



CIIR Centro de Estudios Interculturales e Indígenas



WINTA
WORLD INDIGENOUS
TOURISM ALLIANCE



ENCUESTA TURISMO INDÍGENA EN TIEMPOS DE PANDEMIA

REPORTE DE RESULTADOS
OCTUBRE, 2020

Presentación

- Estudio desarrollado en colaboración entre: Pontificia Universidad Católica de Chile, Centro de Estudios Interculturales e Indígenas (CIIR), Alianza Mundial de Turismo Indígena (WINTA), Asociación Nacional de Turismo Indígena, Sociedad de Turismo Mapuche, Operador Turístico Budi Lafken Mapu, Agrupación Cultural Changos Descendientes del Último Constructor de Balsas, Comunidad Quechua de Quipisca, Comunidad Diaguita de Pacul de la Arena, Cooperativa Cooptur Aymara, Organización del Pueblo Kawésqar, Comunidad Indígena Yaghan Bahía Mejillones y Agencia Kava Kava Tours.
- También forma parte del proyecto Fondecyt regular N°1170236 que aborda la relación del turismo y pueblos indígenas en Chile y de la Unidad de Políticas Públicas del Centro de Estudios Interculturales e Indígenas CIIR que buscan aportar a generar acciones pertinentes considerando el contexto actual de la pandemia COVID19.

- El **objetivo** de este estudio fue recabar información sobre la situación que están viviendo los y las emprendedores de turismo indígena en Chile con el fin de conocer y generar propuestas de acciones para el periodo de pandemia y, particularmente, para el periodo post pandemia.
- Equipo de trabajo responsable: Francisca de la Maza, Jean - Philippe Le Moigne, Miguel Fernández, Daniela Aranis, Cristian Beroiza y Katherine Meneses.

Caracterización del estudio

Antecedentes y objetivos del estudio

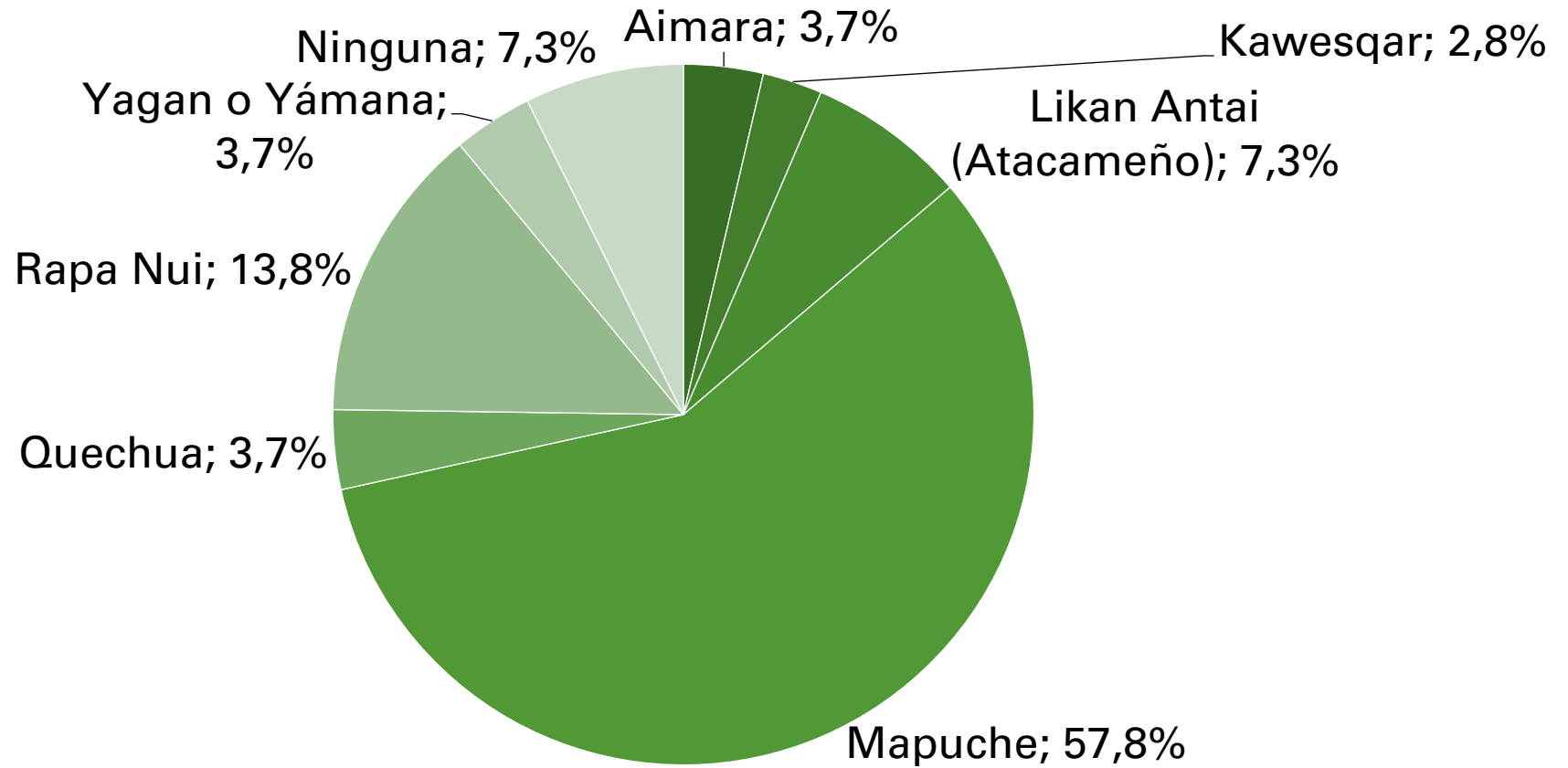
- Con el objetivo de aportar antecedentes al análisis de los efectos de la pandemia de Covid-19 sobre los distintos ámbitos de la vida de los pueblos originarios en Chile, el Centro de Estudios Interculturales e Indígenas en conjunto con WINTA y organizaciones indígenas colaboradoras, implementaron durante los meses de agosto y septiembre un estudio de opinión con el objetivo de conocer la situación que están viviendo los emprendedores de turismo indígena en Chile, para la generación de propuestas en el periodo de pandemia y postpandemia.

Instrumento y muestra

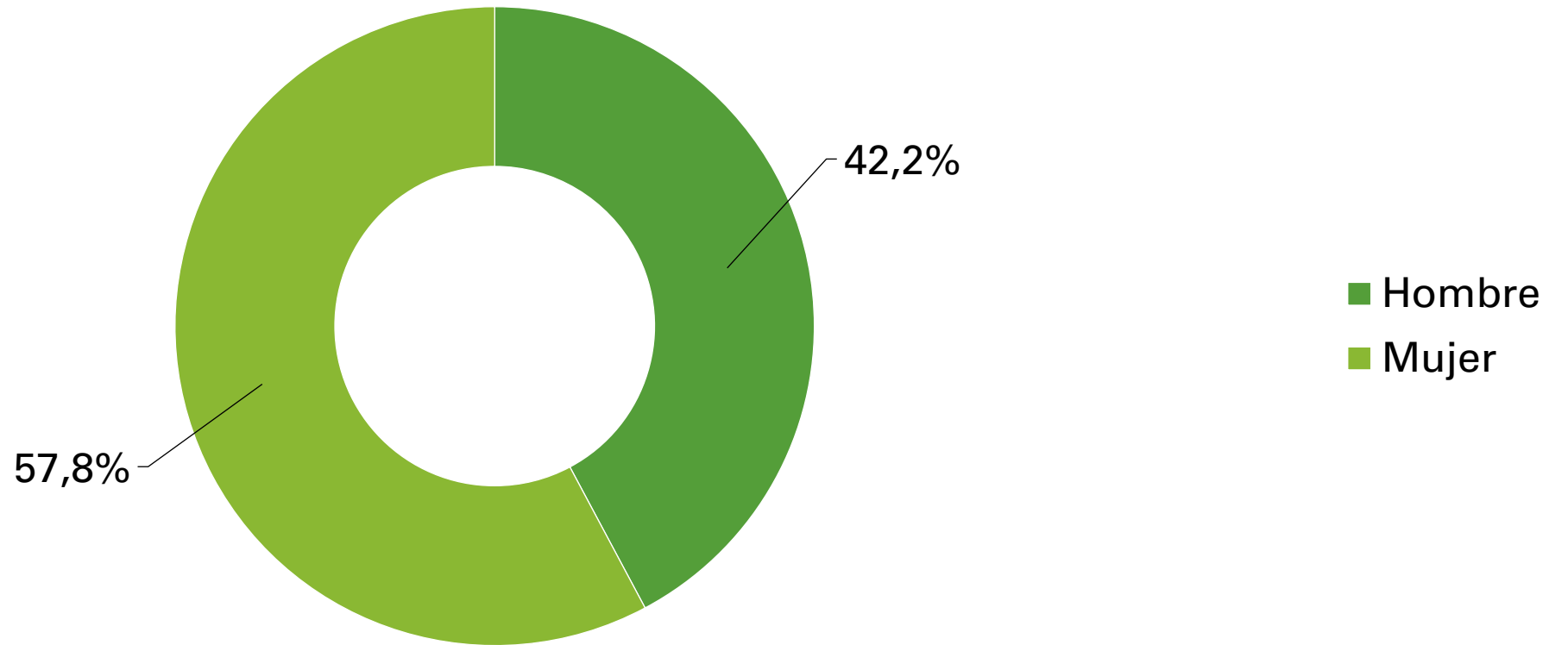
- Se aplicó una encuesta de 38 preguntas aplicada de manera virtual, mediante formulario google.
- La coordinación territorial para las macrozonas norte, sur y extremo sur estuvo a cargo de las organizaciones indígenas convocantes.
- Los y las participantes del estudio fueron seleccionados a través de un método no probabilístico, intencionado, por conveniencia y en cadena. Concretamente, se solicitó a las organizaciones indígenas anfitrionas elaborar listados de sus emprendimientos indígenas afiliados, quienes fueron posteriormente invitados vía on-line (whatsapp y e-mail) a participar contestando la encuesta.
- Se invitó a 409 participantes, de los cuales se logró contacto exitoso con 110 de ellos. De dichos contactos, 109 completaron el cuestionario, alcanzando entonces el estudio una tasa de respuesta del 26,7%.

Características de la muestra

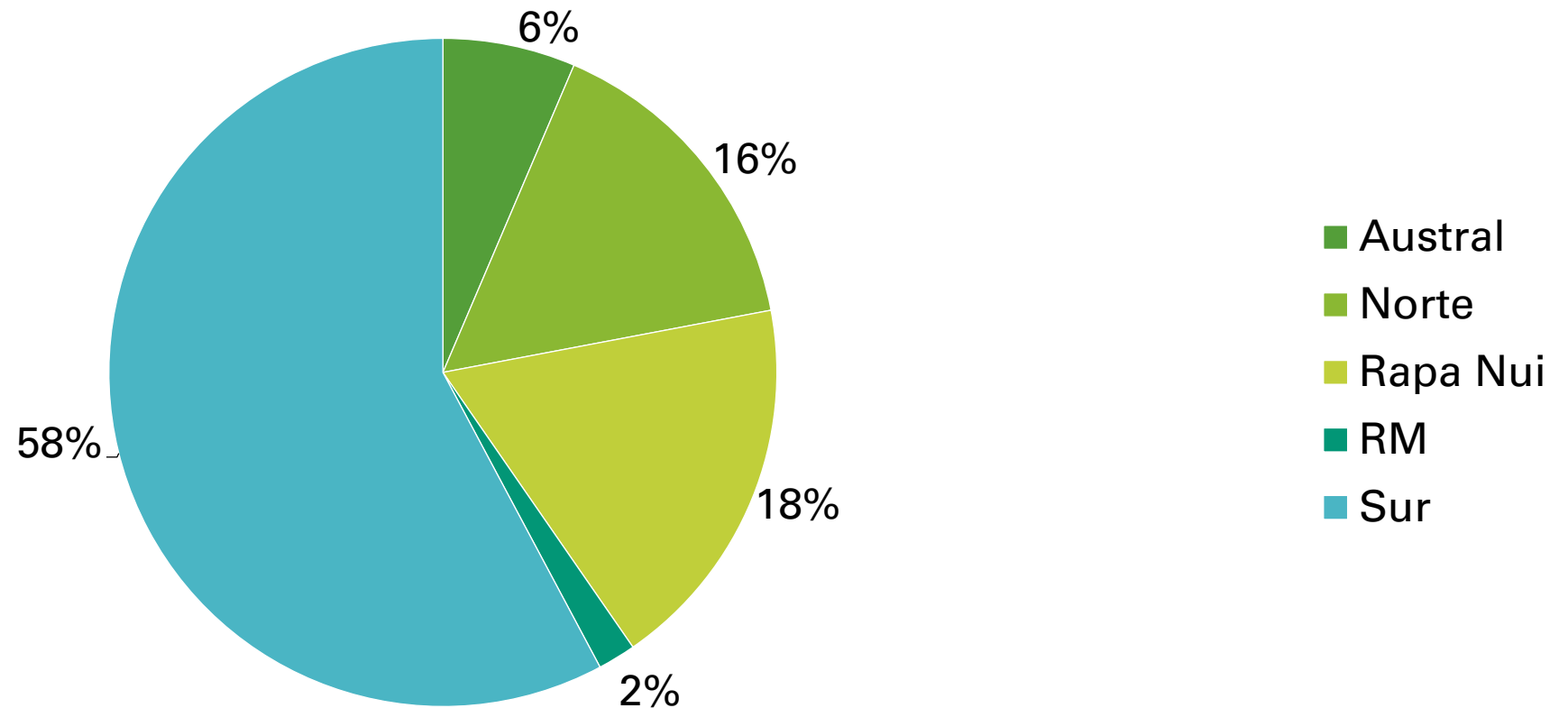
Pertenencia indígena



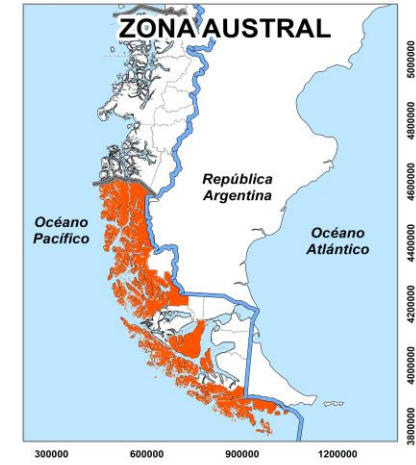
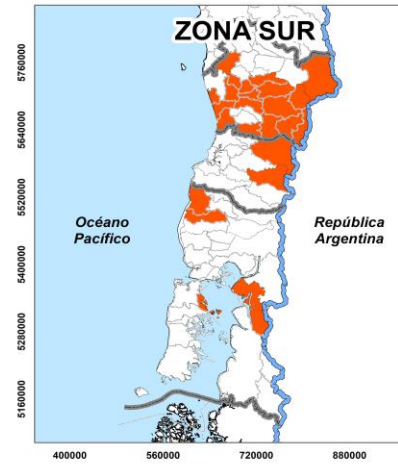
Sexo



Macrozona^(*)



(*) Norte: Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta; Rapa Nui: Isla de Pascua; RM: Santiago; Sur: Biobio, La Araucanía, Los Ríos, Los Lagos; Austral: Magallanes.



Leyenda

- Límite Internacional
- Límite Regional
- Límite Comunal
- Origen personas encuestadas

Datos Geodésicos
 Proyección: Universal Transverse Mercator
 Huso: 19S
 Datum: WGS 84

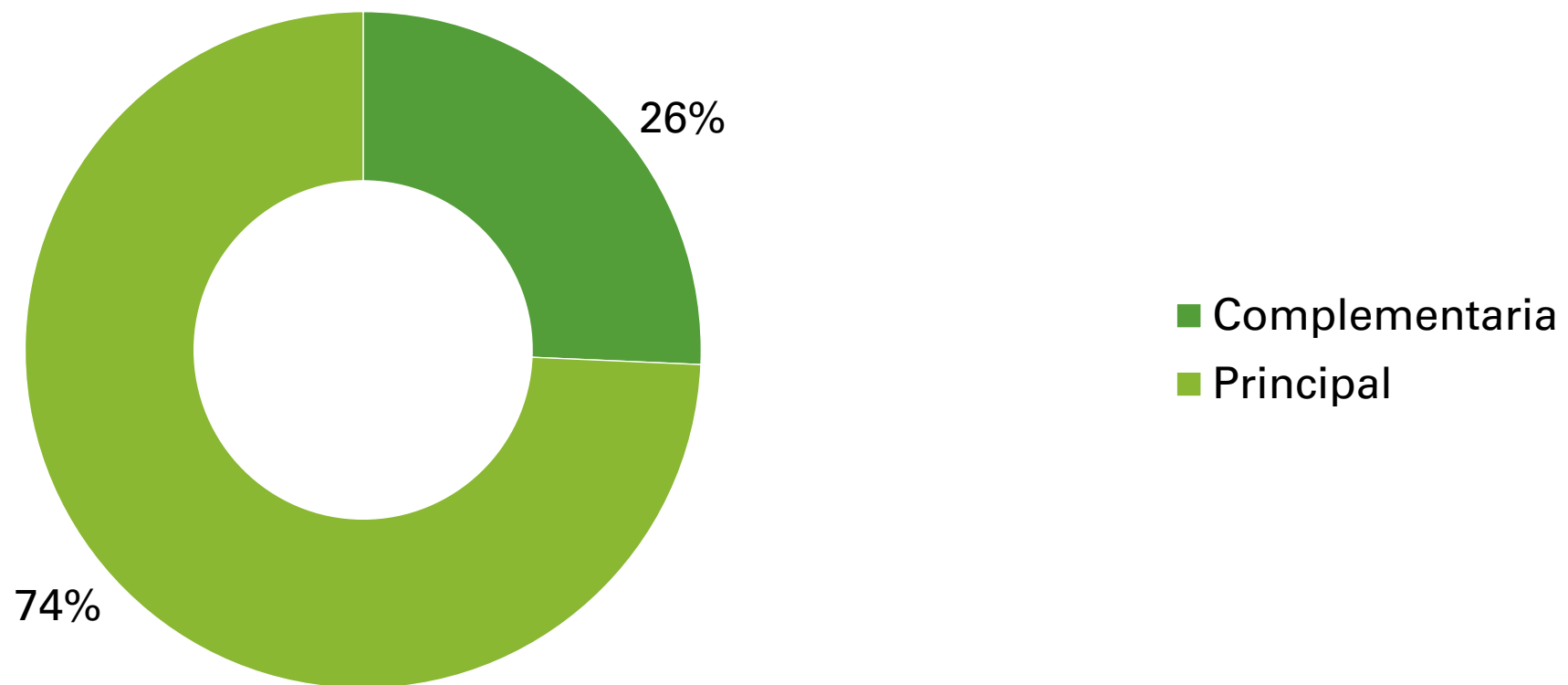
N

Principales resultados

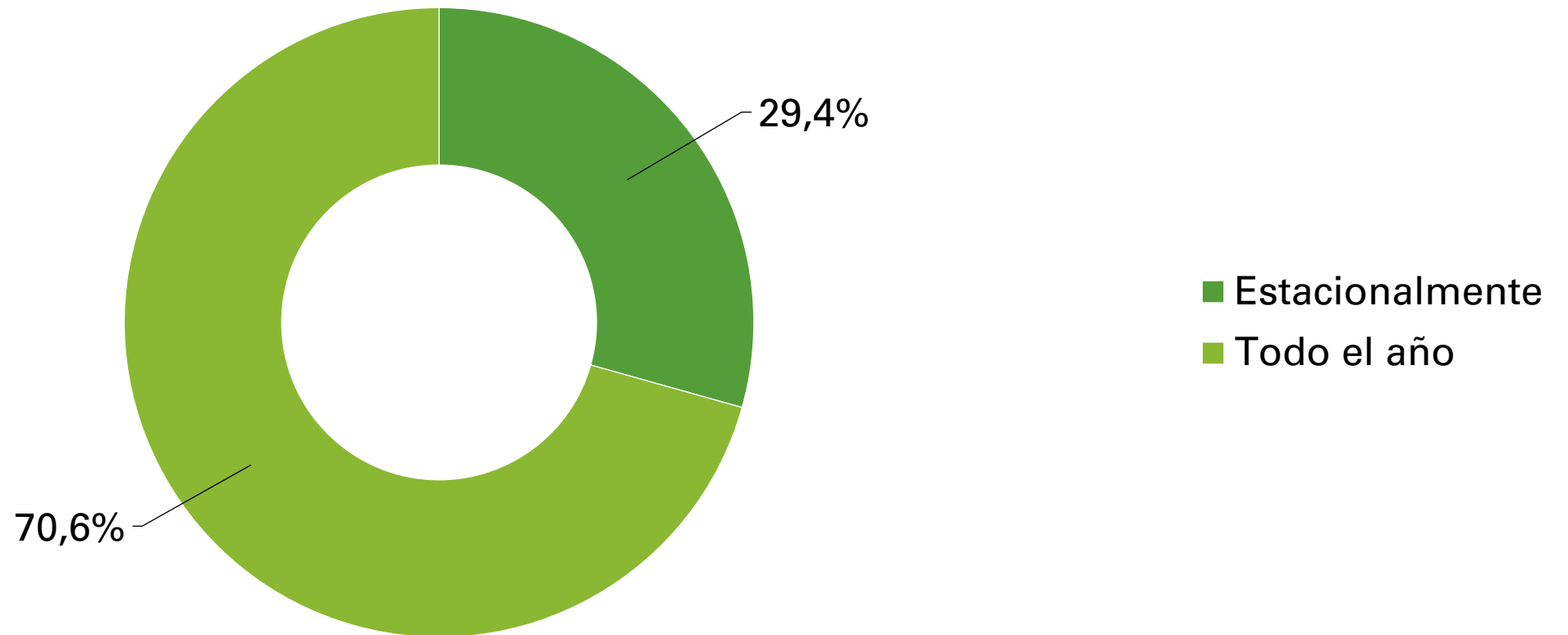


I Situación sin pandemia

El turismo es su actividad económica:

