, estas son las mejores plataformas para vender ya sea servicio o producto. También considero que otra opción sería realizar un comercial en televisión nacional para dar a conocer la localidad.

5. ¿Qué atractivo turístico faltante en Cariquima le gustaría desarrollar a futuro?,¿Por qué?,¿Y cómo lo desarrollaría?

En un tipo de atractivo turístico que me gustaría incursionar es en el área de comidas y bebidas típicas, esto mediante ferias gastronómicas o que existan talleres en donde se den clases, para que los turistas aprendan acerca de nuestra gastronomía típica; que por cierto siento que es única y símbolo de nuestra identidad aymara, sin duda alguna esto le daría plus a nuestra oferta turística. También otra opción sería que aprovechemos nuestros hermosos cielos estrellados y poder ofrecer servicios de astronomía, siento que tenemos todo lo necesario para ofrecer dicho servicio ya que tenemos poca contaminación y de hecho hay fechas en las que uno alucina con el cielo, por se ven las estrellas en todo su esplendor; siento que emprender en esto o ponerlo dentro de una ruta seria gran opción.

8 **REFERENCIAS:**

- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2010). Bcn.
- Chile es tuyo, T. (2021). Parque nacional volcán Isluga.
- Chiavenato, I. (2017). Planeación Estratégica, fundamentos y aplicaciones.
- Flores Jaime. (2014). Plan de desarrollo turístico del Distrito de Santa Fé, Veraguas, Panamá.
- CORPOZULIA - LUZ. (2005). Plan Turístico del Municipio Almirante Padilla, Estado Zulia. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1997).
- Metodología de la Investigación. México.
- Huenchuán, R. (2018). Elaboración de un plan estratégico para el departamento de turismo de la municipalidad de Puerto Octay.
- Indigenous Tourism Association of Canada (ITAC). (2020). Lineamientos para la comercialización de Experiencias Auténticas de Turismo Indígena en Chile, Pág. 20.
- INKATHAKI, (2017). Las Termas de Ancuaque y la Pampa Pacollo.
- JoomShaper. (2 de junio de 2018). Ser indígena.
- Morillo, M. (2010). Turismo y producto turístico, Evolución, conceptos, componentes y clasificación. Mérida, Venezuela.
- Olivera, Maylin y otros (2009). Planeamiento Estratégico para el Turismo Rural Comunitario en Cuatro Lagunas CUSCO. Tesis de Magister. Perú.
- Pascual Esteve, Josep María; Tarragona Gorgorió, Marta (2009). Estrategia Territorial y Gobierno Relacional. Manual para la Planificación Estratégica.
- Parker Cristián. (2015). Turismo indígena urbano, ¿innovación identitaria?, ATENEA.
- Rodriguez, Sergio (2007). Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia de

Tierra del Fuego, Argentina.

- Rosales, T. (2014). Plan de desarrollo turístico sustentable para la comunidad de Palmar.
- SERNATUR, (2019). Operadores de turismo indígena potencian sus experiencias en rueda de negocios.
- SERNATUR (2016). Elementos para la gestión de destinos turísticos.