



UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE ARQUITECTURA
CARRERA DE GESTIÓN EN TURISMO Y CULTURA

**APLICACIÓN DEL TURISMO DE INTERESES ESPECIALES COMO INCENTIVO EN
EMPRESAS PÚBLICAS Y PRIVADAS.**

ALUMNA:

CAMILA MONSERRAT VARAS CORTÉS

PROFESOR GUÍA:

MARIA SOLEDAD OSTRIA PALMA

PARA OPTAR AL TÍTULO DE ADMINISTRADOR EN TURISMO Y CULTURA

2009

A mis Padres, Jaime Varas y Angela Cortés, por su amor y apoyo incondicional en toda mi vida, en especial por estos años lejos de ellos. A mi prima Carmen Bravo, que me brindo su ayuda en todo el proceso de titulación. A mis amigas que fueron mi familia y entregaron todo su cariño en estos 4 años.

En especial a los profesores de la Carrera que tuvieron la confianza en mis habilidades y me dieron la seguridad para enfrentar las dificultades en la vida y las próximas que serán en el ámbito laboral.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a mi familia por el apoyo que me otorgaron durante todos los años de estudio en Valparaíso, en especial a mi Padre por brindar sustento teórico en el Proyecto de Título y a mi Madre por su apoyo emocional durante este difícil proceso.

A la carrera de Gestión en Turismo y Cultura por entregar las herramientas y competencias que son necesarias para incursionar en el cambiante mundo laboral y social.

En especial a mi profesora guía Maria Soledad Ostria, por su cariño y paciencia en todo el proceso, entregando todos sus conocimientos y confianza en mí.

Se agradece cordialmente a los trabajadores de Corpesca S.A., por permitir el acceso a su trabajo, facilitando información muy importante para la fundamentación de la problemática que se detectó, en relación a la calidad de vida laboral.

RESUMEN

En Chile La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no solo obedece al impacto del conocimiento de buenas prácticas a nivel mundial y la necesidad de estar al día en los contenidos del liderazgo empresarial actual, sino también es el resultado de dinámicas locales, esto se refiere a que las empresas participen en proyectos, en los que destaca la demanda social que impliquen contribuir a la erradicación de la pobreza y cooperación social en donde las empresas se relacionan.

El Gobierno ha avanzado en este enfoque por un tema de credibilidad pública y participación en el desarrollo integral de la sociedad, definiendo de esta manera el nuevo perfil de una empresa.

Teniendo en desarrollo el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), principalmente lo que corresponde al compromiso con la comunidad, mejora en la imagen país y en el cuidado del medio ambiente, pero en el pilar fundamental que es la calidad de vida laboral, se hace urgente políticas orientadas a los Recursos Humanos (RRHH) de una empresa o mejor dicho al capital humano.

Basándose en el pilar de calidad de vida laboral, los empresarios están percibiendo las problemáticas que surgen en el contexto laboral de sus empresas, los cuales podrían generar un clima laboral ineficiente, haciéndose urgente generar cambios necesarios que permitan un ambiente laboral acorde con los resultados que requiere para su empresa.

Es por esto que el proyecto tiene como finalidad, crear un programa de turismo de intereses especiales, para ofrecerlo a las empresas públicas y privadas con el objetivo de ser utilizado en las políticas de calidad de vida laboral del trabajador, contribuyendo de esta manera a progresos en la salud mental y las buenas relaciones laborales.

El proyecto consiste en la creación y ofrecimiento de rutas turísticas de La Región de Tarapacá a las empresas, con las que se pretende crear conciencia ambiental, turística y patrimonial en los trabajadores, y de esta manera permitirles desarrollar habilidades distintas a las habitualmente realizadas en su lugar de trabajo.

Responsabilidad Social Empresarial, calidad de vida laboral, turismo de intereses especiales

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (RSE) in Chile not only obey to the impact of good practices knowledge in world standard and the necessity to be up to date in business leadership, but also is the result of local dynamics, this refers.. that companies participated in projects, that emphasized the social demand, that involve Contributing to the eradication of poverty and social collaboration with Intercompanies.

The government has advanced in this focus, because of a matter of public credibility and participation on integral development of the society, defining in this way, the company new profile.

Being the focus of Corporate Social Responsibility (RSE) in development, in special that is concerned to commitment with the community, image improvement of country and environment care, but the mainstay is the quality of life at work activities, it demands policies aimed to the company human resources or said better to the human capital.

Businessmen, based on the mainstay quality of life at work, are seeing the problems that come up in work environment of their companies which can generate an inefficient work environment

This is why the project aims to create a program of special interest tourism, to provide public and private companies in order to be used in policy quality of life of the worker, thus contributing to progress on mental health and good working relationships.

The project involves the creation and provision of tourist routes in the Region of Tarapacá to businesses, aiming to create environmental awareness, tourism and heritage workers, and thus enable them to develop different skills to the workplace.

Corporate Social Responsibility, quality of working life, special interest tourism

Tabla de Contenidos

RESUMEN	iii
ABSTRACT	iv
I INTRODUCCION.....	1
1.1 Fundamentación del Proyecto.....	2
1.1.1 Análisis Matriz de marco lógico	2
a) Análisis Stakeholders (involucrados)	3
b) Análisis de los problemas	7
c) Análisis de objetivos.....	8
d) Justificación del proyecto	9
e) Análisis de alternativas	10
f) Matriz de Marco Lógico.....	11
1.2 Fundamentación del proyecto.....	13
1.3 Objetivos del Proyecto	14
1.4 Metas o Resultados	14
II MARCO TEORICO	15
2.1 Responsabilidad Social Empresarial	15
2.1.1 Enfoque y desarrollo de RSE en Chile	15
a) Qué es la Responsabilidad Social.....	15
b) Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Responsabilidad Social Corporativa (RSC).....	17
c) Principios de la Responsabilidad Social	18
d) Qué son los stakeholders	19
e) Temas fundamentales de la RS	21
f) Ventaja Competitiva de la Responsabilidad Social.....	23
2.1.2 Pilares RSE.....	25
2.1.3 Casos de empresas que aplican las políticas RSE.....	28
2.1.4 Psicología de las organizaciones.....	31
a) Teorías clásicas ó racionalistas (Taylor).....	31
b) Teorías de las relaciones humanas (Mayo y Lewin)	32
c) Desarrollo del Modelo de Intercambio o Modelo Transaccional de Liderazgo	32
d) Liderazgo Transformacional.....	32
f) Cultura organizacional	33
g) Clima organizacional.....	34
2.1.5 El rol del departamento de RRHH en la empresa	36
a) Desarrollo de capital humano.....	36
b) Recursos Humanos	36
2.1.6 Salud mental del trabajador	37
a) Definición de un adecuado clima laboral.....	38
b) Los Problemas de Adaptación y el Estrés.....	38
c) Mobbing.....	39
d) Salud mental y trabajo, un problema en alza	39
e) Enfermedad profesional.....	40
d) Una patología mundial.....	40
e) El trabajo promueve la salud de las personas	41
2.2 Turismo de Intereses Especiales	42
2.2.1 Antecedentes económicos del turismo de intereses especiales en Iquique.....	42
a) Definición Turismo de Intereses Especiales o alternativo	42
b) Nuevo Turismo.....	43
c) Cluster Turismo de Intereses especiales en Pozo Almonte	43
d) Lanzamiento Cluster Turismo de Intereses Especiales.....	44
2.2.2 Pisos ecológicos, flora y fauna	45
a) División administrativa.....	45
b) Relieve.....	47
c) Clima	48
d) Hidrografía.....	49
e) Biogeografía.....	49
f) Áreas Silvestres Protegidas	50
2.2.3 Consumo turístico en la Región.....	52
a) Agencia regional de desarrollo productivo	52

b) Establecimientos de alojamiento turístico	53
2.2.4 Antecedentes del turismo, evolución, panorámica actual.....	56
a) Demanda turística.....	57
b) Características de la demanda turística.....	57
c) Factores que obstaculizan el desarrollo de la demanda interna.....	57
d) Efectos económicos que genera el turismo.....	59
e) Principales tendencias turísticas.....	60
f) Nueva propuesta de circuitos en la Región de Tarapacá.....	62
2.3 Aspectos Legales.....	63
2.3.1 Código del Trabajo	63
2.3.2 Ley 16.744 de prevención de accidentes laborales y enfermedades profesionales ...	64
2.3.3 ISO 26.000.....	65
a) Qué es la ISO 26000	65
b) Propósito de la Norma ISO 26000 - RS.....	65
c) Elementos de la Norma ISO 26000 – RS.....	66
d) Contenido y diseño de la Norma ISO 26000 – RS	67
2.4 Metodología.....	68
2.4.1 Análisis de la Oferta.....	68
2.4.2 5 Fuerzas de Porter.....	76
2.4.3 Mercado Objetivo	81
2.4.4 Aplicación de entrevistas en Empresa Corpesca S.A.	87
a) Empresa CORPESCA S.A. Iquique	87
b) Responsabilidad social de la empresa Corpesca	88
c) Información obtenida por medio de entrevistas realizadas en la empresa Corpesca S.A.	89
2.4.4 Resultados (análisis) de entrevistas.....	92
a) Respuesta de los trabajadores y sindicato de la empresa Corpesca S.A.	92
b) Respuestas de directora del departamento de RRHH. De empresa Corpesca S.A.	94
c) de representante de Gerencia de empresa Corpesca S.A.....	95
d) Conclusiones de análisis	96
2.4.5 Marketing Mix	98
III. DESARROLLO DE PROPUESTA	103
3.1 Descripción de Rutas.....	103
IV. ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	122
4.1 Detalle Costos de Rutas.....	122
4.2 Cálculo de Punto de Equilibrio (P.E.)	126
4.3 Conclusiones.....	126
V. CONCLUSIONES	129
VI PROPOSICIÓN DE FUTURAS INVESTIGACIONES O PROYECTOS.....	130
VII BIBLIOGRAFÍA.....	131
VIII. ANEXOS	132

I INTRODUCCION

La I región Tarapacá cuenta con grandes atractivos culturales, históricos y naturales, lo que ha permitido crear un ambiente rico en actividades turísticas enfocadas al rescate de la identidad local. Cada año la cantidad de turistas aumenta lo que la convierte en una región con un gran potencial turístico, a nivel nacional e internacional.

En este escenario, es importante que el desarrollo de la ciudad vaya acompañado de la innovación en proyectos, que la destaquen en su patrimonio, ya sea material como intangible, valorando esta área para el rescate de su patrimonio en el tiempo. Estos proyectos conducidos por la creatividad y el emprendimiento, son parte de los cambios en el mercado, que deben lograr un posicionamiento en la oferta turística.

El enfoque de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es una herramienta que están implementando las empresas con el fin de mejorar su imagen y contribuir al desarrollo socio-económico de la localidad en que están interviniendo.

En uno de sus pilares se destaca la calidad de vida laboral, en la cual se fundamenta este proyecto, puesto que un ambiente grato, contribuye a mejorar las relaciones laborales y el aumento de productividad de la empresa.

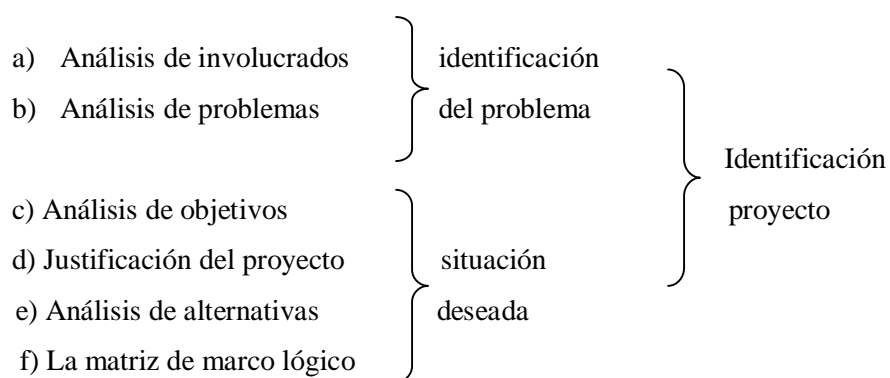
El modo en que se relaciona el enfoque RSE (calidad de vida laboral), con el proyecto, es por medio del turismo de intereses especiales como incentivo para los trabajadores de las empresas públicas y privadas. Debido a que esta forma de turismo permite interactuar con la naturaleza y con el patrimonio material e inmaterial local. Por tal razón se opta por esta iniciativa innovadora, que pueda ser implementada en las políticas del departamento de los recursos humanos, generando actividades recreativas que contribuyan al desarrollo personal de los trabajadores, esto traerá como consecuencia mejoras en la salud mental de los trabajadores y ayudará a fortalecer la identidad de la empresa.

En el presente informe se dará a conocer un proyecto innovador en el que se conjugan nuevas políticas empresariales con el fin de mejorar el clima laboral de la organización, generando un servicio positivo y de calidad para las empresas públicas y privadas.

1.1 Fundamentación del Proyecto

1.1.1 Análisis Matriz de marco lógico

Pasos metodológicos



Stakeholders del proyecto (involucrados)

- Percepción causas y efectos del problema.
- Nivel de apoyo y/o rechazo.
- Nivel de poder y/o influencia.

Tabla N°: 1.1: Análisis de Stakeholders.

	Stakeholders
¿Quién es el usuario final?	- Trabajador (cliente final)
¿Quién aprueba el proyecto?	- Gerencia de la empresa - Sindicato de la empresa
¿Qué área se ve afectada?	- Departamento de RRHH - área de bienestar - Trabajadores de todos los departamentos (finanzas, operaciones, comercial, marketing)
¿Quién desarrolla el proyecto?	Equipo de Proyecto (gestores).
¿Qué organizaciones puede	- Gobierno de Chile

influir?	- Entidades gubernamentales o privadas - Familia del trabajador
¿Quién paga?	- Dueño de la empresa o gerencia - Sindicatos de las empresas - Cajas de compensación

a) Análisis Stakeholders (involucrados)

- **Dueño de la empresa**

- **Percepción causas y/o efectos del problema:** Para procurar la continuidad de la empresa y, si es posible, lograr un crecimiento razonable, el nuevo modelo, exige a los empresarios que apliquen el concepto RSE (conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores) en sus políticas de acción. En este caso la gerencia debería tener responsabilidades éticas con sus trabajadores, el medio ambiente, con sus stakeholders y la comunidad. Basándose en el pilar de calidad de vida laboral, el empresario se percataría de las problemáticas que hay en la empresa, que podría generar un clima laboral ineficiente o inadecuado, por lo que intervendría para realizar los cambios necesarios que permitan un ambiente laboral acorde con los resultados que requiere para su empresa.

- **Nivel de apoyo y/o rechazo:** Si el dueño o la gerencia de la empresa, tiene dentro de los estatutos o en la políticas considerado el concepto RSE y una política fuerte hacia los RRHH, debería aceptar este proyecto y verlo como una opción válida que, junto con otras intervenciones, mejoraría el ambiente laboral y por consecuencia aumentará la productividad de la empresa.

En caso de rechazo, el empresario estaría desaprovechando una oportunidad novedosa de incentivar y motivar a sus trabajadores y por ende desconocer una problemática generalizada en las empresas actuales.

- **Nivel de poder y/o influencia:** Si el dueño de la empresa pretende mantenerse en el mercado y aumentar sustancialmente la productividad, debe implementar en sus políticas el concepto Responsabilidad Social Empresarial (en especial una fuerte políticas hacia los RRHH), por esta razón si pretende influir positivamente en el desarrollo personal e intelectual del trabajador,

tiene el poder y los mandatos legales para proponerle al directorio , cambios sustanciales , el código del trabajo, en el título VI, artículo 179 , se refiere a que “la empresa es responsable de las actividades relacionadas con la capacitación ocupacional de sus trabajadores, entendiéndose como tal el proceso destinado a promover, facilitar, fomentar y desarrollar las aptitudes , habilidades o grados de conocimiento de los trabajadores con el fin de permitirles mejores oportunidades y condiciones de vida y de trabajo”.

- **Sindicatos de la empresa**

- **Percepción causas y/o efectos del problema:** El problema principal que perciben los sindicatos es la inseguridad laboral por el tema contractual lo que repercute en su salud mental, transformándose en inestabilidad y estrés laboral y en consecuencia trabaja en condiciones inadecuadas (trabajar por menos dinero u horas fuera de la jornada de trabajo y en condiciones poco favorables para su salud mental). Se puede tomar en consideración que los sindicatos pueden estudiar el concepto RSE, para incluirlo en sus estatutos, ya que es una herramienta valida y sustentable para exigir al empresario mejoras laborales.

- **Nivel de apoyo y/o rechazo:** Al ser una de las funciones del sindicato, entregar beneficios directamente a sus asociados, velar por su seguridad y preocuparse por entregar las herramientas necesarias para su bienestar, se hace factible que el proyecto pueda ser aceptado y apoyado por los sindicatos de las empresas, ya que los beneficios que entregaría el proyecto estarían relacionados con los principios de sus estatutos. Además si la empresa aplica el enfoque RSE, tienen mayor fundamento para exigir la integración de nuevos proyectos que apoyen el desarrollo de su calidad de vida laboral.

En caso de rechazo, las razones se deberían a los costos del proyecto, ya que no todos cuentan con una estructura financiera apropiada para implementar este tipo de beneficio a sus asociados. Otro elemento que podría ser factor de rechazo, son las prioridades que tengan los sindicatos, ya que no todos priorizan por la salud mental y/o la recreación cultural de sus asociados.

- **Nivel de poder y/o influencia:** Los estatutos de sindicatos de una empresa, tienen el poder necesario para exigir a la gerencia o dueños, mejoras en las condiciones laborales, por ejemplo en el Título I, artículo 2, se afirma lo siguiente: “Prestar ayuda a sus asociados y promover la cooperación mutua entre los mismos, estimular su convivencia humana e integral y proporcionarles recreación”, “Canalizar inquietudes y necesidades de integración respecto de la empresa y de su trabajo”, “Constituir, concurrir a la constitución o asociarse a mutualidades, fondo u otros servicios y participar en ellos. Estos servicios pueden consistir en asesorías técnicas, jurídicas, educacionales, culturales, de promoción socioeconómica y otras”

Otro nivel de poder con que cuentan los trabajadores es la Ley 16.744, Seguro social contra riesgo de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, Artículo VIII, Disposiciones

finales, en donde se señala: “Realizar actividades permanentes y efectivas de previsión de accidentes y enfermedades profesionales”.

- **Gobierno de Chile**

- **Percepción causas y/o efectos del problema:** En Chile la RSE no solo obedece al impacto del conocimiento de buenas prácticas a nivel mundial y la necesidad de estar al día en los contenidos del liderazgo empresarial actual, sino también es el resultado de dinámicas locales, esto se refiere a que las empresas participen en proyectos, en los que destaca la demanda social, con el fin de contribuir a la erradicación de la pobreza y cooperación social en donde las empresas se relacionan.

El Gobierno ha avanzado en este enfoque por un tema de credibilidad pública y participación en el desarrollo integral de la sociedad, definiendo de esta manera el nuevo perfil de una empresa.

El Gobierno ya tiene en desarrollo el enfoque RSE, principalmente lo que corresponde al compromiso con la comunidad, mejora en la imagen país y en el cuidado del medio ambiente pero en el pilar fundamental que es la calidad de vida laboral se pueden recopilar datos que fundamentan una urgente política orientada a los RRHH de una empresa o mejor dicho al capital humano, que es fundamental para el desarrollo integral del país.

De acuerdo a los análisis hechos en la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), las consultas por afecciones mentales recibidas en el Hospital del Trabajador Santiago (HTS) se han incrementado durante los últimos años. En consecuencia el Gobierno se ha percatado de que sus trabajadores han comenzado a manifestar ciertas patologías con carácter de estrés y que sus leyes no se han incorporado u adecuado a las políticas de las empresas públicas o privadas.

- **Nivel de apoyo y/o rechazo:** De acuerdo a los nuevos ejes de desarrollo económico que el Estado plantea, existe el apoyo a estas nuevas iniciativas para el desarrollo humano de los trabajadores. Existen instituciones que entregan beneficios directos a los trabajadores por medio de la Mutual, INP, SENCE y otras entidades públicas, por esta razón el proyecto que se pretende ejecutar está en función de de las políticas de Estado y en especial al enfoque RSE que esta aplicándose de manera considerable en las empresas públicas y privadas.

No hay muchas posibilidades de rechazo a esta propuesta (programa de turismo de intereses especiales para la recreación y desarrollo humano del trabajador y su familia), ya que el Gobierno esta orientado sus políticas empresariales a la aplicación del enfoque RSE, en especial al tema de la calidad de vida laboral.

- **Nivel de poder y/o influencia:** El Gobierno cuenta con distintas herramientas legales, para hacer valer la incorporación del concepto RSE, aseverándose en la calidad de vida laboral y la salud mental del trabajador en las políticas de las empresas públicas y privadas. Esto se reafirma en la Ley N° 16.744 , que estableció en el país el seguro social obligatorio contra riesgo de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, realizando cambios que apuntan a actualizar

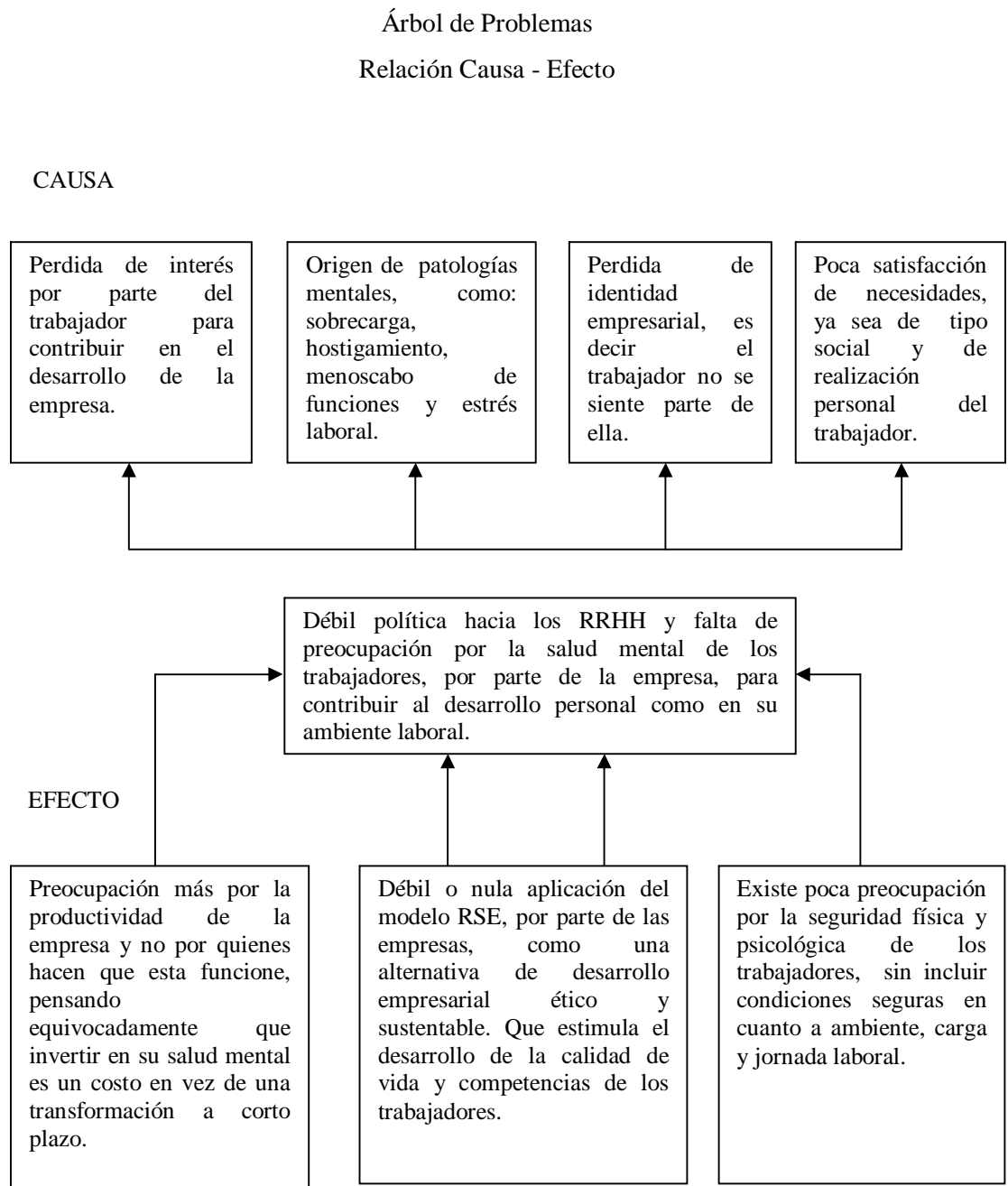
términos y a reconocer determinadas manifestaciones clínicas de patologías que ya están incorporadas en el listado de enfermedades profesionales, además en el D.S.N° 109 de la Ley N° 16.744 , se menciona las enfermedades de ámbito salud mental, neurosis profesional, entendida como “ enfermedad que expongan en riesgo de tensión psíquica y se compruebe relación causa-efecto”.

Otro instrumento legal que esta en proceso de aprobación es la ISO 26000 – RS (Responsabilidad Social), la cual será una guía que emitirá lineamientos en materia de Responsabilidad Social establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización, la cual permite facilitar el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora de la estructura o marcos de RS en organizaciones que contribuyan al desarrollo sustentable y a contribuir a incrementar la confianza y satisfacción en las organizaciones entre los stakeholders.

b) Análisis de los problemas

- Árbol de problemas, relación causa - efecto.

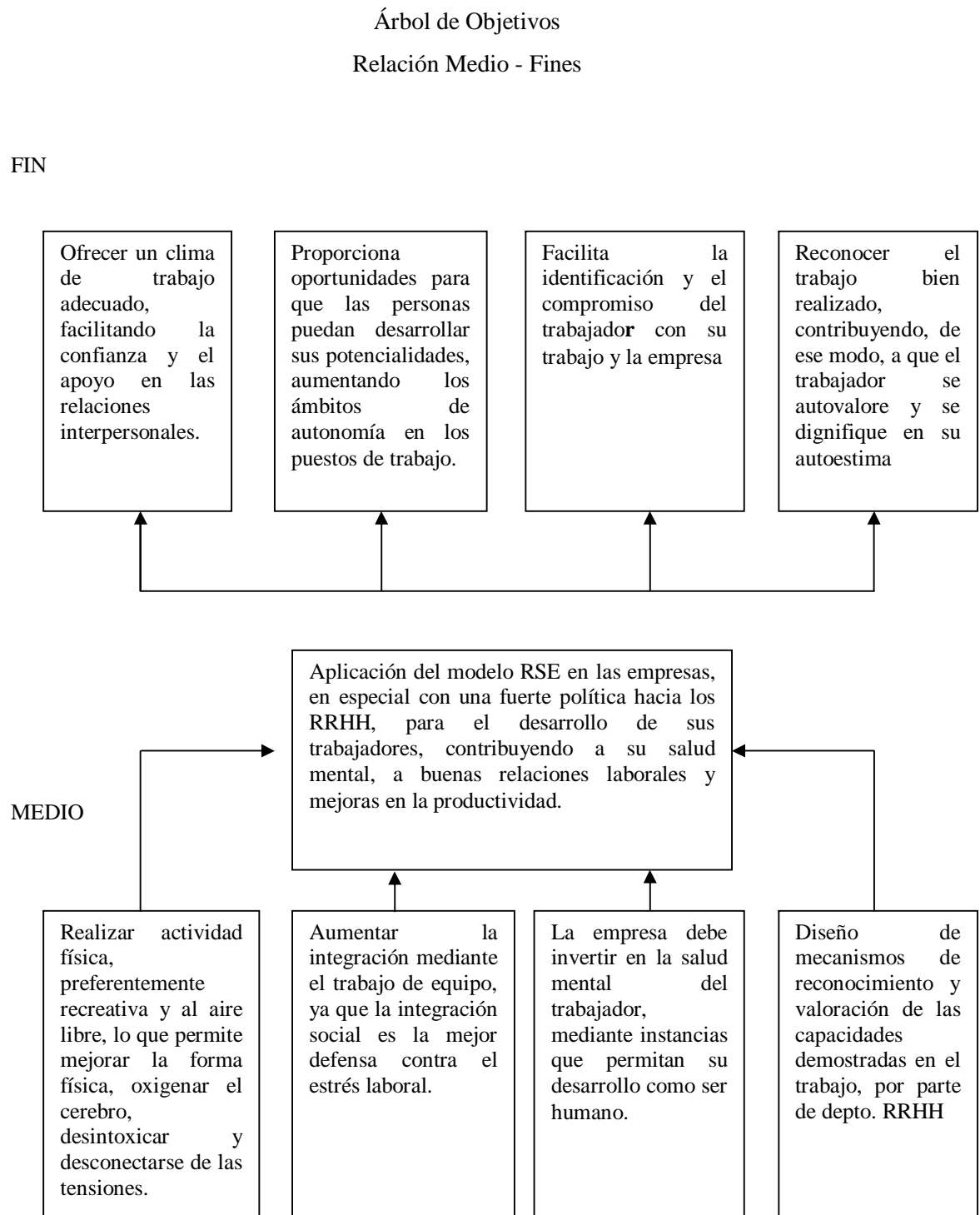
Figura N° 1.1: Árbol de Problemas



c) Análisis de objetivos

- Árbol de objetivos, relación medios – fines.

Figura N° 1.2: Árbol de Objetivos



d) Justificación del proyecto

- **Situación sin proyecto**

De acuerdo a análisis hechos en la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), las consultas por afecciones mentales recibidas en el Hospital del Trabajador Santiago (HTS) se han incrementado durante los últimos años. Sin embargo, del total de consultas, sólo un tercio, es decir, el 30% de las que son catalogadas legalmente como “neurosis ocupacionales” o “neurosis profesionales incapacitantes” (especificada como: trastorno de adaptación, trastorno de ansiedad, depresión reactiva, trastorno por somatización y por dolor crónico), que tienen su origen directamente en el trabajo.

Al realizar un diagnóstico de la situación actual del trabajador, da como referencia de que el tema es una problemática para la sociedad en general. Según Miriam Wlosko (Docente Universidad Nacional de Lanús, Argentina), “las patologías mentales han aumentado en los últimos cinco años debido a un ritmo de vida competitivo, un medio hostil, proyectos de vida difíciles de concretar y mucha autoexigencia”.

Con todo lo expuesto anteriormente, las empresas nacionales, se han preocupado muy poco por mejorar las condiciones laborales del trabajador, ya que lo ven como un costo y no como una inversión a corto o mediano plazo, refiriéndose a que estas iniciativas son una inversión, porque si el trabajador se siente parte de la empresa y el ambiente laboral es adecuado, la productividad de la empresa será óptima.

Otro problema es que ven a los trabajadores solo como un ente productor y no como un ser humano con necesidades, es por esta razón que es importante preocuparse por la salud mental y bienestar emocional.