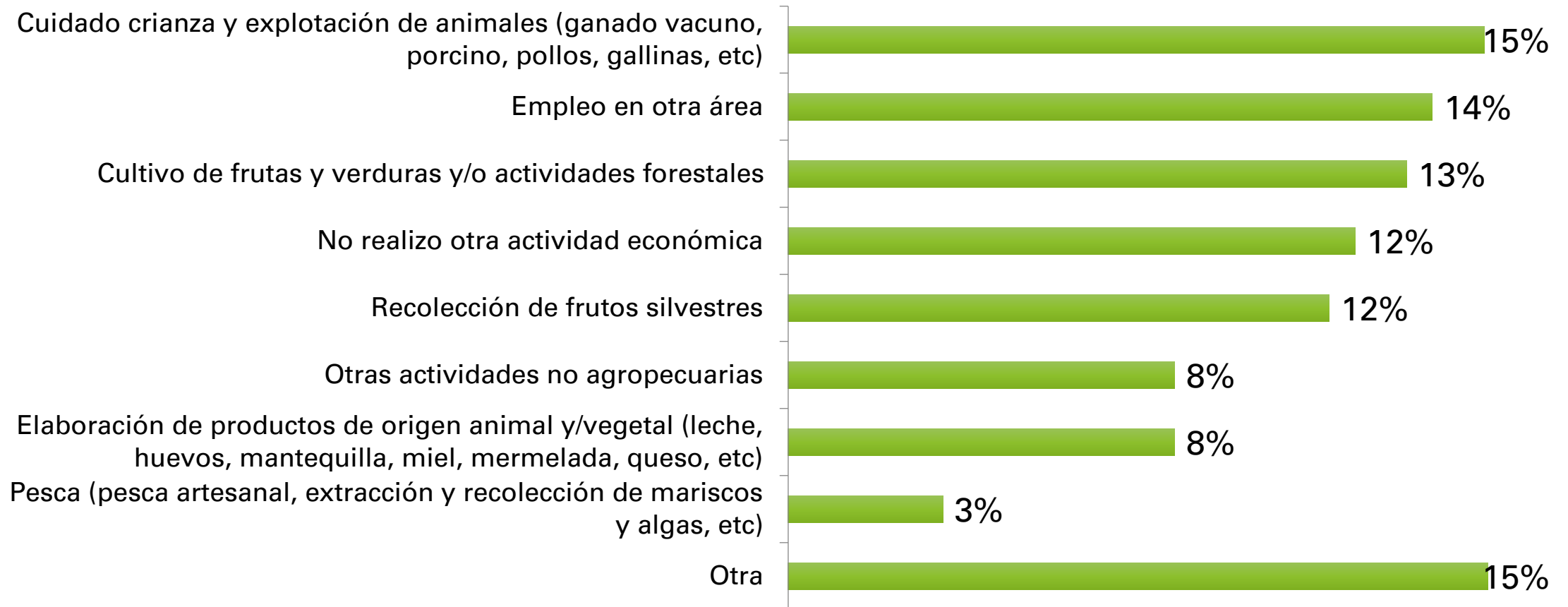


Operación del negocio turístico



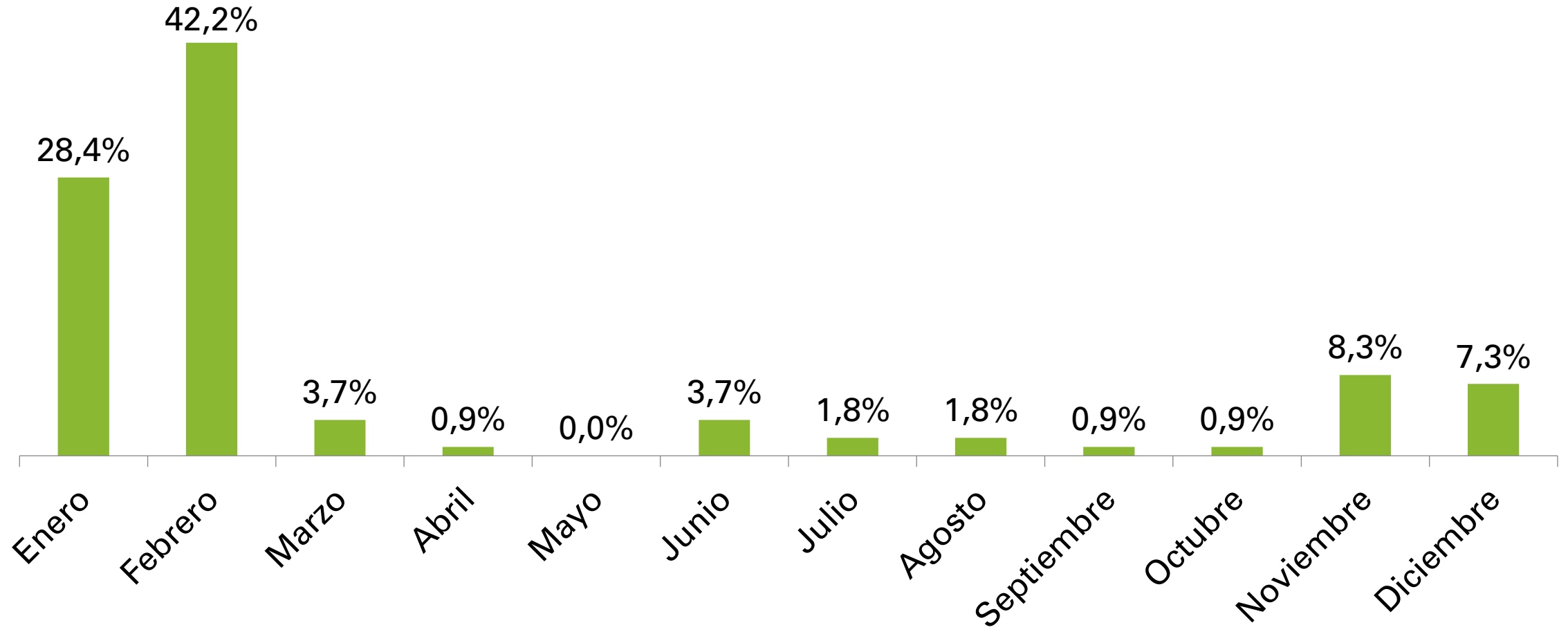
En un año sin pandemia ¿Qué otras actividades económicas realiza además de su negocio en turismo?(*)

(porcentaje sobre el total de selecciones realizadas)

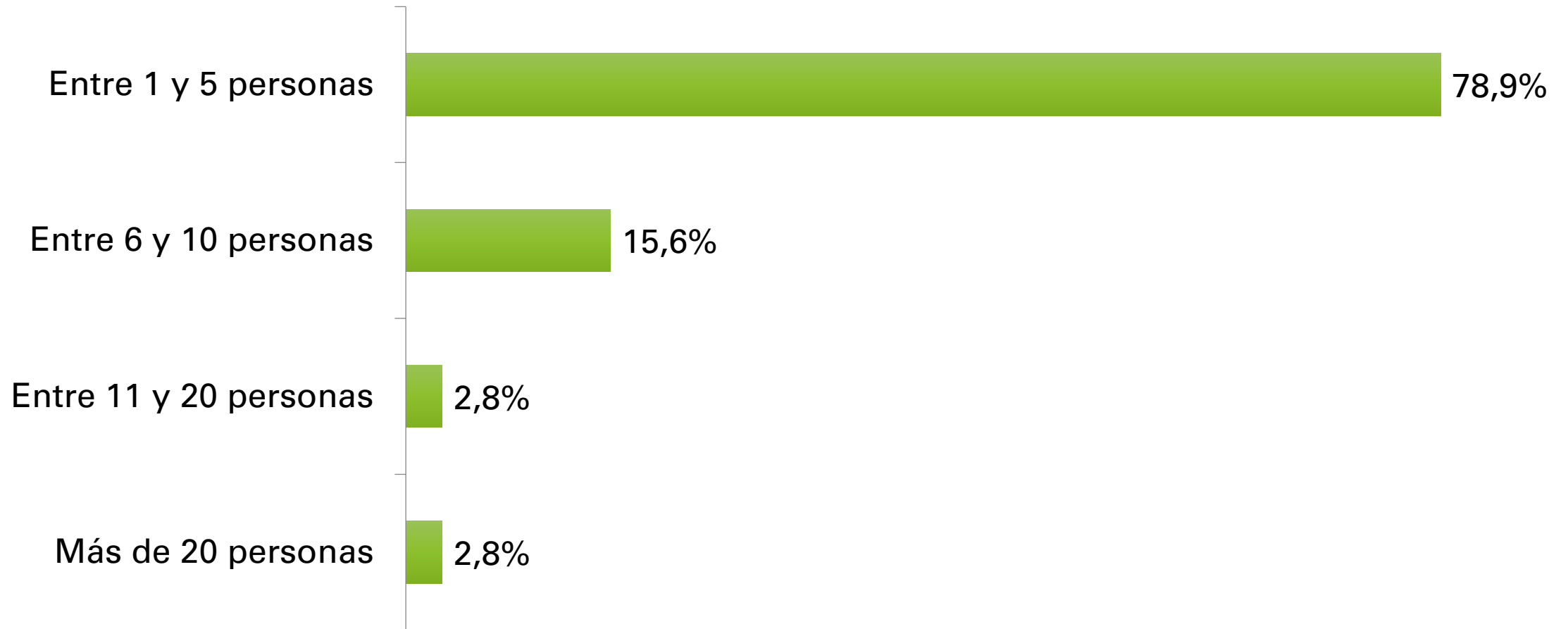


*Se requirió a los participantes escoger hasta un máximo de tres alternativas. Total de selecciones realizadas: 181

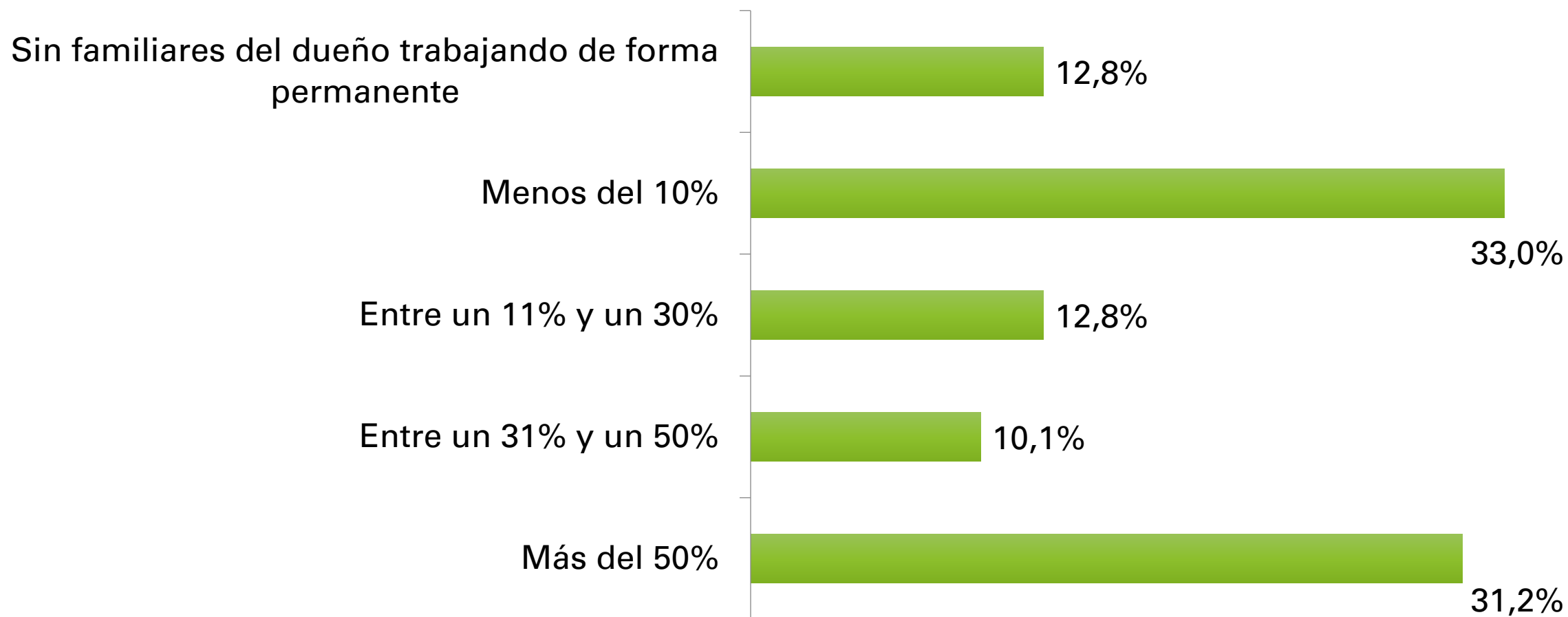
Mes de mayor operación



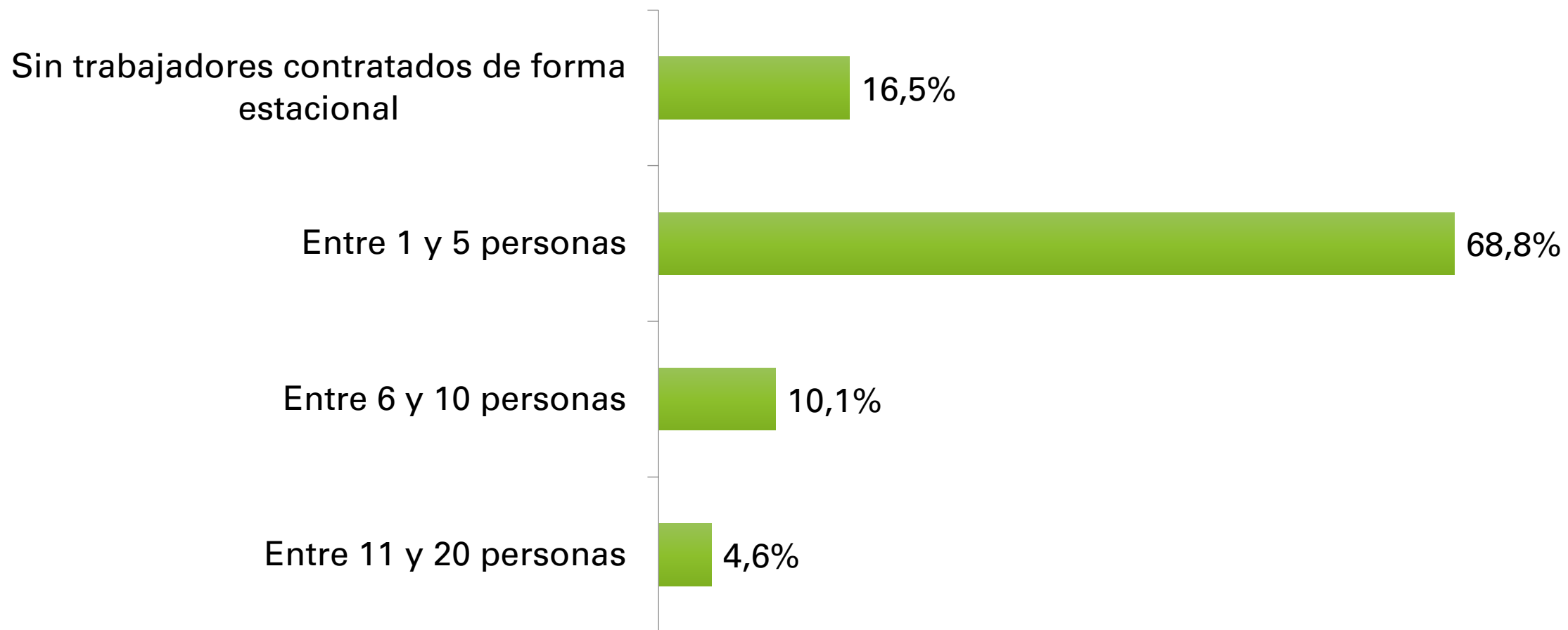
¿Cuántas personas trabajan en forma PERMANENTE en su negocio?



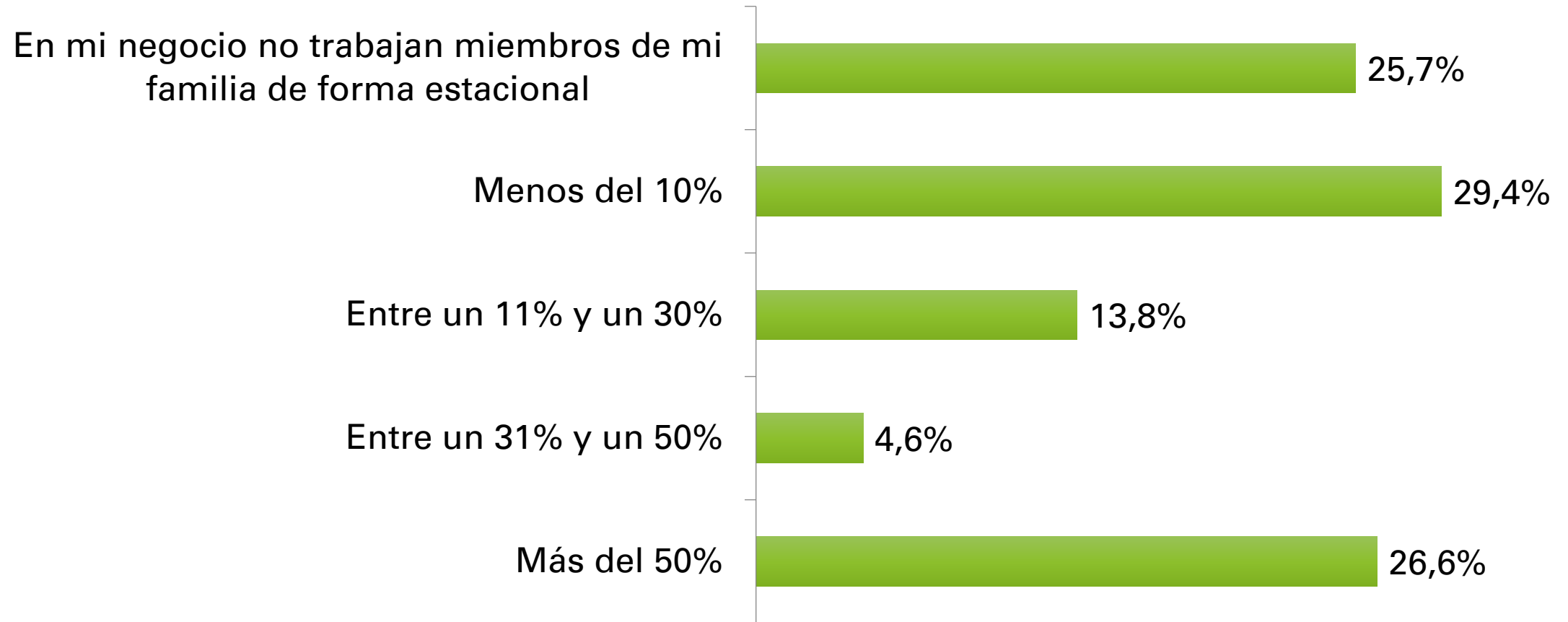
¿Cuántos de quienes trabajan en forma PERMANENTE en su negocio son integrantes de su familia?