El impacto que ha generado la globalización y los cambios en los modos de organización empresarial han provocado la incorporación de RSE. Las empresas han desarrollado desde años prácticas de beneficencia y asistencia social, pero desde los años 90 se produce una modernización de las modalidades del enfoque RSE, dando mayor importancia al comportamiento ético con los stakeholders y al desarrollo del capital humano de las empresas.

- **Situación con proyecto (futura)**

Al realizar el estudio de la situación actual, el proyecto pretende hacer una transformación en las políticas de las empresas públicas y privadas, es decir que el departamento de RRHH implemente en su planes estratégicos de gestión, un plan de acción en base a mejorar el ambiente laboral, basándose en el enfoque RSE, para llevar a cabo un modelo integral de políticas empresariales éticas en función de mantenerse en el tiempo, aumentar su productividad y mejorar su imagen en la sociedad.

Es por esto que el proyecto tiene como finalidad, crear un programa de turismo de intereses especiales, para ofrecerlo a las empresas públicas y privadas con el objetivo de ser utilizado en

las políticas de calidad de vida laboral del trabajador, contribuyendo de esta manera a progresos en la salud mental y las buenas relaciones laborales.

Al desarrollar este proyecto, traerá mejorías como; facilitar el desarrollo del potencial humano y productivo del trabajador, ofrecer un clima de trabajo adecuado, facilitando la confianza, el respeto y el apoyo en las relaciones interpersonales.

Además por medio del programa de turismo de intereses especiales (aplicado en las políticas de calidad de vida laboral, RSE de la empresa), tiene como finalidad generar una conciencia turística, renovar los conocimientos históricos y hacer partícipe en el rescate de la identidad regional, traspasando esta positiva experiencia a su grupo familiar y sintiéndose copartícipe del proyecto que su empresa representa.

e) Análisis de alternativas

- **Desarrollar charlas culturales informativas**

Las empresas públicas o privadas podrían optar por realizar mensualmente charlas informativas en el lugar de trabajo, con el objetivo de renovar los conocimientos históricos – culturales de sus trabajadores y hacerlos partícipe en el rescate de la identidad regional, traspasando todas las experiencias a su grupo familiar.

De esta manera el trabajador se entenderá con sus compañeros de trabajo de modo diferente, ya que al compartir conocimientos e integrarse, se desarrollaran de mejor manera en su lugar de trabajo.

No hay que dejar de lado que las charlas también podrían girar en torno a otras temáticas como por ejemplo, Reiki, gemoterapia, Yoga y otros tipos de terapias holísticas complementarias que contribuyan a mejorar su calidad de vida.

- **Intervenciones en la empresa**

Se podrían implementar durante la jornada laboral, intervenciones programadas a modo de debate, es decir juntar a los trabajadores en su lugar de trabajo y que un moderador proponga el tema a debatir. Esta actividad tendrá como objetivo, incentivar al trabajador a opinar sobre un tema determinado, a compartir con todos y además de hacerse respetar por sus compañeros y de esta manera se generaran lazos de confianza dentro de la empresa, lo que creara un ambiente óptimo para el trabajo.

Además estas intervenciones tienen la finalidad, de incentivar las relaciones interpersonales, ya que si una persona se siente aislada del grupo de trabajo y que sus opiniones no son escuchadas, se puede generar en él una inseguridad, que se transforma en una tensión constante, y que se traduce en estrés.

- **Talleres de incentivos**

Durante la hora de colación se podría destinar parte de ella a otorgar incentivos a los trabajadores, estos se desarrollarían a modo de talleres, por ejemplo de pintura, yoga, Reiki o cualquier otro que el trabajador proponga de acuerdo a sus necesidades. Estos talleres de incentivo tendrán como objetivo, generar un ambiente de relaxo en el lugar de trabajo, un sentido de propiedad e identidad con la empresa, además de desarrollar las habilidades del trabajador en ciertas áreas y de esta manera mejorar y optimizar el ambiente laboral.

Para legitimar este tema, la terapeuta ocupacional Beatriz Galdámez de la Universidad de Chile, afirma que; “es necesario aprender a descansar para que la fatiga no se produzca. Y no se trata sólo de un descanso físico, sino que también de un reposo intelectual”. También es importante que las personas aprendan a controlar el estrés, “la práctica de actividad deportiva, la lectura o trabajos manuales, pueden ayudar para que la persona se desconecte del trabajo”.

f) Matriz de Marco Lógico

Tabla N° 1.2: Matriz de Marco Lógico

Grupos	Intereses	Problemas que perciben	Recursos y mandatos
Dueño de la empresa o gerencia	De acuerdo a los principios de Responsabilidad Social empresarial, el dueño de la empresa debe tener interés en la mejoraría del ambiente laboral y salud mental del trabajador para optimizar la producción.	Se dan cuenta de las problemáticas que esto genera en la empresa, debido a que podría generar un clima laboral ineficiente o inadecuado, por lo que se hace necesario la intervención para realizar cambios necesarios que permitan un ambiente laboral acorde con los resultados que requiere para su empresa.	En el código del trabajo, en el titulo VI, artículo 179, se refiere a que “la empresa es responsable de las actividades relacionadas con la capacitación ocupacional de sus trabajadores, entendiéndose como tal el proceso destinado a promover, facilitar, fomentar y desarrollar las aptitudes, habilidades o grados de

<p>Sindicatos de las empresas</p>	<p>Entregar beneficios directamente a sus asociados, velar por su seguridad y preocuparse por entregar las herramientas necesarias para su bienestar.</p>	<p>Falta de preocupación por su salud mental, transformándose esto en inestabilidad y estrés laboral, trabajando de esta manera en condiciones inadecuadas.</p>	<p>conocimiento de los trabajadores”. De acuerdo a los estatutos de sindicatos de una empresa, tienen el poder necesario para exigir mejoras laborales, por ejemplo en el Título I, artículo 2, se afirma lo siguiente: “Constituir, concurrir a la constitución o asociarse a mutualidades, fondo u otros servicios y participar en ellos. Estos servicios pueden consistir en asesorías técnicas, educacionales, culturales, de promoción socioeconómica y otras”</p>
<p>Gobierno de Chile</p>	<p>Facilitar el desarrollo de nuevas propuestas, en base al enfoque RSE, entregando de esta manera beneficios directos a los trabajadores por medio de la una fuerte política hacia los RRHH.</p>	<p>De acuerdo a la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), las consultas por afecciones mentales recibidas en el Hospital del Trabajador Santiago (HTS) se han incrementado durante los últimos años. En</p>	<p>Gobierno cuenta con distintas herramientas legales, para hacer valer la incorporación de la salud mental en las políticas de las empresas públicas y privadas. Esto se reafirma en la Ley N° 16.744, que estableció en el país el seguro</p>

		consecuencia el Gobierno se ha percatado de que sus trabajadores han comenzado a manifestar ciertas patologías con carácter de estrés y que sus leyes no se han incorporado u adecuado a las políticas de las empresas públicas o privadas.	social obligatorio contra riesgo de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.
--	--	---	---

1.2 Fundamentación del proyecto

El proyecto pretende implementar en las empresas públicas y privadas, el turismo de intereses especiales, como una nueva forma de realizar actividades de recreación en una empresa, con el objetivo de que incluyan en sus planes de acción, políticas dirigidas al desarrollo del capital humano, mejorando de esta manera la calidad de vida laboral y la salud mental de los trabajadores.

El proyecto consiste en la creación y ofrecimiento a las empresas de rutas turísticas en la I región, varias de estas rutas son únicas en su categoría, debido a que no son impartidas por las agencias de turismo locales, por ende se cuenta con una ventaja competitiva por sobre las otras. Con estas rutas se pretende crear conciencia ambiental, turística y patrimonial en los trabajadores, y de esta manera permitirles desarrollar habilidades distintas a su lugar de trabajo, compartir conocimientos con sus compañeros, crear lazos de confianza y simpatía, lo que generará un ambiente laboral más grato y productivo para la empresa.

La ciudad de Iquique fue elegida como base porque permite acceder a innumerables atractivos turísticos y por ser una ciudad que ha crecido económicamente a nivel Nacional, en los últimos años, abriendo nuevos mercados y oportunidades de realizar negocios innovadores en esta zona.

1.3 Objetivos del Proyecto

Objetivo general

Crear un servicio de turismo de intereses especiales y ofrecerlo a las empresas públicas y privadas con el objetivo de ser utilizado en sus políticas de incentivo y motivación de sus trabajadores contribuyendo a su salud mental y las buenas relaciones laborales.

Objetivos específicos

- Implementar este servicio de viajes de turismo de intereses especiales, en los planes estratégicos de gestión del departamento de RRHH de la empresa.
- Promover la salud mental de las personas y facilitar el desarrollo del potencial humano y productivo del trabajador.
- Procurar que con la implementación del proyecto, se facilitará la confianza, el respeto y el apoyo en las relaciones interpersonales en el lugar de trabajo.
- Por medio del servicio de turismo de intereses especiales, generan una conciencia turística (en el trabajador y su grupo familiar), renovar los conocimientos históricos y hacer copartícipe en el rescate de la identidad regional.
- Aplicación del turismo de incentivo que se presenta como una fórmula original en manos del empresario para motivar al trabajador y conseguir que éste se identifique en mayor medida con el proyecto que su empresa representa.

1.4 Metas o Resultados

- 1) Realizar planes de acción que fortalezcan el concepto del turismo de intereses especiales, como una forma distinta de valorar la identidad cultural local.
- 2) Incentivar a las empresas que inviertan en nuevas propuestas de incentivo y motivación para implementarlas como actividades en el departamento de RRHH de sus empresas.
- 3) Tener buena recepción por parte de las empresas públicas y privadas, para posicionar el proyecto en el mercado, en un plazo de 6 meses a 1 año.
- 4) Lanzar un plan de promoción del proyecto, para captar empresas. Este plan debe ser masivo entre el público objetivo, para atraer su atención a un servicio novedoso. Este plan de promoción se prolongará por 6 meses, luego se disminuirá la intensidad, pero se seguirá promocionando.
- 5) Construir un sitio Web para el proyecto, en donde los visitantes puedan conocer sobre este proyecto y realizar sus reservaciones o consultas. La construcción tardará 1 mes.

II MARCO TEORICO

2.1 Responsabilidad Social Empresarial

2.1.1 Enfoque y desarrollo de RSE en Chile¹

La Responsabilidad Social Empresarial comienza como un tema de convención entre empresas y consumidores, y los roles de éstos en su interacción tanto comercial como de convivencia. Actualmente, este tema es aplicado por grandes empresas, pero también Pymes son participantes de programas de implementación de RSE, utilizándolo como herramienta estratégica que ayuda a la consecución del objetivo corporativo de maximización de beneficios incorporando en sus consideraciones no solo a los accionistas sino a todos los grupos de interés, que darán las bases y la posibilidad de la existencia de la empresas en el largo plazo al actuar en el mercado competitivo.

a) Qué es la Responsabilidad Social

Es compleja la búsqueda de un concepto común de responsabilidad social, ya que esta es vista desde diversos puntos de vista, según los distintos grupos de interés o stakeholder.

A grandes rasgos podemos decir que la empresa tiene responsabilidades para con la sociedad que van más allá de la mera producción y comercialización de bienes y servicios, sino que también implica el asumir compromisos con los grupos de interés para solucionar problemas de la sociedad.

¹ Fuente: Responsabilidad Social Corporativa Chile

Hay distintos conceptos, como:

Figura N° 2.1: Concepto de Responsabilidad Social



Fuente: Responsabilidad Social Corporativa Chile

- 1) "Modo de gestión empresarial/organizacional validado ética, social y legalmente, por el cual las empresas/organizaciones asumen que entre ellas y sus grupos de interés, como trabajadores, proveedores, distribuidores y consumidores, se da una relación permanente de interdependencia, en beneficio tanto de las empresas como de esos grupos" (**Red Puentes**)
- 2) "Generalmente se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente". Identificándola con "un amplio set de políticas, prácticas y programas que son integrados a través de la

operación empresarial y que soporta el proceso de toma de decisiones y es premiado por la administración”. (**Acción RSE**)

- 3) “La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.” (**Libro Verde**)
- 4) “Las acciones de una organización para responsabilizarse del impacto de sus actividades sobre la sociedad y el medioambiente, donde estas acciones: Son consistentes con los intereses de la sociedad y el desarrollo sostenible; están basadas en el comportamiento ético, cumplimiento con las leyes e instrumentos intergubernamentales aplicables; y están integradas en las actividades en curso de la organización” (**ISO/TMB/WG RS N80**)
- 5) "Conjunto de compromisos voluntarios, que adoptan las empresas en su relación con sus grupos de interés y que se derivan de los impactos que la actividad de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos."
(**Servimedia**)

b) Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

Hay una sutil diferencia en el significado de la responsabilidad social corporativa (RSC) y de la responsabilidad social empresarial (RSE), en la medida en que distinguen entre la empresa y la corporación, entendiendo que ésta última incorpora a todas las organizaciones. Aunque para muchos ambas expresiones significan lo mismo.

Sí es unánime la diferencia entre RSE o RSC y responsabilidad social (RS). La responsabilidad social se entiende como el compromiso que tienen todos los, y las ciudadanas, las instituciones - públicas y privadas- y las organizaciones sociales, en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local y global.

c) Principios de la Responsabilidad Social

Se distingue entre los generales, substantivos y operacionales:

- Los principios generales son aquellos que se refieren al cumplimiento de las convenciones y declaraciones internacionalmente reconocidas, respeto a la ley y reconocimiento a las partes interesadas de ser escuchadas, cumpliendo también con el deber de responder.
- Los principios substantivos se aplican sólo a los resultados por los cuales la organización es responsable, a los impactos que provoca en el medio ambiente, los derechos humanos, las prácticas laborales, el gobierno de la organización (sobre todo materias de corrupción), prácticas de negocio justas, involucramiento de la comunidad, y aquellos asuntos ligados a los consumidores.
- Los principios operacionales se aplican a la naturaleza y calidad de los procesos, al proceso de implementación de los principios substantivos, incluyendo por tanto la rendición de cuentas o acconuntability, la integración de los temas de RS en sus sistemas de gestión y procesos de tomas de decisiones, entre otros.

Figura N° 2.2: Principios de la Responsabilidad Social



Fuente: Responsabilidad Social Corporativa Chile

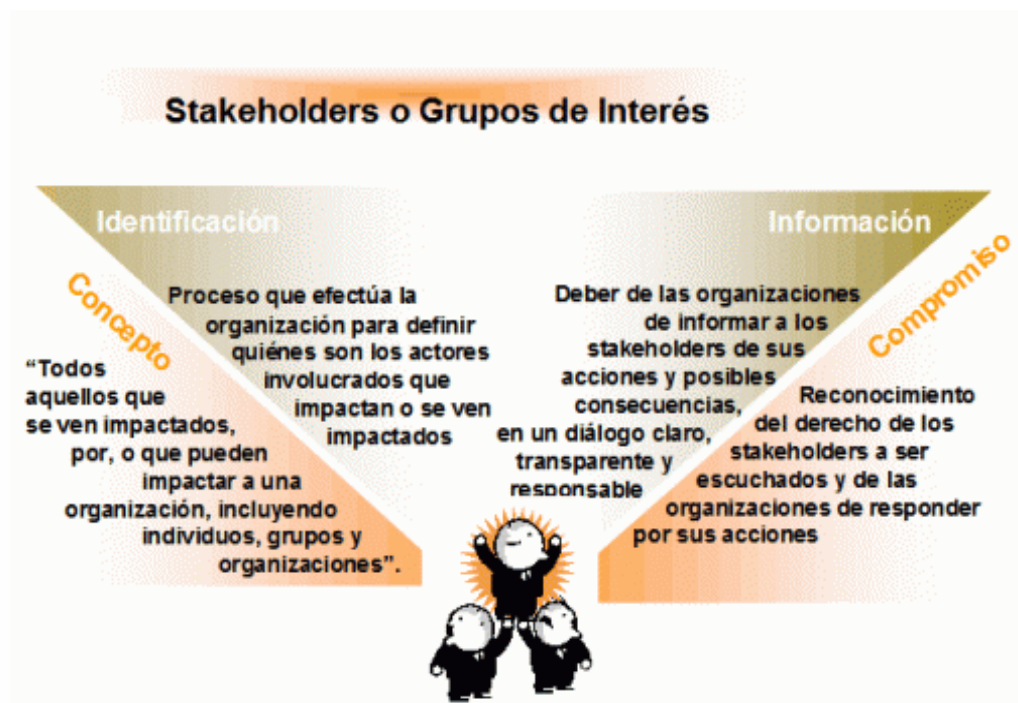
d) Qué son los stakeholders

Son todos quienes se ven impactados por, o que pueden impactar a una organización, incluyendo individuos, grupos y otras organizaciones. La palabra impactar no está utilizada en un sentido negativo. Algunas definiciones distinguen entre los diferentes tipos de stakeholders, diferenciando entre primarios, todos aquellos que son impactados o pueden impactar directamente y secundarios, tienen un interés en los impactos y quienes muchas veces pueden impactar, pero ellos mismos no son directamente impactados. A pesar de que se efectuó tal diferenciación, la opinión generalizada fue que tal materia debía ser vista al analizar la identificación de los stakeholders. Los cuales se clasifican de la siguiente forma:

- **Industria:** Empresas productivas o de servicios de cualquier tamaño que actúen a nivel local, nacional, regional o internacional, u organizaciones o asociaciones de empresas o empresarios. No pueden representar a la industria las empresas relacionadas a estandarización, consultorías en general y servicios de asesorías, a menos que sean nominadas como representantes de la industria por la Oficina Nacional de Normalización (ONN).
- **Gobierno:** Puede ser cualquier organismo del sector público que actúe a nivel local, nacional, regional o internacional, representado por un funcionario gubernamental, o por alguien nominado fuera del gobierno.
- **Consumidores:** Representados por medio de una organización o agencia relacionada a intereses de consumidores.
- **Trabajadores:** Sólo podrán participar organizaciones que representen a los trabajadores, de acuerdo a lo establecido en la Convención 135 de la OIT.
- **Organizaciones no gubernamentales (ONGs):** No deben estar vinculada al desarrollo de estándares o servicios relacionados, no debe representar los intereses específicos del gobierno, la industria, los sindicatos o grupos de consumidores.
- **Servicios, apoyo, investigación y otros:** Corresponde a organizaciones o individuos que no pertenezcan a otra categoría de stakeholders y que busquen un entendimiento avanzado de RS a través de la educación, el entrenamiento, los estudios académicos y la

investigación, para que de esta forma desarrollen estándares voluntarios y herramientas relacionadas a RS, prestando servicio y apoyo a la implementación y actividades de RS.

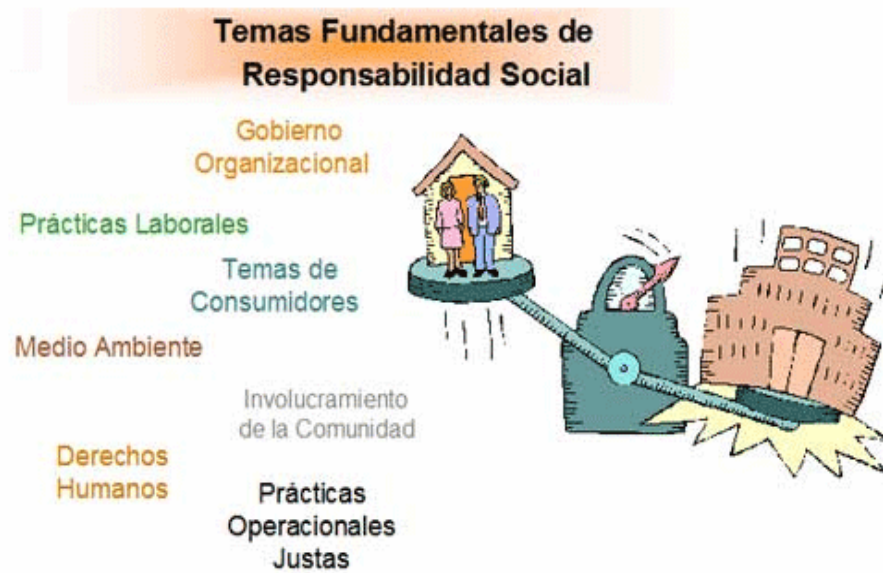
Figura N° 2.3: Stakeholders o Grupos de Interés



Fuente: Responsabilidad Social Corporativa Chile

e) Temas fundamentales de la RS

Figura N° 2.4: Temas Fundamentales de Responsabilidad Social



Fuente: Responsabilidad Social Corporativa Chile

Sobre Gobierno Organizacional:

- Inclusividad
- Conducta ética
- Revelación de información
- Respeto a la ley
- Rendición de cuentas o accountability

Sobre Medio Ambiente:

- Prevención de la contaminación

- Prevención del calentamiento global
- Consumo sostenible y uso de la tierra
- Preservación y restauración de ecosistemas y el medio ambiente natural
- Respeto por las generaciones futuras

Sobre Derechos Humanos:

- Derechos civiles y políticos
- Derechos económicos, sociales y culturales
- Derechos laborales fundamentales
- Derechos de la comunidad

Sobre Involucramiento de la Comunidad:

- Impactos del desarrollo
- Desarrollo de la sociedad

Sobre prácticas laborales:

- Salud y seguridad en el trabajo
- Condiciones de trabajo dignas
- Desarrollo de recursos humanos
- El trabajador como ser humano

Sobre Prácticas operacionales justas:

- Promoción de actividades éticas y transparentes
- Promoción de la competencia abierta
- Aplicación de prácticas justas y éticas de suministro y post- suministro
- Respeto por la propiedad intelectual y otros derechos de propiedad y respeto por los intereses de los usuarios
- Lucha contra la corrupción

Sobre temas de los consumidores:

- Suministro de información adecuada y exacta a los consumidores
- Suministro y desarrollo de servicios y productos beneficiosos para el medio Ambiente y la sociedad
- Suministro y desarrollo de productos y servicios seguros y fiables

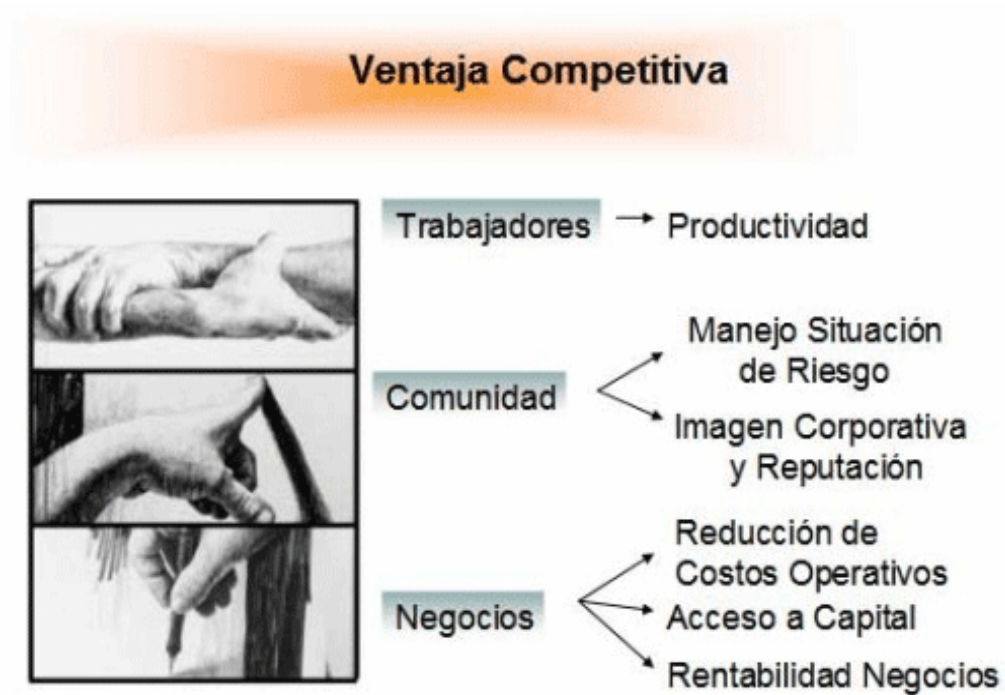
f) Ventaja Competitiva de la Responsabilidad Social

La responsabilidad social trae a las empresas una serie de beneficios, probablemente más que los que enumeraremos a continuación:

1. Un incremento de la productividad, ya que el trabajador está a gusto en la empresa y se le capacita para que lo haga cada vez mejor;
2. Mejoramiento de las relaciones con los trabajadores, el gobierno y con las comunidades a nivel regional y nacional;

3. Un mejor manejo en situaciones de riesgo o de crisis, ya que se cuenta con el apoyo social necesario;
4. Sustentabilidad en el tiempo para la empresa y para la sociedad, dado que RS fortalece el compromiso de los trabajadores, mejora su imagen corporativa y la reputación de la empresa, entre otros.
5. Imagen corporativa y reputación: frecuentemente los consumidores son llevados hacia marcas y compañías consideradas por tener una buena reputación en áreas relacionadas con la responsabilidad social empresarial. También importa en su reputación entre la comunidad empresarial, incrementando así la habilidad de la empresa para atraer capital y asociados, y también con los empleados dentro de la empresa.
6. Rentabilidad de sus negocios o performance financiera: se refiere a la relación entre prácticas de negocio socialmente responsables y la actuación financiera positiva. Se ha demostrado que las empresas fieles a sus códigos de ética resultan de una performance de dos a tres veces superior respecto a aquellas que no los consideran, de esta forma las compañías con prácticas socialmente responsables obtienen tasas de retorno a sus inversiones muy superiores a las expectativas.
7. Reducción de Costos Operativos: Son múltiples las iniciativas que logran reducir costos a las empresas, principalmente del área ambiental, como los es el reciclaje, que genera ingresos extras.
8. Acceso al Capital: Las compañías que demuestran responsabilidades éticas, sociales, y medioambientales tienen acceso disponible a capital, que de otro modo no hubiese sido sencillo obtener.

Figura N° 2.5: Ventaja Competitiva



Fuente: Responsabilidad Social Corporativa Chile

2.1.2 Pilares RSE²

La RSE ha crecido enormemente en empresas de todos los tamaños y sectores, que han desarrollado innovadoras estrategia para implementar sus programas los beneficios de incorporar estas prácticas y políticas en su estrategia de negocio, las cuales son:

1. Ética Empresarial
2. Ambiente Laboral
3. Medio Ambiente
4. Marketing Responsable

² Fuente: Ingeniería Civil Industrial, Universidad de Valparaíso, Profesor Max Hardy

5. Compromiso con la Comunidad

Ética Empresarial

Muchas empresas han decidido hacer un compromiso explícito con la RSE en sus declaraciones de Misión, Visión y Valores. Estas declaraciones frecuentemente van más allá de la optimización de los beneficios exclusivos para la empresa, e incluyen el reconocimiento de las responsabilidades con diferentes grupos de interés, incluyendo a empleados, clientes, proveedores, comunidad y medio ambiente.

Ambiente Laboral

El Ambiente Laboral se refiere a las políticas de RRHH que impactan directamente a los empleados, tales como contrataciones, compensaciones y beneficios, desarrollo de carrera profesional, diversidad, balance trabajo v/s tiempo libre, horarios flexibles, programas de bienestar y salud, seguridad laboral, planes y beneficios para sus familias y dependientes.

Más allá de programas específicos que son importantes, el área de Ambiente Laboral incluye la cultura corporativa, los valores y el diseño organizacional.

Diversas empresas líderes en RSE están elaborando políticas y prácticas innovadoras en este campo, las cuales reflejan y respetan las necesidades de todos los trabajadores, de acuerdo al conjunto de objetivos de la empresa, que incluyen la atracción y retención de los mejores talentos.

La Competencia Internacional requiere de empresas innovadoras, diversificadas y flexibles. Adicionalmente, los consumidores e inversionistas ejercen una fuerte presión para que las empresas generen ambientes de trabajo justos, productivos y potenciadores. La cobertura de los medios de comunicación sobre asuntos relacionados con la calidad de vida en las empresas se ha incrementado y se suman al desafío de realizar cambios continuos, así como generar oportunidades equitativas y no discriminatorias en el lugar de trabajo.

Medio ambiente

La responsabilidad de la empresa en relación al medio ambiente se ha extendido más allá del estricto apego al cumplimiento de la ley y de las regulaciones del gobierno. Hoy, muchas empresas líderes en su sector definen sus responsabilidades sobre el Medio Ambiente en un proceso de participación y diálogo con la comunidad y organizaciones no gubernamentales.

Las empresas deben cuidar el impacto de sus operaciones en el entorno: sus instalaciones y procesos, productos y servicios; la eliminación de desechos y emisiones; mayor eficiencia y productividad de todas sus tareas y recursos; y las prácticas para minimizar el desgaste de los recursos naturales que pudiesen afectar a futuras generaciones.

Iniciativas de reciclaje y manejo eficiente de la energía son cada vez más frecuentes.

Un gran número de empresas, de varios sectores y áreas geográficas, han encontrado el valor y ventaja competitiva proveniente de implementar iniciativas medioambientales. Tales iniciativas se desarrollan en varios ámbitos, como la prevención de la polución, el uso eficiente de la energía, el diseño medioambiental amigable, la administración de la cadena de suministro, la tecnología industrial y el desarrollo sustentable.

Marketing responsable

El Marketing Responsable abarca un amplio rango de actividades empresariales que definen las relaciones de la empresa con sus consumidores.

Estas actividades pueden ser agrupadas en categorías:

5 Manufactura e Integridad del Producto.

6 Embalaje y Etiquetado.

7 Marketing y Publicidad.

8 Metodología de Ventas.

9 Precios.

10 Distribución.

En cada una de estas áreas, las empresas están reorganizando sus estrategias de negocios para dirigirlas a nuevos horizontes, con especial preocupación por la privacidad, el marketing dirigido a niños, las altas expectativas respecto de la seguridad y confiabilidad de los productos y el impacto que tienen en el medio ambiente; de cara a consumidores y organizaciones no gubernamentales cada día más exigentes.

El comercio global y la competencia han dado mayor valor agregado a las empresas y las marcas, no sólo como un asunto de confianza sino también relacionado con el sentido de lealtad y compromiso de los consumidores.

Este nuevo tipo de relación ha llevado a las empresas a analizarse a sí mismas de cómo pueden ser percibidas, por sus consumidores y empleados, desde el servicio al cliente hasta marketing con una causa social.

En conjunto, se está llevando a las empresas a reconocer que sus éxitos dependen de las estrechas relaciones que éstas puedan concretar con sus clientes, construidas no sólo sobre la naturaleza de sus productos y servicios, sino también sobre su reputación y acciones.

Compromiso con la comunidad

El Compromiso con la Comunidad se refiere a las diferentes acciones emprendidas por la empresa para maximizar el impacto de sus contribuciones a la sociedad civil, ya sean aportes en dinero, tiempo, productos, servicios, influencias, administración del conocimiento y otros recursos que dirige hacia las comunidades en las cuales opera.