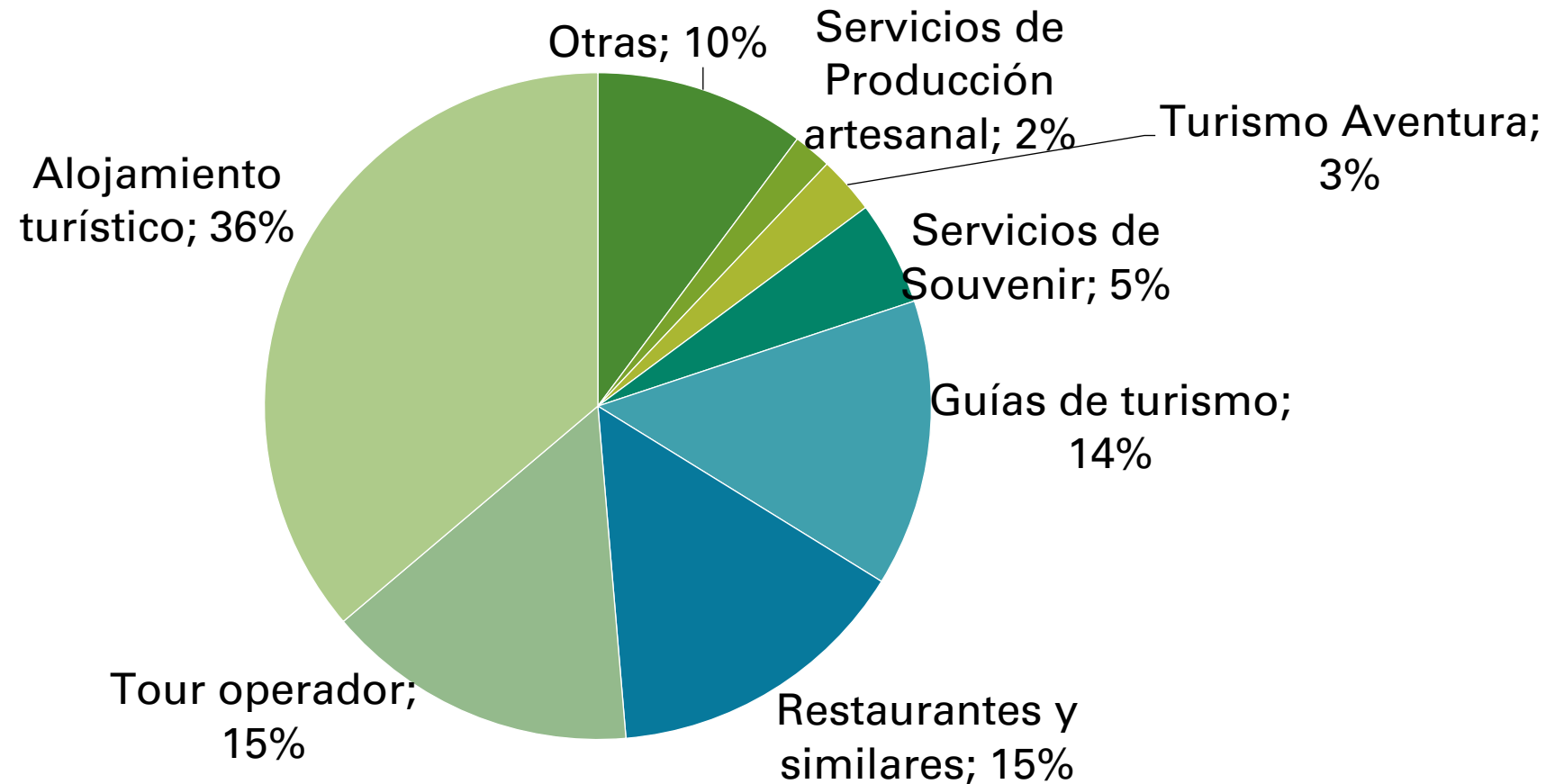
¿Cuántas personas trabajan de forma ESTACIONAL en su negocio?



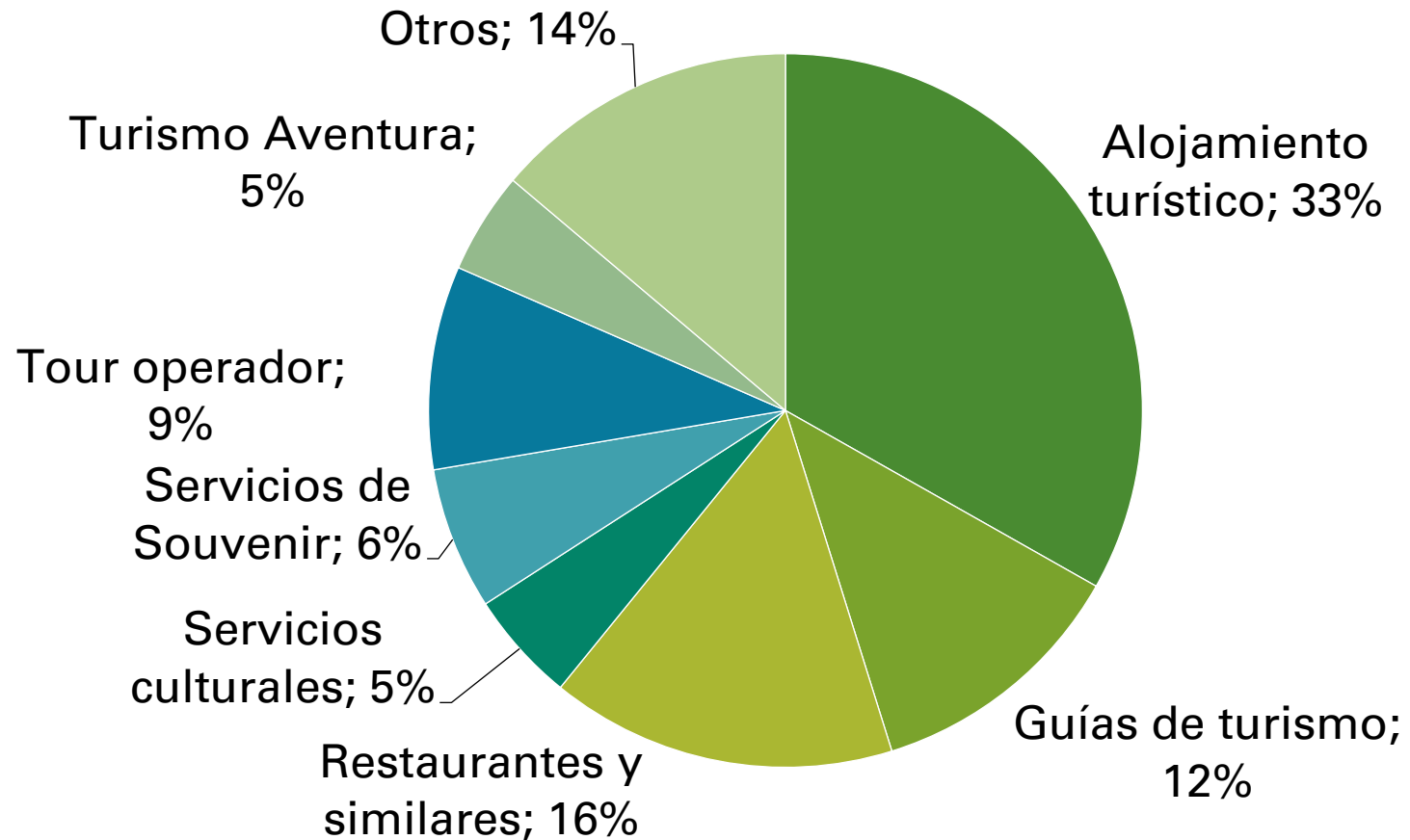
¿Cuántos de quienes trabajan de forma ESTACIONAL en su negocio son miembros de su familia?



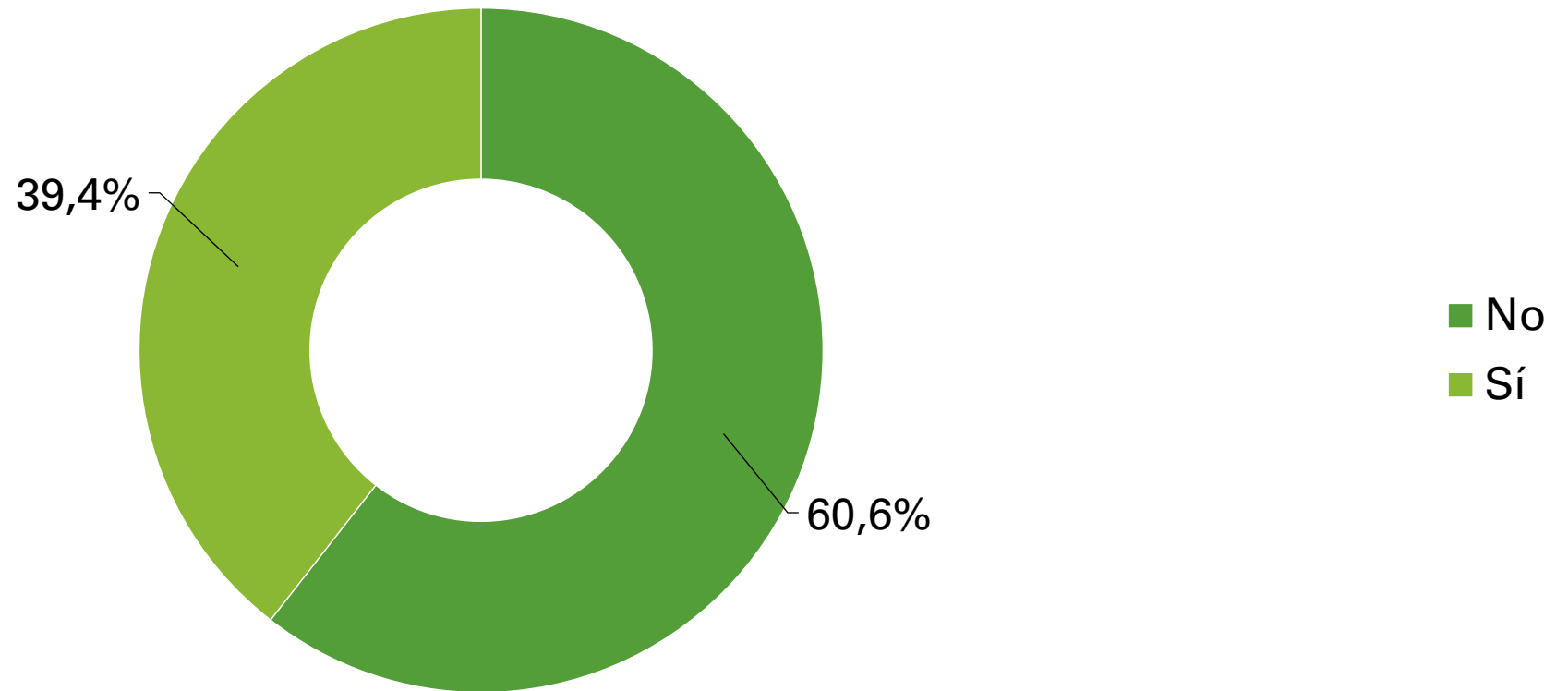
En un año SIN PANDEMIA ¿Cuál es la PRINCIPAL actividad turística que su negocio realiza entre diciembre y febrero? (TEMPORADA ALTA)



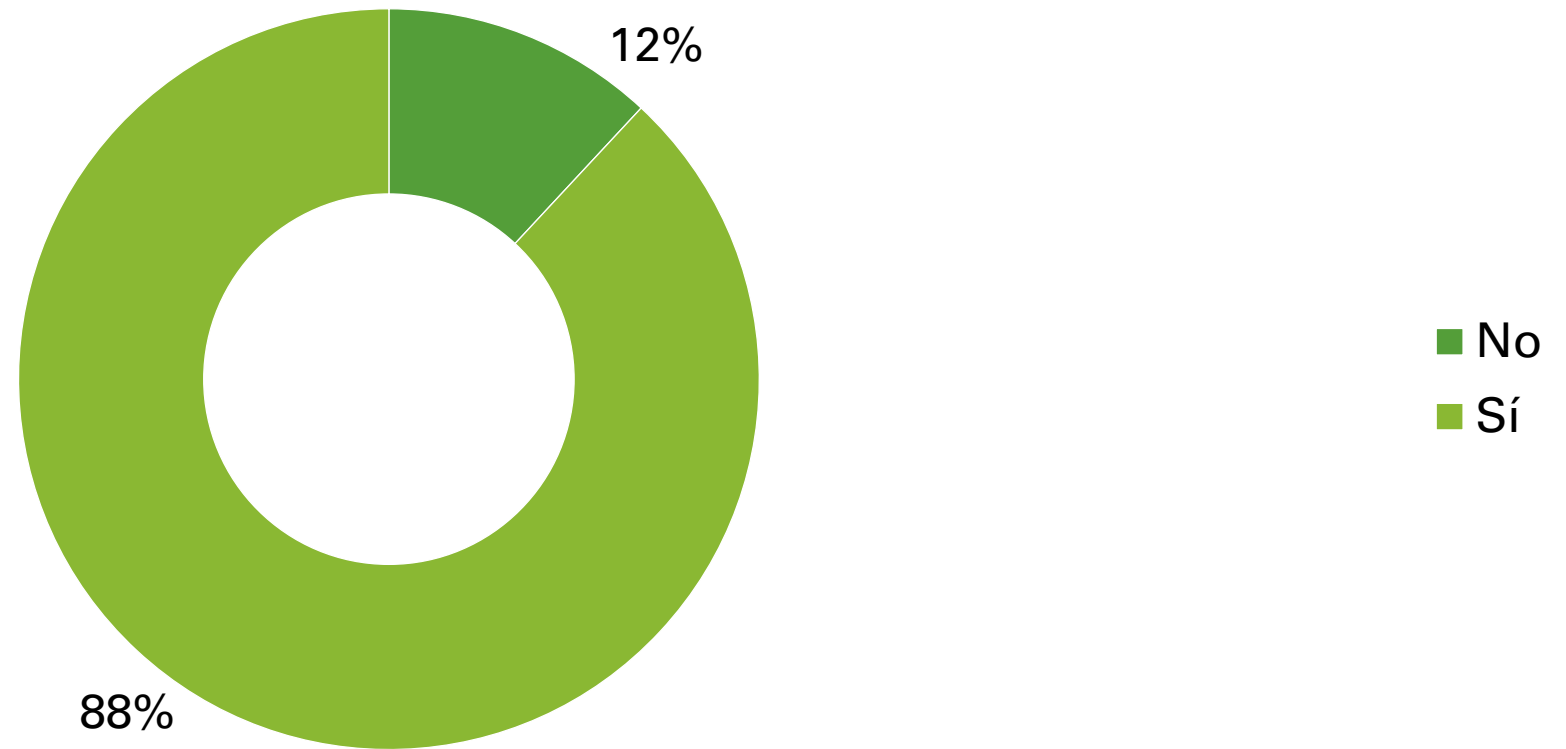
En un año SIN PANDEMIA ¿Cuál es la PRINCIPAL actividad turística que su negocio realiza entre marzo y noviembre? (TEMPORADA BAJA)



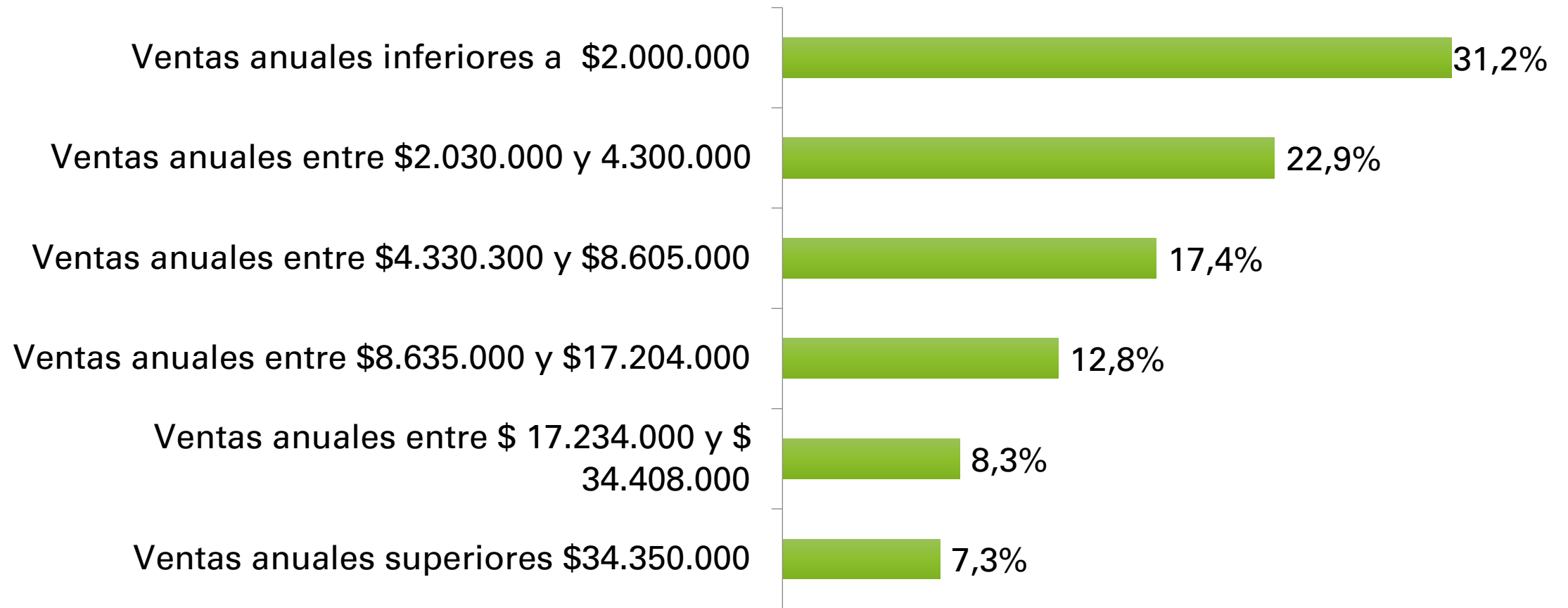
Durante el periodo 2018-2019, ¿Ud ha sido beneficiario de algún programa estatal?



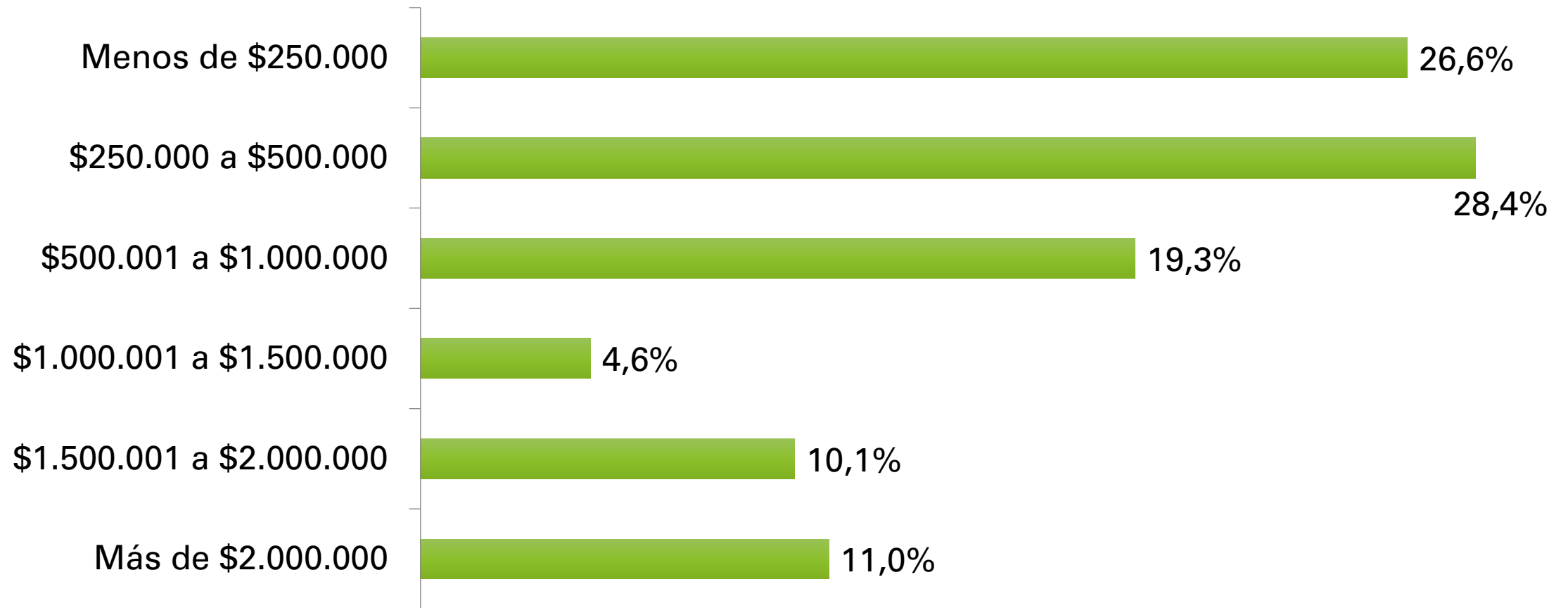
¿Cuenta su negocio con inicio de actividades en el SII?



¿En cuál de estos rangos de ventas anuales se ubica su emprendimiento?



¿En cuál de los siguientes rangos se ubica su ingreso mensual promedio proveniente del trabajo turístico?