Hace muchos años que las empresas se vienen involucrando con sus comunidades locales, jugando un rol importante en el área de la filantropía. Actualmente, las empresas se comprometen con la comunidad de diferentes formas y por diferentes razones. Una de ellas es que los grupos de interés exigen a las empresas mayores niveles de conciencia ciudadana y las presionan para que su impacto en la sociedad sea positivo.

2.1.3 Casos de empresas que aplican las políticas RSE³

- **MOLYMET S.A. El trabajador es el principal socio de la Empresa**

Molymet, es un negocio único en Chile, de propiedad de un accionista sociedad chilena aparece en la Bolsa de Comercio de Santiago, es de procesamiento de concentrados de molibdeno desde 1964. La Corporación tiene instalaciones de producción en Chile, México, Bélgica y Alemania. Concentrados de molibdeno se tratan en las plantas para la producción de óxido de molybdic técnica, ferromolybdenum, molibdeno de alta pureza y productos químicos de molibdeno polvo metálico. Estos productos son ofrecidos a los de acero, catalizadores y las industrias de fabricación de metales especiales en todo el mundo.

Dada la especificidad de su actividad y los cambios estructurales que la Empresa ha llevado a cabo para aumentar su producción y crecer en el tiempo, es que Molymet reconoce que son sus trabajadores el factor primordial en el éxito del negocio. Es por eso que la compañía se ha esforzado por crear un entorno laboral con adecuadas condiciones de trabajo, de beneficios y remuneraciones.

Fernando Ortega, subgerente de Recursos Humanos de Molymet, es enfático al decir que “el criterio que inspira la calidad de vida laboral de su compañía, es una visión referida al trabajador como herramienta fundamental de la Empresa. Esto, porque la mayor parte de la innovación y

³ Fuente: Acción RSE Chile

generación de proyectos que tienden al mejoramiento de los procesos, emanan del trabajo de las personas que componen el negocio en todas sus áreas”.

En Molymet se han preocupado además que las necesidades básicas del trabajador estén resueltas completamente, de manera que éstas no signifiquen un problema que pueda afectar el desempeño ni la calidad de vida familiar de sus funcionarios. “Para nosotros el trabajador es una persona integral y sabemos que sólo una de sus dimensiones es el trabajo. Por eso hemos centrado nuestro esfuerzo no sólo en darle calidad a esa dimensión, sino a todas aquellas que rodean a las personas y en las que la Empresa también se siente partícipe”, afirma el subgerente de Recursos Humanos.

Junto con incentivar el desarrollo de las capacidades de los trabajadores, Molymet también se ha preocupado de estimular y reconocer el servicio que los colaboradores entregan a la Compañía. Para eso ha diseñado distintos premios y reconocimientos, confirmando la importancia que la empresa le asigna al recurso humano.

- **3M, El recurso más valioso de la compañía es el personal**

Con más de 55.000 productos, 30 tecnologías principales y liderazgo en los principales mercados del mundo, 3M entrega soluciones que apuntan a resolver sus problemas y simplificar y mejorar su calidad de vida. Sus principales negocios son: Hogar y Oficina, Cuidado de la Salud, Señalización y Gráfica, Manufactura e Industria, Energía y Telecomunicaciones, Seguridad, Protección y Mantenimiento.

Desde que la compañía 3M comenzó sus operaciones, fijó sus políticas estratégicas y de calidad en el respeto a sus trabajadores. Su filosofía se basa en la importancia de la contribución de los empleados, y en animar su iniciativa. Por consiguiente, la gerencia de 3M cree que es esencial proveer una buena estructura organizacional y un excelente clima de trabajo. Gracias a esto, hasta la fecha, 3M se sustenta en un ambiente de innovación, de desarrollo tecnológico, de libertad y de un alto grado de confianza en los negocios que emprende. Se ha sustentado en una ética intransable de trato a los trabajadores, respeto a sus ideas y una excelente política de beneficios.

Principios de Recursos Humanos:

El área de RRHH de 3M ha desarrollado cuatro principios básicos que sustentan y respaldan un ambiente laboral con miras a la innovación:

- 1) Respeto a la dignidad y el valor de los individuos al incitar su más alto nivel de desempeño en un ambiente de trabajo cooperativo, objetivo y desafiante. Los supervisores y gerentes serán responsables por el desempeño y por el desarrollo de los empleados de su área.

- 2) Animar la iniciativa de cada empleado al proveer tanto la dirección como la libertad para trabajar creativamente. La toma de riesgos y la innovación son requisitos para el crecimiento.
- 3) Desafío a las capacidades individuales a través de la ubicación adecuada, la orientación y el desarrollo del personal.
- 4) Proveer oportunidades iguales para el desarrollo y premio al buen desempeño.

Para 3M es fundamental trabajar el tema de la confianza entre los empleados y la empresa, de manera que las personas se sientan libres de dar su opinión. También, propiciar un ambiente de trabajo saludable y cómodo, otorgando beneficios no sólo en la vida laboral, sino que se traspasen al ambiente familiar.

- **Compañía General de Electricidad, Calidad de vida laboral para una máxima productividad**

La Compañía General de Electricidad es una empresa de distribución y transmisión de electricidad presente en numerosas ciudades del país. Además de la vasta experiencia adquirida en los últimos años dedicados al servicio público y junto con un permanente trabajo de modernización e introducción de adelantos tecnológicos.

La visión de CGE es entregar el mejor servicio a los clientes con la calidad requerida a precios competitivos y respetando el medioambiente. También procuran obtener la máxima rentabilidad para sus accionistas, innovando constantemente para mantenerse en la vanguardia del mercado, y así promover el desarrollo de nuevos negocios que aprovechen sus ventajas competitivas. Pero esto sólo es posible gracias al desarrollo integral de los trabajadores de CGE, quienes son el motor de la empresa.

Políticas en pro del personal

Algunos de las políticas y beneficios, son los siguientes:

1.- Mutual de empleados

2.- Balance social interno: A partir de 1999 se implementó un sistema de medición, denominado "Balance Social Interno", elaborado a través de una encuesta, que se contesta en forma voluntaria y anónima, y cuyos resultados reflejan el grado de satisfacción de los empleados en la empresa. Esta encuesta permite calcular un índice de calidad de vida laboral interna, conocer su

evolución, hacer más eficiente y orientar el uso de los recursos, así como planificar y priorizar las acciones, considerando los verdaderos intereses del personal.

3.- Sistema de mejoramiento del desempeño: Otra de las políticas puestas en marcha el año 99, fue el sistema de mejoramiento del desempeño, que opera a través de una reunión periódica entre el trabajador y sus jefes; y sobre la base de factores y metas que son revisadas en dos instancias al año. El objeto del sistema de mejoramiento del desempeño, es incentivar el ejercicio individual del trabajador, reconociendo los logros y corrigiendo a su vez aquellas desviaciones no deseables.

4.- Sistema de capacitación y desarrollo del personal: Esta política implica una inversión que supera el 200% de la franquicia SENCE. Esto representa alrededor de 200 mil pesos anuales por trabajador. Desde 1998, se ha desarrollado un programa especial en conjunto con CENFA, denominado: "CGE y la familia", cuyo objeto es contribuir al mejoramiento en la calidad de vida familiar de los trabajadores.

2.1.4 Psicología de las organizaciones ⁴

La vida entera de un individuo se desarrolla dentro de las organizaciones y, dentro de ellas, encuentra una vida social en la cual se mezclan y enfrentan ideas, sentimientos, intereses y aspiraciones.

A lo largo de la historia se han desarrollado diversas teorías cuyo fin es definir una concepción ideológica del ser humano y la organización desde tres ejes:

a) Teorías clásicas ó racionalistas (Taylor)

Analiza los procesos productivos con el fin de aumentar la eficiencia y la productividad, desarrollando técnicas y métodos para normalizar la producción a través de la descomposición de tareas complejas en un conjunto de tareas simples. El hombre es un engranaje en la máquina de la eficiencia y la productividad, motivado por el miedo al hambre y la necesidad de dinero para sobrevivir por lo cual respondía únicamente ante las recompensas salariales.

⁴ Fuente: www.monografias.com . Psicología laboral y organizacional, autora Gabriela de la Iglesia

b) Teorías de las relaciones humanas (Mayo y Lewin)

Lograr la armonía dentro de la empresa vinculando la productividad con el estado de ánimo de los trabajadores. Trata de interpretar los cambios del contexto y las empresas descubriendo el sentido de algunos procesos sociales y estudiando en profundidad la influencia del ambiente de trabajo en la productividad y los accidentes laborales. El hombre es un ser social, pensante, íntegro y con sentimientos. Todo individuo necesita formar parte de un grupo, ser reconocido y ser tenido en cuenta por lo cual está motivado por el reconocimiento social y su pertenencia al grupo.

c) Desarrollo del Modelo de Intercambio o Modelo Transaccional de Liderazgo

El enfoque tradicional de liderazgo transaccional de Hollander (1978) está basado en el modelo de "Unión Bivalente Vertical". La filosofía básica detrás de este modelo es que el liderazgo está basado en un intercambio de relaciones entre el líder y los subordinados y viceversa. El líder y cada subordinado determinan lo que cada uno espera del otro; este conjunto de expectativas resulta en comportamientos de ambos, los cuales están regulados por expectativas, negociaciones, y así sucesivamente.

Esta transacción o intercambio, esta premiación contingente por buen desempeño, es lo que ha sido a menudo enfatizado como liderazgo efectivo. El líder transaccional afecta la motivación del seguidor por el intercambio de premios y por el establecimiento de una atmósfera en la cual hay una percepción de uniones más cercanas entre esfuerzos y resultados deseados.

El líder efectivo, de acuerdo al criterio de este enfoque, es un diagnosticador psicológico sensible, que discierne exactamente las necesidades y expectativas de sus subordinados y responde a ellas en consecuencia (Popper & Zakkai)

d) Liderazgo Transformacional

Según Koontz y Weihrich (2003) los líderes transformacionales son los que articulan una visión e inspiran a sus seguidores. Poseen así mismo la capacidad de motivar, moldear la cultura organizacional y crear un ambiente favorable al cambio organizacional.

El líder no se basa en la persona que toma las decisiones en si, sino en la medida de que el grupo lo reconozca como líder, por su forma de ser, por su filosofía frente a la vida, frente al mundo, frente a las personas donde interactúa. Sus valores inciden en sus decisiones, familia y amigos. El liderazgo transformacional busca potenciar el desarrollo de sus colaboradores, de sus capacidades, motivaciones y valores, y no solo su desempeño.

El liderazgo transformador pretende un líder que considerando al trabajador como un individuo pleno y capaz de desarrollarse, pueda elevarle sus necesidades y valores y aumentarle la

conciencia de lo que es importante; incrementarle su madurez y motivación para que trate de ir más allá de sus propios intereses, sino del grupo, de la organización y de la sociedad.

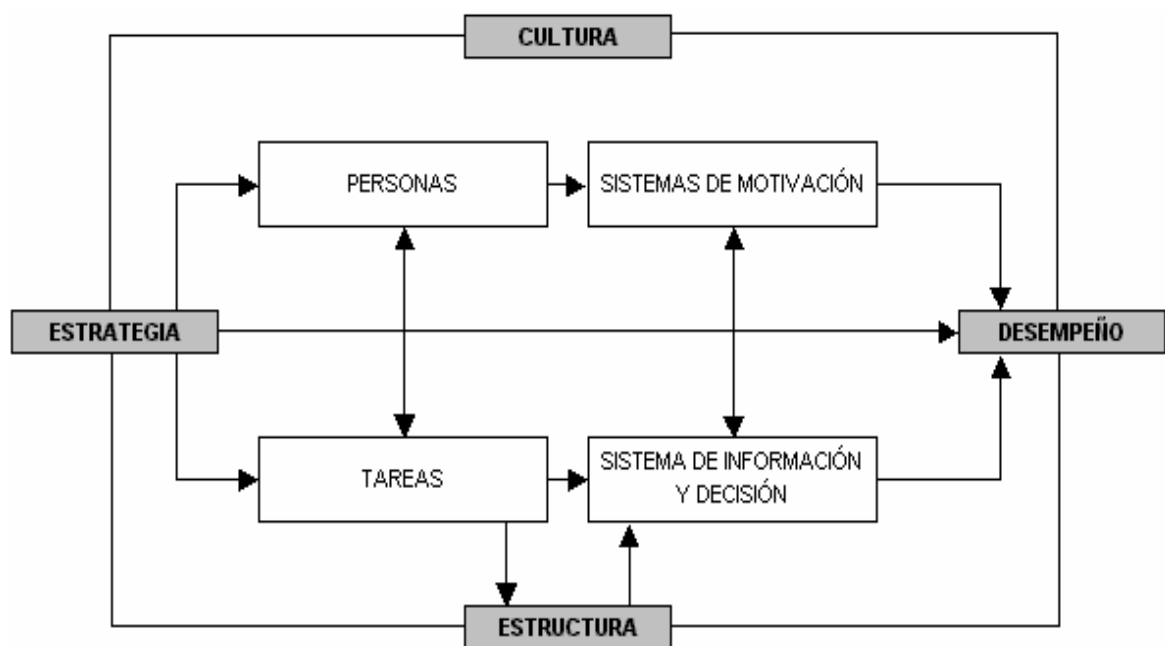
Según Ponce (2007) Los líderes transformacionales articulan una visión e inspiran a sus seguidores. Poseen así mismo la capacidad de motivar, de conformar la cultura organizacional y de crear un ambiente favorable para el cambio organizacional.

f) Cultura organizacional

La cultura organizacional es el conjunto de filosofía, valores, creencias, ideologías, actitudes, motivaciones y deseos que tienen un significado común para los miembros de una organización y que la distingue de otras. Así como existe la cultura en la organización existe también fuera de la organización y esta también influye ya que los valores que se crean en ella fijan la base del comportamiento de los individuos.

Los factores culturales impregnan todos los componentes del esquema organizacional.

Figura N° 2.6: Cultura Organizacional



Fuente: Psicología laboral y Organizacional, Gabriela de la Iglesia

La cultura deberá cambiar cuando:

- La organización está en crisis
- Se produce un cambio en el entorno
- La organización actúa en un medio altamente competitivo y cambiante
- Se produce un alto de crecimiento con alto riesgo de burocratización y confusión por la incorporación de nuevo personal con distintas culturas
- Ciertos sectores toman preeminencia imponiendo sus valores sobre los compartidos

g) Clima organizacional

El clima se refiere a las características del medio ambiente laboral que son percibidas, directa ó indirectamente, por los miembros de la organización provocando repercusiones de distinto tipo en su comportamiento según el grado de satisfacción con la tarea desempeñada. De esta manera, el clima es una variable que interviene entre el sistema organizacional y el comportamiento de sus miembros proporcionando retroalimentación acerca de los procesos que determinan los comportamientos organizacionales y permitiendo introducir cambios planificados.

El clima organizacional puede ser explicado a través de nueve dimensiones:

- **Estructura:** representa la percepción que tienen los miembros respecto de las reglas, procedimientos y otras limitaciones a las que se enfrentan en el desarrollo de sus tareas.
- **Responsabilidad:** sentimiento de los miembros con relación a su autonomía en la toma de decisiones referentes a las tareas desempeñadas.
- **Recompensa:** percepción acerca de la adecuación de la recompensa recibida con el trabajo bien hecho.
- **Desafío:** sentimiento de los miembros en lo referente a las metas que le impone su trabajo.
- **Identidad:** sentimiento de pertenencia a la organización.

- **Relaciones:** percepción de la existencia de un medio de trabajo grato y de buenas relaciones sociales entre los pares y entre superiores y subordinados.
- **Cooperación:** sentimiento de la existencia de un espíritu de ayuda por parte de los directivos y de otros miembros del grupo.
- **Conflictos:** sentimiento del grado en que los miembros aceptan las opiniones discrepantes y no temen solucionar los problemas.

La cultura genera un determinado clima organizacional que repercute sobre las motivaciones de los miembros de la organización y sobre su correspondiente comportamiento.

El ciclo motivacional comienza con el surgimiento de una necesidad que rompe el estado de equilibrio del organismo y produce un estado de tensión que lleva al individuo a desarrollar un comportamiento tendiente a la satisfacción de esa necesidad. A medida que el ciclo se repite, el aprendizaje hace que los comportamientos se vuelvan más acertados en la satisfacción de las necesidades.

En el ámbito laboral sucede lo mismo, por lo cual la organización deberá mantener culturas y valores corporativos que conduzcan a un alto desempeño mediante el análisis de las acciones necesarias para estimular a los individuos y grupos a dar lo mejor de ellos mismos con el objeto de satisfacer los objetivos personales y organizacionales.

Algunos métodos motivacionales a utilizar pueden ser los siguientes:

- Utilizar el dinero como una retribución y un incentivo
- Preocupación por la salud mental
- Desarrollar el sentido de compromiso y la identificación de los miembros con la organización
- Motivar a través del trabajo mismo
- Retribuir y reconocer el logro.

2.1.5 El rol del departamento de RRHH en la empresa ⁵

Para trabajar con personas en forma efectiva es necesario comprender el comportamiento humano y tener conocimientos sobre los diversos sistemas y prácticas disponibles que pueden ayudar a obtener una fuerza de trabajo diestra y motivada.

El éxito de una organización depende cada vez más del conocimiento, las habilidades y destrezas de los trabajadores, en especial en la medida que ayudan a establecer un conjunto de aspectos medulares de competencias que diferencian una organización de sus competidores. Cuando el talento de las personas es valioso, raro, difícil de imitar, una empresa puede alcanzar ventajas competitivas que se apoyan en las personas.

a) Desarrollo de capital humano

Para competir a través de las personas, las personas deben realizar un buen trabajo de administración del capital humano. Los gerentes deben desarrollar estrategias para identificar, reclutar y contratar a los mejores, recompensando la colaboración y el trabajo de equipo.

b) Recursos Humanos

Análisis de las personas, algunos datos:

- Número de empleados actuales y necesarios en los cargos.
- Edad
- Nivel de calificación
- Nivel de conocimiento
- Actitudes hacia el trabajo y empresa
- Niveles de desempeño

Algunos principios del aprendizaje:

- El individuo aprende mejor cuando está motivado
- Está influenciado por recompensas y castigos
- Se debe considerar tiempos de pausa
- Debe considerar ejercicios y práctica

⁵ Fuente: KPMG, Red Global que proveen servicios de Auditoría, Impuestos y Asesoría, servicios estratégicos en recursos humanos.

- Depende de las aptitudes, capacidades individuales y de técnicas instruccionales.

Evaluación de resultados:

A nivel empresarial:

- Aumento de la eficacia organizacional
- Mejoramiento clima
- Aumento eficiencia

A nivel de Recursos Humanos:

- Reducción de rotación
- Aumento de la eficiencia

A nivel de tareas y operaciones:

- Aumento de productividad
- Mejoramiento calidad producto y servicio
- Mejoramiento servicios
- Reducción ciclos de producción
- Índices de accidentes

2.1.6 Salud mental del trabajador ⁶

Hoy por hoy, uno de cada 10 trabajadores sufre agotamiento, estrés, depresión, ansiedad o bajo estado de ánimo, lo que conlleva muchas veces al desempleo, intentando convertir esta situación en un secreto. Todo esto se traduce a nivel económico en descenso en los resultados, disminución de beneficios, aumento en la rotación de plantilla y situaciones la mayoría de las veces no deseadas.

En muchas ocasiones las empresas creen que si sus trabajadores sufren agotamiento, estrés, depresión, ansiedad o bajo estado de ánimo, es considerado como parte del desempeño del puesto o mejor dicho, “son gajes del oficio”.

Las secuelas tanto personales como profesionales que genera en la “persona”, en el trastorno mental que supone enfrentarse a ese mal llamado, “es propio del puesto de trabajo”.

Por tal razón hay que enfrentarnos a este problema, han supuesto un gran paso incorporar a la empresa un área de prevención de riesgos laborales, los reconocimientos médicos laborales, acciones o talleres formativos para enfrentarse a situaciones límite o sesiones de coaching para nuestros directivos, pero no es suficientemente, es necesario volver a retomar uno de las mayores

⁶ Fuente: Revista Online de la Salud Mental. “ Salud Mental en los Recursos Humanos”.

fortalezas del hombre, “los valores éticos” como parte esencial del perfil del puesto de trabajo. Es clave detectar a tiempo el problema al que se están enfrentando y evitar así en la medida de lo posible llegar a situaciones límites o legales. Es esencial que desde la dirección de las organizaciones se tome conciencia de este problema y que se asuma, el concepto de salud mental como parte del plan estratégico de los recursos humanos adquiriendo el firme compromiso para su ejecución, comenzando quizás por reactivar el deterioro de valores humanos que han sido sustituidos por valores económicos y únicamente cuando estos dos valores consigan el equilibrio, la batalla estará ganada.

a) Definición de un adecuado clima laboral

El trabajo, además de ser una necesidad de subsistencia, permite bienestar individual y social. Esto explicaría que una de las mayores preocupaciones de los individuos sea la búsqueda de un trabajo que les permita desarrollar sus potencialidades, generar vínculos con sus pares y sentirse útiles para la sociedad.

Dr. Marcelo Trucco, director médico del Hospital del Trabajador, señala en su artículo El Estrés y la Salud Mental en el Trabajo, que las características personales de los trabajadores son un factor determinante en la generación de un trastorno mental y agrega que “a la relación entre aquellos factores propios del trabajo y la salud se debe agregar aquélla que se produce entre el trabajo y la vida personal, familiar y social del trabajador.

El Psicólogo Arturo Juárez en su artículo Factores Psicosociales Relacionados con la Salud Mental en Profesionales de Servicios Humanos en México salud ocupacional, la cual debe velar por prevenir los accidentes y enfermedades laborales, buscando mejorar las condiciones de trabajo de las personas.

b) Los Problemas de Adaptación y el Estrés

El médico psiquiatra y especialista en Salud Ocupacional, Manuel Cifuentes, afirma que existen tres actores en el proceso de mejoramiento de las condiciones laborales o mejoramiento de la decencia en el trabajo: los expertos, encargados de regular y mejorar las condiciones de trabajo en las distintas áreas de especialización, llegando a un fin único que es la prevención de accidentes y enfermedades profesionales; los trabajadores, cuyas destrezas, responsabilidad y entrega por el trabajo les puede permitir obtener beneficios que estén de acuerdo a sus necesidades, y el Estado, cuya labor es contribuir a respetar la normativa para resguardar los derechos de los trabajadores y sus empleadores.

Manuel Cifuentes agrega que existen una infinidad de situaciones que deben ser consideradas como promotoras o perjudiciales para el bienestar de los trabajadores, y que van en directa asociación con las relaciones interpersonales. La psiquiatra del Ministerio de Salud, Patricia Barceló, concuerda con él y enfatiza que las relaciones interpersonales también pueden ser desencadenantes de estrés: “si una persona se siente aislada del grupo de trabajo o siente que no encaja, que sus opiniones no son escuchadas, se puede generar en él una inseguridad, que se transforma en una tensión constante, y que se traduce en estrés”.

c) Mobbing

Éste se traduce como un hostigamiento laboral o acoso psicológico que se da en tres situaciones: ascendente, horizontal y descendente. La primera es cuando una persona con grado jerárquico superior se ve hostigada por subalternos, ya que éstos no están de acuerdo con su posición dentro de la empresa o porque sus ideas no son aceptadas. La horizontal se genera cuando una persona es amedrentada por otra de su mismo nivel jerárquico. Finalmente, la situación descendente es cuando una persona subalterna se ve acosado por su superior.

Este tipo de acoso, sutil y constante, tiene como objetivo intimidar a la persona y por lo general se produce con la llegada de nuevos trabajadores, lo que puede generar celos entre sus compañeros de trabajo que, de alguna forma, se sienten amenazados por este “intruso”. Este fenómeno, al igual que cualquier agente psicosocial negativo, produce ansiedad y estrés.

Galdámez indica que “es necesario aprender a descansar para que la fatiga no se produzca. Y no se trata sólo de un descanso físico, sino que también de un reposo intelectual”. También es importante que las personas aprendan a controlar el estrés, “la práctica de actividad deportiva, la lectura o trabajos manuales, pueden ayudar para que la persona se desconecte del trabajo”.

d) Salud mental y trabajo, un problema en alza

De acuerdo a análisis hechos en la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) y que fueron presentados en julio durante un taller para periodistas chilenos, las consultas por afecciones mentales recibidas en el Hospital del Trabajador Santiago (HTS) se han incrementado durante los últimos años. Sin embargo, del total de consultas, sólo un tercio, es decir, el 30% de las que son catalogadas legalmente como “neurosis ocupacionales” o “neurosis profesionales incapacitantes” tienen su origen directamente en el trabajo. Y esa proporción se ha mantenido estable los últimos años. El estudio realizado por el Servicio de Salud Mental HTS abarca el periodo 2000 a 2004. Mientras en 2000 se recibieron 137 consultas, sólo 31 tuvieron como causa el trabajo. Para 2004, las consultas habían aumentado a 272 y, de ellas, 86 correspondían a neurosis ocupacional. Según la doctora Gabriela Moreno, epidemióloga del HTS, los casos correspondientes a neurosis ocupacional se mantuvieron en una tendencia de entre el 20 a 30% de la totalidad de consultas.

Estas cifras abren múltiples interrogantes: ¿este 30% es alto o bajo? ¿Se estará atribuyendo al trabajo un porcentaje errado de los diagnósticos que se realizan en los subsistemas público y privado de salud? Y, finalmente, ¿es el trabajo un factor determinante de patologías mentales?

La nueva normativa define este agente específico de enfermedad como neurosis profesionales incapacitantes que pueden adquirir distintas formas de presentación clínica, tales como: trastorno de adaptación, trastorno de ansiedad, depresión reactiva, trastorno por somatización y por dolor crónico”. Factores de riesgo, en este caso, son “todos los trabajos que expongan al riesgo de tensión psíquica y se compruebe relación de causa a efecto”.

Para que el trabajo origine patologías mentales debe contar con ciertas condicionantes como: sobrecarga, hostigamiento, menoscabo de funciones, ambigüedad de rol, ausencia de medios para ejercer un cargo, la subcarga o conflictos éticos. Vincular trabajo y una patología mental no es sencillo. Antes de hacerlo, se deben descartar factores externos que inciden en la enfermedad. Es una mezcla entre las respuestas del individuo, los factores del medio ambiente o las distintas susceptibilidades. Por ejemplo, si un trabajador se estresa porque su trabajo no le alcanza para solventar los gastos del hogar, no se está frente a una patología de origen laboral, sino familiar.

e) Enfermedad profesional

El concepto de enfermedad profesional ha sido normado en Chile mediante la Ley N° 16.744, de Accidentes del Trabajo y Enfermedades Profesionales, destinada a la protección de los trabajadores dependientes mediante un seguro obligatorio contra los riesgos del empleo. En su Artículo 71 dice: “Es enfermedad profesional la causada de una manera directa por el ejercicio de la profesión o el trabajo que realice una persona y que le produzca incapacidad o muerte”.

El Decreto Supremo N° 109 reglamenta la “calificación y evaluación de los accidentes del trabajo y enfermedades profesionales”.

Por una parte, el Artículo 161 dice: “Para que una enfermedad se considere profesional es indispensable que haya tenido su origen en los trabajos que entrañan el riesgo respectivo, aún cuando éstos no se estén desempeñando a la época del diagnóstico”. Por otra, en el Artículo 191, N° 13, se establece el correspondiente riesgo: “Todos los trabajos que expongan al riesgo de tensión psíquica excesiva y se compruebe relación de causa a efecto”.

d) Una patología mundial

Según un estudio de la ACHS, mientras en 2000 se recibieron 137 consultas por estrés y depresión, sólo 31 tuvieron como causa el trabajo. En 2004, las consultas habían aumentado a 272 y, de ellas, 86 correspondían a neurosis ocupacional. A su vez, la Encuesta Nacional de Salud de 2003, del Ministerio de Salud, detectó que 16% de las personas de 17 a 24 años reconoce haber presentado alguna vez síntomas de depresión. Entre los 25 y 44 años, el

porcentaje sube a 19%; entre 45 a 64 años el porcentaje es de 18% y en mayores de 65 este porcentaje es de 14%.

Las patologías mentales han aumentado en los últimos cinco años debido a un ritmo de vida competitivo, un medio hostil, proyectos de vida difíciles de concretar y mucha autoexigencia. En ese sentido, para la psicóloga Miriam Wlosko, especialista en temas de salud, trabajo y subjetividad, “las nuevas formas de organización de trabajo, absolutamente ligadas a los cambios que ha habido en los últimos veinte años y el giro del capitalismo neoliberal, modificaron el perfil epidemiológico de las dolencias vinculadas al trabajo”. Situación que no es propia de países en vías de desarrollo, sino que es una condición del trabajo mismo a nivel mundial, adquiriendo el carácter de patologizante, es decir, que en todos lados el crecimiento de las enfermedades causadas por el trabajo es brutal e impactan directamente a la salud mental.

e) El trabajo promueve la salud de las personas ⁷

Para la mayor parte de las personas el trabajo es un medio para satisfacer múltiples necesidades, no sólo de subsistencia, sino, además, de tipo social y de realización personal. Es a través del trabajo que la mayoría de los adultos adquiere y enriquece un sentido de identidad personal. La pérdida del trabajo suele ser, en sí misma, un factor de riesgo de enfermar. El trabajo, entonces, tiene un papel positivo para la salud de las personas.

Algunas de las condiciones laborales que permiten promover la salud mental de las personas y facilitar el desarrollo del potencial humano son las siguientes:

- El trabajo proporciona el sustento necesario para la satisfacción de las necesidades básicas del trabajador y de su grupo familiar.
- Existe preocupación por la seguridad física y psicológica, incluyendo condiciones seguras en cuanto a ambiente, carga y jornada; así como especial atención en la prevención de accidentes y enfermedades profesionales.
- Ofrece un clima de trabajo adecuado, facilitando la confianza, el respeto y el apoyo en las relaciones interpersonales. Se facilita la identificación y el compromiso del trabajador con su trabajo y la empresa.
- Se reconoce el trabajo bien realizado, contribuyendo, de ese modo, a que el trabajador se autovalore y se dignifique en su autoestima.

⁷ Fuente: Dr. Marcelo Trucco, director médico del Hospital del Trabajador

- Proporciona oportunidades para que las personas puedan desarrollar sus potencialidades, aumentando los ámbitos de autonomía en los puestos de trabajo.

2.2 Turismo de Intereses Especiales

2.2.1 Antecedentes económicos del turismo de intereses especiales en Iquique

a) Definición Turismo de Intereses Especiales o alternativo ⁸

Para comprender el concepto de Turismo de Intereses Especiales o Turismo Alternativo, se debe explorar lo que es el turismo y clasificar de alguna forma los distintos tipos de turismo. Debemos recordar que los diversos tipos de turismo nacen a partir de las experiencias que los visitantes (turistas y excursionistas), desean vivir y experimentar; tales son los casos del turismo de naturaleza, el turismo cultural, turismo aventura, entre otros. Cada tipo de turismo es una manera de darle una denominación a un nuevo nicho que comercializa una experiencia distinta.

Algunos eruditos han tratado de definir Turismo de Intereses Especiales como un turismo que da énfasis al contacto y entendimiento entre las comunidades receptoras y el visitante, como también con el medio ambiente; también como un turismo que es consistente con los valores naturales, sociales y comunitarios y que permite una relación positiva entre los locales y visitantes. Engloba a la micro y pequeña empresa y de propiedad de habitantes locales. Otras características de esta forma de turismo son los menores impactos en el medio natural y social, vínculos con otros sectores (agricultura, artesanía, entre otros), de la economía local y retención de ganancias en la localidad.

Las clasificaciones que se pueden incluir bajo el concepto de turismo selectivo, alternativo o de intereses especiales, pueden ser natural, cultural, eventos y otros. El natural (turismo que se puede realizar en lugares naturales, acerca de la naturaleza, y/o para la preservación del medio ambiente natural), incluye: turismo de aventura, ecoturismo y turismo de naturaleza. El cultural (turismo que involucra contacto y aprendizaje de una o más culturas), incluye el turismo arqueológico, rural, religioso y étnico. Eventos (turismo interesado en experimentar eventos característicos de una zona o importantes eventos anuales), que incluyen deportes, carnavales y festivales, por ejemplo. En la clasificación de otros, entra todo aquello que se puede incluir en otras clasificaciones como turismo de voluntariado, granjas y educativo.

Turismo Selectivo, Alternativo o de Intereses Especiales como concepto, nos permite clasificar los diversos tipos de turismo que emergen en el mercado internacional, definiendo el tipo de

⁸ Fuente: Patricia Valenzuela Wagner, Escuela de Gestión en Turismo y Cultura. Universidad de Valparaíso, 2006

experiencia que se busca ofrecer al visitante, la forma en que lo ofrecen los pequeños y medianos operadores, como también por quienes se benefician con los ingresos de dichas empresas. En definitiva buscan una alternativa más cultural, y natural, más personal y auténtica.

b) Nuevo Turismo

En un contexto, en donde surge unas de las actividades más significativas e importantes, en términos de ingresos y puestos laborales, para el país, el turismo se enfoca en una rama en especial de esta lucrativa actividad, como es el de intereses especiales.

En donde no sólo se busca un lugar de descanso sino un lugar para descubrir, se privilegia la autenticidad del lugar y no se quiere mirar y conocer, se quiere participar y experimentar.

La fuerte demanda por disfrutar de actividades al aire libre ha permitido el desarrollo de nuevos tipos de turismo basados en el medio natural, los que privilegian zonas que aún conserven su patrimonio, paisajístico y cultura, y por sobre todo, que se localicen lejos de las zonas urbanas, principalmente en áreas silvestres o protegidas.

Así, el turismo de intereses especiales, lejos de ofrecer unas relajadas vacaciones de sol y playa, entrega una experiencia distinta en un destino singular, lo que puede implicar largos viajes, compartir vivencias con las comunidades locales, acceder a paisajes remotos y disfrutar de actividades inolvidables en lugares únicos de nuestro país.

c) Cluster Turismo de Intereses especiales en Pozo Almonte⁹

En la oficina salitrera de Humberstone en Pozo Almonte, Región de Tarapacá, la Presidenta Michelle Bachelet encabezó la ceremonia que marca el comienzo oficial del trabajo del Cluster de Turismo de Intereses Especiales, iniciativa que a través de la coordinación del trabajo de los actores públicos y privados en la materia, busca impulsar el desarrollo de este sector productivo. La Mandataria indicó que este esfuerzo, encabezado por un consejo público-privado, "va a generar un gran dinamismo en la economía, en la generación de empleo, además de tomar en cuenta nuestra historia, nuestra gente, sus capacidades y que tiene un gran beneficio que es incorporar a pequeños, medianos y grandes productores, emprendedores, en distintos servicios".

Cluster es el concepto que denomina a un conjunto de empresas e instituciones interconectadas entre sí, presentes en una región geográfica determinada, que constituye una de las principales líneas del plan de acción 2008-2010 del Comité de Ministros para la Innovación.

La Presidenta Michelle Bachelet destacó que el año pasado la industria turística le reportó al país más de mil 800 millones de dólares y generó casi 200 mil empleos, con un ingreso registrado de

⁹ Fuente: Documento digital del Ministerio de Economía. "Lanzamiento Cluster Turismo de Intereses especiales en Pozo Almonte"

más de dos y medio millones de turistas. En este sentido, expresó que en el Plan Nacional de Turismo lanzado en 2006 "nos planteamos una meta aún más exigente, que es alcanzar al año 2010 la cifra de tres millones de turistas, que le da un ingreso al país de dos mil millones dólares". No obstante, reveló que las actuales cifras podrían adelantar la concreción de estos objetivos. Señaló que "en estos primeros seis meses de 2008 hemos superado los mil millones de dólares en ingresos y es previsible que alcancemos anticipadamente esta meta que nos habíamos fijado para el 2010", razón por la cual al año 2012 se podrían alcanzar ingresos sobre los cuatro mil millones de dólares.

La iniciativa del Cluster de Turismo es parte de las políticas de innovación del Gobierno y busca desarrollar ofertas más sofisticadas para los turistas, donde el viajero realice un mayor gasto sin involucrar riesgos de sustentabilidad del país. Con esto se procura dar mayor realce al valor natural y patrimonial de Chile, constituyendo una oferta turística diversa y de gran calidad. Dentro de los destinos que se potenciarán destacan Humberstone, Santa Laura, Pica, Mamiña y el altiplano de la región.

d) Lanzamiento Cluster Turismo de Intereses Especiales

Política de Innovación

El gobierno de la Presidenta Michelle Bachelet ha definido como una prioridad la promoción de una estrategia de desarrollo basada en la innovación en torno a las ventajas comparativas del país, invirtiendo en la ciencia, la tecnología aplicada y la formación de recursos humanos especializados. Esta visión nace de la urgencia de comenzar a transformar la economía actual, sostenida sobre la exportación de recursos naturales, muchos de ellos con poco valor agregado, hacia otra basada en la innovación y la competitividad.

Con ese objetivo, en 2006 comenzó a funcionar el Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC), destinado a financiar proyectos innovadores que contribuyan a sumar valor agregado a los productos nacionales.

En el caso particular de Tarapacá, el gasto de los recursos de este fondo ascendió a \$ 932 millones el año 2007, lo que representa un crecimiento de 41% respecto del año anterior, superando la tasa de crecimiento de todas las regiones, que alcanzó un 27% durante el mismo período.

A esto se suma el aporte de los presupuestos regulares de cada agencia, con lo que el total de recursos públicos ejecutados durante el año 2007 en la región de Tarapacá asciende a \$3.000 millones, de los cuales un 32% provienen del FIC.

Política de Cluster

El Programa de Clusters de Alto Potencial es uno de los 7 ejes del Plan de Acción de Innovación definido por el gobierno, a través del Comité de Ministros de Innovación para la Competitividad, para el periodo 2008 - 2010. Las otras líneas son Nueva Institucionalidad (ley que crea el Fondo de Innovación para la Competitividad); fomento de Capacidades de I+D y centros de excelencia; formación de Capital Humano; Emprendimiento y Transferencia Tecnológica; Regionalización de la Innovación; y fomento de una Cultura Pro Innovación y Emprendimiento.

Lo que entendemos por *cluster* es un conjunto de actividades, empresas, centros de investigación y entes gubernamentales relacionados con un sector productivo. Se trata de un encadenamiento productivo dentro de una misma zona geográfica, que apunta a especializar sus ventajas comparativas y mejorar su competitividad, a través de la incorporación de investigación, formación de capital humano, tecnología e innovación.

2.2.2 Pisos ecológicos, flora y fauna ¹⁰

La creación de la región XV exigió la reestructuración de la de Tarapacá. Para nadie es un misterio que las diferencias entre costa e interior son abismantes, teniendo distintos problemas que enfrentar y desarrollos económicos dispares. En el litoral se concentra gran parte de la población en polos urbanos como Iquique y Alto Hospicio. Avanzando hacia la cordillera de los Andes, la población es dispersa, eminentemente rural. Para ello se consideró, entonces, la creación de una nueva provincia, la del Tamarugal, que reúne a las comunas de Camiña, Colchane, Pica y Pozo Almonte, siendo esta última su capital provincial (congrega el 28,6% de la población del Tamarugal).

a) División administrativa

La región de Tarapacá la componen:


- **Provincia de Iquique:** su capital es Iquique. La integran las comunas de:
 - Iquique: su superficie alcanza los 2.242,1 km² y tiene 166.204 habitantes.
 - Alto Hospicio: es la comuna más joven, creada en 2004. Su superficie alcanza los 593,2 km² y posee 50.215 habitantes.

¹⁰ Fuente: Doña Inés de Collahuasi, desarrollo humano y socioeconómico en la región de Tarapacá, 1990-2007.

- **Provincia del Tamarugal:** tiene como capital provincial a Pozo Almonte y está integrada por las siguientes comunas:
 - Pozo Almonte: tiene una superficie que alcanza los 13.765,8 km² y una población de 10.830 personas (6.521 hombres y 4.309 mujeres). Es la comuna de mayor superficie en la región y con alto porcentaje de población urbana (66,5%).
 - Pica: tiene una superficie de 8.934,3 km² y su población asciende a los 6.178 habitantes (4.569 hombres y 1.609 mujeres). El porcentaje de población que habita sectores urbanos es bastante alto, alcanzando el 75,6%.
 - Huara: su superficie es de 10.474,6 km² y su población asciende a 2.599 personas (1.499 hombres y 1.100 mujeres). La totalidad de sus habitantes vive en sectores rurales.
 - Camiña: su superficie es la menor a nivel regional, llegando a los 2.200,2 km². Tiene una población de 1.275 habitantes (676 hombres y 599 mujeres) y todos viven en zonas rurales.
 - Colchane: su superficie es de 4.015,6 km² y su población asciende a 1.649 habitantes. No posee población urbana.

Figura N° 2.7: Población de La Región de Tarapacá, año 2007

Provincias, Comunas y Población año 2007 (1)

1 Iquique	182.641	
2 Alto Hospicio	76.854	
Provincia de Iquique	259.495	
3 Pozo Almonte	14.950	
4 Pica	12.907	
5 Huara	3.095	
6 Camiña	1.167	
7 Colchane	1.649	
Provincia del Tamarugal	33.768	
Región de Tarapacá (3)	293.263	

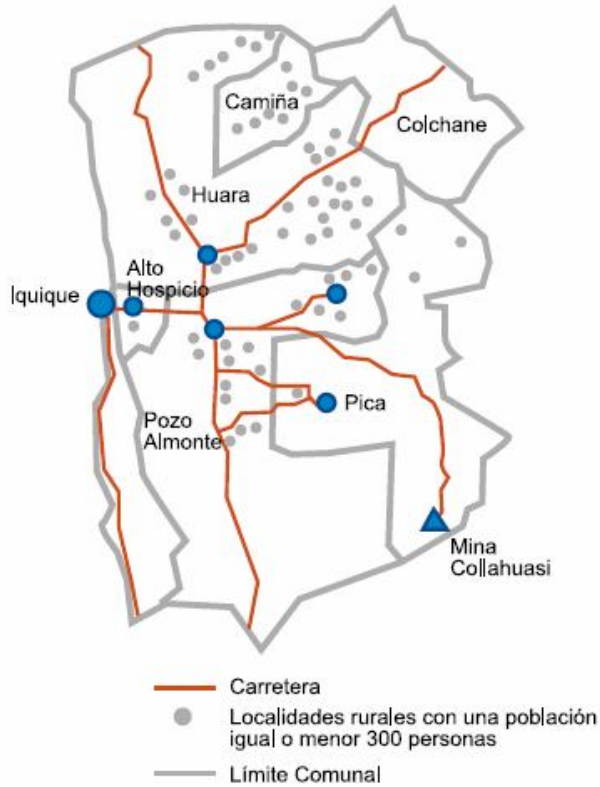
(1) Instituto Nacional de Estadísticas

(2) El mapa se construyó en base a información del Instituto Nacional de Estadísticas y en el se representan todas las localidades pobladas de la región de la nueva Región de Tarapacá

(3) El 11 de Abril del año 2007 se publicó la Ley N° 20.175, que crea a partir de la antigua región de Tarapacá, las regiones XIV de Arica y Parinacota y la actual Región de Tarapacá, que se subdivide en la **Provincia de Iquique** (capital Iquique) y la **Provincia del Tamarugal** (capital Pozo Almonte)

Figura N° 2.8: Mapa división Comunal

Región de Tarapacá y sus Comunas (1) (2)



b) Relieve

En la Región de Tarapacá es posible distinguir las seis formas de relieve que caracterizan a nuestro país.

- **Borde costero y planicies litorales:** La Región de Tarapacá presenta una zona angosta entre el mar y la cordillera de la Costa, originada por la erosión de esta última, y que no alcanza más de dos kilómetros de ancho. Aquí se ubica el principal centro urbano y portuario de la región, Iquique. Desde esta ciudad hasta la desembocadura del río Loa (en el límite entre la Región de Tarapacá y la de Antofagasta), se aprecia una continua plataforma litoral, con tramos de bastante amplitud, que permiten el tránsito terrestre longitudinal y el establecimiento de actividades productivas humanas.

- **Farallón costero:** Hasta el norte de Iquique se presenta como un macizo sólido, que surge desde las profundidades alcanzando los 800 msnm.

- **Cordillera de la Costa:** Posee un escaso desarrollo en la región, presentándose algunos cerros aislados que alcanzan solo un centenar de metros y que se desarrollan desde Punta Camarones hasta el río Loa.

- **Depresión intermedia:** Corresponde a un espacio relleno con productos de diferentes erosiones y que fue modelado por la acción del viento y el agua. Aquí se ubica la pampa del Tamarugal, una meseta que va desde los 600 hasta los 1.500 msnm y que debe su nombre a la existencia, siglos atrás, de un bosque de tamarugos. También es el sector que levantó económicamente a la región durante los siglos XIX y XX, ya que en sus suelos abunda el nitrato de sodio, más conocido como salitre.

- **Cordillera de los Andes:** En este sector se presenta alta y maciza, con alturas cercanas a los 6.000 msnm. En los faldeos del lado poniente cuenta con algunas serranías, las que se ven interrumpidas por profundas quebradas de extensión variable; en algunos casos, estas últimas son recorridas por cursos permanentes de agua.

- **Altiplano:** Es una meseta casi plana que se ubica entre el cordón oriental y occidental de la cordillera de los Andes. Se formó gracias a que la concavidad presente entre los dos cordones andinos se relleno con material volcánico y, posteriormente, fue moldeada por la acción de los cursos de agua de la zona.

Su altura promedio alcanza los 4.000 msnm, coincidiendo las cumbres máximas con los volcanes de la zona. En ella se localizan algunas vertientes de aguas termales, como las de Chusmiza, Puchuldiza y las termas de Mamiña.

c) Clima

En el recorrido por la Región de Tarapacá es posible diferenciar cuatro zonas climáticas que corresponden a variaciones del clima desértico.

En el litoral, las temperaturas son gratas por efecto del mar, con variaciones poco marcadas, mientras que si avanzamos hacia el interior, nos acercamos a las extremas condiciones del desierto absoluto, donde la sequedad atmosférica es considerable y las oscilaciones térmicas diarias son bastante amplias.

Si bien de acuerdo a la latitud, la Región de Tarapacá se encuentra en una zona tropical, en sus características climáticas encontramos ciertos rasgos que difieren de este tipo. Los climas que predominan son:

- **Clima desértico con nublados abundantes:** ubicado en el sector costero de la región, este clima se caracteriza por la presencia de nubosidad durante la noche, la que se disipa en horas de la mañana. Las precipitaciones son casi inexistentes y la oscilación térmica diaria, entre los

meses de invierno y verano, es mínima. La temperatura es bastante uniforme durante el año, con valores que van desde 18,7°C en julio hasta 22,3°C en Febrero.

- **Clima desértico normal:** es típico de la zona interior, en plena pampa, a 1.000 msnm. Se caracteriza por presentar cielos despejados durante todo el año y por la considerable oscilación térmica diaria, con temperaturas muy altas durante el día y que en la noche pueden llegar a 0°C.

- **Clima desértico marginal de altura:** por sobre los 2.000 msnm, en plena precordillera, las condiciones se vuelven más inestables, incluso con precipitaciones abundantes durante el verano, lo que permite el desarrollo de una **incipiente** vegetación. Las temperaturas son bajas, no sobrepasando los 10°C.

- **Clima de estepa de altura:** a partir de los 3.500 msnm, la temperatura media no sobrepasa los 5°C. La humedad relativa.

d) Hidrografía

Las condiciones climáticas y las características del suelo son factores que condicionan la escasa disponibilidad hídrica de la región. En el altiplano, los cursos de agua existentes son de carácter endorreico; las aguas no salen de la cuenca y son acumuladas por lagunas y salares.

Las lagunas se originan por la dificultad de escurrimiento de las aguas hacia el Pacífico, las que se acumulan durante los meses de verano, por las condiciones climáticas altiplánicas anteriormente mencionadas. Los salares, en tanto, son producto de la percolación de sales en la cordillera de los Andes.

También hay que destacar aguas de escurrimiento superficial, como los manantiales, que permiten la supervivencia de la fauna que habita en el sector y de las asociaciones vegetales que allí se encuentran, como los bofedales.

Acercándonos hacia la costa, es posible encontrar cursos hídricos de breve desarrollo, como los presentes en las quebradas, los que solo en ocasiones llegan al mar; otros se pierden en su camino, producto de la evaporación. No existen ríos con un curso permanente, salvo la presencia por el sur del río más largo de nuestro país, el río Loa.

e) Biogeografía

Tanto la flora como la fauna de la Región de Tarapacá deben soportar las duras condiciones de vida, desde la falta de agua hasta los problemas de altitud, clima y salinidad de los suelos. Pero, a pesar de situarnos en medio del desierto más árido del planeta, la vida florece y nace,

adecuándose y maravillando por su variedad. Podemos identificar, entonces, diferentes ecosistemas, condicionados por las diversas formas del relieve y sus respectivos climas.

Es así como en el litoral existen ecosistemas propios del desierto costero, ricos en vegetación y con un enorme endemismo de especies de flora, que aprovechan la humedad proveniente de la camanchaca.

En la zona de la depresión intermedia, el desierto absoluto hace su aparición con las condiciones extremas que lo caracterizan. En plena pampa del Tamarugal, habitan especies como el Tamarugo (*Prosopis tamarugo*), el Algarrobo blanco (*Prosopis alba*), el Retortón (*Prosopis strombulifera*), la Grama salada (*Distichilis spicata*) y el Cachiyuyo (*Atriplex spp.*). Existe, incluso, un ave característica que ronda por el sector, conocida como Comesebo de los tamarugos (*Conirostrum tamarugense*), que posee un plumaje vistoso y que sortea con éxito las condiciones extremas de su hábitat.

Tanto las quebradas como los oasis son ambientes propicios para el desarrollo de algunas comunidades vegetales y animales.

La flora de ambos ha sido modificada por la acción del hombre; sin embargo, destacan especies arbustivas y herbáceas como la Brea (*Tessaria absinthioides*), el Suncho (*Baccharis juncea*), la Cachina (*Juntus acutus*), la Sosa (*Sacocornia fruticosa*) y árboles como el Chañar (*Geoffroea decorticans*).

El altiplano se considera como el área ecológica más rica de la Región de Tarapacá. Ubicado por sobre los 4.000 msnm, posee condiciones de humedad que permiten el florecimiento de diversas especies, entre las que se cuentan la Queñoa (*Polylepis tarapacana*), la Tola (*Baccharis incarum*) y Paja brava (*Festuca orthophylla*).

A gran altura también encontramos el llareta, cuya principal especie es la Llaretta (*Azorella compacta*), que crece en su mayoría en superficies rocosas. La fauna que domina estos sectores se compone básicamente de roedores, como la Vizcacha (*Lagidium viscacia*).

f) Áreas Silvestres Protegidas

En la región, encontramos dos zonas naturales resguardadas por CONAF (Corporación Nacional Forestal) por su importancia y valor ecológico.

Estas son:

- **Parque Nacional Volcán Isluga:** se ubica a 232 kilómetros al noreste de Iquique, en la provincia del Tamarugal. Fue creado el 3 de enero de 1967, alcanza a 401.135 hectáreas y posee un paisaje característico del altiplano (ubicado a una altitud promedio de 4.000 msnm). Las temperaturas del lugar son extremas; normalmente oscilan entre los 5°C y 10°C, pero se han registrado, incluso, -10°C.

El parque está formado por planicies y relieves abruptos, donde destacan los cerros Alpajares, Quinsachatas, Llanquipa, de altitudes superiores a los 5.000 msnm. Sin duda, la cumbre de mayor importancia es la que le da el nombre al parque, el volcán Isluga. Este llega a 5.530 msnm

y se caracteriza por presentar una cima nevada y con esporádicas fumarolas provenientes de su cráter.

Existen también recursos hídricos que otorgan mayor belleza al sector, como el río Arabilla y lagunas de Arabilla y Parintica.

Un atractivo natural digno de presenciar es el campo geotérmico Puchuldiza, conformado por géiseres y termas, en las que el agua alcanza hasta los 85°C. Las fumarolas se aprecian con mayor notoriedad al amanecer. En invierno, durante los meses más fríos, las aguas se congelan formando algunos bloques de hielo.

El parque, además, posee un invaluable patrimonio arqueológico, encontrándose numerosos rastros de los pueblos prehispánicos que habitaron el sector, tales como cementerios, sectores utilizados para ritos funerarios, pucarás y santuarios.

Forman parte de la vegetación característica de este parque especies como el Chastudo (*Oreocereus leucotrichus*), la Guacaya (*Corryocactus brevistylus*), la Paja brava (*Festuca ortophylla*), la Llaretta (*Azorella compacta*) y la Chachacoma (*Senecio nutans*). La fauna no es tan variada; destacan la Llama (*Lama glama*), la Alpaca (*Lama pacos*), el Zorro culpeo (*Pseudalopex culpaeus andinus*), el Flamenco chileno (*Phoenicopterus chilensis*), el Kiula (*Tinamotis pentlandii*), el Huairavo (*Nycticorax nycticorax*) y la Guallata (*Phoenicopterus chilensis*).

- **Reserva Nacional Pampa del Tamarugal:** tres lotes de terreno que conforman la Reserva Nacional Pampa del Tamarugal. Plantaciones y bosques nativos de Tamarugo (*Prosopis tamarugo*), junto a otras especies, dan un respiro a la aridez del sector. Un bosque en medio del desierto más árido del mundo, que sobrevive gracias a la existencia de una napa freática de aguas salobres.

Creada en 1987, alcanza una superficie total de 100.650 hectáreas y se ubica en la comuna de Pozo Almonte, a unos 1.000 msnm. La pampa del Tamarugal se encuentra emplazada en la depresión intermedia, resguardada por ambas cordilleras.

Su principal atractivo es, sin duda, la vegetación presente en el sector. Existen plantaciones de tamarugos y algarrobos, las que conviven con especies como la Fortuna (*Prosopis strombulifera*), el Tamarugo argentino (*Prosopis burkartii*), la Grama salada (*Distichlis spicata*), la Retama (*Cressa cretica*), la Pillaya (*Atriplex spp*) y la Brea (*Tessaria absinthioides*).

La fauna del sector no es abundante dada la escasez de agua. Habitan solo algunos roedores como el Tuco tuco del Tamarugal (*Ctenomys fulvus robustus*), el Ratoncito andino (*Abrothrix olivaceus*) y el Lauchón orejudo (*Phyllotis darwini*), mamíferos como el Zorro chilla (*Pseudalopex griseus*), Culpeo (*Pseudalopex culpaeus*) y el Quique (*Galictis cuja*), y aves entre las que destacan la Lechuza blanca (*Tyto alba*), el Aguilucho (*Buteo polyosoma polyosoma*) y el Comesebo del Tamarugal (*Conirostrum tamarugense*)

2.2.3 Consumo turístico en la Región

La Zona Norte Grande (que abarca las regiones de Tarapacá y Antofagasta), registra el 22,1% de las llegadas. En ella se ubican las conexiones con Bolivia a través de los pasos Chungará (Tambo Quemado), Colchane e Hito de Cajón; las conexiones con Perú a través del Paso Chacalluta Terrestre; y con Argentina por el Paso Jama.

Los principales lugares que visitan los turistas corresponden a las zonas salitreras, el altiplano y la pampa del tamarugal. En la ciudad la demanda está enfocada al sector comercio, que es el caso de ZOFRI S.A. El casco histórico ofrece una arquitectura única, con sus casas de la época del oro blanco, atrayendo gran cantidad de visitantes, aumentando de esta forma el comercio en ese sector (ferias artesanales, restaurantes, pubs y agencias de viajes) y el consumo de estos servicios.

a) Agencia regional de desarrollo productivo¹¹

El turismo contribuye significativamente a la economía de la región de Tarapacá, con una participación del PIB regional del 21% e comercio y turismo y el 79% en el resto de las economías.

La evolución creciente y sostenida del número de arribos a la región en hoteles y residenciales turísticas desde el año 2000 al 2007, ha tenido un crecimiento medio anual de 5,4% , en donde los principales lugares visitados son Iquique, Las Salitreras y Pica, destacándose con un 4,9% del turismo en Chile.

Los turistas tienen una gran diversidad de motivaciones, las cuales se ordena jerárquicamente:

- Sol y playa
- Corporativo (negocios, congresos y convenciones)
- Visitas a parientes y amigos
- Shopping
- Histórico
- Arqueológico y cultural
- Aventura
- Surf
- Termal
- 3° edad
- Estudiante
- Parapente
- Crucero

¹¹ Fuente: agencia regional de desarrollo productivo (ARDP), en base a datos de Sernatur, INE

Los turistas llegan todo el año a la región de Tarapacá, en donde hay una baja estacionalidad, con una variabilidad de un 20% del promedio de llegadas.

Los meses con más llegada de turistas es Enero y Febrero, descendiendo entre Marzo y Junio, teniendo un aumento sustancial en el mes e Julio, Octubre Y Noviembre, demostrando que la actividad del turismo se realiza durante distintas épocas del año

Se ha invertido durante el año 2007 fundamentalmente en establecimientos turísticos, los cuales se han traducido en 250 millones de pesos en oferta alojativa, 200 millones de pesos en gastronomía y 50 millones en establecimiento de ocio.

b) Establecimientos de alojamiento turístico ¹²

A diciembre de 2006 se registró en el país un total de 3.507 establecimientos de alojamiento turístico, con una capacidad de 62.364 unidades habitacionales y 137.187 camas. Por primera vez, estas cifras están distribuidas en las 15 regiones del país, es decir, la información entregada por SERNATUR, en este informe considera las dos nuevas regiones de Arica, Parinacota y Los Ríos.

De acuerdo a la norma chilena de clasificación y terminología de los establecimientos de alojamiento turístico, estos se han clasificado en hoteles (25,3% del total), motel o cabañas (25,9%), y hostel o residencial (27,5%), que son los tres más importantes en términos cuantitativos. Además se distinguen hospedaje familiar (10,4%), apart hoteles (4,6%) y hosterías (4,3%), en tanto los albergues, resort y lodge, en conjunto, representan 2,0%.

En Iquique hay 1.270 camas de 4-5 estrellas en 9 hoteles, en donde el nivel de ocupación actual deja una capacidad ociosa de sólo 450 camas promedio

A nivel nacional Iquique cuenta con un 5.3% de oferta hotelera 4-5 estrellas.

¹² Fuente: Agencia Regional de Desarrollo Productivo, Turismo Chile 2007

Figura N° 2.9: Capacidad Alojamiento Turísticos en Chile

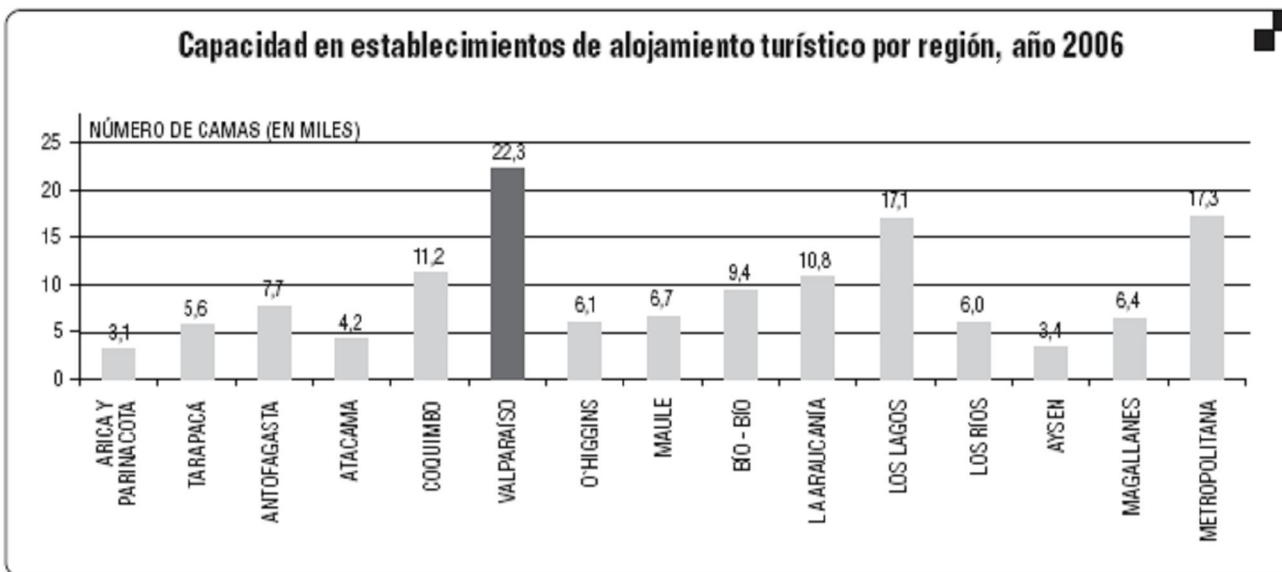
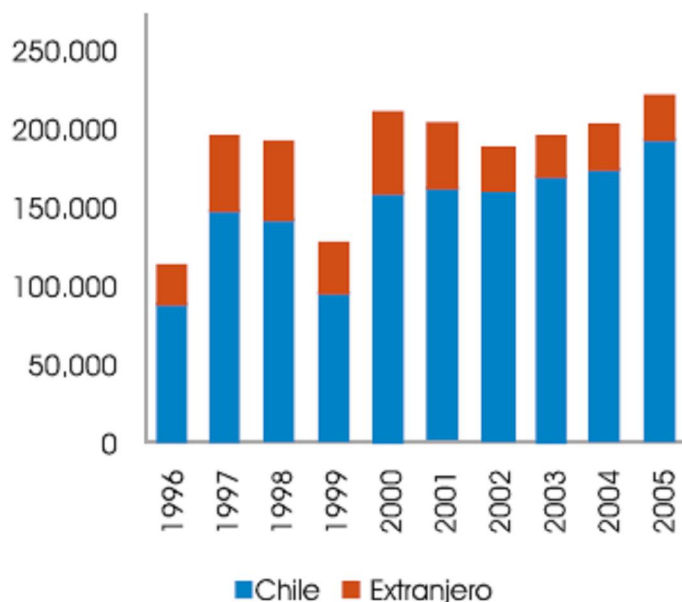


Figura N° 2.10: Compañía minera Doña Inés de Collahuasi. “Desarrollo humano y socioeconómico en la región de Tarapacá, 1990-2007

Pasajeros Llegados a la ciudad de Iquique según origen 1991 y 2006 (1)



(1) Pernoctación Promedio 2,2 días por persona. Informan 71 establecimientos de alojamiento turístico.