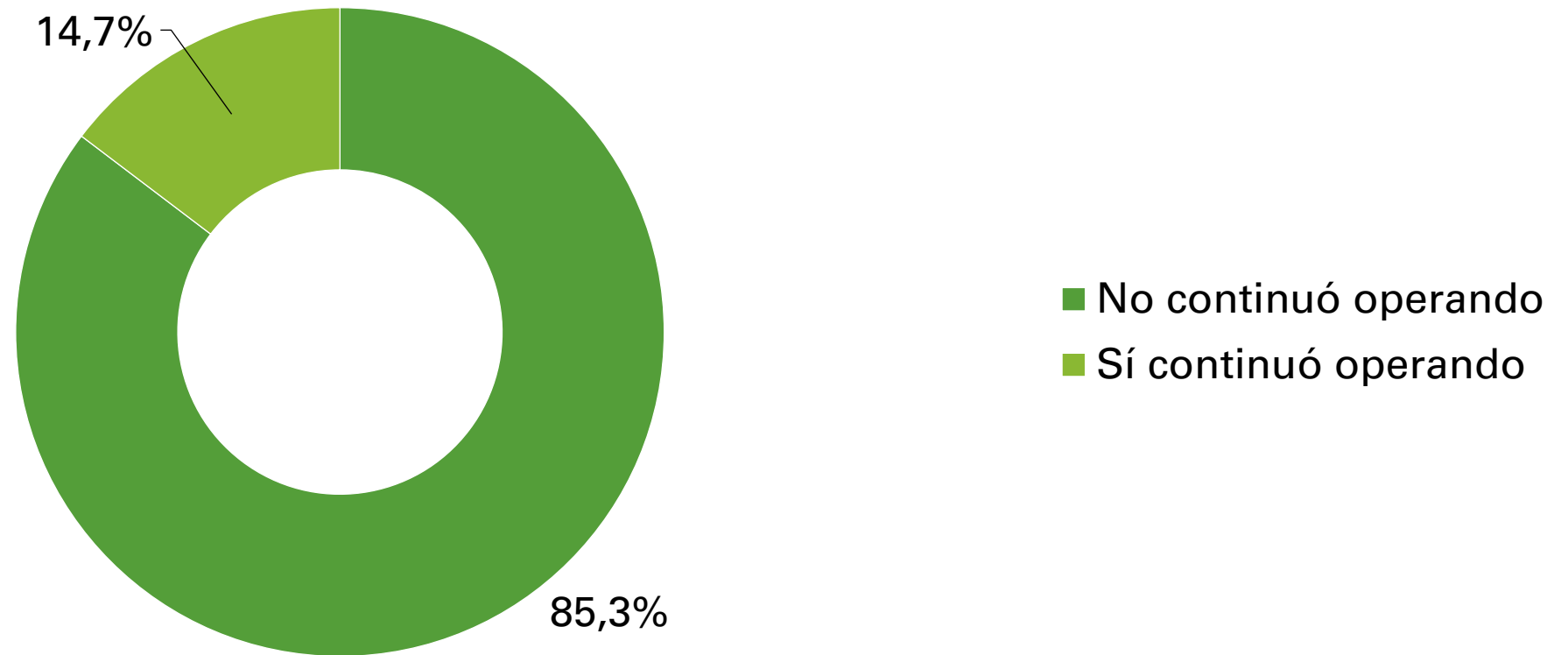




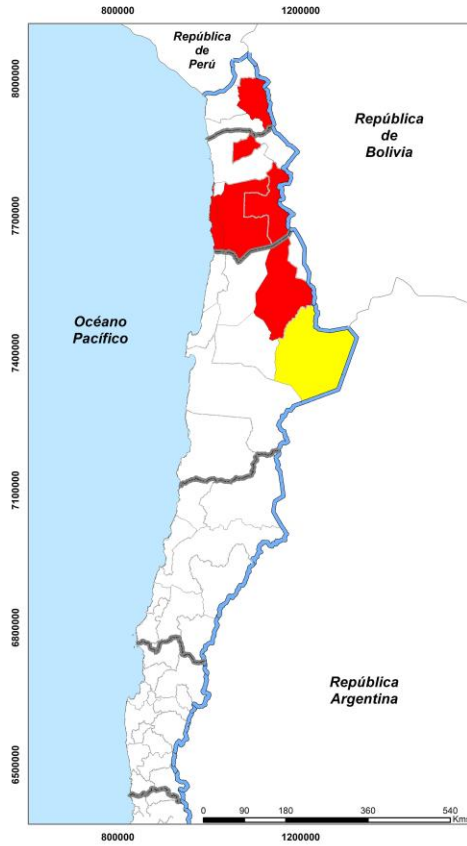
II

Situación frente a la pandemia

Su negocio ¿Continuó operando entre MARZO y JULIO de 2020?



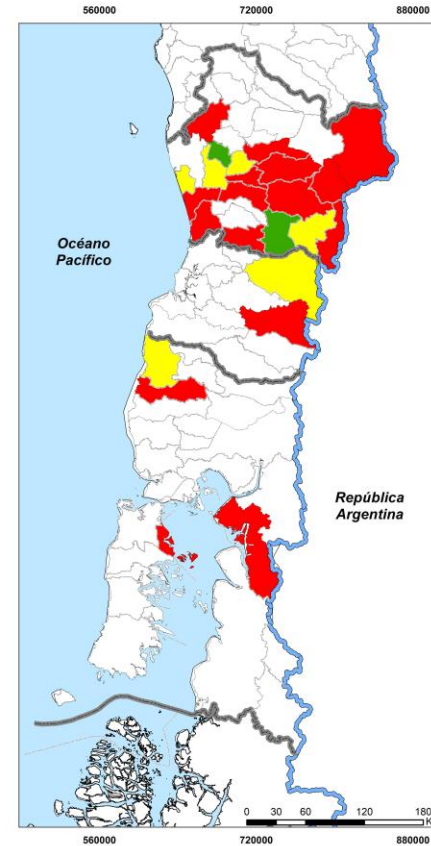
ZONA NORTE



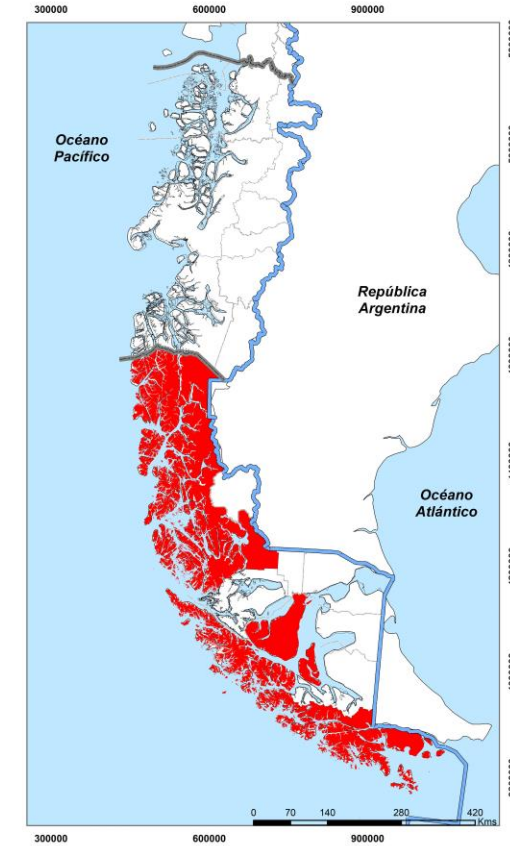
ZONA CENTRO



ZONA SUR



ZONA AUSTRAL



Leyenda

Información Base




-  Límite Internacional
-  Límite Regional
-  Límite Comunal

Datos Geodésicos

Proyección: Universal Transverse Mercator
Huso: 19S
Datum: WGS 84

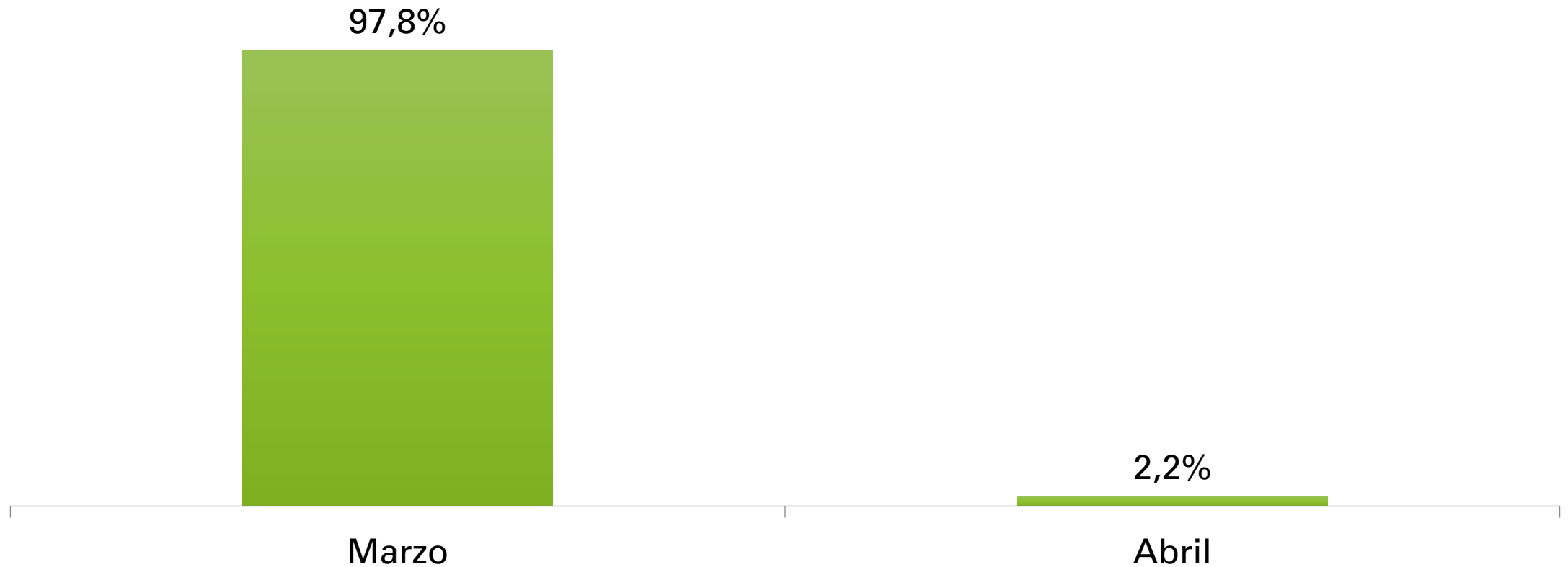
Información Temática

Continuidad de trabajo turístico entre Marzo y Julio, 2020.

-  Personas que dejaron de trabajar
-  Personas que siguieron trabajando
-  Personas que siguieron y no trabajando



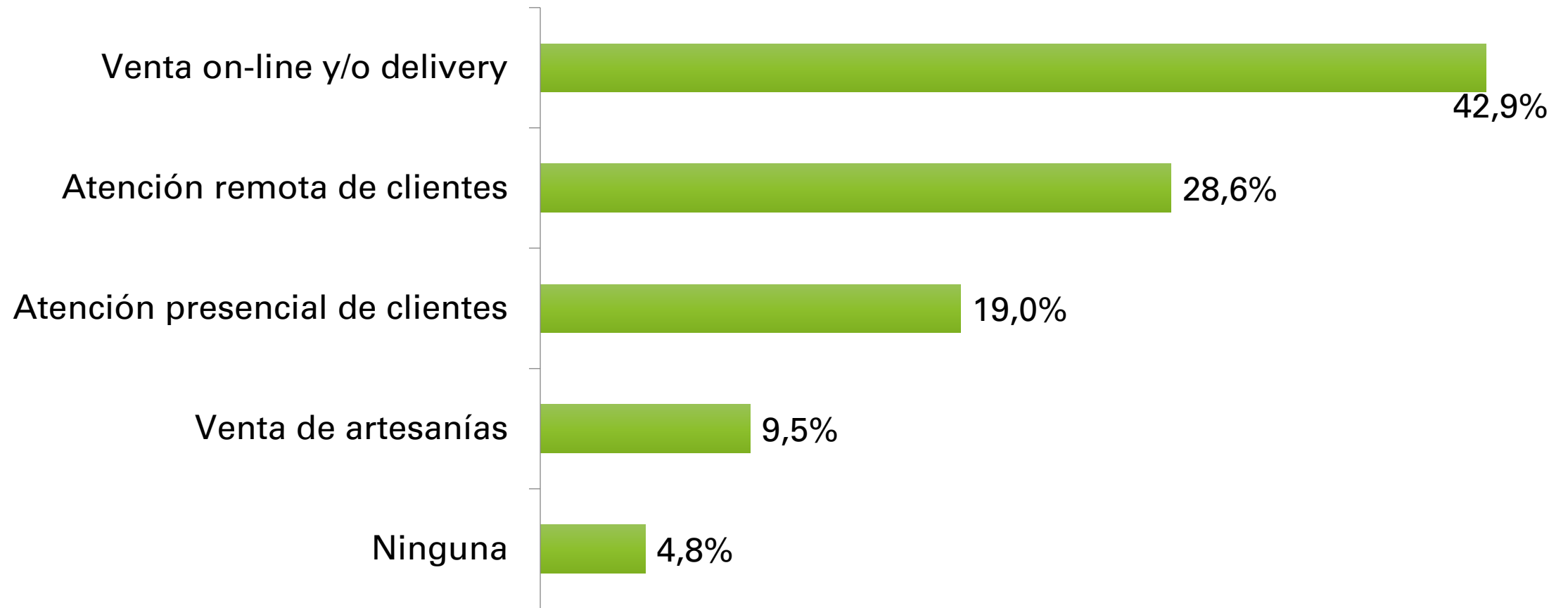
¿Hasta qué mes de 2020 estuvo operativo su emprendimiento?(*)



*Solo para quienes indican que no continuaron operando entre marzo y julio de 2020 (n=93)

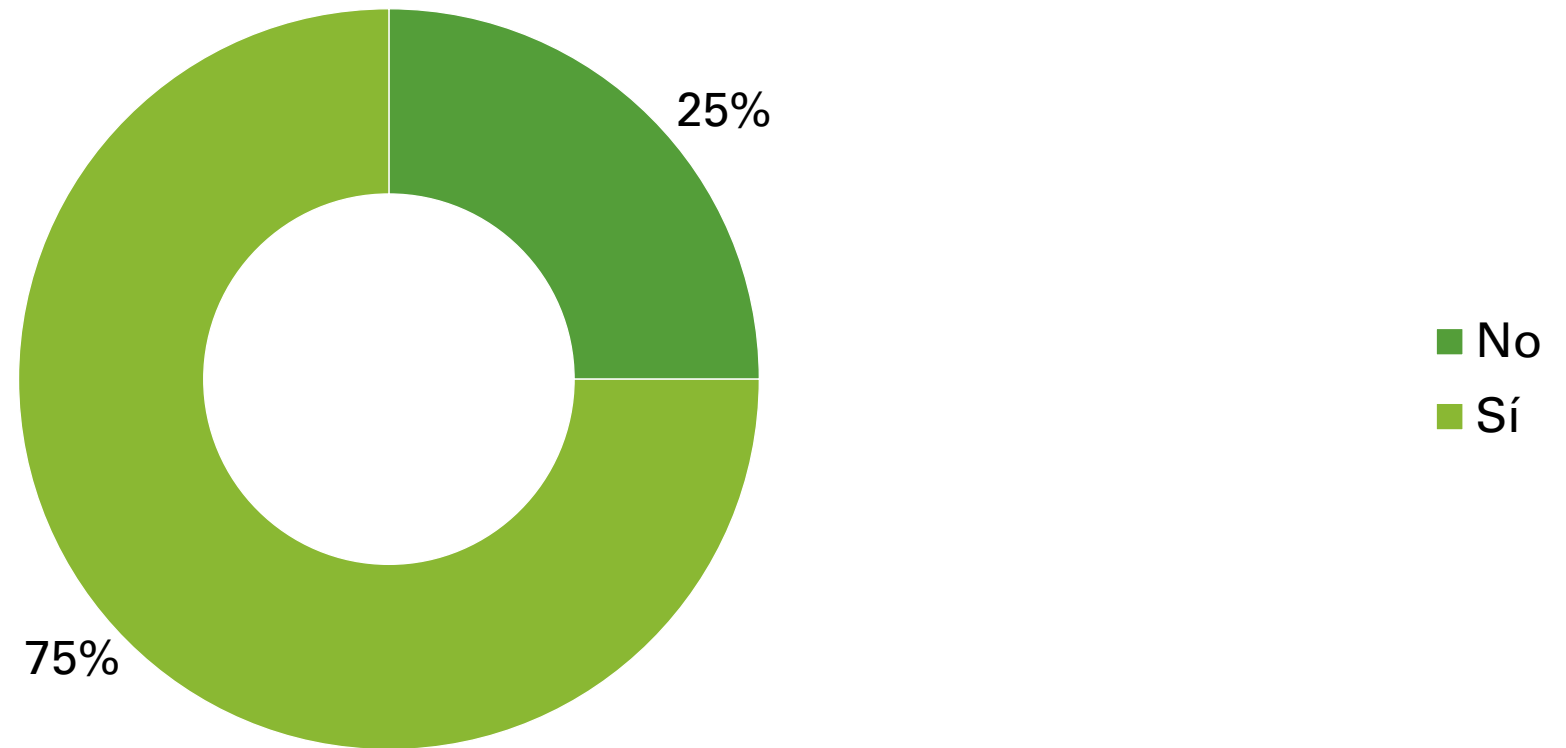
¿Qué actividades ha continuado realizando su negocio?(*)

(porcentaje sobre el total de selecciones realizadas)



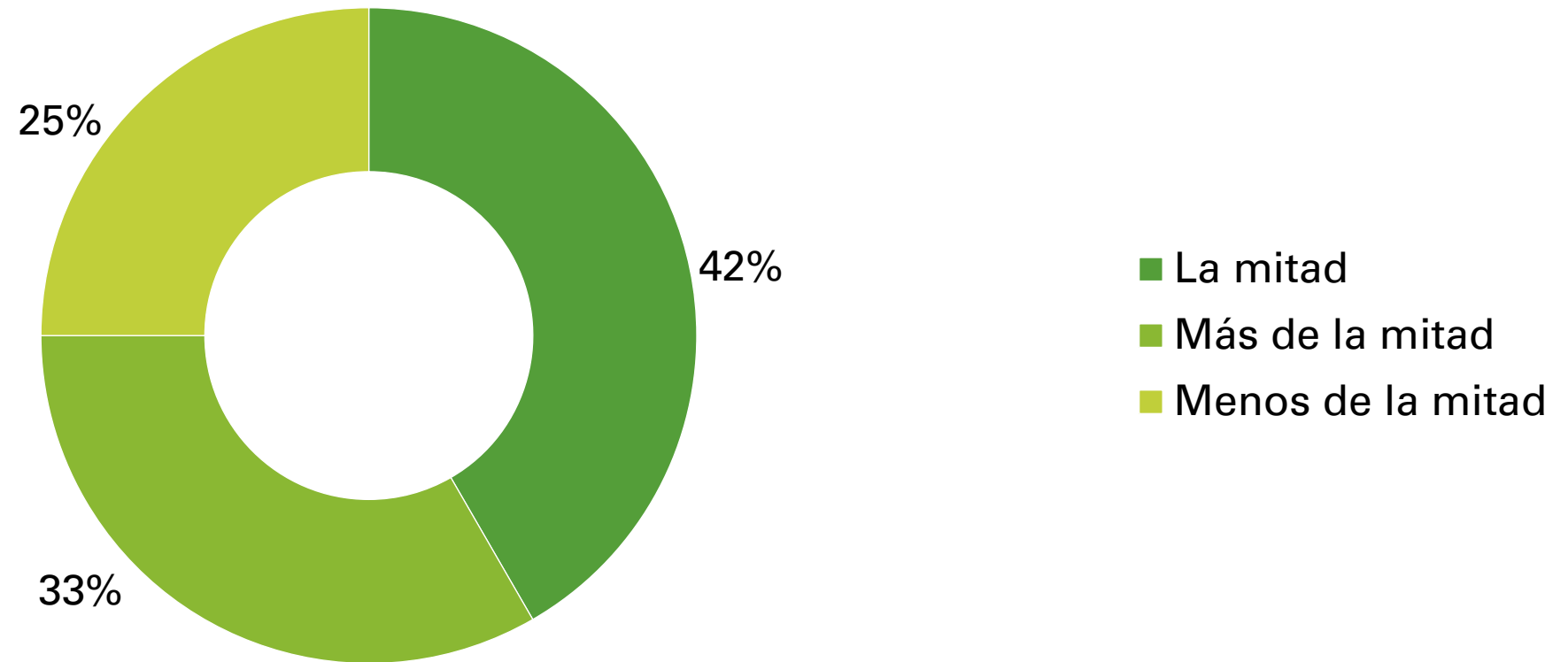
*Solo para quienes indican que continuaron operando (n=16). Total de selecciones realizadas: 22

Entre MARZO y JULIO de 2020, ¿Su negocio ha necesitado reducir las horas de operación?(*)