Figura N° 2.11: Establecimientos Turísticos por Regiones

REGIÓN	Establecimientos Número)
TOTAL	2.958
ARICA Y PARINACOTA	52
TARAPACÁ	48
ANTOFAGASTA	138
ATACAMA	129
COQUIMBO	224
VALPARAÍSO	752
O'HIGGINS	134
MAULE	139
BÍO-BÍO	211
LA ARAUCANÍA	122
LOS LAGOS	282
LOS RÍOS	114
AYSEN	84
MAGALLANES	115
METROPOLITANA	414

FUENTE: SERNATUR. Direcciones Regionales de Turismo.
ELABORACIÓN: SERNATUR, Departamento de Planificación.

Figura N° 2.12: Agencias de Viaje por Región.

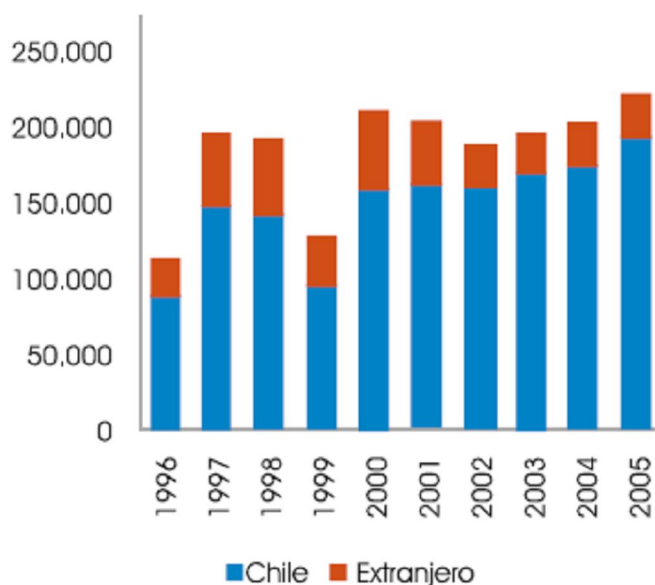
REGIÓN	Agencias de Viaje (Número)
TOTAL	981
ARICA Y PARINACOTA	45
TARAPACÁ	33
ANTOFAGASTA	55
ATACAMA	16
COQUIMBO	35
VALPARAÍSO	174
O'HIGGINS	20
MAULE	12
BÍO-BÍO	43
LA ARAUCANÍA	44
LOS LAGOS	103
LOS RÍOS	19
AYSEN	24
MAGALLANES	85
METROPOLITANA	273

FUENTE: SERNATUR. Direcciones Regionales de Turismo.
ELABORACIÓN: SERNATUR, Departamento de Planificación.

Turismo y hotelería

Figura N° 2.13: Pernoctación promedio de pasajeros que llegan a Chile

Pasajeros Llegados a la ciudad de Iquique según origen
1991 y 2006 (1)



(1) Pernoctación Promedio 2,2 días por persona. Informan 71 establecimientos de alojamiento turístico.

2.2.4 Antecedentes del turismo, evolución, panorámica actual

El turismo en la zona norte a fijado sus estrategias a dotar de actividades complementarias al turismo tradicional de sol y playa, con una orientación al ocio, pero marcado por el descubrimiento, valorizando los atractivos históricos y culturales de la zona.

El actual desarrollo del turismo en la región tiene diferentes áreas de mejora, las cuales son detalladas en los siguientes puntos:

- Coordinar los diferentes esfuerzos de estructuración y mejora de productos con una visión común, en relación a:
 - Salitreras, La Tirana, Buque Esmeralda y Gastronomía.
- Calidad y comercialización del pequeño emprendimiento

– Que puedan autorregularse, diferenciarse y comercializar conjuntamente

- Promoción e información:
 - Con un posicionamiento único hacia nuestros mercados emisores
 - Con una información completa y accesible para nuestros turistas antes de que lleguen, cuando lleguen y cuando se muevan por el destino

- Institucionalización de la coordinación público-privada

a) Demanda turística

Puede definirse como el conjunto de bienes y servicios que el turista está dispuesto a adquirir a los precios internos, en el caso del Turismo nacional, y a precios determinados por las tasas de cambio, en el Turismo internacional.

b) Características de la demanda turística

En la zona del norte grande, ha surgido un nuevo turista, el cultural, el cual demanda servicios de acuerdo a sus necesidades, por tal razón el mercado se está adaptando y ajustando para ofrecer servicios de calidad. Por tal razón la demanda se caracteriza por:

- La demanda es muy elástica a los cambios económicos del mercado.

- Sensibilidad a las condiciones socio-políticas de los países y los cambios de moda en el destino de los viajes. La inestabilidad socio-política (guerras, huelgas, desordenes), inhibe a los turistas a visitar un lugar determinado.

- La demanda esta condicionada por la estacionalidad. Debido a esta dependencia se producen desajustes que actúan de modo perjudicial tanto sobre la demanda como sobre la oferta. Las causas derivan tanto de factores climáticos como de otros más o menos influenciados, tradición, política, etc.

c) Factores que obstaculizan el desarrollo de la demanda interna

A pesar de tener políticas y planes estratégicos dirigidos a potenciar el turismo como actividad económica, existen ciertos obstáculos que son necesarios estudiar para combatir esas deficiencias y contribuir al crecimiento socioeconómico de la región de Tarapacá.

A continuación se especifican las dificultades que enfrenta la demanda interna actual de la región:

- Existe una baja participación por parte de la población en el beneficio del Turismo.
- Concentración geográfica de la demanda: los flujos internos provienen de los principales centros urbanos y su destino se concentra en regiones que cuentan con mayor dotación de servicios turísticos.
- Estacionalidad: la demanda interna chilena es estacional: el chileno está condicionado por el sistema vacacional laboral y estudiantil.
- Esta estacionalidad, ha llevado a la concentración geográfica de los servicios turísticos, a la baja rentabilidad y ocupabilidad de ellos. Además existe poca especialización y profesionalización de los recursos humanos del sector Turismo.
- La estacionalidad se define como “la acumulación de la demanda turística en una determinada época del año”, y se constituye como uno de los problemas económicos más graves que afecta a la actividad turística. Pero esta situación se presenta de forma diferente en la Región de Tarapacá. Presentando baja estacionalidad durante el año.

Algunas medidas correctoras para la estacionalidad, señalan:

- La parcelación de las vacaciones
- Ofrecer tarifas de promoción realmente atractivas en temporada no estival
- Restricciones económicas: las restricciones económicas se derivan de la prioridad que el sector Turismo alcanza dentro de la economía nacional, lo que se refleja en el bajo nivel de las asignaciones presupuestarias para promoción, en la inexistencia de un sistema de incentivos para el desarrollo del sector.

d) Efectos económicos que genera el turismo

Los principales son:

1.- Genera divisas: esto se produce por medio del gasto turístico efectuado por los turistas extranjeros que visitan el país. Este gasto total de los turistas está en función de algunas variables, que son:

- Volumen del flujo turístico: cantidad de visitantes que van a un país
- Gasto diario: se gasta de acuerdo al nivel de ingresos, precios y oportunidades que se ofrezcan.
- Duración del promedio de estadía.

2.- Aumenta el empleo: siendo el Turismo una actividad de servicios, el factor humano es imprescindible e insustituible. La actividad turística proporciona empleos directos e indirectos.

3.- Estimula el desarrollo regional: el estímulo al desarrollo regional es un efecto económico muy importante en algunos países, pues permite la descentralización de la economía de una nación. En muchos casos el fenómeno turístico se localiza en zonas económicamente más retrasadas y que no poseen muchas fuentes de producción. El Turismo permite que dichas regiones puedan incorporarse al crecimiento nacional a través de un aprovechamiento integral de los recursos naturales, humanos y financieros que ellas poseen. Se puede lograr, así, resultados más favorables sobre la base de la utilización apropiada del espacio físico y de las riquezas naturales y culturales.

4.- Genera ingresos fiscales: los ingresos fiscales aumentan, ya que parte del gasto turístico es recibido por el Estado bajo la forma de impuestos, que pueden ser de dos tipos:

- Directos : renta (sueldos)
- Indirectos : aduaneros, ventas.

5.- Posibilita las exportaciones invisibles: las compras realizadas por los turistas en el país visitado, constituyen una exportación invisible. Esto quiere decir, que las adquisiciones son efectuadas personalmente por los visitantes y sin los trámites y riesgos del comercio internacional. Son un motivo de atracción muy importante para los turistas.

6.- Produce ahorro de divisas: el Turismo nacional o interior contribuye al ahorro de divisas, pues ofrece alternativas de descanso y esparcimiento a los nacionales del país, evitando en algunos casos, que estos gasten divisas en el exterior.

e) Principales tendencias turísticas

Entre las principales tendencias cualitativas importantes pueden señalarse las siguientes:

- Crece el número de turistas que desean participar de actividades recreativas, deportivas y de aventura, y conocer la historia, cultura, naturaleza y vida silvestre de la zona que visitan. Hoy día los turistas son más activos física e intelectualmente que antes.
- Son cada día más los turistas que desean cultivar sus intereses y hobbies personales. Hay muchos tipos de Turismo especializado basado en la naturaleza y la vida silvestre, sitios históricos, pautas culturales, actividad económica e intereses profesionales.
- El Turismo de raíces étnicas por parte de quienes visitan sus países de origen está adquiriendo importancia en muchos lugares. El Turismo de naturaleza, cultura y aventura está registrando un fuerte crecimiento. El Turismo religioso de visitantes de enclaves sagrados relacionados con sus creencias religiosas seguirá siendo una modalidad turística considerable.
- Aumenta en número de turistas en busca de nuevos destinos y nuevos productos turísticos. De ello se derivan muchas oportunidades de desarrollo de nuevas zonas turísticas y de mejora y ampliación de los destinos actuales.
- Más y más turistas se interesan por el mantenimiento y mejora de su salud y por ello se registra un importante desarrollo de las estaciones y centros de salud. Se observa un renovado interés por los tratamientos médicos tradicionales y éstos pueden constituir la base de un Turismo especializado y de estaciones de salud.
- Hoy en día son más numerosas las personas retiradas activas que viajan, muchas de ellas en posición económica desahogada. Sin embargo los jóvenes y las personas de edad media lo hacen todavía en un gran número. Muchos discapacitados viajan hoy como turistas y se están diseñando instalaciones y servicios utilizables por turistas con discapacidades de un tipo u otro.
- Los turistas son cada vez más experimentados y exigentes en su pauta de viaje y esperan atracciones, servicios e instalaciones de buena calidad y una relación calidad / precio satisfactoria en su gasto turístico.
- El Turismo de negocios y de asistencia a congresos y reuniones seguirá creciendo y puede reportar beneficios a muchos sitios. Muchas personas que viajan por negocios o

para participar en congresos y reuniones también se comportan como turistas de vacaciones durante parte de su estancia en la zona.

- Son más numerosos los turistas con sensibilidad ambiental y social que buscan destinos bien planificados y menos contaminados, y que dejan a un lado los mal diseñados con problemas ambientales o sociales.
- Aumentan los destinos turísticos que adoptan un enfoque de planificación y gestión del desarrollo turístico y que buscan un Turismo de buena calidad que evite problemas ambientales y sociales y que optimice los beneficios económicos.
- Se están mejorando y revitalizando los complejos turísticos antiguos con objeto de satisfacer las expectativas actuales de los turistas, y esta renovación se está llevando a cabo con una cuidadosa planificación.
- El sector turístico está aplicando cada día más la tecnología moderna en los servicios de reserva y mercadotecnia. Internet, por ejemplo, se está convirtiendo en un instrumento importante de información y comercialización.

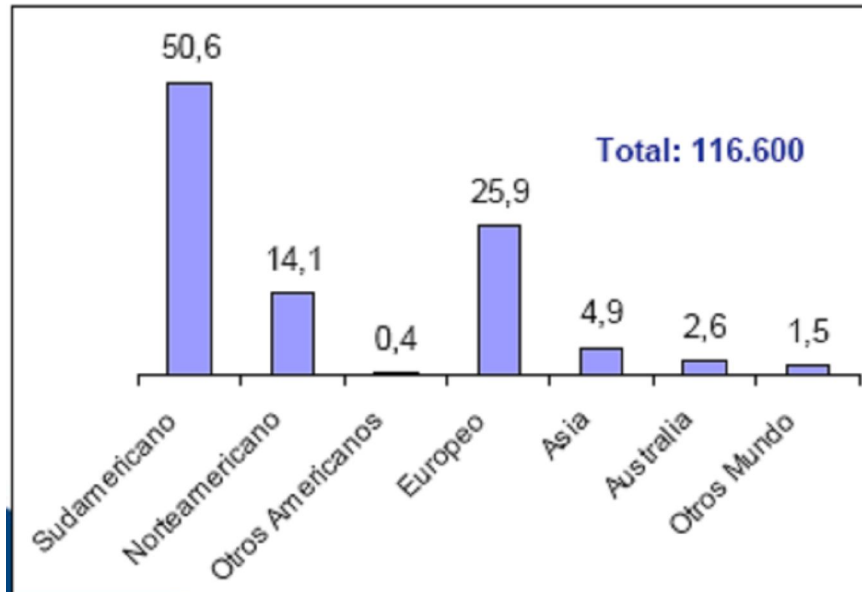
Otra tendencia considerable es el desarrollo turístico en una zona concreta como parte del esfuerzo de conservación del entorno natural, sitios históricos y tradiciones culturales. El ecoturismo (Turismo de naturaleza controlado) y el Turismo de intereses especiales están en pleno desarrollo en muchas partes como medio de justificación de objetivos conservacionistas. Este enfoque requiere especial importancia en zonas con recursos limitados como forma de cumplimiento de programas de conservación.

Principales atractivos visitados

Iquique-salitreras-pica, llegadas de residentes en el extranjero

Total año 2006 (%)

Figura N° 2.14: Llegada de extranjeros (por continente) que visitan Iquique-salitreras-pica



f) Nueva propuesta de circuitos en la Región de Tarapacá

Ocho circuitos turísticos que abarcarán recorridos por poblados aimaras, termas y el altiplano, los que buscan potenciar el desarrollo productivo de las comunidades indígenas, fue impulsado por el Servicio Nacional de Turismo (Sernatur) en Iquique.

La directora regional de Sernatur, Carolina Quinteros, sostuvo que la idea de identificar atractivos y establecer circuitos concretos forma parte de un compromiso que busca satisfacer los requerimientos de los visitantes nacionales y extranjeros. “Los ocho circuitos turísticos fueron consensuados pensando en todos los habitantes de todas las comunas, poblados y localidades que componen la provincia, debido a que reconocemos que nuestra gente representa el punto de partida para proyectarnos como región turística, ya que entendemos que son ellos mismos nuestros mejores promotores”, enfatizó Quinteros.

Los primeros dos circuitos ya fueron implementados y son promocionados, por lo tanto, su impacto se comenzará a medir desde fines del 2007, actualmente estos circuitos están generando ingresos económicos a las localidades del interior de Iquique, aumentando sustancialmente el interés de turistas por visitar estos pintorescos lugares de la Región.

Estas rutas se denominan, “Desierto y Pampa del Tamarugal”, que comprende recorridos por Iquique, Alto Hospicio, las salitreras Humberstone y Santa Laura, incorporando los geoglifos de Pintados y los poblados de La Tirana, La Huayca, Matilla y Pica. El segundo de los circuitos, abarca el borde costero de Iquique y zonas como el Salar Grande, el Puerto de Patillos, hasta llegar a diversos ex campamentos salitreros ubicados en la pampa, recorriendo la zona interior de la provincia.

Los otros seis destinos restantes comenzarán a ser comercializados por las agencias de turismo a partir del 2009, ya aun existen poblados que requieren de infraestructura de servicios básicos. Estos destinos abarcan la ciudad perdida de Huatacondo, las termas precordilleranas, los poblados limítrofes de Colchane, rodeando el volcán Mana Huanapa y conociendo el arte rupestre y, por último, el valle de Camiña.

La promoción de los nuevos recorridos estará a cargo del sector público como privado y que las mayores expectativas están centradas en un aumento sustancial de los turistas extranjeros y nacionales de intereses especiales.

En el proceso de implementación de los circuitos fuera de Sernatur han trabajado municipios, La Corporación Hijos del Salitre, CONAF, el Ministerio de Obras Públicas y empresarios privados.

De acuerdo a las estadísticas de Servicio Nacional de Turismo, el año pasado llegaron a Iquique un total de 203 mil 380 turistas, que representa un 86% del total regional. De esa cifra, 31 mil fueron extranjeros, principalmente, asiáticos, europeos y norteamericanos.

2.3 Aspectos Legales

2.3.1 Código del Trabajo ¹³

Dentro de marco legal, el Código del Trabajo nos entrega el reglamento para validar las actividades en post de los beneficios que se le pueden entregar a los trabajadores dentro de la empresa, a continuación se destacan los artículos que tiene directa relación con el proyecto “Turismo de Intereses Especiales como incentivo en las empresas públicas y privadas”, que dan nivel de poder y/o influencia tanto a los trabajadores como a la gerencia.

- En el título VI de la capacitación ocupacional, el artículo 179, se refiere a que “la empresa es responsable de las actividades relacionadas con la capacitación ocupacional de sus trabajadores, entendiéndose como tal el proceso destinado a promover, facilitar, fomentar y desarrollar las aptitudes, habilidades o grados de conocimiento de los

¹³ Fuente: actualización 2007, DFL N°1, Código del Trabajo

trabajadores con el fin de permitirles mejores oportunidades y condiciones de vida y de trabajo”.

- En el título III del seguro social contra riesgos de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales, el artículo 209, se refiere a que “El empleador es responsable de las obligaciones de afiliación y cotización que se originan del seguro social obligatorio contra riesgos de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales regulado por la ley N° 16.744.

Con respecto a los estatutos de sindicatos de una empresa, el Código del Trabajo en el Título I de las organizaciones sindicales, artículo 220 , que se refiere a los fines principales de las organizaciones sindicales, tienen el poder necesario para exigir a la gerencia o dueños, mejoras en las condiciones laborales, en donde se afirma lo siguiente: “Prestar ayuda a sus asociados y promover la cooperación mutua entre los mismos, estimular su convivencia humana e integral y proporcionarles recreación”, “Canalizar inquietudes y necesidades de integración respecto de la empresa y de su trabajo”, “Constituir, concurrir a la constitución o asociarse a mutualidades, fondo u otros servicios y participar en ellos. Estos servicios pueden consistir en asesorías técnicas, jurídicas, educacionales, culturales, de promoción socioeconómica y otras”

2.3.2 Ley 16.744 de prevención de accidentes laborales y enfermedades profesionales

Ministerio del Trabajo y previsión social

Seguro social contra riesgos de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales ¹⁴

Otro nivel de poder con que cuentan los trabajadores es la Ley 16.744, Seguro social contra riesgo de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, Artículo VIII, Disposiciones finales, en donde se señala: “Realizar actividades permanentes y efectivas de previsión de accidentes y enfermedades profesionales”.

Ley N° 16.744 , que estableció en el país el seguro social obligatorio contra riesgo de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, realizando cambios que apuntan a actualizar términos y a reconocer determinadas manifestaciones clínicas de patologías que ya están incorporadas en el listado de enfermedades profesionales, además en el D.S.N° 109 de la Ley N° 16.744 , se menciona las enfermedades de ámbito salud mental, neurosis profesional, entendida como “ enfermedad que expongan en riesgo de tensión psíquica y se compruebe relación causa- efecto”.

¹⁴ Fuente: Ministerio del trabajo y previsión social, seguro social contra riesgos de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales, Ley 16.744

Titulo III

Art. 12

El Presidente de la República podrá otorgar la existencia de estas instituciones otorgándoles la correspondiente personalidad jurídica, cuando cumplan con las siguientes condiciones:

- a) Que sus miembros ocupen, en conjunto, 20.000 trabajadores a lo menos en faena permanentes
- b) Que dispongan de servicios médicos adecuados propios o en común con otra mutualidad los que deben incluir servicios especializados, incluso en rehabilitación.
- c) Que realicen actividades permanentes de prevención de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales.

2.3.3 ISO 26.000

- a) Qué es la ISO 26000 ¹⁵

ISO 26000 (Responsabilidad Social) será una guía que emitirá lineamientos en materia de Responsabilidad Social establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO por sus siglas en inglés).

Se designó a un Grupo de Trabajo ISO en Responsabilidad Social, liderado por el Instituto Sueco de Normalización (SIS por sus siglas en inglés) y por la Asociación Brasileña de Normalización Técnica (ABNT) que publicará la certificación en el 2010.

- b) Propósito de la Norma ISO 26000 - RS

Se plantea el propósito o justificación de la norma, las razones para la estandarización y la información detallada sobre los asuntos conceptuales relacionados a RS. El objetivo que se plantea es el de:

¹⁵ Fuente: Responsabilidad Social Corporativa Chile

- Asistir o ayudar a las organizaciones a establecer, implementar, mantener y mejorar los marcos o estructuras de RS.
- Apoyar a las organizaciones a demostrar su RS mediante una buena respuesta y un efectivo cumplimiento de compromisos de todos los stakeholders incluyendo los empleadores, a quienes quizás recalcará su confianza y satisfacción; facilitar la comunicación confiable de los compromisos y actividades relacionadas a RS.
- Promover y potenciar una máxima transparencia. El estándar será una herramienta para el desarrollo de la sustentabilidad de las organizaciones mientras se respetan variadas condiciones relacionadas a leyes de aguas, costumbre y cultura, ambiente psicológico y económico.
- Hacer también un ligero análisis de la factibilidad de la actividad, refiriéndose a los asuntos que pueden afectar la viabilidad de la actividad y que requieren de consideraciones adicionales por parte de ISO.

De esta manera se plantean como beneficios esperados de la implementación del estándar, los siguientes:

- Facilitar el establecimiento, implementación y mantenimiento y mejora de la estructura o marcos de RS en organizaciones que contribuyan al desarrollo sustentable.
- Contribuir a incrementar la confianza y satisfacción en las organizaciones entre los stakeholders (incluyendo los empleadores);
- Incrementar las garantías en materia de RS a través de la creación de un estándar único aceptado por un amplio rango de stakeholders;
- Fortalecer las garantías de una observancia de conjuntos de principios universales, como se expresa en las convenciones de las Naciones Unidas, y en la declaración incluida en los principios del Pacto Global y particularmente en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, las declaraciones y convenciones de OIT, la declaración de Río sobre el medioambiente y desarrollo, y la Convención de las Naciones Unidas contra la corrupción. Facilitar las liberaciones del mercado y remover las barreras del comercio (implementación de un mercado abierto y libre), complementar y evitar conflictos con otros estándares y requerimientos de RS ya existentes.

c) Elementos de la Norma ISO 26000 – RS

La primera parte de la resolución N° 366, sobre Gestión medio ambiental del Grupo Asesor de la Presidencia, provee de una visión general sobre las interrelaciones entre los principales

componentes que interactúan en la consolidación de un sistema RS, sin embargo es el mismo NWIP quien define en qué debiera consistir la norma, señalando que debe dirigirse a:

- La operacionalización de la responsabilidad social
- Identificar y articular los stakeholders,
- Incrementar la credibilidad de los reportes y de las afirmaciones hechas en materia de RS.

Establece también que ISO 26.000 debiera asistir a las organizaciones dirigiéndolas en materia de RS, tanto en su aspecto social, medioambiental y legal.

d) Contenido y diseño de la Norma ISO 26000 – RS

Así también se estipularon los diferentes ámbitos que se deben ver contenidos y desarrollados en la norma de RS, el siguiente esquema los enuncia.

Se refiere a que el contenido debe ser desarrollado de forma simple, fácil de leer y entendible por personas no especialistas, para lo que tiene que estar escrito en un lenguaje entendible.

Debe también identificar los elementos centrales de RS, que son los asuntos esenciales que deben ser considerados por una organización para implementar una gestión de RS. Propender al entendimiento común de RS (descripciones, definiciones, terminología), así como también contemplar procesos de comunicación y métodos para el mejoramiento del rendimiento, para lo que deberá además referirse a los indicadores de este mejoramiento del rendimiento. También debe referirse a la relación con los documentos de RS ya existentes.

Las discusiones en el Grupo de Trabajo aportarán en identificar diversos elementos o secciones que requerirán ser incluidas en la norma internacional.

El diseño de la norma y de sus especificaciones deben cubrir como mínimo las siguientes áreas:

- Tabla provisional de contenidos
- Identificación de los elementos centrales del estándar
- Alcance del estándar
- Definiciones preliminares y otros conceptos del estándar
- Otros asuntos que deban ser considerados cuando se desarrolle el diseño específico.

- Asuntos nacidos del reporte de trabajo de RS "Working Report on Social Responsibility" desarrollado por el AG o Grupo Consultivo (AG).
- Asuntos nacidos de la resolución de ISO "Technical Management Board" (TMB)
- Asuntos nacidos de la conferencia de Estocolmo, Suecia
- Asuntos contemplados en requerimientos de RS u otros documentos relacionados ya existentes.
- Otros asuntos, tales como; diferencias regionales (respecto a la cultura, costumbres, usos o diferencias de condiciones de desarrollo económico); mejoras de rendimiento; identificación de asuntos críticos; hacer seguimiento luego de publicado el estándar; (estableciendo sistemas de promoción, difusión, herramientas de soporte, uso de Web, etc.).

2.4 Metodología

2.4.1 Análisis de la Oferta

El objetivo del análisis de la oferta, se pueden conocer los elementos claves para estudiar la oferta de un producto o servicio, analizar la competencia de un producto o servicio, comparar nuestro servicio con el de la competencia y aprehender de la competencia.

Se intentará averiguar todo lo posible sobre:

1) ¿Quiénes son nuestros competidores?

2) ¿Qué ofrecen las otras empresas?

- Productos/ servicios
- Calidad
- Políticas de precios
- Distribuidores
- Fortalezas
- Ventajas competitivas (aspectos diferenciadores)

3) ¿Como operan las otras empresas?

- Estrategias
- Promoción
- Distribución
- Promoción

4) ¿Con que medios trabajan las otras empresas?

- Equipamiento
- Personal
- Tecnología
- Alianzas
- Capital

1) Análisis de los competidores

Iquique cuenta con una gran oferta de agencias de turismo, con distintas tarifas, servicios y programas. A continuación se distinguirán las principales agencias competidoras directas e indirectas en relación a las rutas ofrecidas en el proyecto.

El análisis de la oferta se baso en el registro de agencias de turismo que presenta el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), en la Región de Tarapacá.

Agencias de viaje

- Nombre: Agencia de Viajes Turismo Tamarugal
- Ubicación: Arturo Pérez del Canto #329
- Teléfonos: (09) 7262754 - (57) 473357
- Contactos: www.turismotamarugal.com, info@turismotamarugal.com
- Descripción de la empresa: Empresa virtual de índole familiar dedicada al turismo en la ciudad de Iquique, el objetivo principal es ofrecer al cliente, variedades de servicios y alternativas de viajes en la región y países vecinos. Disponemos de guías especializados y certificados que le acompañaran en su viaje. La empresa cuenta con experiencia en turismo regional, cultural, arqueológico, histórico y de recreación
- Oferta:
 - Tour costero, playas y caletas

Visita a Punta Gruesa, caleta de pescadores de los Verdes, poblado agrícola y Zoológico, balneario de Chanavayita, observación de los puertos mineros de Patache y Patillos, continuando en caleta de pescadores de Río Seco para visitar museo.

Valor: \$12.000 p/persona.

- Tour ruinas salitreras

Visita a la planta procesadora de Santa Laura y campamento de Humberstone, donde se instruirá y relatará sobre la vida y trabajo en la pampa. Se visitarán las construcciones, museos, casas y oficinas donde vivían los administradores, empleados y obreros con sus familias.

Valor: \$ 12.000 p/persona.

- Navegación a la Boya Esmeralda

En el muelle de pasajeros abordaremos la embarcación típica que navegará por la bahía durante una hora, para observar la flota pesquera, boya Esmeralda, loberas y puerto de carga.

Valor: \$ 3.000 p/persona.

- City tour Iquique

Se visitará el sector antiguo de la ciudad, paseo Baquedano donde se apreciarán las antiguas construcciones de la época del salitre, museo regional, plaza Arturo Prat y casino español. Se efectuará una visita panorámica a los principales parques y balnearios costeros y finalizará con una visita a la zona franca.

Valor: \$ 9.000 p/persona (mínimo 02).

\$ 11.000 City tour + boya (mínimo 04 personas)

- Tour oasis de Pica, Matilla, La Tirana y oficinas salitreras

Se inicia con la ida a las ruinas salitreras de Santa Laura y Santiago Humberstone, luego al Oasis de Pica, Matilla e iglesia de La Tirana.

Incluye, guía calificado, entradas a los museos y almuerzo tipo menú en típico restaurante, no incluye bebestible.

VALOR: \$ 17.000 p/persona. (Descuentos a empresas y familias).

- Altiplano y Parque Nacional Isluga

Desde su residencia con destino al gigante de Atacama, quebrada y pueblo de Chusmiza, pueblo de Mauque, iglesia y laguna de Aravilla para observar flora y fauna del lugar, parque nacional Isluga, observación del volcán Isluga y visita al pueblo fronterizo de Colchane. Almuerzo en Colchane o alternativo box lunch.

VALOR: \$ 60.000 p/persona (mínimo 04)

Oferta Internacional

- Arequipa (4 Días 3 Noches)

DIA 01: Iquique – Arequipa.

DIA 02: Arequipa + City Tour.

DIA 03: Arequipa, tour campiñas, cabalgata.

DIA 04: Arequipa - Tacna - Iquique.

VALOR: \$ 95.000 p/persona.

- Machu Picchu (5 Días)

DIA 01: Iquique - Arequipa.- Cuzco.

DIA 02.: Cuzco. Acomodación y City Tour. DIA 03: Tour ruina Machu Picchu. Desayuno, 05.45 AM., traslado estación de San Pedro para viaje en tren destino aguas Calientes y posterior viaje en bus a Machu Picchu.

DIA 04: Cuzco- Valle Sagrado.

DIA 05: Cuzco- Iquique.

VALOR: 225.000 p/persona

- Lago Titikaka (4 días- 3 noches)

Día 01: Arica –Tacna – Puno.

DIA 02: Ruinas de Sillustani

DIA 03: ISLAS Uros y Taquile.

DIA 04: Tacna- Arica.

- Nombre: Avitours

- Ubicación: Baquedano # 997

- Teléfonos: (57) 527692 - (57) 527692

- Contactos: reservas@avitours.cl, www.avitours.cl

- Descripción de la empresa: Operador turístico y agencia de viajes, es una empresa con más de 5 años de experiencia en el mercado iquiqueño, sus servicios se extienden desde arica a San Pedro de Atacama, tanto por la costa como el altiplano del norte grande de Chile.

- Oferta:

- City tour Iquique.

Salida por la mañana o la tarde desde los hoteles. Se inicia el recorrido visitando el sector sur de la ciudad, Playa Huayquique, Paseo y Parque Playa Brava, Península de Cavancho, Club de Yates, Paseo y Playa Cavancho, Parque Balmaceda, Avenida Baquedano, Palacio Astoreca , Museo Regional y sector automotriz Zona Franca.

Valor: \$ 8.500.- MIN. 4 Pasajeros (Servicio Regular)

\$ 15.000.- MIN. 2 Pasajeros (Servicio Privado)

- Tour en la ruta de los Geoglifos (Arqueológico).

Completo recorrido por los tres sitios arqueológicos de renombre Mundial. Los Geoglifos de Pintados, ubicados a 96 Km. desde Iquique y a 1.000 M. Sobre el nivel del mar.

Luego nos trasladaremos al Geoglifo Gigante de Atacama, el más grande de Chile con 86 metros de altura y representa una figura humanoide con una máscara de felino en su cara y acompañada de un guardián y un saurio en sus costados.
Valor: \$ 30.000.- MIN. 2 Pasajeros (Servicio Privado)

- Tour especial Laguna del Huasco, Oasis de Pica y salitreras.

Viaje dirigido hacia la Laguna del Huasco vía ruta a minera Collahuasi, se puede observar una gran variedad de fauna silvestre como Flamencos, Patos, Gansos y Llamas. A la hora acordada se inicia el viaje con destino al oasis de Pica, por camino antiguo. Luego continua el viaje rumbo al pueblo de La Tirana para conocer su Iglesia y Museo del Salitre. Al atardecer visitaremos las salitreras de Humberstone y Santa Laura.

- Tour Parque Nacional Volcán Isluga

Comienza el recorrido visitando el Geoglifo Gigante de Atacama, continua el viaje pasando por el Alto Chuzmiza para llegar a los Gysers de Puchuldiza con sus enormes chorros de agua que provienen del centro de la tierra a una temperatura de 85 °C; a continuación se visitaran los pueblos de Mauque, Enquelga, La Laguna y Salar de Aravilla, en donde se pueden apreciar una gran cantidad de aves andinas como Flamencos, Tanguas y Gansos. Luego se llegará al Pueblo Sagrado de los Incas, Isluga y finalmente a la Quebrada de Aroma y el Valle de Marte.

- Tour salitreras y geoglifos de Pintados

Se inicia el viaje rumbo a la pampa, donde se visitarán las ex Oficinas Salitreras Humberstone y Santa Laura declaradas Monumentos Nacionales. Siguiendo el recorrido se visitará uno de los sitios arqueológicos más espectaculares del Norte, Los Geoglifos de Pintados, donde encontraremos más de 400 figuras que están distribuidas a lo largo de los faldeos de las Cordillera de la Costa en Paneles o Grupos Temáticos.
Valor: \$ 20.000.- MIN. 2 Pasajeros (Servicio Privado)

- Tour salitrera, oasis y La Tirana.

Salida desde Iquique hacia la Pampa, donde se visitarán las Ex Oficinas Salitreras de Santa Laura y Santiago Humberstone, declaradas Monumentos Nacionales. Luego se dirigirán al Oasis de Pica. De regreso se visitará el Oasis de Matilla, en donde se destaca el Lagar Español antiguo centro de elaboración del vino, la Iglesia de San Antonio y el campanario hecho en piedra, del Siglo XIX y XVIII. Por último llegaremos al poblado y Santuario de La Tirana, donde se celebra una de las fiestas religiosas más relevantes del país.

Valor: \$18.000.- MIN. 4 Pasajeros (Servicio Regular)

\$35.000.- MIN. 2 Pasajeros (Servicio Privado)

- Tour termas de Mamiña.

En el trayecto haremos una detención en la ex Oficinas Salitrera Santiago Humberstone. A continuación se dirigirán hacia el pueblo de Mamiña y traslado al sector de los Barros Chinos. Posteriormente se visitará la Iglesia y Tiendas artesanales, luego se trasladarán al sector de los Baños Ipla (baños termales públicos).

Valor: \$ 22.000.- MIN. 4 Pasajeros (Servicio Regular)

\$ 35.000.-MIN. 2 Pasajeros (Servicio Privado)

- Tour en la ruta de la sal.

Salida al Salar Grande, en el trayecto se hará una detención en Punta Gruesa; luego pasarán cerca de las instalaciones del Puerto de Patillos por donde se embarca la sal a varios países del mundo, atravesaremos la Cordillera de la Costa y recorreremos el “Salar Grande” la mayor reserva del mundo en sal gema (99,99% de pureza). En el lugar veremos una panorámica de este hermoso lugar y caminaremos al interior de una “Troya”; rajo a 20 metros de profundidad; donde podremos extraer piedras de sal gema cristalinas, en este lugar degustaremos un drink de tequila con limón de pica y sal milenaria. Posteriormente regresaremos y tendremos una panorámica del Puerto de Patillos y visitaremos una colonia de Lobos Marinos en el sector de Puerto Patache, al terminar pasaremos a la Playa Chanavallita donde degustaremos un almuerzo con mariscos y pescado. Regreso al hotel a Valor: \$ 15.000.- MIN. 4 Pasajeros (Servicio Regular)

\$ 28.000.- MIN. 2 Pasajeros (Servicio Privado)

- Tour Parques Nacionales (3 días y 2 noches)

Hermoso recorrido por los parques nacionales del Altiplano Chileno, Montañas y Volcanes que superan los 6.000 m.s.n.m. adornados con Salares y Lagunas donde co-existe una variada Flora y Fauna Andina.

El primer día se recorre el Parque Nacional Volcán Isluga. Pernoctación y cena en el pueblo fronterizo de Colchane. Al iniciar el segundo día nos trasladaremos hacia las termas de Enquelga para disfrutar de un reponedor baño. Continuando el viaje nos trasladaremos hacia el Monumento Natural Salar de Surire. Detención en las Termas de Polloquere. Luego se continuará el viaje al poblado de Putre. El tercer día visitaremos el Parque Nacional El Lauca con el hermoso Lago Chungara, Lagunas Cotacotani, pueblo de Parinacota, sector Las Cuevas, Pukara de Capaquilla y Valle de Marte.

- Nombre: Extremo Norte Ltda.
- Ubicación: Filomena Valenzuela #712, Of. 102, Edificio Cavanha, Iquique
- Teléfonos: 56-57-760997
- Contactos: info@extremonorte.cl , www.extremonorte.cl
- Descripción de la empresa: Extremo Norte es un Tour Operador dedicado principalmente a organizar circuitos culturales, de aventura y de naturaleza para grupos o viajeros individuales. Han logrado diseñar circuitos adecuados a los intereses de cada viajero, ofreciendo un alto estándar de calidad en el servicio, un sistema eficiente y flexible en su operación.
- Oferta: Sus programas han sido cuidadosamente elaborados, teniendo siempre presente el aprovechamiento máximo de su tiempo y de los lugares que visitamos. Estos contemplan las ciudades de Arica, Iquique, Calama y Antofagasta como puntos de partida y término. Como también los pueblos de Putre, Pica y San Pedro de Atacama como centros de operaciones, abarcando así, los principales puntos de interés del norte de Chile. Sus viajes de aventura consisten a menudo en viajes de altitud, por caminos polvorientos y difíciles en algunos tramos, días de recorridos bastante largos y clima riguroso. En el caso de los circuitos de Trekking, esperan que los participantes sean personas en buena condición física y con experiencia en este tipo de viajes. Estos circuitos son para personas que disfrutan caminando durante varios días seguidos. En algunos de sus viajes pasan tiempo considerable a altitudes por sobre los 3.500 metros. También ofrecen programas convencionales que son bastante fáciles y no requieren de un alto grado de preparación. Varios de ellos se desarrollan a baja altitud. Son entretenidos viajes familiares o de amigos, son sumamente educativos y aptos para todas las edades.

- Nombre: Magical Tour Chile
- Contactos: www.magicaltour.tk, magicaltourchile@hotmail.com
- Descripción de la empresa: es una empresa especialista en turismo del Norte Grande de Chile. Realizan viajes por la cultura de Tarapacá, geoglifos, pictografías y petroglifos, además de realizar excursiones a los lugares más hermosos del altiplano y su típica arquitectura.
- Oferta:
 - Ruta de geoglifos

La excursión Ruta de Geoglifos es Exclusiva de Magical Tour, saliendo en la mañana desde la ciudad de Iquique, se visita la ex oficina salitrera de Humberstone (Patrimonio de la Humanidad), Gigante de Atacama, Pueblo de Huará (pueblo cerca del Gigante), La Reserva Nacional Pampa del Tamarugal, Salar y Geoglifos de Pintados.

Incluye Tickets y Refrigierios - guía de Turismo

Valor: \$28.000

- Cocha resbaladero

La Cocha Resbaladero, se ha convertido por tradición, en el principal centro turístico de la comuna de Pica. Con aguas a una temperatura entre 25° y 30°. Posee un excelente equipamiento, y la posibilidad de apreciar algunas especies animales y botánicas de la zona.

- Puerto de Pisagua

El Puerto de Pisagua, de gran importancia para la industria del Salitre. Hoy solo posee una pequeña cantidad de habitantes, que viven día a día entre edificios llenos de Historia. En un recorrido por sus ruinas aun podemos recorrer sus edificios de importancia, como su antigua Estación de Bomberos, de antiguas calaminas, su Hotel y también Cárcel, su Torre del Reloj, Mercado y Teatro. También podremos visitar las ruinas de su estación de Ferrocarriles y otros puntos de interés Turístico. Visitaremos también de camino a Pisagua el Gigante de Ataca, el Geoglifo más grande del Desierto Chileno; el Pueblo de Huara. Y al final del día el Cementerio de Pisagua con toda su carga Histórica y el Memorial recientemente levantado a los Ejecutados Políticos durante la última Dictadura Militar en Chile.

- Termas de Mamiña

La excursión al Pueblo de Mamiña "Niña de Mis Ojos". Ubicado sobre los 2.700 m.s.n.m, Mamiña es una de las localidades más tranquilas de la zona. Especial para disfrutar de un pequeño retiro, para lograr ese tan merecido descanso. Las aguas termales de Mamiña tienen fama internacional por sus propiedades, lo mismo que sus famosos baños de barro o "Baños Chinos", los cuales se complementan perfectamente, dentro de este pequeño pueblo de una característica y peculiar arquitectura en piedra.

- Ruta costera

Esta excursión se desarrolla por la ruta costera que se encuentra desde el Sur de Iquique. Este recorrido contempla la visita a las más importantes Caletas y Playas cercanas a la ciudad de Iquique, en las cuales se puede disfrutar de limpias aguas, Platos Típicos, Fauna costera y sitios de gran valor Natural y Arqueológico.

- Nombre: Jiririnc Explorer - Tours
- Teléfonos: 08-5285010
- Contactos: jiririncexplorer@gmail.com
- Descripción de la empresa: Es una empresa de turismo rural comprometida con la cultura local, sus tradiciones y con el cuidado del medio ambiente, permitiéndoles ofrecer un turismo de intereses especiales basado en la sustentabilidad social, cultural y ambiental de la Región. Su misión es lograr la acción coordinada y armónica de todos los actores involucrados en el desarrollo de la actividad turística.
- Oferta:

- Circuito turístico La Sal del Desierto

Todo el esplendor de la industria del salitre, su génesis y ocaso, su gente y su impacto en lo social y económico.

- Circuito turístico naturaleza mágica y cultura viva

El desierto en todo su esplendor, sus secretos y misterios, la naturaleza que lo envuelve, su fauna y flora, en si su ciclo de biológico y la importancia de preservarlo.

- Circuito turístico La ruta del silencio

Un recorrido por parajes impresionantes en el desierto más árido del mundo, donde el silencio y las perpetuas huellas se comunica con el presente y nos cuentan un pasado sin palabras, plasmando en la naturaleza y ancestrales huellas de nuestros antepasados.

- Circuito turístico naturaleza que sana

Una visita a las más importantes y curativas aguas termales de la región, con un completo programa de tratamiento de relajación y terapia en las termas de Mamiña y Macaya.

- Circuito turístico Familiar

La familia se reúne en torno al desierto, una visita a los lugares más tranquilos y adecuados para el encuentro familiar y el esparcimiento, incluye treinkin, mountaibang, observación de flora y fauna, pic nic y/o camping.

- Circuito turístico en las huellas del tata Inti

Un recorrido por el altiplano con sus pueblos y culturas milenarias, la flora y la fauna, su agricultura y la vida en la ruralidad aymara.

2.4.2 5 Fuerzas de Porter

Las cinco fuerzas determina la capacidad de beneficio de un sector. Éste puede ser intenso en algunos sectores donde la rentabilidad que la empresa reciba sobre la inversión no sea muy grande y suave en otros sectores donde existen rentabilidades elevadas. El fin de la estrategia de una empresa es encontrar un posicionamiento contra estas fuerzas o cambiarlas a su favor. Éstas se describen a continuación:

Grado de rivalidad entre los competidores existentes

En la ciudad de Iquique existe una gran cantidad de agencias de viaje y tours operadores, ofreciendo servicios turísticos de gran calidad, por tal razón es necesario detectar la rivalidad competitiva que existe en relación a la propuesta que se ofrece el proyecto, la cual se define como el turismo de intereses especiales como incentivo en empresas públicas y privadas.

La actividad del turismo en la Región de Tarapacá, va en aumento este último tiempo, existiendo gran variedad de oferta e función de las necesidades que tienen los turistas que llegan a esta zona.

El proyecto “ Turismo de intereses especiales como incentivo en empresas públicas y privadas”, va dirigida a un segmento más específico, las cuales son empresa públicas o privadas que incorporen proyectos innovadores en sus planes de acción de su respectivo departamento de RRHH o bienestar, con el objetivo de incentivar una nueva forma de turismo en sus trabajadores, creando un espacio grato para compartir, adquirir nuevos conocimientos culturales con el fin de contribuir a un mejor clima laboral y productivo en la empresa.

Por tal razón no existe una rivalidad competitiva fuerte, ya que las agencias de turismo y tours operadores que se encuentran en la zona dirigen sus ofertas a turistas nacionales y extranjeros, con el objetivo de solo realizar la actividad de turismo y en muy pequeña cantidad lo ofrecen a empresas, solo como actividad de recreación, no como un espacio de desarrollo para los trabajadores.

Barreras de Entrada

Las barreras de entrada, más que posibles reacciones de empresas ya existentes, es el cambio de concepto de la actividad del turismo, como una forma de incentivo en las empresas, ya que el enfoque que sustenta este proyecto, es la Responsabilidad Social Empresarial, la cual no es conocida o aplicada en los planes de acción de la mayoría de las empresas.

En la actualidad muy pocas empresas son socialmente responsables, y dirigen su actuar a algunos de los pilares RSE, como el compromiso con la comunidad y cuidado con el medio ambiente, pero en menos rigor a la calidad de vida laboral.

Por lo general las empresas invierten en actividades recreativas, como deportes, danza y concursos de pinturas para las familias de los trabajadores y fiestas de fin de año.

Pero no desarrollan actividades que tengan como objetivo un espacio de desarrollo personal e intelectual de sus trabajadores.

Los clientes también son un punto vital dentro del negocio, ya que estos le dan vida, es por esto que al emprender con un negocio nuevo, es importante conocer cuan fieles podrían ser los potenciales clientes, en este caso, se tendría que generar un fuerte plan de marketing, que ayude a introducir el nuevo servicio al mercado.

Por tal razón habría un cambio de paradigma de lo que es el concepto de turismo y verlo como una actividad de interacción con la naturaleza, con las culturas autóctonas y en general con la historia local del lugar, lo cual contribuirá a crear un espacio de interacción entre los trabajadores, fuera del lugar de trabajo, permitiéndoles oxigenar su mente y cuerpo y adquirir conocimientos culturales nuevos.

Amenaza de servicios sustitutos

Ante la existencia de sustitutos que ofrecen servicios similares, el proyecto “Turismo de Intereses Especiales como incentivo en las empresas públicas y privados”, debería definir un perfil adecuado y fuerte, que permita la diferenciación y una ventaja competitiva frente a las otras agencias de turismo en especial.

Además, el proyecto tiene que defenderse, de la aparición de distintas empresas que puedan surgir con el mismo objetivo, lo que puede ser una realidad.

A continuación se describirán los servicios sustitutos que podrían competir con el proyecto o por el público objetivo al cual se dirigen:

Agencias de viaje

- Nombre: Agencia de Viajes Turismo Tamarugal
- Descripción de la empresa: Empresa virtual de índole familiar dedicada al turismo en la ciudad de Iquique, el objetivo principal es ofrecer al cliente, variedades de servicios y alternativas de viajes en la región y países vecinos. Disponemos de guías especializados y certificados que le acompañaran en su viaje. La empresa cuenta con experiencia en turismo regional, cultural, arqueológico, histórico y de recreación.
- Oferta:
 - Tour costero, playas y caletas
 - Tour ruinas salitreras
 - Navegación a la Boya Esmeralda
 - City tour Iquique
 - Tour oasis de Pica, Matilla, La Tirana y oficinas salitreras
 - Altiplano y Parque Nacional Isluga
 - Oferta Internacional (Arequipa, Machu Picchu, Lago Titicaca)

- Nombre: Avitours
- Descripción de la empresa: Operador turístico y agencia de viajes, es una empresa con más de 5 años de experiencia en el mercado iquiqueño, sus servicios se extienden desde

arica a San Pedro de Atacama, tanto por la costa como el altiplano del norte grande de Chile.

- Oferta:
- City tour Iquique.
- Tour en la ruta de los Geoglifos (Arqueológico).
- Tour especial Laguna del Huasco, Oasis de Pica y salitreras.
- Tour Parque Nacional Volcán Isluga
- Tour salitreras y geoglifos de Pintados
- Tour salitreras, oasis y La Tirana
- Tour termas de Mamiña
- Tour en la ruta de la sal
- Tour Parques Nacionales (3 días y 2 noches)

- Nombre: Extremo Norte Ltda.
- Descripción de la empresa: Extremo Norte es un Tour Operador dedicado principalmente a organizar circuitos culturales, de aventura y de naturaleza para grupos o viajeros individuales. Han logrado diseñar circuitos adecuados a los intereses de cada viajero, ofreciendo un alto estándar de calidad en el servicio, un sistema eficiente y flexible en su operación.
- Oferta: Sus programas han sido cuidadosamente elaborados. Estos contemplan las ciudades de Arica, Iquique, Calama y Antofagasta como puntos de partida y término. Como también los pueblos de Putre, Pica y San Pedro de Atacama como centros de operaciones, abarcando así, los principales puntos de interés del norte de Chile. Sus viajes de aventura consisten a menudo en viajes de altitud, por caminos polvorientos y difíciles en algunos tramos, días de recorridos bastante largos y clima riguroso. En el caso de los circuitos de Trekking, esperan que los participantes sean personas en buena condición física y con experiencia en este tipo de viajes. También ofrecen programas convencionales que son bastante fáciles y no requieren de un alto grado de preparación. Varios de ellos se desarrollan a baja altitud. Son entretenidos viajes familiares o de amigos, son sumamente educativos y aptos para todas las edades.

- Nombre: Magical Tour Chile
- Descripción de la empresa: Es una empresa especialista en turismo del Norte Grande de Chile. Realizan viajes por la cultura de Tarapacá, geoglifos, pictografías y petroglifos, además de realizar excursiones a los lugares más hermosos del altiplano y su típica arquitectura.
- Oferta:
- Ruta de geoglifos
- Cocha resbaladero
- Puerto de Pisagua

- Termas de Mamiña
- Ruta costera

- Nombre: Jiririnc Explorer – Tours
- Teléfonos: 08-5285010
- Contactos: jiririncexplorer@gmail.com
- Descripción de la empresa: Es una empresa de turismo rural comprometida con la cultura local, sus tradiciones y con el cuidado del medio ambiente, permitiéndoles ofrecer un turismo de intereses especiales basado en la sustentabilidad social, cultural y ambiental de la Región. Su misión es lograr la acción coordinada y armónica de todos los actores involucrados en el desarrollo de la actividad turística.
- Oferta:
 - Circuito turístico La Sal del Desierto
 - Circuito turístico naturaleza mágica y cultura viva
 - Circuito turístico La ruta del silencio
 - Circuito turístico naturaleza que sana
 - Circuito turístico Familiar
 - Circuito turístico en las huellas del tata Inti

Museos

- Museo regional
- Museo Naval
- Museo Militar

Instituciones o asociaciones culturales

- Actividades realizadas por el Consejo Regional de la Cultura y las Artes
- Biblioteca regional
- Gestores culturales
- Guías de turismo independientes
- Historiadores que ofrecen servicios de charlas culturales

Poder de negociación de los clientes

Los clientes actúan para bajar precios, aumentar la calidad y exigir mayores prestaciones. El servicio que ofrece el proyecto, está destinado a empresas que sientan una atracción por invertir dentro de sus políticas del departamento de RRHH, en proyectos innovadores, que se preocupen de la salud mental de sus trabajadores, así como el desarrollo y crecimiento de una imagen

socialmente responsable en la comunidad que intervienen. Como en todo negocio el poder de negociación que tienen los clientes es importante para el funcionamiento de la empresa, de estos dependen su existencia, y durabilidad en el mercado. Por tal razón es necesario introducir el servicio con una fuerte política en marketing, especialmente incitando los beneficios que generará la implementación de este proyecto en el desarrollo de sus trabajadores, en donde la gerencia se daría cuenta de los cambios sustanciales que se generarían en el ambiente laboral y productividad de la empresa.

Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores es determinante, debido a que para implementar el proyecto, se necesita de servicio de terceros, es decir que una empresa de transporte o institución provea lo que se requiere para implementar las rutas. En donde se es necesario de una Van y un guía de turismo, por tal razón si no se consigue una negociación conveniente para ambas partes, sería muy complicado que el proyecto se mantenga en el tiempo. Pero al requerir de proveedores, se recurren a un contrato legal con la empresa que ofrece la prestación, lo que permitirá una relación de confianza y conveniencia para ambas partes.

De todas formas en este caso el poder lo siguen manteniendo los proveedores, ya que cualquier situación externa podría afectar el funcionamiento normal de los programas que ofrece el proyecto.

Los encargados de proveer son:

- Circulo de Guías de Turismo Cultural de Iquique, ofrece el servicio de guía y de prestación de la Van.
- Empresa de transporte, que ofrece la Van adecuada para el servicio que entrega el proyecto.
- Guías de turismo independientes

2.4.3 Mercado Objetivo

Es mercado objetivo será definido en función de la ubicación geográfica del proyecto, es decir que se fundamentará la elección de la zona norte, específicamente de la Región de Tarapacá, por sus infinidades de atractivos turísticos, los cuales no se han potenciado ni puesto en valor.

La elección de esta zona se fundamenta específicamente por 3 razones:

- La región de Tarapacá cuenta con atractivos culturales, arqueológicos, naturales, patrimoniales y étnicos; de los cuales muy pocos son puestos en valor y protegidos.

- Promover la descentralización en el país en relación a la actividad del turismo, es decir potenciar la zona norte como un atractivo turístico de excelencia en el cual se desarrolle especialmente el turismo de intereses especiales, por las características que esta zona geográfica posee.
 - Generar fuertes políticas de conciencia turística en la zona norte por la gran cantidad de atractivos culturales y turísticos que posee, con el fin de fomentar la actividad turística de modo sustentable.
- Organización administrativa de la Región de Tarapacá

La Región de Tarapacá es una de las quince regiones en la que se encuentra dividido Chile. Limita al norte con la XV Región de Arica y Parinacota, al sur con la Región de Antofagasta, al este con la República de Bolivia y al oeste con el océano Pacífico.

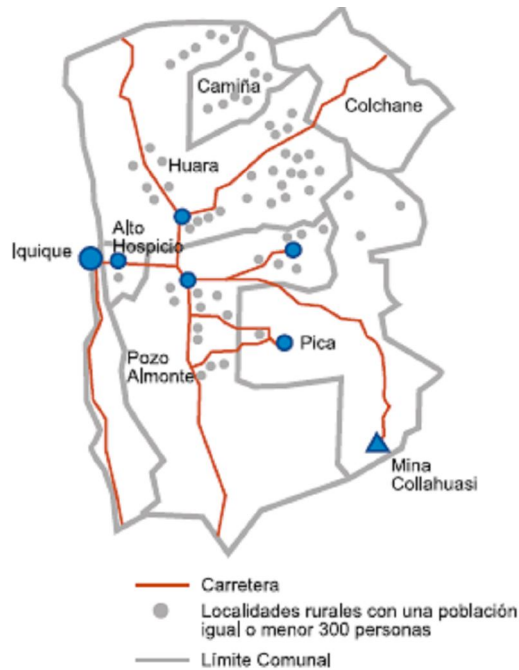
Tiene una superficie de 42.225,8 kilómetros cuadrados y una población estimada al año 2007 de 293.263 habitantes. La región se divide en las provincias del Tamarugal e Iquique y la capital regional es la ciudad de Iquique.

La distribución de la población y comunas administrativas es la siguiente:

Figura N° 2.15: Distribución de la Población de La Región de Tarapacá

1 Iquique	182.641	
2 Alto Hospicio	76.854	
Provincia de Iquique	259.495	
3 Pozo Almonte	14.950	
4 Pica	12.907	
5 Huara	3.095	
6 Camiña	1.167	
7 Colchane	1.649	
Provincia del Tamarugal	33.768	
Región de Tarapacá (3)	293.263	

Figura N° 2.16: Mapa división Comunal, Región de Tarapacá



- **Relieve**

Las formas básicas del relieve en la región son: Cordillera de los Andes, que se presenta maciza, alta y volcánica, siendo su vertiente oriental ocupada por el altiplano chileno; Depresión Intermedia, caracterizada por la presencia de pampas, destacándose la del Tamarugal; Cordillera de la Costa, alta y abrupta, limitando la influencia oceánica al interior; Planicies litorales, muy angostas, de no más de dos kilómetros de ancho, que permiten el emplazamiento de la ciudad de Iquique.

- **Clima**

Predomina el desértico, distinguiéndose además los climas desértico costero, con alta nubosidad y escasa oscilación térmica diaria; desértico normal, con gran sequedad atmosférica y alta oscilación térmica diaria; desértico marginal de altura, que predomina por sobre los 3.000 metros, registrándose una disminución en la temperatura y precipitaciones en verano (invierno boliviano).

- Hidrografía

Las condiciones climáticas imperantes y las características del suelo determinan una precaria disponibilidad hídrica. En la Pampa del Tamarugal existen algunas quebradas cuyas aguas desaparecen por infiltración y evaporación. Además, el recurso hídrico se encuentra en forma de napas subterráneas, lo que ha permitido el establecimiento de los bosques de Tamarugo y la permanencia de asentamientos humanos en la Pampa.

- Población

La región, según el Censo de población de 2002, registró un total de 238 mil 950 habitantes, equivalente al 1,56 % de la población nacional y su densidad alcanza a 5,65 hab/km².

- Actividad Económica

Asociado al turismo, el Comercio de Zona Franca de Iquique mantiene esta tendencia ascendente. El sector más dinámico es la Minería, destacando el inicio de la producción del megaproyecto “Doña Inés de Collahuasi”, con lo cual la producción de cobre fino en 1998 llegó a 325.000 toneladas. La Minería no Metálica también presenta indicadores altos, destacando la producción de Cloruro de Sodio.

- División Político-Administrativa

Capital Regional: Iquique

Provincias: Iquique - Tamarugal

Comunas: Iquique - Alto Hospicio - Pozo Almonte – Pica – Huará – Camiña - Colchane.

- Atractivos turísticos

El área que conforma la actual Región de Tarapacá, está ubicada en uno de los desiertos más áridos del mundo, condición que ha hecho el habitar en esta zona un verdadero reto para los distintos grupos humanos que desde eras remotas han convivido con su entorno. A pesar de estas circunstancias geográficas, climáticas y ambientales, los diversos pueblos mantuvieron un equilibrio y armonía con la naturaleza logrando desarrollar sus culturas.

El transcurso de los siglos originó un proceso de evolución que convirtió a los pueblos nómades al sedentarismo, así es posible encontrar desde el siglo IV dc. al XVI dc. a los Aymaras en el altiplano, los Changos en las zonas costeras, y la posterior expansión del imperio Inca que se origina en la cordillera de los andes peruana extendiéndose hasta el territorio chileno.

Tres siglos después, a mediados del 1800, El extenso desierto rico en nitratos aportó gran prosperidad no sólo a la zona sino que al país. Las inversiones extranjeras contribuyeron a convertir a los puertos de Tarapacá en poderosas urbes que marcaron el época de esplendor del salitre.

La historia de la I Región de Tarapacá esta íntimamente relacionada a la explotación del Salitre, cuyo mayor esplendor fue a fines del siglo XIX y principios del XX.

En todo el territorio regional donde es posible encontrar ruinas de antiguas oficinas salitreras, algunas declaradas Monumentos Nacionales.

Pero la región es más que tradición "calichera", por su territorio se extiende la llamada " Pampa", territorio despoblado de gente y vegetación, interrumpida por ricos Oasis, verdaderos vergeles que abastecen las zonas pampinas.

- Detalles de atractivos por Comunas

Comuna de Iquique

- Parque temático
- Paseo calle Baquedano
- Dunas
- Deportes extremos: Surf, parapente, Buceo.
- Teatro Municipal
- Torre del reloj
- Mercado Centenario y Escuela Santa María de Iquique
- Iglesia Catedral
- Borde Costero: Covaderas, vestigios de asentamiento y canchas de sal.