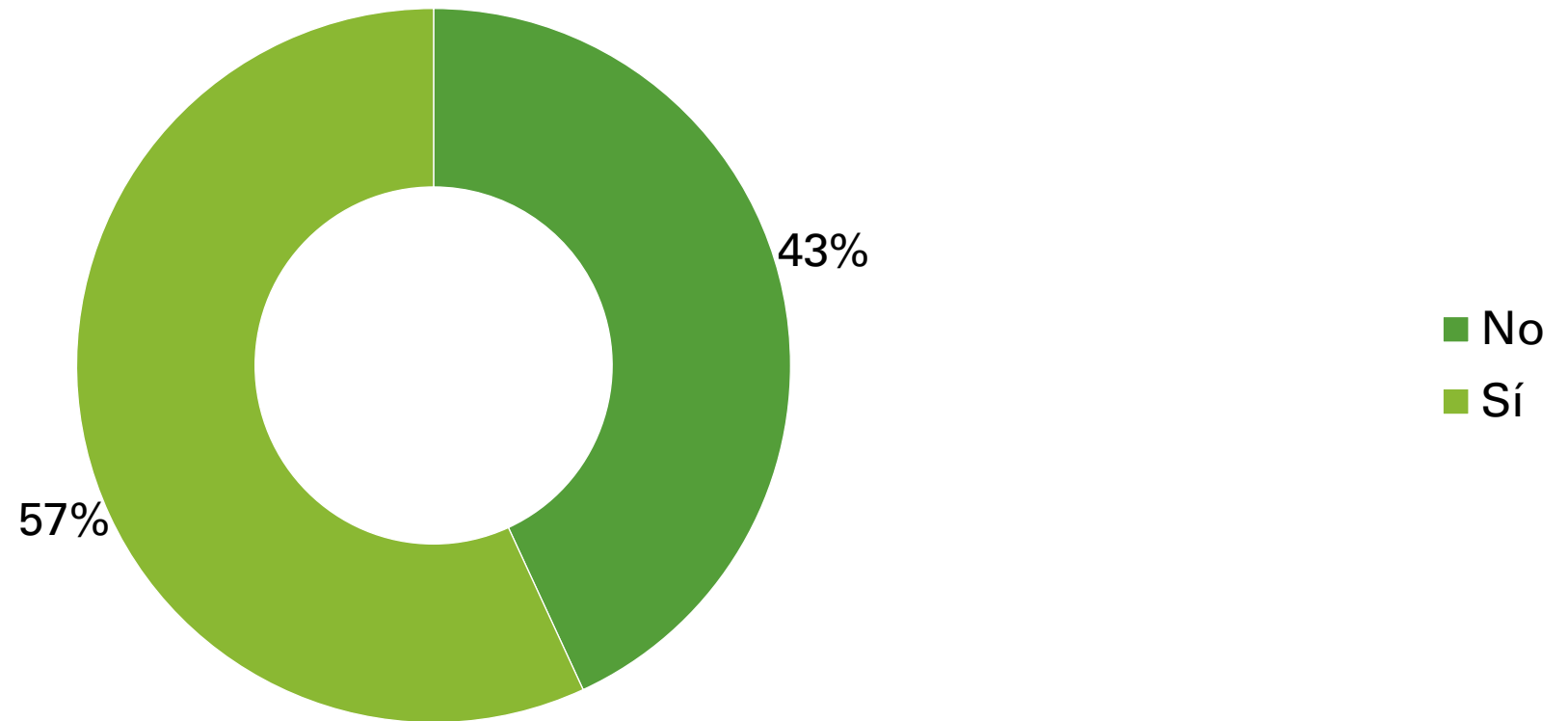
*Solo para quienes indican que sí continuaron operando entre marzo y julio de 2020 (n=16)

¿En cuánto ha tenido que reducir las horas de operación?(*)

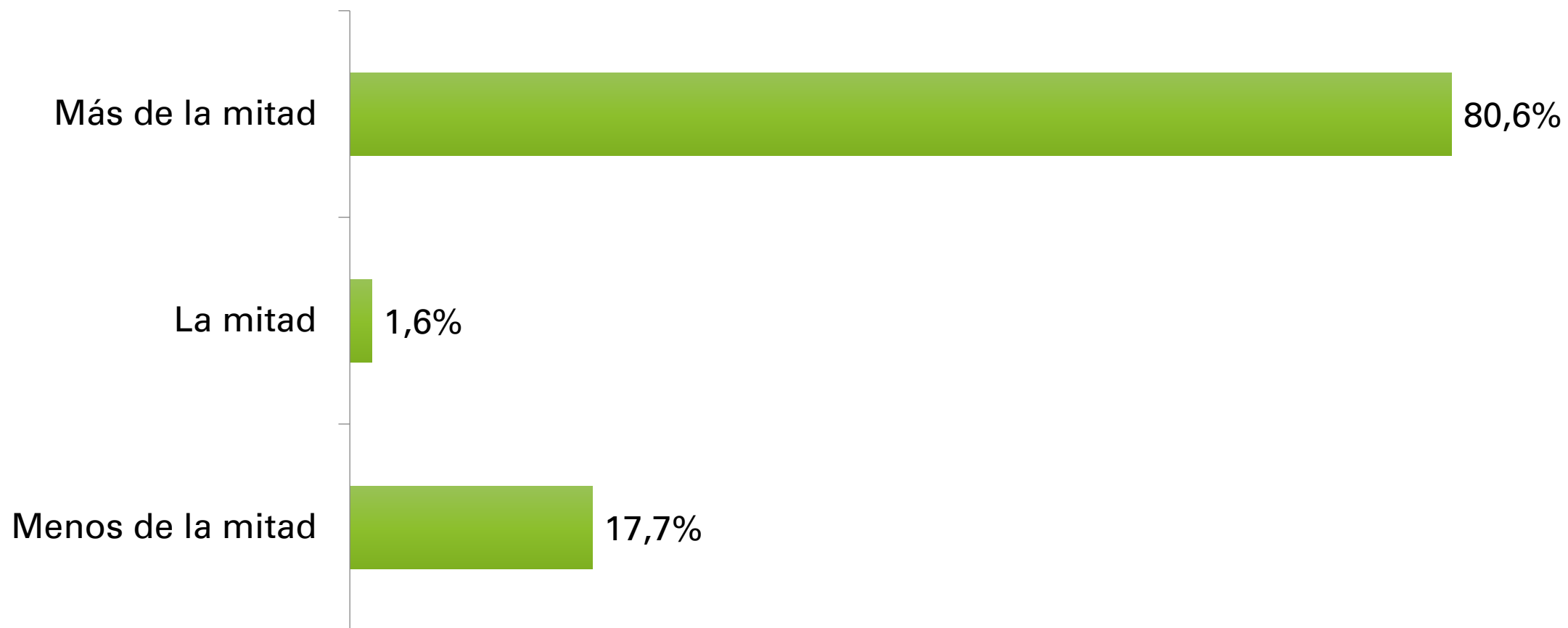


*Solo para quienes indican que sí continuaron operando entre marzo y julio de 2020 (n=16)

¿Se ha visto en la necesidad de despedir a trabajadores que son permanentes en su negocio?



¿Cuántos empleados ha debido despedir?(*)

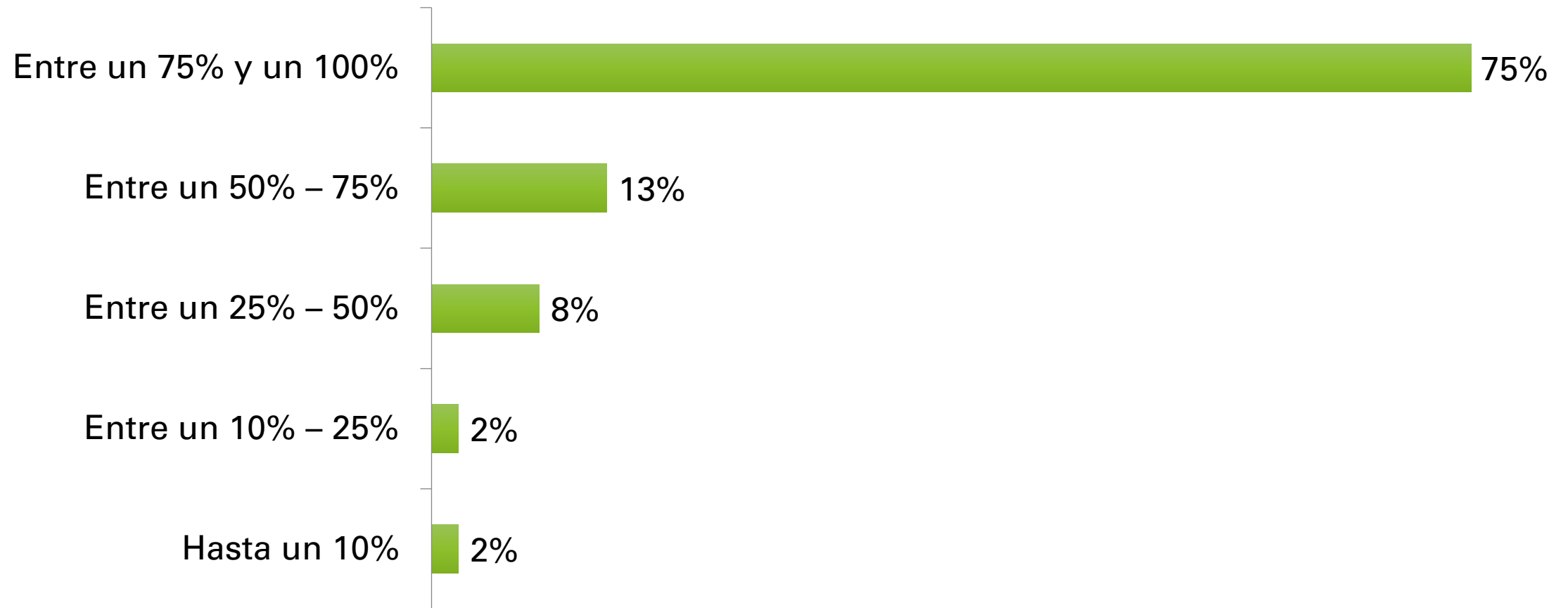


*Solo para quienes indican que sí se vieron en la necesidad de despedir trabajadores permanentes (n=62)

Comparando los resultados de venta de JULIO de 2020 con los de JULIO de 2019, ud. considera que son:

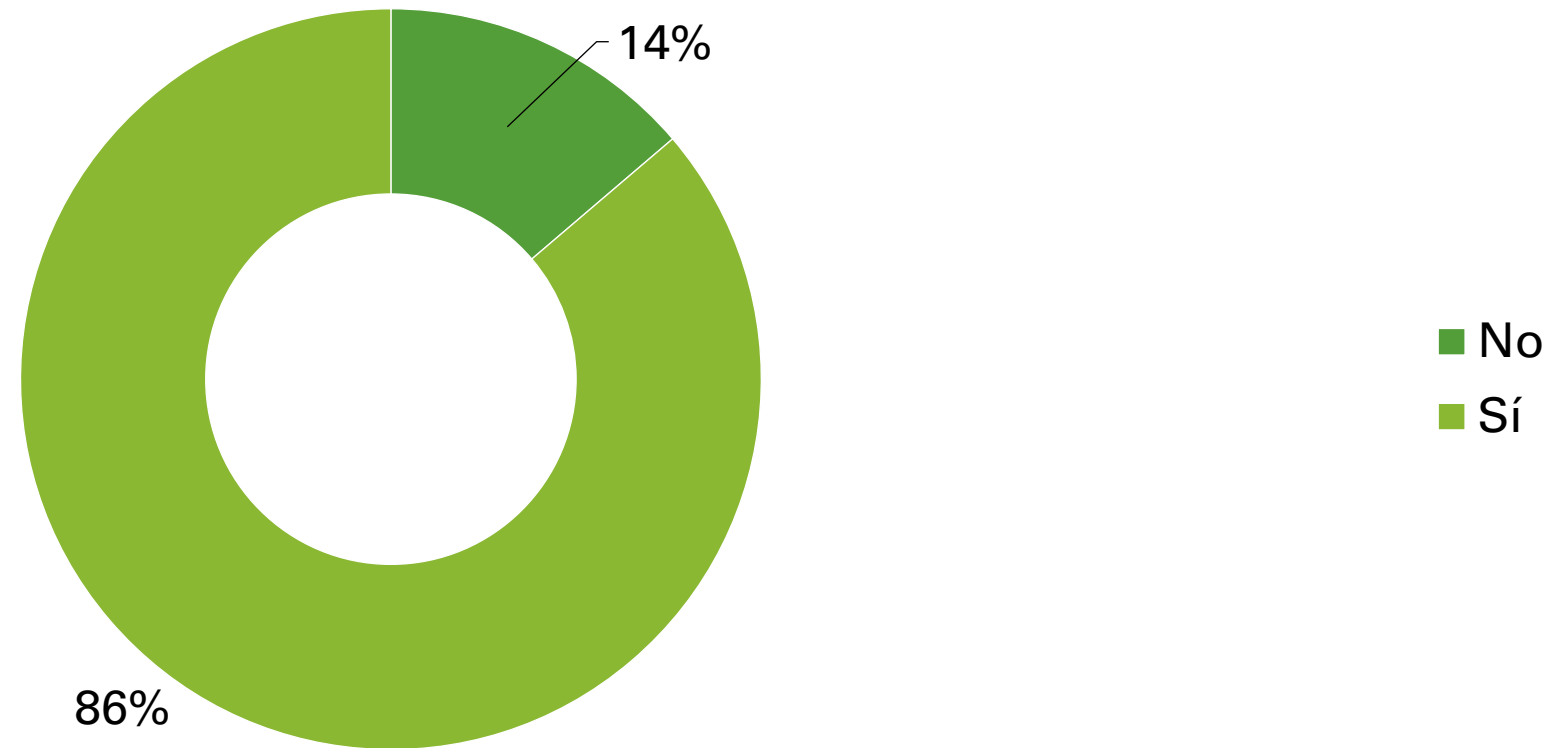


¿Cuál es su pérdida de ingresos estimada hasta la fecha?(*)



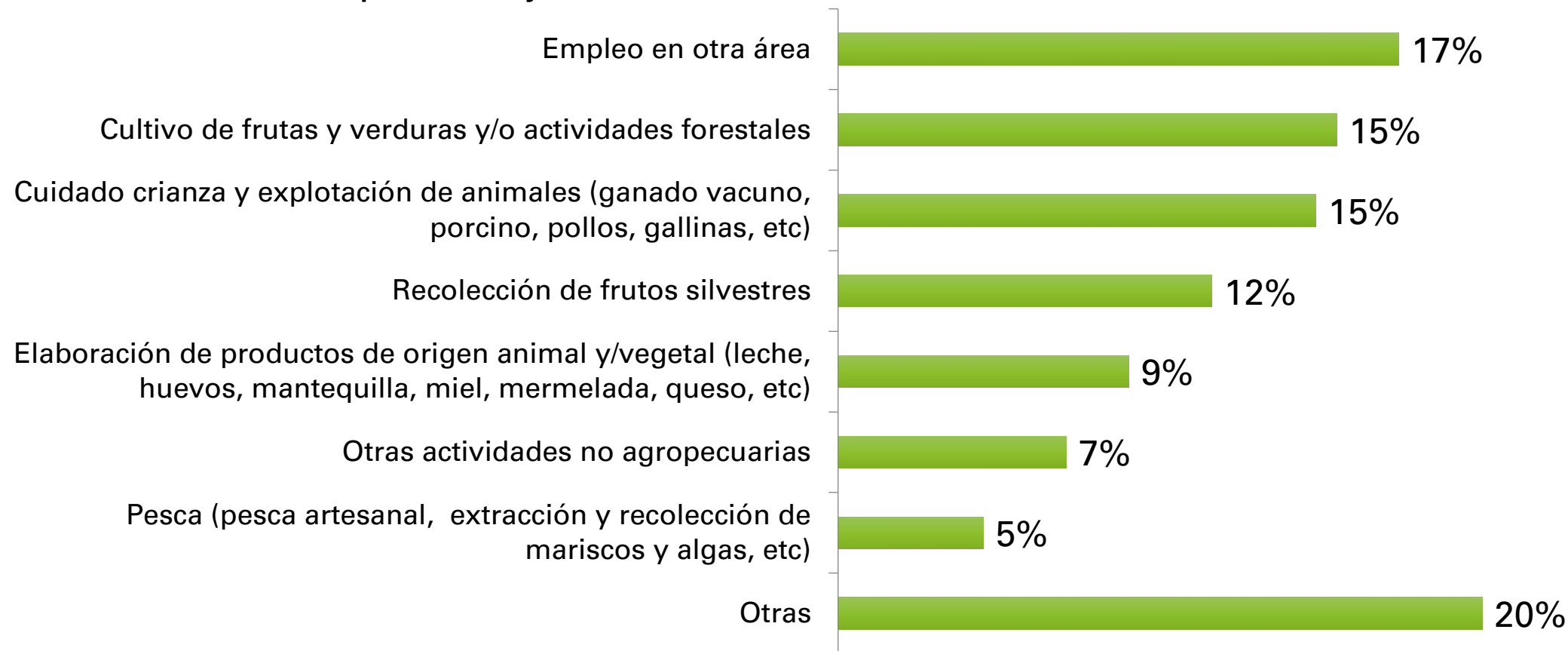
*Solo para quienes indican que sus ventas de julio de 2020 son menores a las de julio 2019 (n=102)

Entre MARZO y JULIO de 2020 ¿Ha debido realizar actividades fuera de su ocupación principal para suplir ingresos que originalmente recibía de su negocio en el turismo?



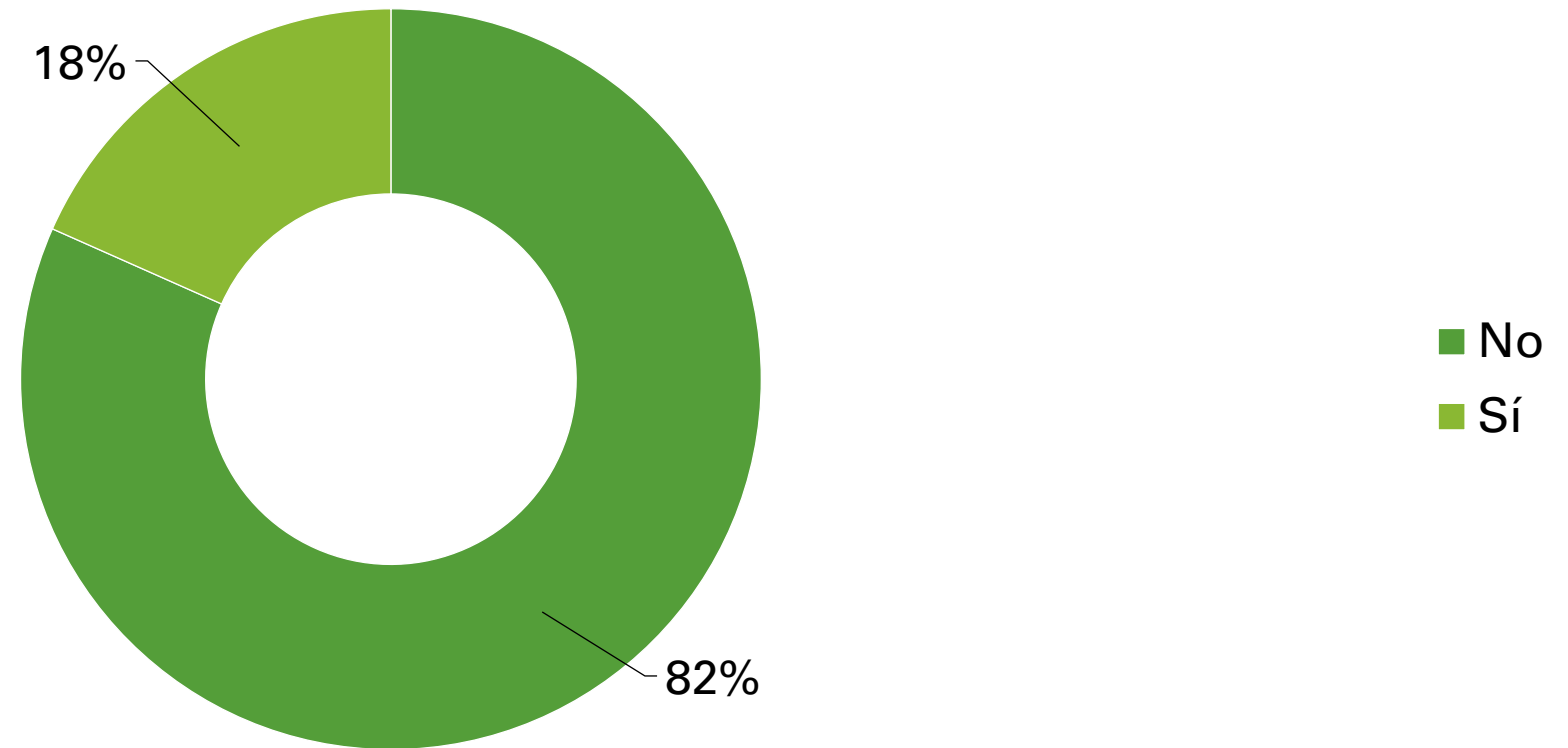
¿Qué otras actividades económicas ha debido realizar en este periodo CON PANDEMIA para suplir ingresos que originalmente recibía de su negocio en el turismo? (*)

(porcentaje sobre el total de selecciones realizadas)

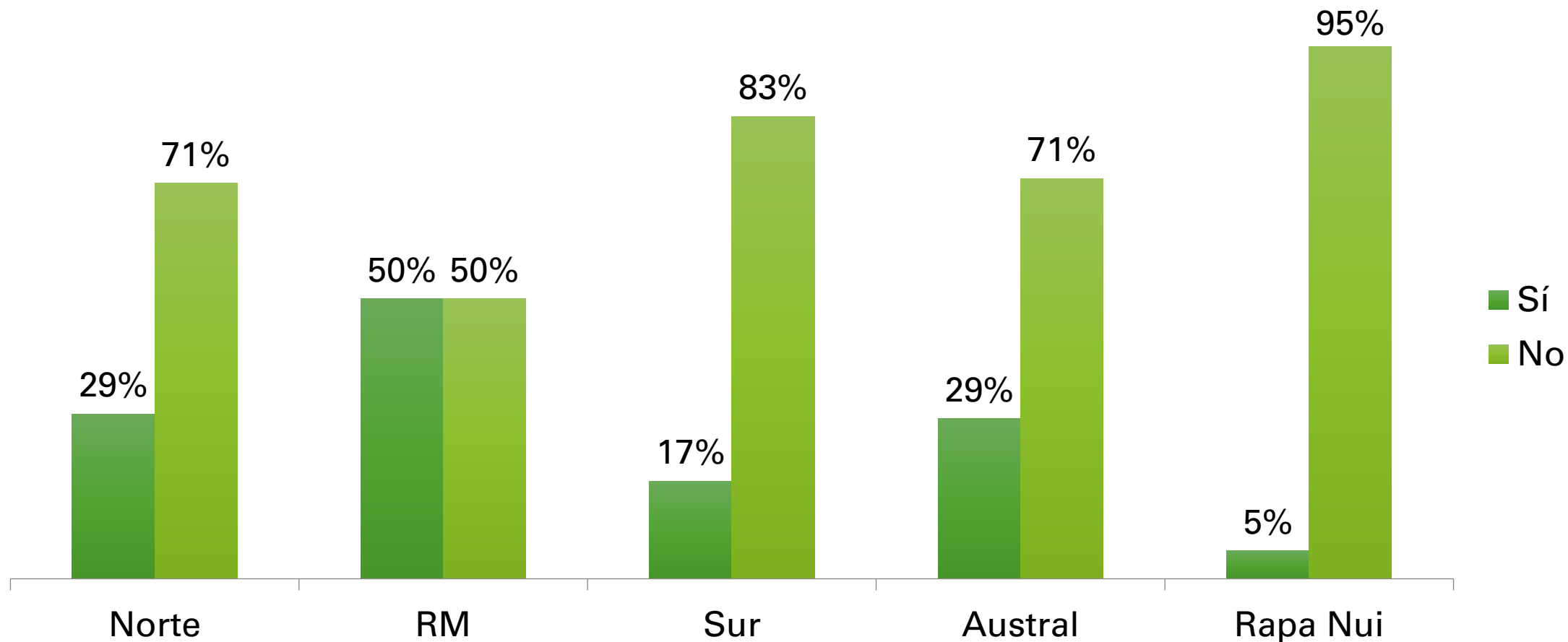


*Se requirió a los participantes escoger hasta un máximo de tres alternativas. Total de selecciones realizadas

Entre MARZO y JULIO de 2020 ¿Ha recibido algún tipo de apoyo público vinculado a los impactos de la pandemia por COVID-19 en el turismo?

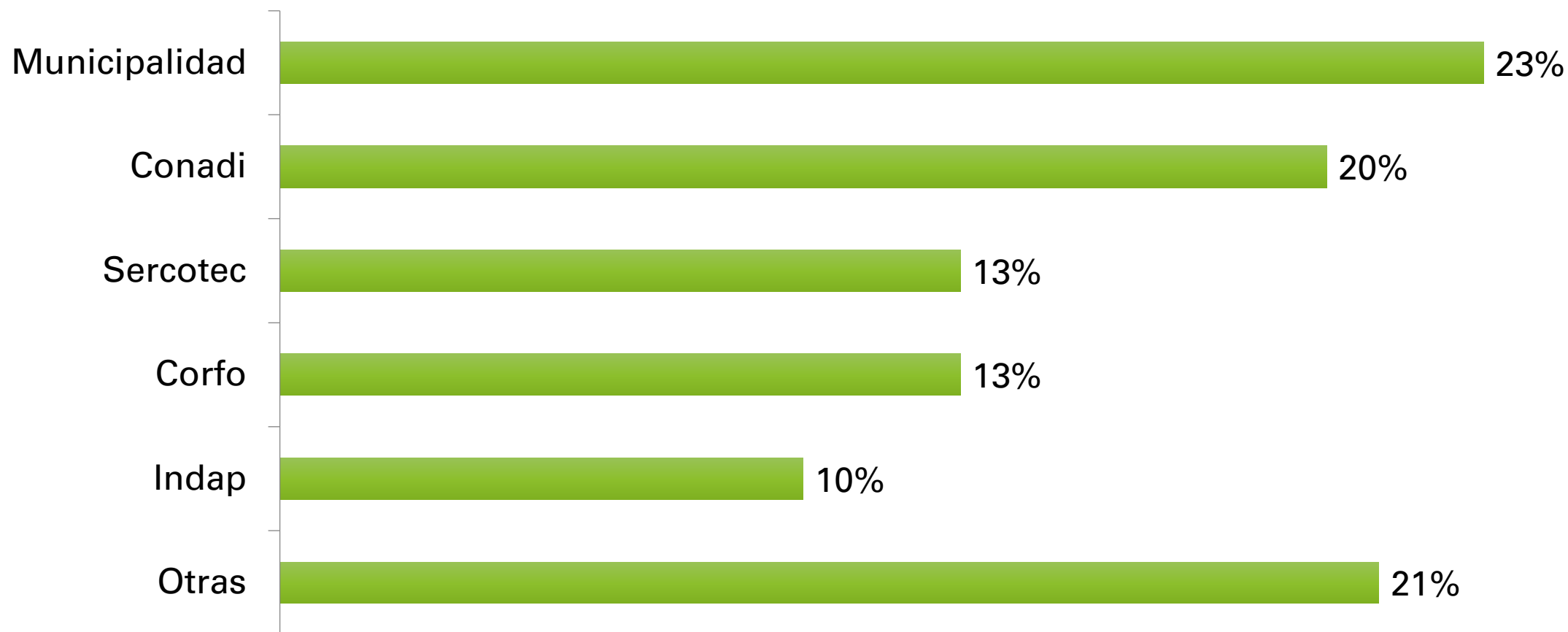


Entre MARZO y JULIO de 2020 ¿Ha recibido algún tipo de apoyo público vinculado a los impactos de la pandemia por COVID-19 en el turismo?



¿De cuál(es) de las siguientes agencias del Estado ha recibido apoyo? (*)

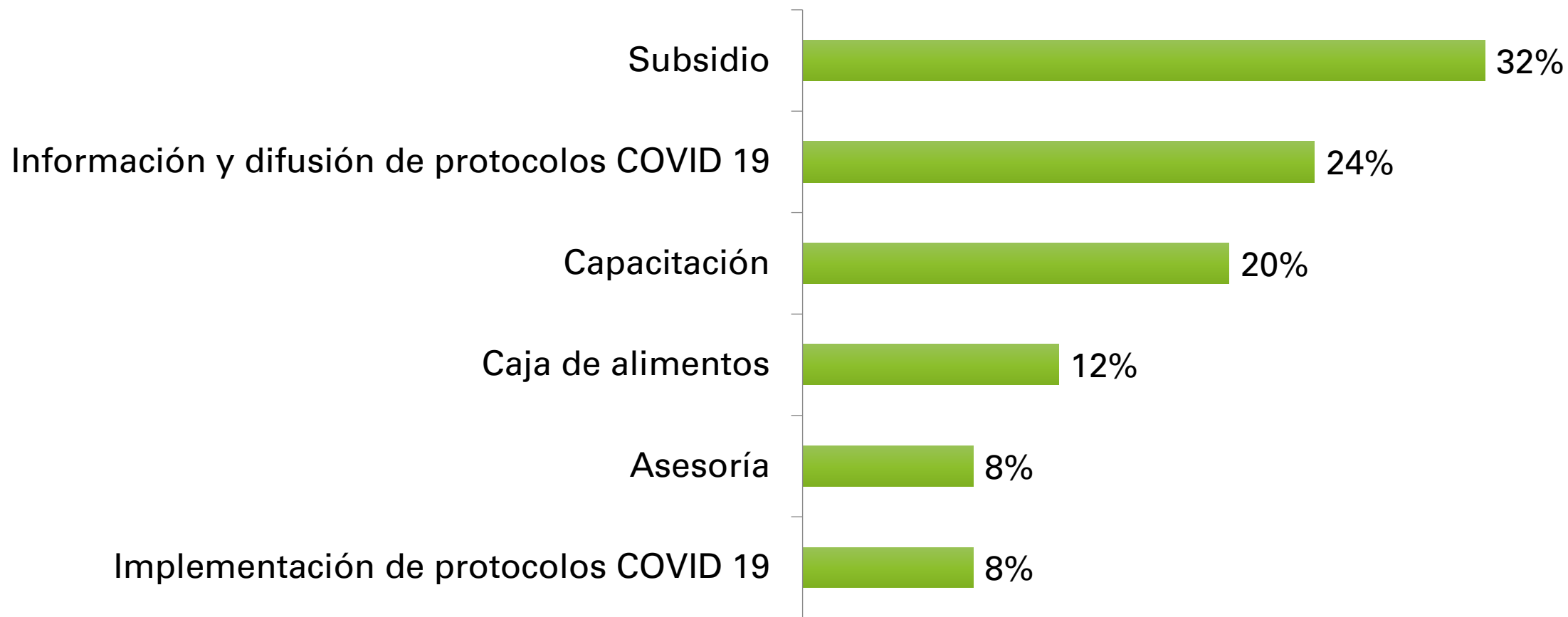
(porcentaje sobre el total de selecciones realizadas)



*Solo para quienes indican haber recibido apoyo público (n=89). Total de selecciones realizadas: 30

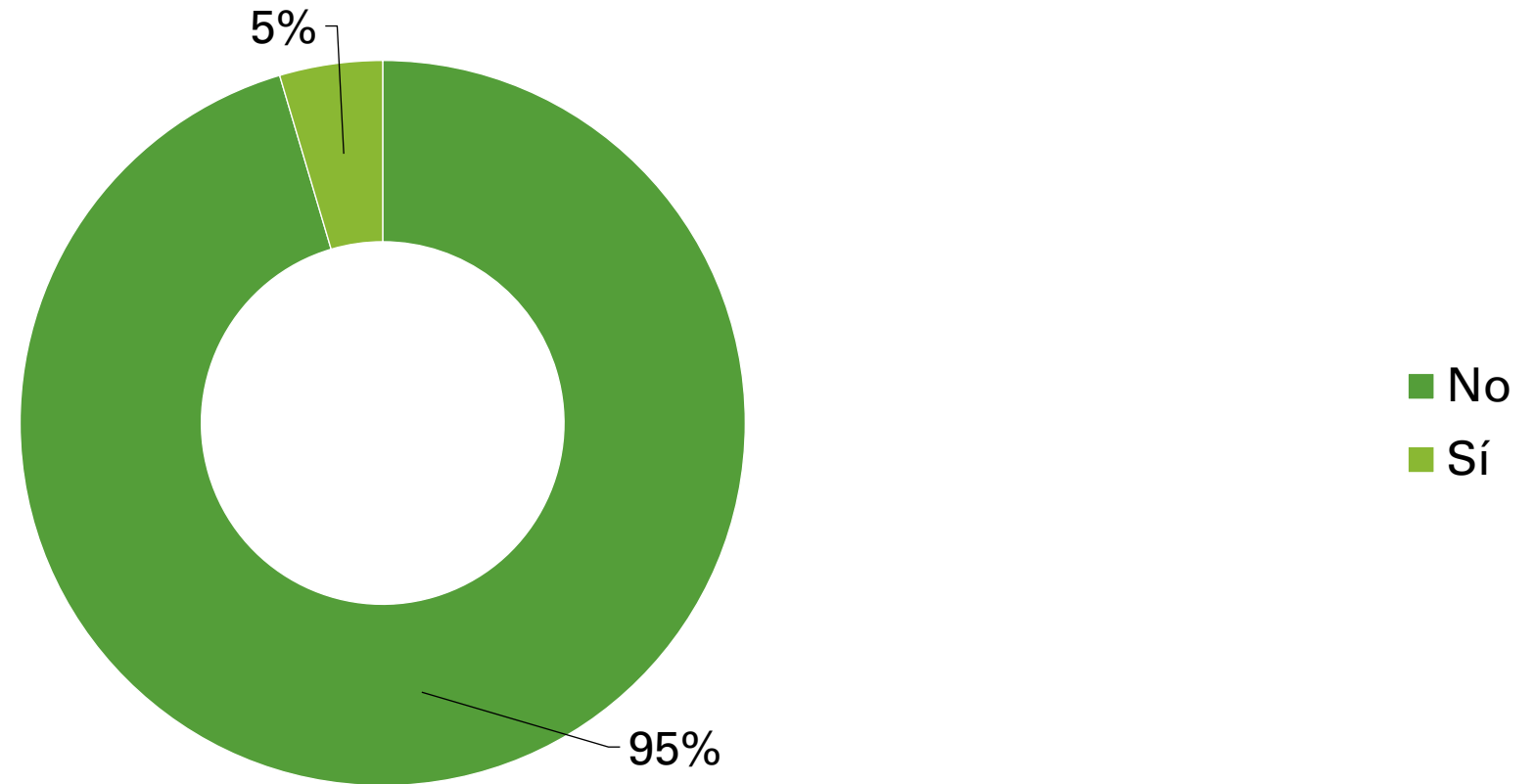
¿Qué tipo de apoyo público ha recibido en este periodo con pandemia?(*)

(porcentaje sobre el total de selecciones realizadas)

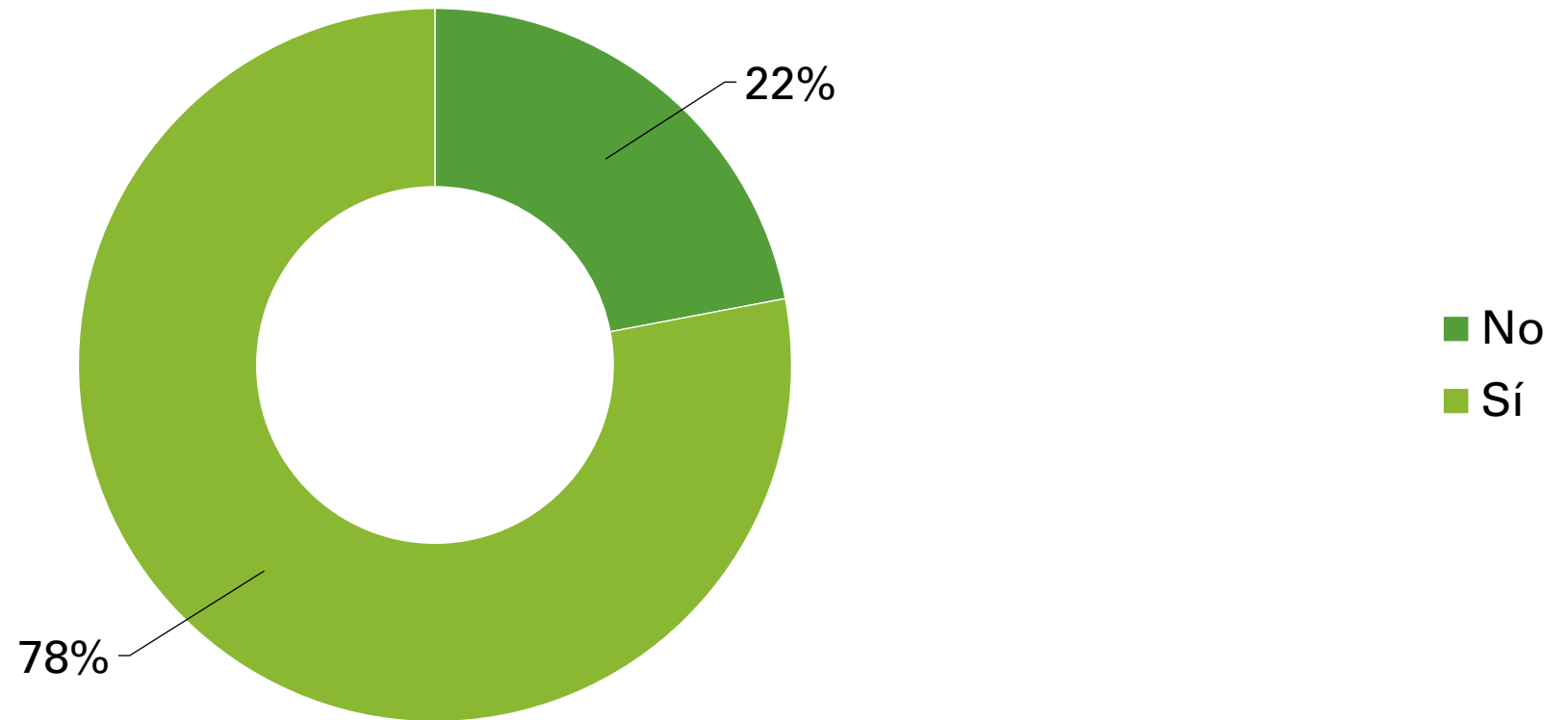


*Solo para quienes indican haber recibido apoyo público (n=89). Total de selecciones realizadas: 26

Entre MARZO y JULIO de 2020 ¿Ha recibido algún tipo de apoyo privado vinculado a los impactos del turismo (por ejemplo, organizaciones indígenas, empresas, otros)?



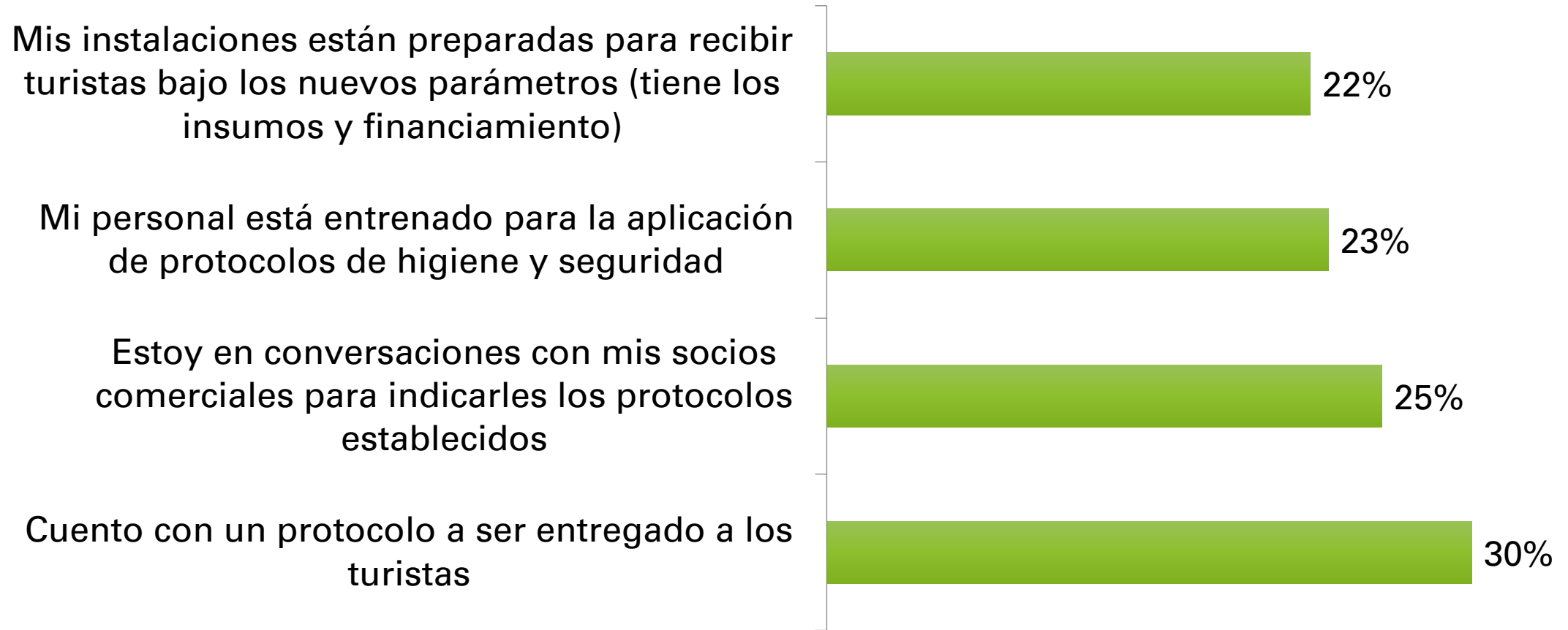
¿Está trabajando en la aplicación de protocolos de higiene y seguridad sugeridos por Subsecretaría de Turismo y SERNATUR?(*)