Comuna de Alto Hospicio

- Huantajaya
- Santa Rosa

Comuna de Pozo Almonte

- La Noria
- Pozo Almonte
- La Tirana
- Ex Oficina Salitrera Santa Laura
- Ex Oficina Salitrera Humberstone
- Pueblo de Mamiña
- Petroglifos de Tamentica
- Geoglifos de Pintados
- Laguna de Llamara

Comuna de Huara

- Pisagua
- Pampa Germanía
- Dolores
- Quebrada de Tarapacá
- Pueblo de Huara
- Gigante de Tarapacá
- Ariqueña
- Reserva Nacional Pampa del Tamarugal

Comuna de Camiña

- Pueblo de Camiña
- Petroglifos de Chillaiza
- FERCAM

Comuna de Colchane

- Pueblo de Colchane
- Geizer de Puchuldiza
- Termas de Enquelga
- Volcán Isluga
- Pueblo de Isluga

Comuna de Pica

- Pueblo de Matilla
- Cocha Resbaladero
- Salar de Huasco
- Huellas de Dinosaurio
- Arte rupestre
- Iglesia de San Andrés

2.4.4 Aplicación de entrevistas en Empresa Corpesca S.A.

Análisis de empresa CORPESCA S.A. en comparación con los datos obtenidos por medio de las entrevistas realizadas en terreno y los datos recopilados de la página oficial de la empresa.

a) Empresa CORPESCA S.A. Iquique

Es la empresa pesquera extractiva más grande de Chile y una de las más importantes a nivel mundial. Elabora cerca del 30% del total capturado en el país.

Su producción anual alcanza un promedio de 240 mil toneladas métricas de harina de pescado, lo que representa un 7% de las exportaciones mundiales de este producto. En aceite de pescado su producción promedio es de 30 mil toneladas anuales.

Sus volúmenes de producción y calidad otorgan a CORPESCA una sólida posición en el mercado mundial, la que se basa en procesos con un alto nivel tecnológico y en su personal altamente calificado.

Productos que ofrece

Es el principal productor de Chile de harinas y aceites de pescado, comercializando un amplio rango de calidades de estos productos.

- Harinas de pescado
- Aceites de pescado

Figura N° 2.17: Producción Industrial de Empresa Corpesca S.A.

Producción Industrial de Harina y Aceite de Pescado
Región de Tarapacá - Toneladas

ELABORACIÓN		
AÑO	Harina de Pescado	Aceite de Pescado
1996	234,502	32,809
1997	317,104	32,250
1998	45,772	1,323
1999	222,995	26,271
2000	261,636	43,154
2001	189,783	16,908
2002	295,358	28,890
2003	169,347	20,213
2004	327,378	43,837
2005	247,796	29,671
2006	117,095	11,312

Calidad de los productos

Desarrolla un estricto y exhaustivo programa de aseguramiento de calidad, que involucra desde la faena de pesca hasta el proceso de producción y manejo del producto final.

Como resultado se obtienen harinas de pescado de primera calidad caracterizadas por altos contenidos de proteína, óptima digestibilidad, bajos niveles de aminas biogénicas (especialmente histamina) y un bajo porcentaje de ácidos grasos libres, entre otros.

Por otra parte, la Compañía ha implementado un Programa de Aseguramiento de Calidad basado en HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points), certificado por el Servicio Nacional de Pesca, máxima autoridad nacional del sector, cuyo objeto es garantizar una producción libre de cualquier tipo de contaminantes, incluida la salmonella.

Asimismo, cuenta con la certificación internacional de calidad GMP B2 en su planta de Arica, del Product Board of Animal Feed (PDV) de Holanda, constituyéndose así en la primera empresa a nivel nacional en obtener esta importante certificación de calidad.

De esta forma, Corpesca es reconocida como un proveedor altamente confiable, capaz de satisfacer sus compromisos en la cantidad, oportunidad y calidad requerida por sus clientes de todo el mundo.

Creando una imagen de confianza para sus clientes a nivel nacional y mundial, por la certificación de sus productos, los cuales están libres de contaminantes y poseen aseguramientos de calidad que dan confianza al momento de realizar negocios con la empresa.

b) Responsabilidad social de la empresa Corpesca

Medio ambiente e investigación

Efectúa sus labores productivas con respeto al medio ambiente, resguardando la sustentabilidad de los recursos pesqueros que constituyen la base de su actividad.

La Empresa mantiene un Programa de Investigación Biológica y Oceanográfica propio, y participa activamente en la investigación de los recursos a través de programas conjuntos con universidades e institutos especializados de investigación pesquera, tanto de Chile como del exterior de modo de conocer mejor el estado de los recursos y del ambiente y así poder adoptar medidas que aseguren la sustentabilidad de la actividad en el tiempo.

Recientemente, se han puesto en funcionamiento nuevos sistemas de descarga y plantas de tratamiento de aguas residuales (riles) en los puertos en que opera.

Por otra parte, por más de 11 años, la empresa ha llevado a cabo un Programa de Vigilancia Ambiental del Ecosistema Marino, que pasó a formar parte del monitoreo ambiental establecido por la legislación vigente. Además, la Empresa cuenta con un Programa de Monitoreo y Control de Emisiones Líquidas y un Programa de Control de Emisiones Gaseosas.

Trabajo con la comunidad

Desarrolla un permanente compromiso con su entorno a través de una activa participación en actividades educativas, culturales, deportivas y sociales, que benefician no sólo a sus trabajadores sino también a las comunidades de la Zona Norte de Chile donde está presente su actividad productiva.

La Empresa ha patrocinado la organización de diversos campeonatos y ha construido Centros Deportivos y Recreacionales en Iquique y Mejillones.

En el ámbito educacional, participa en el Programa de Educación Dual con establecimientos técnico profesionales, efectúa aportes y desarrolla diversos proyectos con universidades, facilita la realización de prácticas profesionales y, a través de la Asociación de Armadores e Industriales Pesqueros del Norte Grande, entrega becas a hijos de pescadores artesanales.

c) Información obtenida por medio de entrevistas realizadas en la empresa Corpesca S.A.

Las entrevistas se realizaron en la empresa pesquera Corpesca S.A. de Iquique. El procedimiento se basó en la elección de un representante de los departamentos principales de la empresa, los cuales son: Gerencia, RRHH, Supervisión, Oficina Técnica, Mantenimiento eléctrico (Director de sindicato N°1), Administración (Director de sindicato N° 2) y Turno o elaboración.

La elección tiene como objetivo obtener información lo más objetiva posible y de varios puntos de vista por el orden jerárquico de los trabajadores seleccionados.

Las entrevistas realizadas fueron anónimas para resguardar la identidad (por seguridad) y facilitar la confianza durante la sesión de preguntas.

2.4.4 Resultados (análisis) de entrevistas

a) Respuesta de los trabajadores y sindicato de la empresa Corpesca S.A.

1- ¿Que tan satisfecho está en su trabajo?

Los trabajadores por cierta parte están satisfechos, porque tienen regalías, casino, movilización, sobretiempo y en general estabilidad laboral, pero económicamente no lo están.

Las opiniones también reflejaron insatisfacción en relación a que encuentran que están mal remunerados de acuerdo a la realidad local, además señalan la poca deferencia de la jefatura, debido a que no toman en cuenta sus opiniones. Reflejaron que se encuentran en una situación de estrés constante por los vaivenes de la pesca (recurso variable), lo que genera alta rotación laboral e inseguridad. Además señalaron una alta sobrecarga de trabajo.

2- ¿Qué opina de realizar actividades culturales y turísticas?, ¿En horario laboral o fuera de este?

Afirmaron que en horario de trabajo es difícil, solo se podrían realizar algunas menores, por ejemplo charlas o alguna terapia de relajación, porque la administración no otorgaría mucho tiempo.

El fin de semana (sábado y domingo) junto a compañeros de trabajo o con la familia, les agrada realizar actividades culturales y turísticas, recordaron que antes existía en la empresa escuelas de verano (viajes) y campeonatos de fútbol y básquetbol, en donde participaban todos junto con su familia y obtenían muy buenos resultados.

3- ¿La empresa destina recursos a estas actividades?

La empresa ha destinado recursos a actividades artísticas, las que están orientadas a concursos de pintura para niños, danza árabe para sus esposas, pero consideran que no están bien implementadas porque no cuentan con servicio de transporte ni comida, esta situación no le permite la participación a gran parte de los trabajadores, debido a que su situación económica no les permite pagar dichos servicios. Esta situación genera una gran brecha de oportunidades, debido a que por lo general asisten las mismas personas (supervisión y estamentos más altos).

Otra situación que manifestaron es que sienten que no está dirigido para ellos, debido a que no se ven involucrados y demuestran la necesidad de espacios para desarrollarse y recrearse.

4- ¿Usted considera que realizar actividades recreativas (culturales y turísticas), le permitirían trabajar mejor en su ambiente laboral?

Si, siempre y cuando sean completas, es decir que les ofrezcan transporte y alimentación, debido a que estas actividades le ayudarían a eliminar el factor estrés, estar en contacto con la naturaleza, crear una conciencia turística y patrimonial, estrechan los lazos de amistad entre sus compañeros y compartir en un entorno fuera del lugar de trabajo.

5- ¿Cree usted que las actividades culturales y turísticas, mejoran su salud mental?

La respuesta fue que sin duda favorecen a su salud mental, y que las relaciones personales, laborales y familiares mejorarían. Esto los llevaría a sentirse mejor, incluso más libres debido a que viven en un ambiente laboral estresante.

6- ¿Qué consecuencias considera usted que implicaría incorporar estas actividades a su trabajo?, señale favorables y desfavorables.

Favorables

- Motivación
- Compañerismo
- Sentido de pertenencia
- Espacio para compartir con la familia y compañeros de trabajo
- Eliminación de estrés laboral
- Cambio de actitud por sentir el apoyo de la empresa
- Se genera una conciencia turística, cultural, patrimonial y ambiental

Desfavorables

- Que la gerencia piense que es un espacio donde se reúnen sus trabajadores para confabular contra ellos.
- También la gerencia lo puede ver como una pérdida de tiempo en vez de un espacio de recreación para sus trabajadores, que traerá como consecuencia una mejora en la productividad.
- En caso que nos le permitieran realizar estas actividades se generaría recelo por parte de los trabajadores hacia la jefatura.

7- En caso de realizarlas, ¿Participaría activamente en estas actividades?, ¿Y que horario (frecuencia) sería el apropiado?

Si participarían, si se realizaran los fines de semana, mínimo una vez al mes, incluyendo a su familia. Creen que con el nuevo sistema de horario (menos jornada laboral), podrían adaptar su tiempo para realizar estas actividades.

Hace tiempo realizaron viajes (al interior de Iquique) como grupo de amigos y les gustaría que se repitieran con su familia y que lo ofrezca la empresa, como un incentivo para ellos.

b) Respuestas de directora del departamento de RRHH. De empresa Corpesca S.A.

1- ¿Conoce el concepto RSE?, ¿Es aplicado en su empresa?

Sí tiene conocimiento sobre el concepto RSE, pero no es aplicado en la totalidad de sus políticas. Las actividades que se desarrollan con el objetivo de beneficiar a sus trabajadores, son más bien deportivas (fútbol, tenis, basketball, aerobox) y artísticas, danza árabe para las esposas y pintura infantil.

Se preocupan de la seguridad laboral, por medio de un encargado de prevención de riesgos, para un ambiente libre de peligros.

Otra de sus políticas son con respecto al medio ambiente e investigación, en donde la empresa mantiene un programa de investigación Biológica y Oceanográfica, en donde participa activamente en la investigación de los recursos a través de programas conjuntos con universidades e institutos especializados de investigación pesquera, tanto de Chile como del exterior de modo de conocer mejor el estado de los recursos y del ambiente y así poder adoptar medidas que aseguren la sustentabilidad de la actividad en el tiempo.

Por otra parte, en los últimos años han llevado a cabo un programa de vigilancia ambiental del ecosistema marino, además, la empresa cuenta con un programa de monitoreo y control de emisiones líquidas y un programa de control de emisiones gaseosas.

Son responsables también con la comunidad, en donde la empresa ha patrocinado la organización de diversos campeonatos y ha construido centros deportivos y recreacionales en Iquique y Mejillones.

En el ámbito educacional, participa en el programa de Educación Dual con establecimientos técnico profesionales y facilita la realización de prácticas profesionales.

**2- ¿Qué acciones realiza para la mejora continua del capital humano de su empresa?,
¿Qué tipo de actividades?**

Como se mencionó anteriormente, se realizan actividades deportivas y artísticas para las familias de los trabajadores, con el objetivo de que sientan que la empresa esta comprometido con ellos. Además de un programa de capacitación profesional.

Actividades culturales para el beneficio de sus trabajadores no están desarrolladas.

3- ¿Considera que una fuerte política hacia los recursos humanos, es la base en el éxito en una empresa?

Sin duda es el motor principal de una empresa, por esta razón se preocupan de que sus trabajadores estén libre de riesgos que afecten su salud y se preocupan de su desarrollo profesional.

4- ¿Estimula el desarrollo cultural y la creatividad en sus trabajadores?, ¿Por qué?

En realidad muy poco, pero están dispuestos recibir propuestas y realizar nuevos proyectos que permitan el desarrollo de sus trabajadores.

Ocasionalmente entregan entradas para que los trabajadores asistan a algunas actividades culturales, que se realizan en la ciudad.

5- ¿Considera que invertir en el capital humano de su empresa es una inversión o un costo para la empresa?, ¿Por qué?

Es una inversión, nuestras políticas están desarrolladas en base a una mejora permanente de sus trabajadores, ofreciendo ciertas regalías, derecho a sobretiempo, apoyo escolar para sus hijos, actividades deportivas y recreativas.

c) de representante de Gerencia de empresa Corpesca S.A.

1- ¿Conoce el concepto RSE?, ¿Es aplicado en su empresa?

Lo han estado aplicando estos últimos 3 años, la razón de esto se debió a que hace algún tiempo ocurrió una crisis laboral por parte de los tripulantes de la empresa, en donde exigían mejoras laborales, por esta razón se creo un Dpto. de RRHH para que se preocupe de las reclamaciones de los trabajadores y generar beneficios para ellos.

2- ¿Qué acciones realiza para la mejora continua del capital humano de su empresa?, ¿Qué tipo de actividades?

Se creo un departamento de RRHH con una asistente social, que genera actividades para sus trabajadores bajo los parámetros que la gerencia determina, las cuales están orientadas a actividades deportivas y recreativas y están abiertos a la llegada de nuevos proyectos que cumplan con los objetivos de la empresa.

3- ¿Considera que una fuerte política hacia los recursos humanos, es la base en el éxito en una empresa?

Este último tiempo han orientado sus políticas a los recursos humanos, por los graves conflictos que han ocurrido, con el tiempo se han dado cuenta que si se orientan a sus trabajadores habrá una mejora continúa y se manifestaran buenos resultados.

4- ¿Estimula el desarrollo cultural y la creatividad en sus trabajadores?, ¿Por qué?

Están desarrollando programas de capacitación profesional y actividades deportivas y artísticas, en lo cultural solo se les entrega entradas para asistir al teatro o museos de la zona. De igual manera están abiertos a recibir nuevas propuestas para incentivar el desarrollo de sus trabajadores.

5- ¿Considera que invertir en el capital humano de su empresa es una inversión o un costo para la empresa?, ¿Por qué?

Es una inversión, las nuevas políticas y tendencias mundiales están orientadas a generar políticas hacia los recursos humanos, ya que se han demostrado mejoras sustanciales en la productividad de la empresa.

d) Conclusiones de análisis

La empresa Corpesca S.A., implementa en sus planes de acción el enfoque RSE en diferentes áreas de su empresa, pero se aleja de aplicar una fuerte política hacia los RRHH, es decir que los beneficios que están dirigidos a sus trabajadores no son con el trasfondo necesario para desarrollar un ambiente laboral adecuado y libre de estrés.

La información obtenida de la página oficial de la empresa, difiere de los datos recopilados en la entrevista, específicamente en las respuestas de los trabajadores, ya que sus fundamentos se contradicen en su mayoría con las respuestas de la gerencia y el Depto. de RRHH.

Por esta razón se hace urgente un plan de acción que implemente estrategias con programas dirigidos a satisfacer las necesidades de los trabajadores y sus familias, para mejorar su calidad de vida y ambiente laboral, lo cual traería beneficios directos a la empresa, por ejemplo mejoras en la productividad, identificación con la identidad de la empresa, disminución de costos y posicionamiento de la imagen de la empresa en la comunidad que se emplaza.

Según el centro de estudios de las organizaciones de la Facultad de Psicología de la Universidad Adolfo Ibáñez, un lugar psicológicamente sano debería implementar los siguientes indicadores:

- La existencia de programas que continuamente evalúan la satisfacción laboral de los miembros organizacionales.
- Una comunicación clara y cándida entre miembros organizacionales.
- Políticas que consideren y apoyen la satisfacción de necesidades personales y familiares de los miembros de la empresa.
- Políticas de igualdad laboral y diversidad cultural e interpersonal.
- Plan de compensaciones y beneficios de calidad y altamente flexible.
- La existencia de programas de entrenamiento que enseñan competencias laborales y preparan a los empleados para el liderazgo y la autogestión de proyectos.
- Trato justo y honesto con los empleados.
- Fácil acceso a salud mental, programas de servicios y asistencias para empleados y sus familias.
- Reconocimiento de desempeño individual y de equipo.
- Una actitud preocupada de la calidad, servicio y comportamiento ético.
- Una voz en el proceso de toma de decisiones por parte de los empleados.
- Prioridad puesta en salud y seguridad.
- Un sistema justo de evaluación de desempeño que provea feedback y mejore el desempeño.
- Programas que intervengan y prevean las consecuencias de un lugar de trabajo con altos índices de estrés y conflictos.

2.4.5 Marketing Mix

Marketing Mix¹⁶

Es la combinación particular de las variables controlables de Marketing que una empresa utiliza para alcanzar sus objetivos en el mercado objetivo.

- **Servicio**

Es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso y/o consumo y que puede satisfacer una necesidad.

Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas. Las decisiones respecto a este punto incluyen la formulación presentación del servicio, el desarrollo específico de marca, y las características del empaque.

El servicio que ofrece el proyecto consiste en rutas de turismo de intereses especiales, que serán ofrecidas a empresas públicas y privadas como incentivo para sus trabajadores, fundamentadas en el concepto de responsabilidad social empresarial (RSE), principalmente en el pilar de calidad de vida laboral.

Calidad

Para la realización de las rutas turísticas, es necesario contar con transporte de alta calidad, que brinde comodidad y seguridad a los trabajadores, además de contar con un guía turístico especializado en turismo de intereses especiales que desarrolle las rutas (únicas en el mercado) en la Región de Tarapacá. Además al desarrollar el concepto RSE como base teórica, las empresas que adquieran este servicio estarán cumpliendo con normas internacionales de responsabilidad social, demostrando a la comunidad que es una empresa de alta calidad y con valores éticos.

Características

Las características de las rutas son únicas en el mercado, porque son destinos ideales para el desarrollo del turismo de intereses especiales, presentando en ellas la historia de la Región de Tarapacá, la diversidad de flora y fauna de la zona, las comunidades Aymaras y la época del Oro

¹⁶ Fuente: Eduardo Pooley Pelizzola, Universidad Gabriela Mistral

Blanco. Muchas de estas rutas no son ofrecidas por otras agencias de viajes, debido que no cuentan con el equipamiento necesario y un guía experto para estos temas.

Estilo

Son rutas turísticas que aplican el concepto de turismo de intereses especiales, excursiones y recreación al aire libre, específicamente en los poblados del interior de la región de Tarapacá. En ellas los trabajadores adquirirán conocimientos culturales, desarrollaran vínculos fuera del lugar del trabajo y adquirirán una conciencia turística para traspassarla a su grupo familiar.

Servicios Adicionales

Como servicio adicional se ofrecerán charlas históricas y culturales en las empresas, tanto para los sindicatos, gerencia y esposas de los trabajadores, con el fines educativos e informativos. Desarrollando también en ellas el concepto de RSE y el tema de la salud mental de los trabajadores, que es de real importancia para el buen funcionamiento de la empresa. Promoviendo de esta forma las rutas del proyecto e incentivando su venta.

- **Precio**

Es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción, en donde la forma de pago puede ser en efectivo, cheque, tarjeta, crédito, directo, con documento, plazo, etc.

Para llevar a cabo el proyecto se debe fijar una estrategia de precios, para determinar los márgenes de utilidad del proyecto.

Precios Lista

- **Ruta 1** Iquique – Humberstone (120 Km. ida y vuelta), precio: \$ 13.000 p/p.
- **Ruta 2** Iquique – La Noria (230 Km. ida y vuelta), precio: \$16.000 p/p.
- **Ruta 3** Iquique – Pachica (256 Km. ida y vuelta), precio: \$ 16.000 p/p.
- **Ruta 4** Iquique – Zapiga (270 Km. ida y vuelta), precio: \$ 17.000 p/p.
- **Ruta 5** Iquique – Pica (275 Km. ida y vuelta), precio: \$ 18.000 p/p.
- **Ruta 6** Iquique – Chusmiza (324 Km. ida y vuelta), precio: \$ 20000 p/p.
- **Ruta 7** Iquique – Pisagua (380 Km. ida y vuelta), precio: \$ 24.000 p/p.
- **Ruta 8** Iquique – Salar de Llamara (410 Km. ida y vuelta), precio: \$ 25.000 p/p.

Descuentos

Los descuentos se realizarán en medida que las rutas sean adquiridas por las empresas, es decir, que se ofrecerán charlas en las empresas para motivar una mayor venta de las rutas que ofrece el proyecto, las cuales serán presentadas gratuitamente a los trabajadores, tanto de la gerencia como los sindicatos y al grupo familiar. Todo se realizará con el objetivo de mantener una relación de fidelidad con la empresa y mantenerse en la mente y corazón de toda la comunidad (empresa y grupo familiar).

Periodo Pago

El periodo de pago será la mitad en efectivo, por motivos de cubrir los costos en que se incurren para llevar a cabo las rutas (con la mitad de pasajeros, en la mayoría de las rutas se cubren los CF y CV), la otra mitad podrá ser pagado con cheque, ya sea al día, a 30 ó 60 días.

Esta decisión es tomada en base a las ganancias mínimas que debe obtener el gestor del proyecto, para solventar las rutas ofrecidas y obtener utilidades.

Políticas de Venta

Se desarrollará una política de ventas, dirigida directamente a visitas en terreno, es decir que se hará una presentación de las rutas en las empresas, ya sea a su sindicato, gerencia o departamento de RRHH.

- **Plaza (distribución)**

Un canal de distribución es el conjunto de organizaciones independientes que intervienen en el proceso de lograr que un producto o servicio esté disponible para el uso del consumidor o empresa.

La utilización de estos intermediarios permite lograr una mayor eficiencia para hacer que los bienes estén disponibles y sean accesibles a los mercados a los que la empresa se dirige. Los distribuidores o intermediarios a través de su experiencia, contactos y especialización le ofrecen a la empresa más de lo que ésta podría conseguir por sí sola en un mercado determinado.

En este caso se define dónde comercializar el servicio que se ofrece.

Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el servicio llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

Canales de Distribución

El medio de distribución de la empresa será por canal directo, el servicio será entregado de gestor del proyecto a consumidor.

Para promocionar las rutas del proyecto, se utilizarán distintos canales de distribución como lo son:

- Internet: por el alcance que ha tenido esta herramienta en nuestros días es considerado de forma inmediata como uno de los medios de distribución y comercialización de una gran cantidad de negocios, por lo que es necesario contar con ella como herramienta de trabajo desde un principio, es por esta razón que la implementación de una página Web en la cual se encontrará toda la información de las rutas ofrecidas por el proyecto.
- Diarios y revistas: Se utilizará este medio con el fin de que tengan temas relacionados con el turismo en la Región de Tarapacá y los proyectos innovadores que se están implementando en los departamentos de RRHH, como políticas de Responsabilidad Social.
- Lugares estratégicos: El Círculo de Guías de Turismo Cultural de Iquique, será uno de los principales asociados (serán los proveedores de guías de turismo y la Van, para realizar las rutas) de la empresa, por tal razón contribuirá a la promoción de estas rutas en las empresas que puedan adquirir este servicio de turismo de intereses especiales como incentivo a sus trabajadores. Además de asociarse con otras instituciones que trabajen en el rubro del turismo independiente, como los guías de turismo independiente, gestores culturales e historiadores que ofrecen servicios de charlas culturales
- **Promoción (comunicación)**

Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus servicios y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales. La mezcla de promoción está constituida por:

Publicidad

Tendrá medios para promocionar su servicio a través de los distintos canales de difusión de la región, tales como:

Internet

- Creación de página WEB.
- Se agregará a los principales páginas de turismo como:
www.sernatur.cl
www.turismochile.cl
- Empresas que tengan relación con políticas RSE
www.accionrse.cl
www.sercotec.cl
- Revistas corporativas online como:
www.aminera.cl

Promoción de Ventas

Para mayor captación de clientes que se interesen en adquirir los servicios de turismo de intereses especiales, se implementarán descuentos correspondientes a:

- Si una empresa adquiere como mínimo 2 rutas, se realizará una charla gratis en el lugar de trabajo, con el tema que designe el departamento de RRHH.

Venta Personal

Las ventas serán realizadas por el gestor del proyecto, es decir que ofrecerá personalmente las rutas, desarrollando el concepto de RSE.

III. DESARROLLO DE PROPUESTA

3.1 Descripción de Rutas

El Gestor junto a los delegados de la Empresa, después de la presentación de las rutas y aceptación del proyecto, fijarán la fecha de salida a terreno, en dicha oportunidad se hará entrega de una minuta con indicaciones varias relacionadas con el Tour (ver anexo) para que sean entregadas a los clientes y se tomará nota de los domicilios particulares.

Ruta N° 1 Iquique – Humberstone



- 07.15 hrs.: Búsqueda de clientes a sus domicilios particulares
- 08.00 hrs.: Salida de Iquique (referencia, Monumento al Pampino)

En un recorrido por la Ruta A-16 (Iquique. – Humberstone) el Guía informará a los clientes de los espacios físicos que se van a ir sucediendo en el trayecto, entre otros:

- Monumento al Pampino
- Parque del Salitre
- Cerros que circundan Iquique
- Comuna de Alto Hospicio
- Ex yacimiento de plata Huantajaya
- Ex yacimiento de plata Santa Rosa
- Vegetación nativa
- Pampas etc.

- 09.00 hrs.:Primera detención en Campamento Don Guillermo

Este lugar representa actualmente la Fase Extractiva del caliche. El Guía hará un recorrido por el sector e informará sobre:

- La habilitación didáctica de una calichera abandonada
- Oficios pampinos que intervinieron en la extracción
- Horarios de trabajo
- Accidentes
- Tipos de tiros
- Vocabulario típico etc.

Luego mostrará los vestigios del Campamento Don Guillermo e informará sobre:

- Historia del lugar
- Tipos de construcción
- Modos de vida
- Semana del Pampino etc.

- 10.30 hrs.: Salida desde el Campamento Don Guillermo
- 11.00 hrs. :Segunda detención: Ex oficina salitrera Santa Laura

Este lugar representa actualmente la Fase Productiva del caliche. El Guía hará un recorrido por las instalaciones habilitadas e informará sobre:

- Historia del lugar
- Tipos de proceso para convertir el caliche en salitre
- Las diferentes dependencias (Casa de Fuerza, Sala Compresores, Planta Lixiviación, etc.)
- Casa administración (actual museo)

- 14.00 hrs.: Colación
- 14.30 hrs. :Salida desde Santa Laura
- 14.45 hrs.: Tercera detención: Ex oficina Humberstone

Esta oficina representa actualmente la Fase Cívica y Urbana del ciclo salitrero e informara sobre:
El Guía hará un recorrido por las instalaciones habilitadas e informará sobre:

- Historia del lugar
- Tipos de vivienda
- Iglesia
- Recova
- Hotel
- Teatro
- Casa administrador etc.

Al finalizar el recorrido se informará a los clientes sobre las gestiones que se debieron realizar para convertir Humberstone y Santa Laura en Patrimonios de la Humanidad.

- 17.30 hrs.:Retorno a Iquique
- 18.30 a 19.00 hrs.: Recorrido para dejar a clientes en sus domicilios particulares.

Ruta N° 2 Iquique – La Noria



- 07.15 hrs.:Búsqueda de clientes a sus domicilios particulares
- 08.00 hrs.: Salida de Iquique (ref. Monumento al Pampino)

En un recorrido por la Ruta A-16 (Iquique – Humberstone) el Guía informará a los clientes de los espacios físicos que se van a ir sucediendo en el trayecto, entre otros:

- Monumento al Pampino
- Parque del Salitre
- Cerros que circundan Iquique
- Comuna de Alto Hospicio
- Ex yacimiento de plata Huantajaya
- Ex yacimiento de plata Santa Rosa

- Vegetación nativa
- Pampas etc.

Luego se tomará la Ruta A-5 (rumbo sur)

- 09.00 hrs.:Primera detención: Pozo Almonte (Capital de la Comuna Pozo Almonte)

El Guía hará una reseña histórica de este pueblo, dará las facilidades para que los clientes compren algunos artículos faltantes y hagan uso de los servicios higiénicos.

- 09.20 hrs.: Salida de Pozo Almonte

Continuando por la Ruta A-5 el Guía informará sobre:

- Cerro San Andrés
- Bifurcaciones a otros atractivos turísticos
- Reserva Nacional Pampa del Tamarugal
- Tuberías agua potable etc.

Luego se tomará la Ruta A- 5 (rumbo oeste)

- 09.45 hrs. Segunda detención: La Rinconada

El Guía hará un recorrido por los vestigios del lugar e informará sobre:

- Historia del lugar

- 10.15 hrs.:Salida de La Rinconada

Continuando por la Ruta A-5 , el Guía informara sobre:

- Camino tropero y corral
- Planta Elevadora Diana
- Geoglifos Soledad

- 11.00 hrs.:Tercera detención: Ex oficina San Enrique

El Guía hará un recorrido por los vestigios del lugar y luego incorporará a los clientes en “La ceremonia del Tamarugo”

- 12.30 hrs.: Salida de San Enrique
- 13.00 hrs.:Cuarta detención: Ex pueblo salitrero la Noria
- 13.15 hrs.: Colación
- 13.45 hrs.: El Guía hará un recorrido por los vestigios del lugar e informara sobre:

- La historia del lugar
- Sistemas de producción del caliche
- Ex oficinas que se encontraban en el entorno
- Tipo de construcción viviendas, templo, pulpería.
- Personajes y leyendas
- “Marciano de La Noria”
- Visita al cementerio para compartir la historia del Conde de La Noria etc.

- 17.00 hrs. :Retorno a Iquique
- 19.00 a 19.30 hrs.: Recorrido para dejar a clientes en sus domicilios particulares.

Ruta Nº 3 - Iquique - Pachica



- 07.15 hrs.:Búsqueda de clientes a sus domicilios particulares
- 08.00 hrs.: Salida de Iquique (referencia, Monumento al Pampino)

En un recorrido por la Ruta A-16 (Iquique. – Humberstone) el Guía informará a los clientes de los espacios físicos que se van a ir sucediendo en el trayecto, entre otros:

- Monumento al Pampino
- Parque del Salitre
- Cerros que circundan Iquique
- Comuna de Alto Hospicio
- Ex yacimiento de plata Huantajaya
- Ex yacimiento de plata Santa Rosa
- Vegetación nativa
- Pampas etc.

Luego se tomará la Ruta A-5 (rumbo norte)

En este trayecto el Guía informara sobre:

- Las ex oficinas salitreras del sector
- Unidades militares
- Huella de carretas

- 09.30 hrs.: Primera detención: Huara (Capital de la Comuna de Huara)

El Guía hará una reseña histórica de este pueblo, dará las facilidades para que los clientes compren algunos artículos faltantes y hagan uso de los servicios higiénicos.

- 09.45 hrs.: Salida de Huara

Se tomara la Ruta A- 5 (este)

- 10.00 hrs.:Segunda detención: Cerro Unita

En este sector el Guía informara sobre:

- La historia del lugar
- Arte rupestre (descripción geoglifo)

- 10.30 hrs. salida de Cerro Unita
- 11.00 hrs.: Tercera detención: Quebrada de Tarapacá

El Guía hará un recorrido por los atractivos de la Quebrada e informará sobre:

- La historia del lugar
- Pueblos que la componen
- Azoguería de tilivilca
- Plaza ceremonial Batalla de Tarapacá
- Pueblo de Tarapacá
- Petroglifos quebrada seca etc.

- 13.00 hrs.: Colación
- 13.30 hrs. : Salida del Pueblo de Tarapacá
- 14.00 hrs.: Cuarta detención: sector Pachica

El Guía hará un recorrido por el lugar e informara sobre:

- Petroglifos El Infiernillo
- Campo de trilla
- Vestigios Molino de piedra

- 15.30 hrs.:Salida sector Pachica
- 16.00 hrs.:Quinta detención: Cerro chañar y Cerro dendritas

El Guía hará un recorrido por el lugar e informará sobre:

- Fósiles Ammonites
- Dendritas de manganeso

- 17.00: Retorno a Iquique
- 19.00 a 19.30 hrs.: Recorrido para dejar a clientes en sus domicilios particulares

Ruta N° 4 Iquique – Zapiga



- 07.15 hrs.:Búsqueda de clientes a sus domicilios particulares
- 08.00 hrs.: Salida de Iquique (referencia, Monumento al Pampino)

En un recorrido por la Ruta A-16 (Iquique. – Humberstone) el Guía informará a los clientes de los espacios físicos que se van a ir sucediendo en el trayecto, entre otros:

- Monumento al Pampino
- Parque del Salitre
- Cerros que circundan Iquique
- Comuna de Alto Hospicio
- Ex yacimiento de plata Huantajaya
- Ex yacimiento de plata Santa Rosa
- Vegetación nativa
- Pampas etc.

Luego se tomará la Ruta A-5 (rumbo norte)

En este trayecto el Guía informara sobre:

- Las ex oficinas salitreras del sector
- Unidades militares
- Huella de carretas

- 09.30 hrs.:Primera detención: Huara (Capital de la Comuna de Huara)

El Guía hará una reseña histórica de este pueblo, dará las facilidades para que los clientes compren algunos artículos faltantes y hagan uso de los servicios higiénicos.

- 09.45 hrs.: Salida de Huara
- 10.00 hrs. :Segunda detención: Geoglifos Ex Aura

En este sector el Guía informara sobre:

- El arte rupestre (descripción geoglifos)

- 10.15 hrs.:Salida de Ex Aura

Se tomara el camino minero a la Planta de yodo Agua Santa

- 10.45 hrs.:Tercera detención: Pampa Germania

El Guía hará una reseña histórica del Combate de Pampa Germania y se visitará un cementerio pampino.

- 11.45 hrs.:Salida de Pampa Germania

Se tomara el camino fiscal, en este trayecto el Guía informará sobre:

- Ex pueblos y ex Oficinas salitreras que circundan el sector
- Reserva Nacional Pampa del Tamarugal

- 12.30 hrs.: Cuarta detención: Pueblo de Santa Catalina y ex oficina Santa Catalina

El Guía hará un recorrido e informará sobre los vestigios de estos importantes enclaves salitreros.

- 13.30 hrs. :Salida de Santa Catalina
- 13.45 hrs. quinta detención: Cerro San Francisco

En la cima del Cerro San Francisco (800 m. altura) el Guía informará sobre:

- La Batalla de Dolores
- Tumba de los “Juramentados de Atacama”

- 14.45 hrs.: Colación

- 15:15 hrs. :Salida Cerro San Francisco

- 15.30 hrs. sexta detención: Plaza Ceremonial y Pozos de Dolores

El Guía hará un recorrido por el lugar e informará sobre:

- Los vestigios del Pueblo de Dolores
- Plaza Ceremonial Batalla de Dolores
- Pozos

- 16.45 hrs. :Salida de Dolores

- 17.00 hrs. :Séptima detención: Pueblo de Zapiga

El Guía hará un recorrido por el lugar e informará sobre el Pueblo de Zapiga

- 18.00 hrs.: Retorno a Iquique

- 19.30 a 20.00 hrs.:Recorrido para dejar a clientes en sus domicilios particulares

Ruta N° 5 Iquique – Pica



- 07.15 hrs. :Búsqueda de clientes a sus domicilios particulares
- 08.00 hrs.: Salida de Iquique (ref. Monumento al Pampino)

En un recorrido por la Ruta A-16 (Iquique. – Humberstone) el Guía informará a los clientes de los espacios físicos que se van a ir sucediendo en el trayecto, entre otros:

- Monumento al Pampino
- Parque del Salitre
- Cerros que circundan Iquique
- Comuna de Alto Hospicio
- Ex yacimiento de plata Huantajaya
- Ex yacimiento de plata Santa Rosa
- Vegetación nativa
- Pampas etc.

Luego se tomará la Ruta A-5 (rumbo sur)

- 09.00 hrs.: Primera detención: Pozo Almonte (Capital de la Comuna Pozo Almonte)

El Guía hará una reseña histórica de este pueblo, dará las facilidades para que los clientes compren algunos artículos faltantes y hagan uso de los servicios higiénicos.

- 09.20 hrs. :Salida de Pozo Almonte

Continuando por la Ruta A-5 el Guía informará sobre:

- Cerro San Andrés
- Bifurcaciones a otros atractivos turísticos
- Reserva Nacional Pampa del Tamarugal
- Salar de Pintados

- 10.15 hrs.: Segunda detención: Pintados

El Guía hará un recorrido por los vestigios del sector e informará sobre:

- El Pueblo de Pintados
- Trenes salitreros

- 10.45 hrs.: Salida Pueblo de Pintados
- 11.00 hrs.: Tercera detención: Geoglifos de Pintados

El Guía hará un recorrido por el sector e informara sobre:

- El arte rupestre
- Descripción geoglifos

- 12.00 hrs.: Salida de geoglifos de pintados

Se tomará la Ruta A-75 (este)

- 11.30 hrs. cuarta detención: Pueblo de Matilla

El Guía hará un recorrido por el lugar e informará sobre:

- El pueblo
- La iglesia
- Lagar

- 12.00 hrs. :Salida de Matilla

- 12.15 hrs.: Quinta detención: Parque de los Dinosaurios

El Guía informará sobre las huellas de estos carnívoros encontradas en Chacarillas

- 12.35 hrs.: Salida del Parque
- 12.45 hrs.: Sexta detención: Pueblo de Pica
- 13.00 hrs.: Colación
- 13.30 hrs.: Inicio recorrido por el sector

El Guía informará sobre:

- La Plaza
- La Iglesia
- La Cocha Resbaladero
- El Salto
- El Laberinto

- 17.00 hrs.: Retorno a Iquique
- 19.00 a 19.30 hrs.: Recorrido para dejar a los clientes en sus domicilios particulares

Ruta N° 6 Iquique – Chusmiza



- 07.15 hrs.: Búsqueda de clientes a sus domicilios particulares
- 08.00 hrs.: Salida de Iquique (ref. Monumento al Pampino)

En un recorrido por la Ruta A-16 (Iquique. – Humberstone) el Guía informará a los clientes de los espacios físicos que se van a ir sucediendo en el trayecto, entre otros:

- Monumento al Pampino
- Parque del Salitre
- Cerros que circundan Iquique
- Comuna de Alto Hospicio
- Ex yacimiento de plata Huantajaya
- Ex yacimiento de plata Santa Rosa
- Vegetación nativa
- Pampas etc.

Luego se tomará la Ruta A-5 (rumbo norte)

En este trayecto el Guía informara sobre:

- Las ex oficinas salitreras del sector
- Unidades militares
- Huella de carretas

- 09.30 hrs. primera detención: Huara (Capital de la Comuna de Huara)

El Guía hará una reseña histórica de este pueblo, dará las facilidades para que los clientes compren algunos artículos faltantes y hagan uso de los servicios higiénicos.

- 09.45 hrs. salida de Huará

Se tomara la Ruta A-55 (este)

- 10.00 hrs.: Segunda detención: Cerro Unita

En este sector el Guía informara sobre:

- La historia del lugar
- Arte rupestre (descripción de geoglifos)

- 10.30 hrs.: Salida de Cerro Unita

- 11.00 hrs. tercera detención: Geoglifos Alto Pachica

En este lugar el Guía informará sobre el geoglifo

- 11.30 hrs.: Salida de Alto Pachica
- 12.00 hrs.:Tercera detención: Pueblo de Chusmiza

En un recorrido por el sector el Guía informará sobre:

- El Pueblo y la terma
- La embotelladora
- El Pucará

- 15.00 hrs.: Colación
- 16.00 hrs.: Retorno a Iquique
- 19.00 a 19.30 hrs.: Recorrido para dejar a los clientes a sus domicilios particulares

Ruta N° 7 Iquique – Pisagua



- 07.15 hrs.: Búsqueda de clientes a sus domicilios particulares
- 08.00 hrs.: salida de Iquique (ref. Monumento al Pampino)

En un recorrido por la Ruta A-16 (Iquique. – Humberstone) el Guía informará a los clientes de los espacios físicos que se van a ir sucediendo en el trayecto, entre otros:

- Monumento al Pampino
- Parque del Salitre
- Cerros que circundan Iquique
- Comuna de Alto Hospicio
- Ex yacimiento de plata Huantajaya
- Ex yacimiento de plata Santa Rosa
- Vegetación nativa
- Pampas etc.

Luego se tomará la Ruta A-5 (rumbo norte)

En este trayecto el Guía informara sobre:

- Las ex oficinas salitreras del sector
- Unidades militares
- Huella de carretas

- 09.30 hrs. Primera detención: Huara (Capital de la Comuna de Huara)

El Guía hará una reseña histórica de este pueblo, dará las facilidades para que los clientes compren algunos artículos faltantes y hagan uso de los servicios higiénicos.

- 09.45 hrs.: Salida de Huara
- 10.00 hrs.: Segunda detención: Geoglifos Ex Aura

En este sector el Guía informara sobre:

- El arte rupestre (descripción geoglifos)

- 10.15 hrs.: Salida de Ex Aura

Se tomará la Ruta A-408 (oeste)

- 11.30 hrs.: Tercera detención: Ex oficina salitrera San Antonio de Zapiga

El Guía hará un recorrido por los vestigios del sector e informara sobre:

-Reseña histórica de la ex oficina
- Los sistemas de producción del salitre

- 12.15 hrs.: Salida de la ex oficina
- 13.00 hrs.: Cuarta detención: Pisagua
- 13.10 hrs.: Colación

El Guía hará un recorrido por el sector e informará sobre:

- Vestigios Pisagua Viejo
- Fuerte Norte
- Fosa y memorial ejecutados políticos
- Cementerio
- Playa Blanca
- Fuerte Rev. 1891
- Teatro Municipal
- Torre reloj

- Cárcel
- Cuartel Bomberos
- Estación
- Sector ex pesqueras etc.

- 17.00 hrs.: Retorno a Iquique
- 19.00 a 19.30 hrs.: Recorrido para dejar a los clientes en sus domicilios

Ruta N° Iquique – Salar de Llamara



- 07.15 hrs.: Búsqueda de clientes a sus domicilios particulares
- 08.00 hrs.: Salida de Iquique (referencia Bajo Molle)

En un recorrido por la Ruta A- (Iquique. – Tocopilla) el Guía informará a los clientes de los espacios físicos que se van a ir sucediendo en el trayecto, entre otros:

- Bajo Molle
- Tres Islas
- Playa Blanca
- Punta Gruesa
- Caleta Los Verdes
- Aeropuerto

- 09.00 hrs.:Primera detención: Patillos

En este sector el Guía informara sobre:

- La actividad comercial y embarques de sal
- 09.15 hrs.: Salida Patillos
- 09.30 hrs.: Segunda detención: Salar Grande

En este sector el Guía informara sobre:

- El Salar Grande

- La casa de sal

- 10.00 salida Salar Grande
- 10.30 hrs.: Tercera detención: Victoria

El Guía hará un recorrido por los vestigios del sector e informara sobre:

-Reseña histórica de la ex oficina Victoria

- 11.15 hrs.: Salida Victoria

Se tomara la ruta A-5 (sur)

En este trayecto el Guía informara sobre:

- La ex oficina Alianza

- La ex oficina Buenaventura

- La ex oficina Bellavista

- 11.30 hrs.: Cuarta detención: Pueblo estación Lagunas

El Guía hará un recorrido por los vestigios del sector e informara sobre:

- Pueblo estación Lagunas

- Salar de Pintados

- Actividad comercial del yodo

- 12.30 hrs.: Colación
- 13.00 hrs.: Salida Pueblo estación Lagunas
- 14.15 hrs.: Quinta detención: Laguna Llamara

El Guía hará un recorrido por el sector e informara sobre:

- Salar de Llamara

- Laguna Llamara

- Monte Soledad

- Flora y fauna

- Estromatolitos

- Proyecto Pampa Hermosa Soquimich

- Gestiones para declarar la Laguna Llamara “Sitio de interés turístico”

- 16.30 hrs.: Retorno a Iquique
- 18.30 a 19.00 hrs.: Recorrido para dejar a los clientes en sus domicilios

IV. ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

4.1 Detalle Costos de Rutas

Ruta 1 Iquique – Humberstone (120 Km. ida y vuelta) (18 pasajeros más chofer y guía =20)

Arriendo Van	\$ 48.000
Servicio guía	\$ 15.000
Refrigerio	\$ 30.000 (\$1.500 x 20)
Almuerzo
Ticket	\$ 20.000 (\$1.000 x 20)

	\$ 113.000

Precio Ruta 1: \$ 13.000 p/p
\$ 13.000 x 18 = \$ 234.000

CV: Refrigerio \$27.000 (\$1.500 x 18)
Ticket \$18.000 (\$1.000 x 18)

CF: Arriendo Van \$48.000
Servicio Guía \$15.000
Refrigerio chofer y guía \$3.000
Ticket chofer y guía \$2.000

Ruta 2 Iquique – La Noria (230 Km. ida y vuelta) (18 pasajeros más chofer y guía =20)

Arriendo Van	\$ 92.000
Servicio guía	\$ 20.000
Refrigerio	\$ 30.000 (\$1.500 x 20)
Almuerzo
Ticket

	\$ 142.000

Precio Ruta 2: \$16.000 p/p
\$16.000 x 18 = \$ 288.000

CV: Refrigerio \$ 27.000 (\$1.500 x 18)

CF: Arriendo Van \$ 92.000
Servicio Guía \$ 20.000
Refrigerio chofer y guía \$3.000

Ruta 3 Iquique – Pachica (256 Km. ida y vuelta) (18 pasajeros más chofer y guía =20)

Arriendo Van \$ 102.000
Servicio guía \$ 20.000
Refrigerio \$ 30.000 (\$1.500 x 20)
Almuerzo
Ticket

\$ 152.000

Precio Ruta 3: \$ 16.000 p/p
\$ 16.000 x 18 = \$ 288.000

CV: Refrigerio \$ 27.000 (\$1.500 x 18)

CF: Arriendo Van \$102.000
Servicio Guía \$ 20.000
Refrigerio chofer y guía \$3000

Ruta 4 Iquique – Zapiga (270 Km. ida y vuelta) (18 pasajeros más chofer y guía =20)

Arriendo Van \$ 108.000
Servicio guía \$ 20.000
Refrigerio \$ 30.000 (\$1.500 x 20)
Almuerzo
Ticket

\$ 158.000

Precio Ruta 4: \$ 17.000 p/p
\$ 17.000 x 18 = \$ 306.000

CV: Refrigerio \$27.000 (\$1.500 x 18)

CF: Arriendo Van \$108.000
Servicio Guía \$20.000

Refrigerio chofer y guía \$3.000

Ruta 5 Iquique – Pica (275 Km. ida y vuelta) (18 pasajeros más chofer y guía = 20)

Arriendo Van	\$ 110.000
Servicio guía	\$ 20.000
Refrigerio
Almuerzo	\$ 50.000 (\$2.500 x 20)
Ticket	\$ 20.000 (\$1.000 x 20)

	\$ 200.000

Precio Ruta 5: \$ 18.000 p/p

\$ 18.000 x 18 = \$ 324.000

CV: Almuerzo \$ 45.000 (\$2.500 x 18)

Ticket \$ 18.000 (\$1000 x 18)

CF: Arriendo Van \$ 110.000

Servicio guía \$ 20.000

Almuerzo chofer y guía \$5.000

Ticket chofer y guía \$ 2.000

Ruta 6 Iquique – Chusmiza (324 Km. ida y vuelta) (18 pasajeros más chofer y guía = 20)

Arriendo Van	\$ 129.000
Servicio guía	\$ 20.000
Refrigerio	\$ 40.000 (\$ 2.000 x 20)
Almuerzo
Ticket

	\$ 189.000

Precio Ruta 6: \$ 20000 p/p

\$ 20.000 x 18 = \$ 360.000

CV: Refrigerio \$ 36.000 (\$ 2.000 x 18)

CF: Arriendo Van \$129.000

Servicio Guía \$ 20.000

Refrigerio chofer y guía \$4.000

Ruta 7 Iquique – Pisagua (380 Km. ida y vuelta) (18 pasajeros mas chofer y guía = 20)

Arriendo Van	\$ 152.000
Servicio guía	\$ 25.000
Refrigerio
Almuerzo	\$ 50.000 (\$2.500 x 20)
Ticket

	\$ 227.000

Precio Ruta 7: \$ 24.000 p/p

\$ 24.000 x 18 = \$ 432.000

CV: Almuerzo \$ 45.000 (\$ 2.500 x 18)

CF: Arriendo Van \$ 152.000

Servicio Guía \$ 25.000

Almuerzo chofer y guía \$ 5.000

Ruta 8 Iquique – Salar de Llamara (410 Km. ida y vuelta) (18 pasajeros más chofer y guía = 20)

Arriendo Van	\$ 164.000
Servicio guía	\$ 25.000
Refrigerio	\$ 50.000 (\$2.500 x 20)
Almuerzo
Ticket

	\$ 239.000

Precio Ruta 8: \$ 25.000 p/p

\$ 25.000 x 18 = \$ 450.000

CV: Refrigerio \$ 45.000 (\$2.500 x 18)

CF: Arriendo Van \$ 164.000

Servicio guía \$25.000

Refrigerio chofer y guía \$ 5.000

4.2 Cálculo de Punto de Equilibrio (P.E.)

Tabla N° 4.1: Cálculo de Punto de Equilibrio por Ruta

Rutas	CF (\$)	CV u (\$/u)	P (\$/u)	P.E. (n° pasajeros)	Saldo en el P.E. (\$)	Ingresos a Capacidad total (\$)	Utilidad a capacidad total (\$)
1	68.000	2.500	13.000	7	5.500	234000	148500
2	115.000	1.500	16.000	8	1.000	288.000	161.000
3	125.000	1.500	16.000	9	5.500	288.000	149.500
4	131.000	1.500	17.000	9	8.500	306000	161.500
5	137.000	3.500	18.000	10	8.000	324.000	152.000
6	153.000	2.000	20.000	9	9.000	360.000	189.000
7	182.000	2.500	24.000	9	11.500	432.000	227.500
8	194.000	2.500	25.000	9	8.500	450.000	233.500

4.3 Conclusiones

RUTA 1

El punto de equilibrio que se calculó es de 7 pasajeros, lo que refleja que es el mínimo para realizar la ruta.

Al multiplicar los 7 pasajeros con el valor de la **Ruta 1** (\$13.000) se obtiene un ingreso (I) de \$ 91.000 y al descontar los Costos totales (CT) (\$85.500), obteniendo una utilidad de \$ 5.500.

Por tal razón lo ideal es contar con unos 2 pasajeros más para que la ruta sea realmente rentable.

RUTA 2

El mínimo de pasajeros que se calculo por medio el punto de equilibrio (P.E.) es 8.

Para que la **Ruta 2** sea rentable, se multiplicaron los 8 pasajeros con el valor de la **Ruta 2** (\$16.000), en donde se obtiene un ingreso (I) de \$128.000 y al descontar los costos totales (CT) (\$127.000), la ganancia es de \$ 1.000.

Lo que refleja que al llevar el mínimo de pasajeros ya es rentable la ruta, pero para una mayor utilidad seria conveniente llevar 2 pasajeros más (10) para que sea mucho más rentable.

RUTA 3

El punto de equilibrio (P.E.) que se calculó es de 9 pasajeros, lo que refleja que es el mínimo para implementar la **Ruta 3**.

Al multiplicar los 9 pasajeros con el valor de la **Ruta 3** (\$16.000) se obtiene un ingreso (I) de \$144.000 y al descontar los costos totales (CT) (\$138.500), la utilidad es de \$ 5.500

Por tal razón se obtendría como ganancia \$5.500 por llevar a 9 pasajeros, lo que indica que con más de la mitad ya es rentable la **Ruta 3**.

RUTA 4

Al calcular el punto de equilibrio (P.E.) se obtienen 9 pasajeros, lo que refleja el mínimo de pasajeros que se podría llevar para que la **Ruta 4** sea rentable.

Al multiplicar los 9 pasajeros con el valor de la **Ruta 4** (\$17.000) se obtiene un ingreso de \$153.000 y al descontar los CF y CV (\$144.500), la ganancia es de \$ 8.500

Por tal razón obtendría como ganancia \$8.500 por llevar a 9 pasajeros (punto de equilibrio).

RUTA 5

El punto de equilibrio (P.E.) que se calculó es de 10 pasajeros, lo que refleja que es el mínimo de pasajeros que se podría llevar en la Van, para que la **Ruta 5** sea rentable.

Al multiplicar los 10 pasajeros con el valor de la **Ruta 5** (\$18.000) se obtiene un ingreso (I) de \$180.000 y al descontar los costos totales (CT) (\$172.000), la utilidad es de \$ 8.000.

Demostrando que con 10 pasajeros es rentable efectuar la **Ruta 5**.

RUTA 6

El punto de equilibrio (P.E.) que se calculó es de 9 pasajeros, lo que refleja que es el mínimo para que la **Ruta 6** sea rentable.

Al multiplicar los 9 pasajeros con el valor de la **Ruta 6** (\$20.000) se obtiene un ingreso (I) de \$180.000 y al descontar los costos totales (CT) (\$171.000), la utilidad es de \$ 9.000

Por tal razón la ruta es rentable y

RUTA 7

El punto de equilibrio que se calculó es de 9 pasajeros, lo que refleja que es el mínimo de pasajeros que se podría llevar en la Van, para que la **Ruta 7** sea rentable.

Al multiplicar los 9 pasajeros con el valor de la **Ruta 7** (\$24.000) se obtiene un ingreso de \$216.000 y al descontar los CF y CV (\$204.500), la ganancia es de \$ 11.500

Por tal razón obtendría como ganancia \$11.500 por llevar a 9 pasajeros (punto de equilibrio).

RUTA 8

El punto de equilibrio que se calculó es de 9 pasajeros, lo que refleja que es el mínimo de pasajeros que se podría llevar en la Van, para que la **Ruta 8** sea rentable.

Al multiplicar los 9 pasajeros con el valor de la **Ruta 8** (\$25.000) se obtiene un ingreso de \$225.000 y al descontar los CF y CV (\$216.500), la ganancia es de \$ 8.500

Por tal razón obtendría como ganancia \$ 8.500 por llevar a 9 pasajeros (punto de equilibrio).

Todas las rutas tienen un punto de equilibrio similar, resumiendo que solo es necesario casi la mitad de la ocupación de la Van para obtener utilidades, demostrando de esta forma que las rutas son rentables considerando que se ofrece este servicio a empresa que cuentan con numerosos empleados, ocupando de esta forma la capacidad máxima de la Van, que son 18 pasajeros.

V. CONCLUSIONES

El proyecto responde a una necesidad que está surgiendo en un contexto de cambios, en especial de políticas empresariales, enfocadas principalmente a los recursos humanos, los cuales son la base del progreso de una empresa. Actualmente surgen proyectos innovadores abarcando las políticas de responsabilidad social que tiene como finalidad crear instancias para mejorar la calidad de vida laboral de los trabajadores.

Con el proyecto de turismo de intereses especiales como incentivo en las empresas públicas y privadas, se pretende cambiar el sistema de actividades o planes estratégicos que manejan los departamentos de recursos humanos o de bienestar, con el objetivo de crear instancias que desarrollen cultural y personalmente a los trabajadores en un lugar fuera del espacio laboral, con el fin de crear lazos de confianza entre ellos, así mejorando el ambiente laboral y su salud mental.

Al desarrollar el proyecto, surgieron ventajas competitivas, que lo podrán diferenciar en el mercado, es decir que es el único proyecto en esta área, que responda a una necesidad actual aplicando La Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Además existe un fuerte marco legal, como La Ley 16.744 de prevención de accidentes laborales y enfermedades profesionales, que exige políticas en post de la prevención de enfermedades laborales, por esta razón deben surgir alternativas de desarrollo de capital humano de una empresa. Al realizar un estudio profundo de antecedentes que avalan los problemas laborales y déficit en políticas en recursos humanos, apoyada por la normativa vigente, surge la idea de incorporar como actividad en los planes estratégicos del departamento de recursos humanos de las empresas, proyectos diferentes, para generar un concepto distinto de la actividad turística, generando espacios de inclusión para un mercado al cual no se han dirigido.

VI PROPOSICIÓN DE FUTURAS INVESTIGACIONES O PROYECTOS

Para una futura continuidad del proyecto, se pensó en varias alternativas que serían un complemento a los objetivos iniciales de este, los cuales se especifican a continuación:

- Cursos teóricos para la creación y formación de guías culturales, que impartirán estas charlas históricas y culturales (posibles salidas a terreno) en poblaciones, centros culturales y sedes sociales. Aplicando el concepto de turismo social y La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), en el pilar que tiene relación con el Compromiso con la Comunidad, creando una imagen favorable de la empresa que invierta en estos proyectos que contribuyan a la sociedad.
- Implementar Talleres extraescolares en colegios públicos y privados, para educar, crear conciencia turística y ambiental, en las futuras generaciones, con el fin de que valoricen su cultura y su medio. Los que realizarán estos talleres, serán los mismos guías que serán capacitados en el tema de turismo de intereses especiales de la Región de Tarapacá.
- Ofrecer estos servicios e Incluir en programas de beneficios o actividades de las Cajas de Compensación, para la 3° edad, los cuales podrán adquirir experiencias nuevas, tener contacto con la naturaleza y cultura de la Región de Tarapacá.
- El Círculo de Guías de Turismo Cultural de la Región de Tarapacá con el apoyo de empresas privadas (por ejemplo Collahuasi) y la coordinación de un Gestor en Turismo y Cultura, implementarán estas capacitaciones de guías culturales, posteriormente se llevarán a cabo estas alternativas para la continuidad del proyecto y abarcar otras problemáticas de la sociedad.

VII BIBLIOGRAFÍA

- Acción RSE, representante en Chile del Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible. “Casos de empresas que aplican RSE”; citado 25 Julio 2008; disponible en: URL: <http://www.accionrse.cl>
- Compañía minera Doña Inés de Collahuasi. “ Desarrollo humano y socioeconómico en la región de Tarapacá, 1990-2007”, disponible en: URL: <http://www.collahuasi.cl>
- Documento digital Escuela de Gestión en Turismo y Cultura. Universidad de Valparaíso. “Visión Académica del Turismo de Intereses Especiales”, citado 15 Septiembre 2006, Patricia Valenzuela Wagner.
- Documento digital del Ministerio de Economía.”Lanzamiento Cluster Turismo de Intereses especiales en Pozo Almonte”, citado 17 de Julio de 2008; disponible en URL: <http://www.economia.cl>
- Documento Digital Psicología laboral y Organizacional; disponible en: URL: <http://www.monografias.com>
- Ingeniería Civil Industrial Universidad de Valparaíso. “Pilares Responsabilidad Social Empresarial”, citado 15 Mayo 2008, por Profesor Max Hardy.
- KPMG, Red Global que proveen servicios de Auditoría, Impuestos y Asesoría, servicios estratégicos en recursos humanos. “Enfoque integral de Recursos Humanos en la búsqueda del éxito organizacional”, disponible en: URL: <http://www.kpmg.com.pa>
- Ministerio del trabajo y previsión social. “Seguro social contra riesgos de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales, Ley 16.744”, publicado en Abril 2006; disponible en: URL: <http://www.dt.gob.cl>
- Proyecto Araucaria, trabajo, género y salud mental. “Salud mental y trabajo, un problema en alza”, citado 8 Enero 2008; disponible en: URL: <http://www.proyectoarauca.cl/documentos.php>
- Responsabilidad Social Corporativa Chile. “Concepto y definiciones de Responsabilidad Social”, citado 26 Julio 2008; disponible en: URL <http://www.rsc-chile.cl>
- Responsabilidad Social Corporativa Chile. “Que es ISO 26.000”, citado 26 Julio 2008; disponible en: URL <http://www.rsc-chile.cl>
- Revista Online de la Salud Mental. “ Salud Mental en los Recursos Humanos”, citado 15 Marzo 2008; disponible en: URL: <http://www.saludmental.info>
- Universidad Gabriel Mistral. “ Marketing Mix”, citado por Eduardo Pooley Pelizzola; disponible en :URL: <http://www.amsoluciones.cl>

VIII. ANEXOS

Indicaciones para salida a terreno por un día

Para un grato Viaje, los pasajeros deberán seguir las siguientes condiciones:

- Salud compatible con las actividades en terreno
- Espíritu de grupo para compartir
- Mantenerse cercano al guía
- Seguir las instrucciones del guía
- Durante los descensos del móvil, cumplir con los horarios establecidos por el guía
- Vestuario apropiado para el calor
- Vestuario apropiado para el frío
- Calzado apto para el suelo áspero
- Sombrero
- Bloqueador solar
- Anteojos oscuros
- Maquina fotográfica
- Binoculares
- Botella plástica con agua

Queda estrictamente prohibido:

- Hacer excavaciones
- Recolectar objetos
- Remover, modificar o destruir testimonios
- Realizar rayados
- Contaminar el medio ambiente con basuras
- El uso de radio personal (tipo MP3, MP4 etc.)