(*): "Protocolo general de manejo y prevención ante COVID-19 en el sector turismo y alojamiento" / "Protocolo general de manejo y prevención ante COVID-19 en restaurantes, cafés y otros establecimientos análogos"

En cuanto a la aplicación de protocolos de higiene y seguridad sugeridos por Subsecretaría de Turismo y SERNATUR ¿Cuál(es) de las siguientes situaciones aplican a su negocio?(*)

(porcentaje sobre el total de selecciones realizadas)

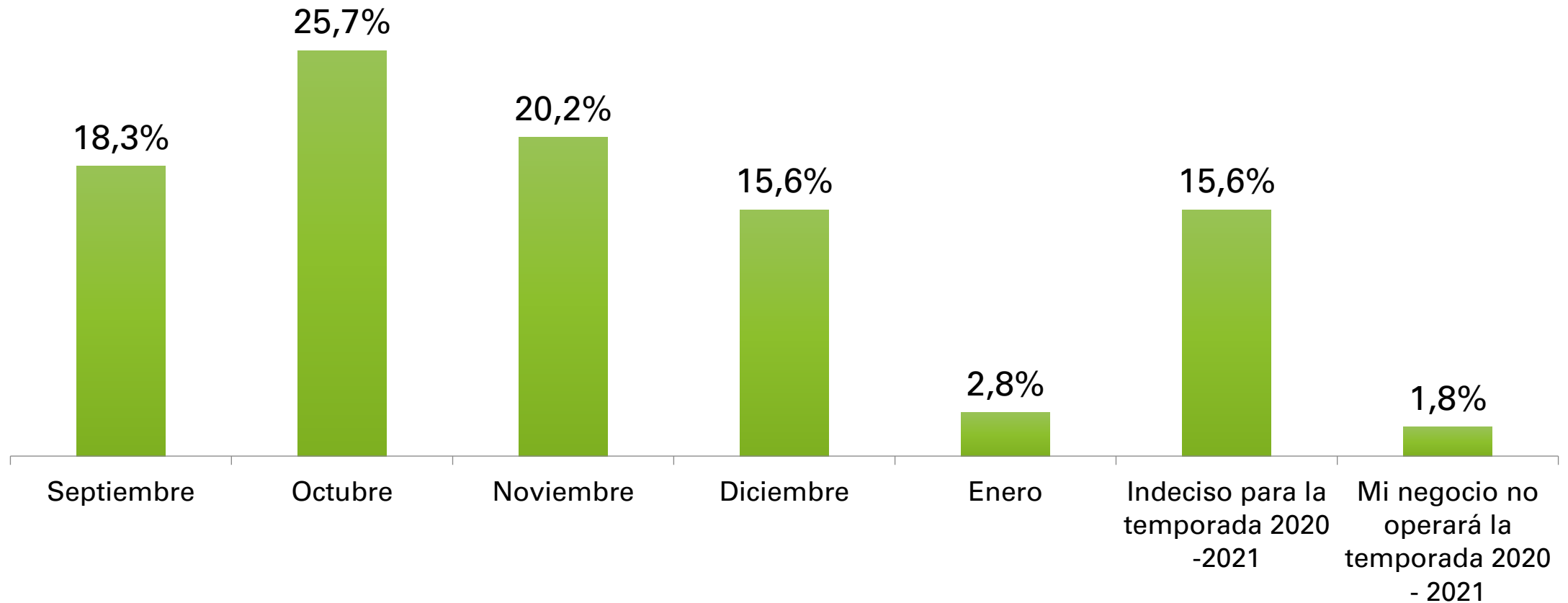


*Solo para quienes indican estar trabajando en protocolos de higiene y seguridad (n=85). Total de selecciones realizadas

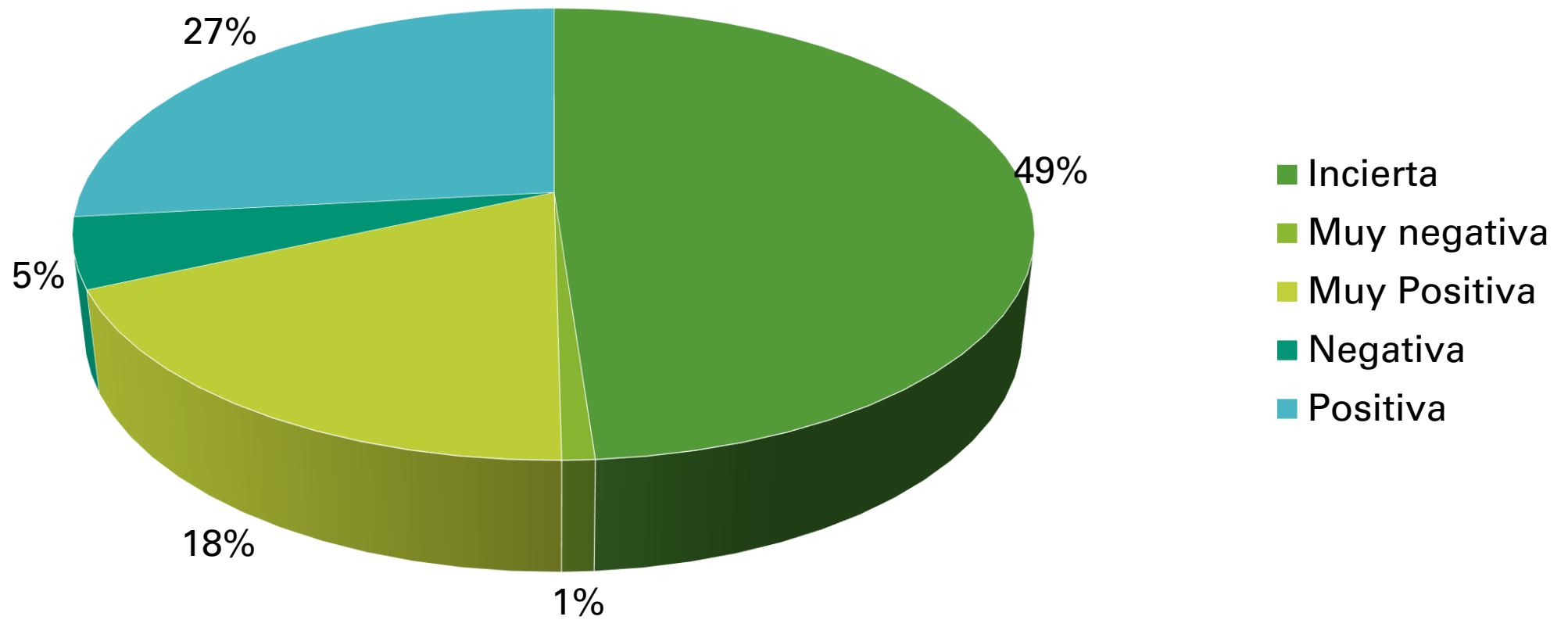
III

Periodo Post-pandemia: Reactivación del Turismo Indígena

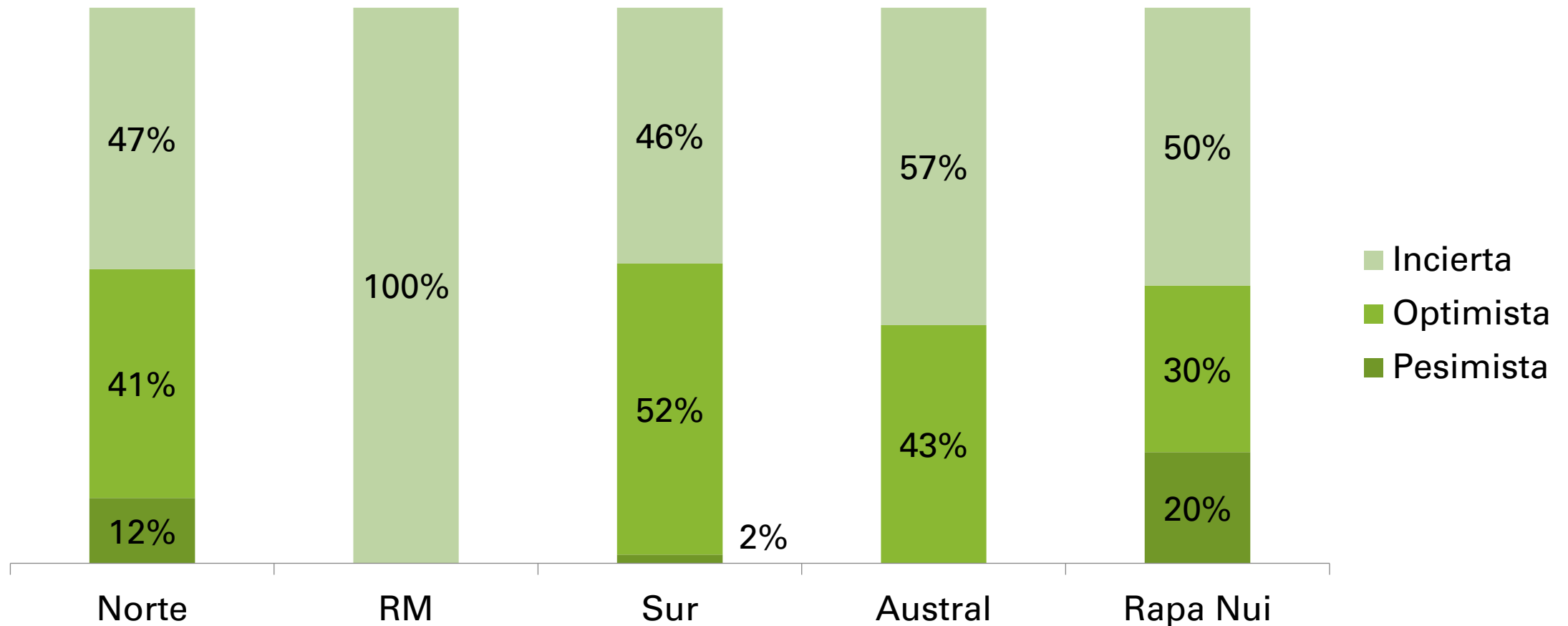
Si se levantan las prohibiciones de viaje a nivel regional y/o nacional, ¿en qué mes estaría en condiciones de reiniciar sus operaciones?



En su opinión, la comunidad en la cual se inserta su emprendimiento tiene una postura frente al inicio de operaciones:



En su opinión, la comunidad en la cual se inserta su emprendimiento tiene una postura frente al inicio de operaciones^(*):

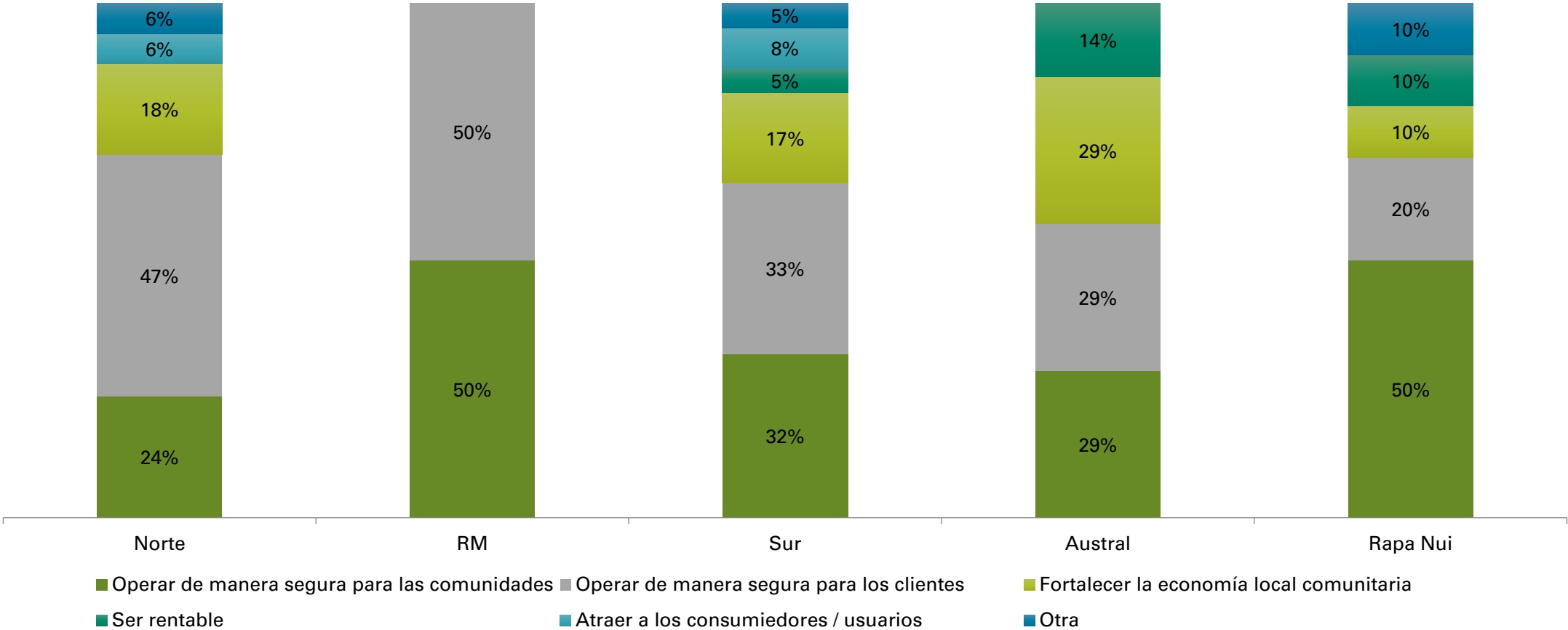


*Optimista = positiva + Muy positiva; Pesimista= negativa + muy negativa

En su opinión ¿Cuál es el principal desafío para operar durante la temporada 2020 -2021?

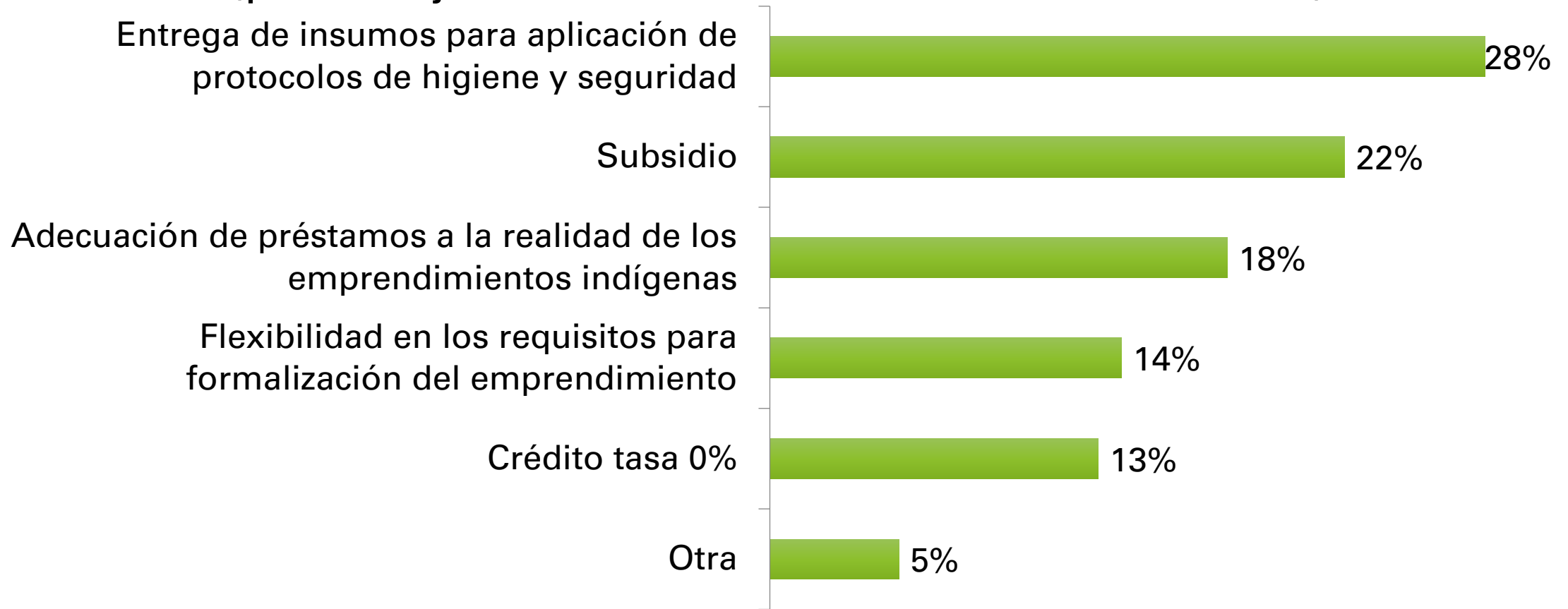


En su opinión ¿Cuál es el principal desafío para operar durante la temporada 2020 -2021?



¿Cuál de las siguientes medidas de apoyo estatales (públicas) en el corto plazo considera usted más necesarias?(*)

(porcentaje sobre el total de selecciones realizadas)



*Se requirió a los participantes escoger las dos que consideraran más relevantes. Total de selecciones realizadas: 218

De las siguientes medidas de apoyo del Estado a su negocio para abrir en la temporada 2020 - 2021, indique cuáles cree usted son las dos más relevantes(*)

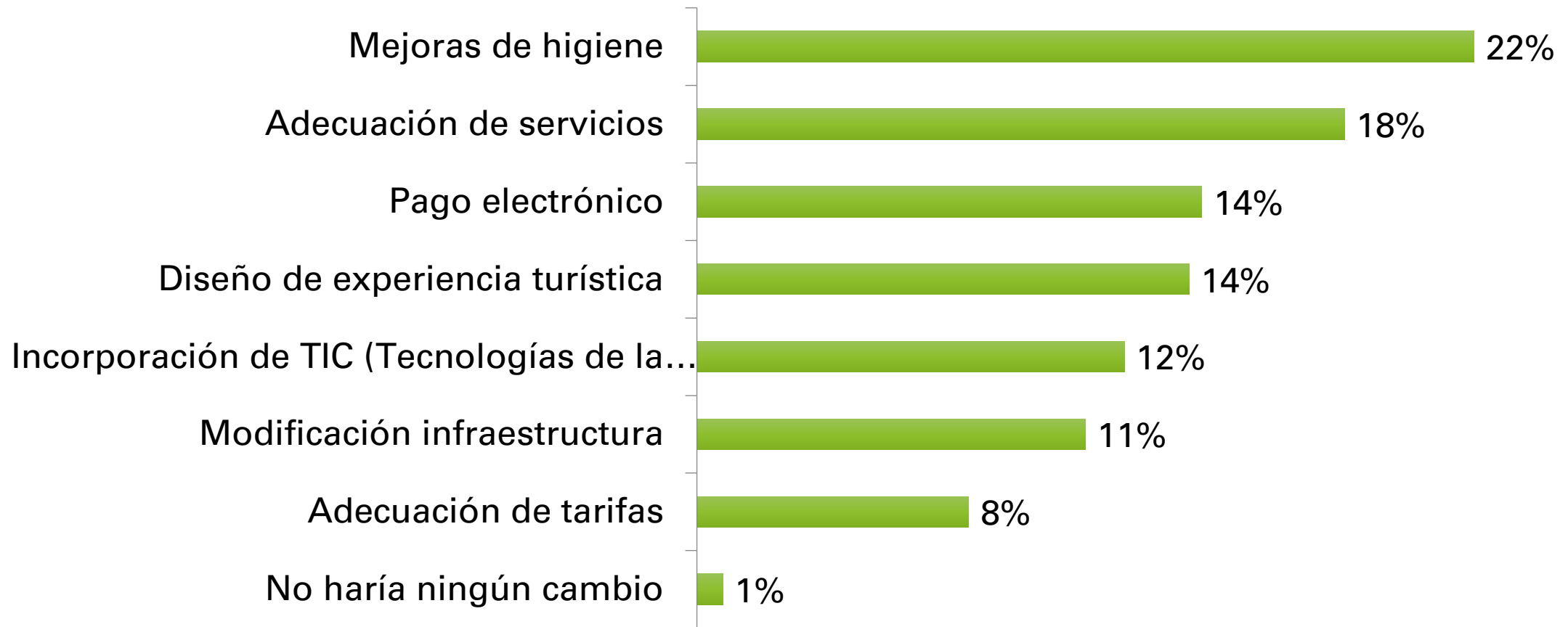
(porcentaje sobre el total de selecciones realizadas)



*Se requirió a los participantes escoger las dos que consideraran más relevantes. Total de selecciones realizadas:218

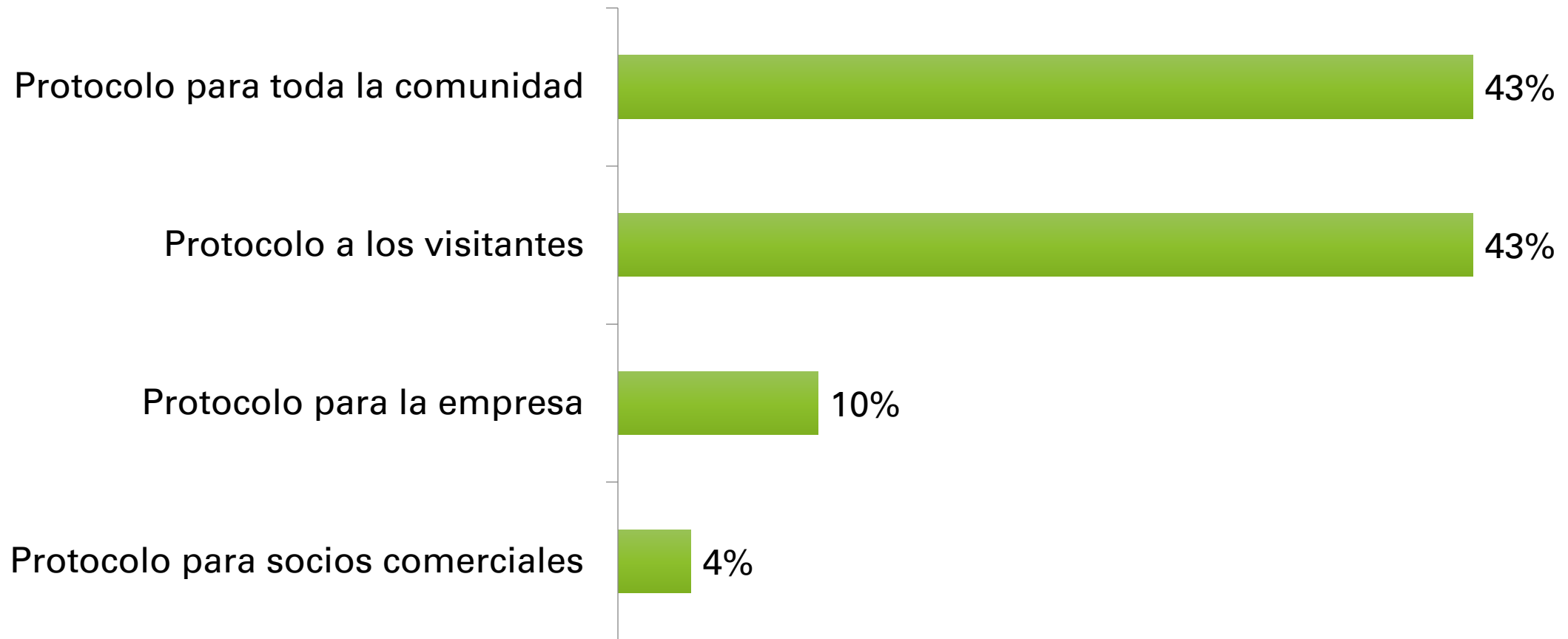
¿Qué tipo de cambios implementaría en su emprendimiento turístico durante el periodo POST-PANDEMIA?(*)

(porcentaje sobre el total de selecciones realizadas)



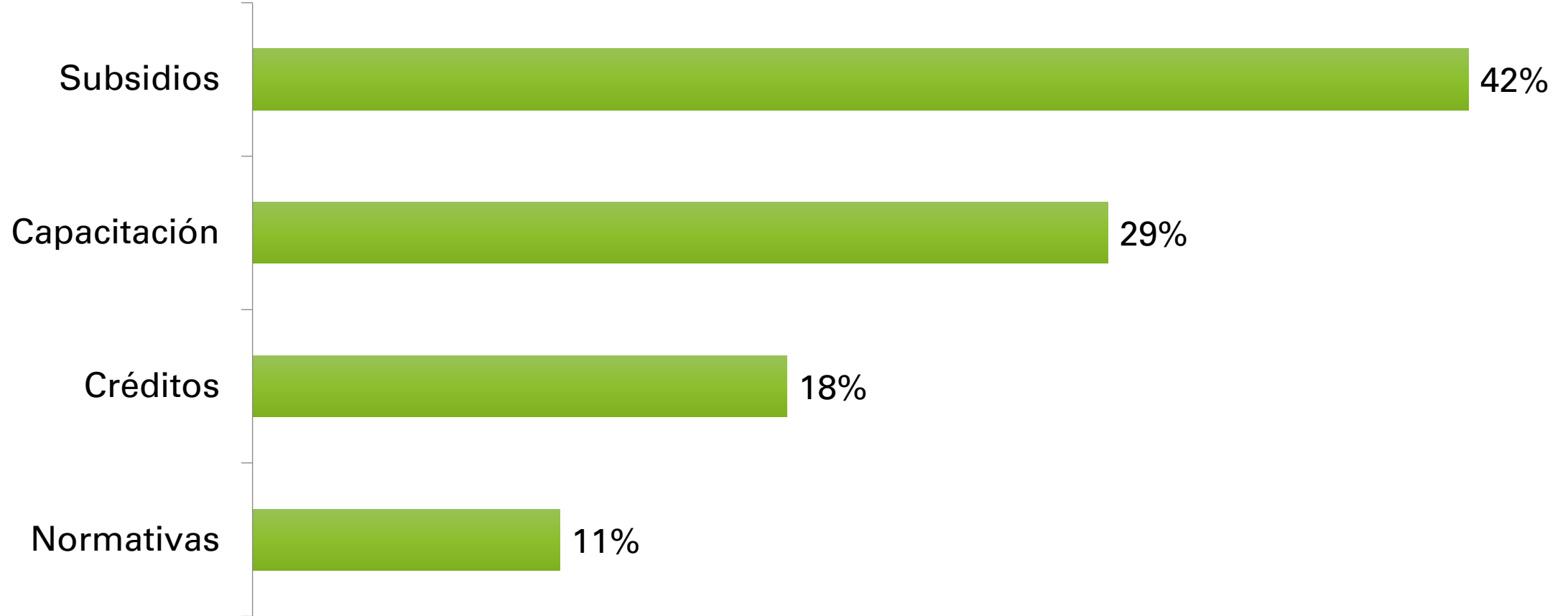
*Se requirió a los participantes escoger hasta un máximo de 3 alternativas. Total de selecciones realizadas:

En caso de que se genere un protocolo sanitario específico de turismo indígena ¿A quién debiera ir dirigido en forma prioritaria?



En caso de que para el periodo post-pandemia se generaran instrumentos públicos de fomento al turismo indígena ¿cuáles considera usted como los dos más relevantes? (*)

(porcentaje sobre el total de selecciones realizadas)



*Se requirió a los participantes escoger las dos que consideraran más relevantes. Total de selecciones realizadas:218

En su opinión ¿Cuáles debieran ser los dos requisitos más relevantes para optar a instrumentos de financiamiento público para el fomento de los emprendimientos de turismo indígena?(*)

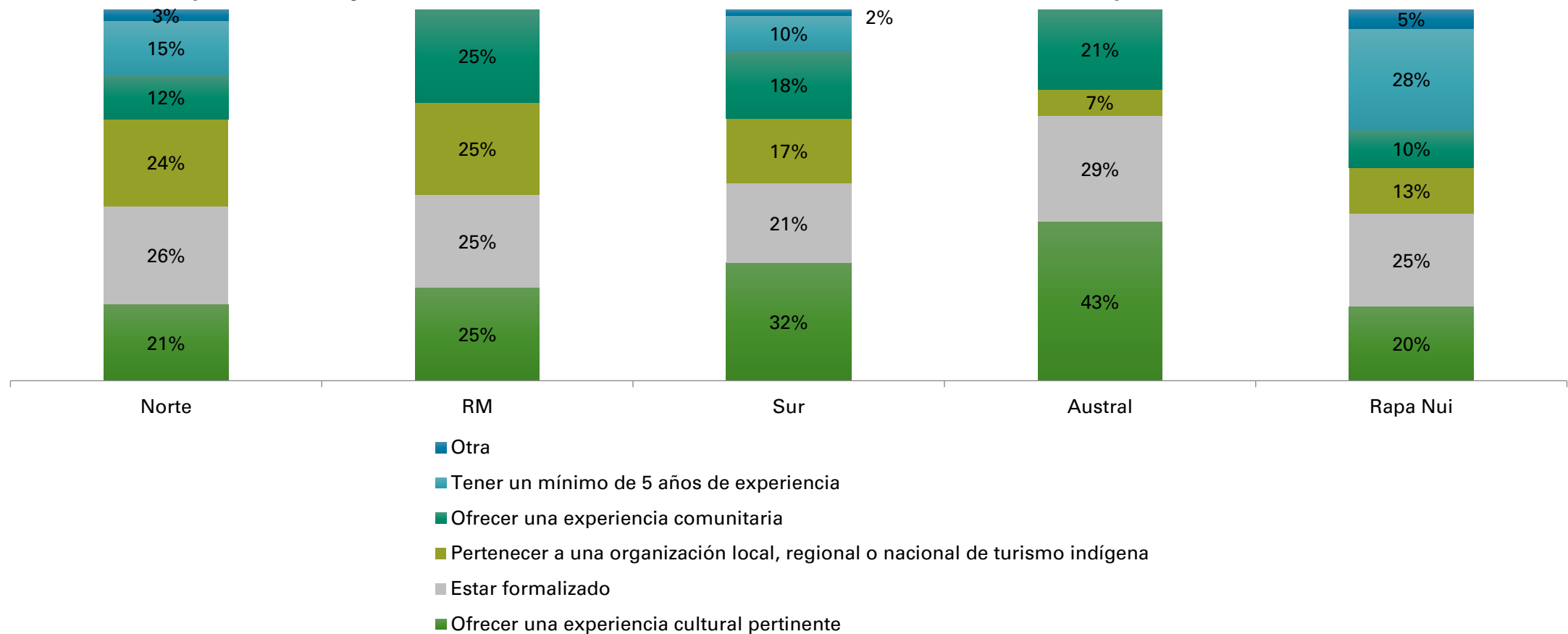
(porcentaje sobre el total de selecciones realizadas)



*Se requirió a los participantes escoger las dos que consideraran más relevantes. Total de selecciones realizadas:218

En su opinión ¿Cuáles debieran ser los dos requisitos más relevantes para optar a instrumentos de financiamiento público para el fomento de los emprendimientos de turismo indígena?(*)

(porcentaje sobre el total de selecciones realizadas por macrozona)



“En Rapa Nui, nuestros ingresos en turismo han disminuido en un 100%, pero en estos meses, hemos logrado mantener una actividad económica interna básica, activa y sustentable, digna de reconocer y replicar”.

“En mi territorio, se están retomando los cultivos que estaban abandonados. Se ha hecho conciencia de cuán valioso es nuestro patrimonio, sobre todo en la parte alimentaria”.

Propuestas territoriales y desafíos para la reactivación

Necesidades y urgencias de apoyo público

- Necesidad de contar con apoyo público para fortalecer el desarrollo del turismo indígena, rubro que representa el sustento económico directo e indirecto de miles de familias chilenas.
- Es necesario contar con más apoyo del Estado, evitando la burocracia, para enfrentar la contingencia sanitaria y superar brechas sectoriales históricas.

El desamparo de los emprendedores turísticos indígenas

- Existe una sensación generalizada de estar muy olvidados en cuanto a beneficios estatales.
- Demanda de apoyo concreto para pequeños negocios, emprendedores y familias que dependen de la actividad turística.
- Los emprendimientos indígenas no formalizados no han tenido acceso a ningún tipo de ayuda estatal (ya sean proyectos, fondos públicos, subsidios, etc.).

Iniciativas de apoyo para turismo indígena

- Falta de instrumentos de apoyo que apunten al fortalecimiento de las actividades económicas comunitarias.
- Emprendimientos con identidad indígena debieran contar con financiamiento e instrumentos de fomento exclusivos.
- Demanda de políticas públicas sectoriales serias y a largo plazo, bajo una mirada plurinacional, siguiendo el ejemplo de países hermanos latinoamericanos.
- Proyectos de reactivación para el turismo para los indígenas en donde los requisitos no sean tan complejos.
- Diseñar campaña especial de marketing y promoción de servicios de turismo indígena.

Oportunidades para superar brechas sectoriales

- Se han evidenciado las enormes brechas de conectividad que afectan a los territorios indígenas.
- Oportunidad para invertir en capacitación, uso de nuevas tecnologías aplicadas al sector turismo, infraestructura y equipamiento turístico.
- Demanda de financiamiento y apoyo para la formalización de emprendimientos indígenas, sobre todo en contexto rural para la regularización de carpeta sanitaria, situación tributaria, etc.
- Solicitud de exenciones tributarias y/o baja de impuestos al turismo realizado por los pueblos indígenas.
- Solicitud de condiciones especiales de pago de créditos para enfrentar la pandemia.
- Contexto de crisis revela necesidad de fortalecer las asociaciones gremiales del turismo indígena, “para apoyarnos entre todos y alzar la voz juntos, porque nuestros emprendimientos tienen un sello muy relevante”.

Mecanismos de gobernanza de bienes y espacios comunes

- Los pueblos originarios del mundo promueven principios de respeto mutuo y vida en armonía con la naturaleza, son quienes luchan por mantener los equilibrios entre la economía, el medio ambiente y la cultura.
- La práctica del turismo en los territorios indígenas trae asociada la misión de resguardar el conocimiento local con pertinencia cultural, para proyectarlo a las nuevas generaciones.
- Es importante considerar, en términos de gestión pública, que los territorios indígenas son territorios especiales, cuyo objetivo es atraer clientes responsables, respetuosos del entorno, dispuestos a pagar por los servicios locales.
- Para el caso del Parque Nacional Rapa Nui, se exigen medidas de mayor control territorial:
 - Turistas no deben circular sin guía por el museo al aire libre.
 - Sancionar a las empresas que no se hagan responsables de sus visitas.

Protocolos sanitarios indígenas

- Oportunidad de crear conciencia ambiental y sanitaria para proteger a las comunidades residentes.
- Debe existir protagonismo de los empresarios indígenas en la toma de decisiones sobre los protocolos sanitarios con pertinencia cultural.
- Protocolos sanitarios en territorios indígenas deben involucrar a toda la cadena productiva del turismo: trabajadores, proveedores y visitantes.



Resumen resultados

Respecto a un año sin pandemia se obtuvieron los siguientes datos relevantes:

- En un año sin pandemia la mayoría de los emprendimientos (70.6%) funciona todo el año y sólo el 29.4% estacionalmente, siendo los meses de mayor operación: Enero 28.4% y Febrero 42.25% respectivamente.
- El 78.9% de los emprendimientos cuenta con personas que trabajan de forma permanente, teniendo el 31.2% de estos emprendimientos más de un 50% de trabajadores pertenecientes a la familia del propietario, y el 68.8% cuenta con entre 1 y 5 trabajadores contratados de forma estacional.
- En relación a la actividad turística en temporada alta (Diciembre a Febrero), el 36% de los emprendimientos corresponden a Alojamiento turístico, seguido en un 15% por Turoperador, y con la misma cifra los restaurantes o similares, y con un 14% guías de turismo. Estas actividades muestran una variación en cuanto a porcentaje en temporada baja (Marzo a Noviembre), concentrándose un 33% de los emprendimientos en actividad de alojamiento, 16% en restaurantes, 12% guías de turismo y 9% turoperador.

Respecto a un año sin pandemia se obtuvieron los siguientes datos relevantes:

- El 74% de los encuestados reconoce que el turismo es su actividad principal y solo un 26% lo realiza de manera complementaria. De este porcentaje las principales actividades anexas a turismo son: cuidado, crianza y explotación de animales (ganado vacuno porcino, pollos, gallinas, etc); cultivo de frutas y verduras y/o actividades forestales y empleo en otras áreas; y en menor porcentaje recolección de frutos silvestres; elaboración de productos de origen animal y vegetal; pesca y otras actividades no agropecuarias.
- Respecto a beneficios estatales, un 60,6% de los negocios dicen haber recibido algún tipo de apoyo entre el 2018 y 2019.
- El 88% de los emprendimientos cuenta con inicio de actividades en el SII.
- En lo que concierne al volumen de venta de la empresa o emprendimiento, la mayoría de los emprendimientos (54.1%) tienen ventas inferiores a los 2.000.000 y hasta los \$4.300.000, lo cual puede ser considerado como ventas bajas, seguidos por un 38.5% con ventas de entre \$4.300.001 y \$34.000.000, y sólo un 7.3% con ventas mayores a los \$34 millones de pesos.
- En relación a los ingresos percibidos provenientes del negocio turístico, un 55% genera ingresos menores a los \$500.000 y solo un 21.1% genera ingresos superiores a \$1.500.000.

Respecto a un año con pandemia (entre marzo y julio 2020) se obtuvieron los siguientes resultados:

- El 85,3% de los negocios no siguió operando luego del inicio de la pandemia, definiéndose el mes de marzo como fecha límite de operación (97.8%).
- De los emprendimientos que continuaron operando, un 42.9% lo hizo a través de venta on-line y un 28.6% a través de atención remota de clientes. Un 75% de ellos tuvo que reducir las horas de operación en la mitad (42%) o más de la mitad (33%).
- Respecto al empleo, el 57 % de los encuestados ha tenido que despedir a trabajadores permanentes, de estos el 80.6% ha tenido que despedir a más de la mitad.
- El 93.6 % de los encuestados considera que sus ventas de julio han disminuido respecto al mismo período del 2019, y un 75% estima que ha tenido una pérdida de entre un 75% a un 100%.
- El 86% de los participantes reconoce que ha debido realizar actividades fuera de su ocupación principal para suplir ingresos que originalmente recibía de su negocio en el turismo. De este porcentaje, el 37% de los encuestados reconoce que ha realizado actividades fuera del área del turismo u agropecuaria, y un 42% se ha concentrado en actividades agropecuarias como cultivo de frutas y verduras y/o actividades forestales (15%), cuidado crianza y explotación de animales (15%), y recolección de frutos silvestres (12%).

Respecto a un año con pandemia (entre marzo y julio 2020) se obtuvieron los siguientes resultados:

- El 82% de los participantes dice no haber recibido apoyo público vinculado a los impactos de la pandemia por COVID-19 en el turismo. El 28% restante ha recibido mayoritariamente apoyo estatal a través de municipalidades (23%) y otras agencias (21%), seguido por Conadi (20%), y en un menor porcentaje Sercotec(13%), Corfo (13%), e Indap (10%). Concentrándose la ayuda en subsidios, información y difusión de protocolos COVID 19, y capacitación.
- El 97% de los participantes dice no haber recibido apoyo privado vinculado a los impactos del turismo (por ejemplo, organizaciones indígenas, empresas, otros).
- El 78 % de los emprendimientos encuestados está trabajando en la aplicación de protocolos de higiene y seguridad sugeridos por la Subsecretaría de Turismo y SERNATUR. De estos, un 25 % cuenta con un protocolo a ser entregado a los turistas, un 25% está en conversaciones con socios comerciales para indicarles los protocolos establecidos, un 23% dice que el personal está entrenado para la aplicación de protocolos de higiene y seguridad, y un 22% que las instalaciones están preparadas para recibir turistas bajo los nuevos parámetros.

Respecto al **periodo pos pandemia** se obtuvieron los siguientes resultados:

- De levantarse las prohibiciones de viaje a nivel regional y/o nacional, un 61.5 % estaría en condiciones de reiniciar sus operaciones entre Octubre y Diciembre 2020, y un 15.6% se muestra indeciso para la temporada 2020 - 2021.
- Un 49% de los encuestados hace mención que la comunidad en la cual se inserta el emprendimiento tiene una postura incierta frente al inicio de operaciones.
- Ante la consulta sobre cuál es el principal desafío para operar durante la temporada 2020 - 2021, 34% hace mención a operar de manera segura para comunidades y un 33% operar de manera segura para clientes, seguido por un 16% que se refiere a fortalecer la economía local comunitaria.
- El 28% de los encuestados dice que la entrega de insumos para aplicación de protocolos de higiene y seguridad es una de las medidas de apoyo estatales (públicas) más necesarias en el corto plazo, seguido por subsidios (22%), adecuación de préstamos a la realidad de los emprendimientos indígenas (18%), y flexibilidad en los requisitos para formalización del emprendimiento (14%).
- Respecto a las medidas de apoyo del Estado más relevantes para que los negocios abran en la temporada 2020 - 2021, un 32% responde que el apoyo en herramientas e insumos para el cumplimiento de protocolos y un 31% que soporte financiero.

Respecto al **periodo pos pandemia** se obtuvieron los siguientes resultados:

- Respecto a los cambios que se implementarían en los emprendimientos durante el periodo post-pandemia, el 22% se refiere a mejoras de higiene, un 21% a adecuación de servicios, un 14% a pago electrónico, un 14% a diseño de experiencia turística, y solo un 8% a adecuación de tarifas.
- Respecto a la generación de un protocolo sanitario específico de turismo indígena, un 43% cree que debe ir dirigido de forma prioritaria a toda la comunidad, misma cifra (43%) para los visitantes.
- Ante el supuesto de que en periodo post-pandemia se generen instrumentos públicos de fomento al turismo indígena, los encuestados consideran como alternativas más relevantes los subsidios (42%), y la capacitación (29%).
- Se reconoce que los dos requisitos más relevantes para optar a instrumentos de financiamiento público para el fomento de los emprendimientos de turismo indígena son: ofrecer una experiencia cultural pertinente (28,4%) y a estar formalizado (23,4%).

COMO CITAR:

CIIR & WINTA (2020). *Reporte de resultados encuesta de turismo indígena en tiempos de pandemia*. Chile, Octubre 2020. Disponible en: