

RUTA ✨ ✨ ASTRONÓMICA

MANUAL DE OPERACIONES MUSEO DEL METEORITO

Índice

Introducción.	1
Objetivos del Manual de Operaciones Turísticas.	1
Objetivo General.....	1
Objetivos Específicos.	1
Conceptualización Del Manual de Operaciones Turísticas.	2
Capítulo I: Antecedentes del Museo del Meteorito.....	4
1. Antecedentes Generales.	4
1.1. Ubicación.	5
1.2. Clima.	6
1.3. Geomorfología.....	6
2. Antecedentes históricos.	7
2.1. Historia del Museo del Meteorito.	7
3. Actividades turísticas en el Museo del Meteorito.....	8
3.1. Visita en la exhibición “la memoria de nuestro sistema solar”	9
3.2. Expedición al Cráter de Monturaqui.	10
Capítulo II: Operación Turística del Museo del Meteorito.....	12
1. Análisis de la operación turística a través de elementos de la Cadena de Valor.....	12
1.1. Cadena de Valor de Michael Porter.	12
1.2. Cadena de Valor de Servicios de Gustavo Alonso.	13
1.3. Operación turística.	16
Capítulo III: Información para Tour Operadores y Agencias de Viaje.	19
1. Equipamiento del atractivo turístico.....	19
2. Sitios de Interés Turístico.	19



3. Guía informativa para Tour Operadores y Agencias de Viaje.	19
3.1. Ingresos al Atractivo Turístico.	20
3.2. Recursos, servicios e infraestructura del atractivo turístico.	20
3.3. Estacionalidad.....	20
3.4. Horarios.	20
3.5. Economía local.....	21
3.6. Prestadores de Servicios Turísticos en San Pedro de Atacama.....	21
4. Diagrama de flujo.	22
Bibliografía.....	24

Índice de Fotografías.

Fotografía 1: Vista Panorámica que muestra la geomorfología circundante del Museo del Meteorito.	7
Fotografía 2: Panel y vitrina de exposición en el Museo del Meteorito.	8
Fotografía 3: Personas en museo del meteorito escuchando la audioguía.....	10

Índice de Diagramas.

Diagrama 1: Cadena de Valor de Porter.....	12
Diagrama 2: Cadena de Valor para servicios	14
Diagrama 3: Operación y Comercialización del Museo del Meteorito	16
Diagrama 4: Operación del Museo del Meteorito.....	17
Diagrama 5: Comercialización del Museo del Meteorito	18
Diagrama 6: Flujo de experiencia turística en Museo del Meteorito.	23

Índice de Ilustración y Gráfico.

Ilustración 1: Mapa informativo del Museo del Meteorito.	19
Gráfico 1: Prestadores de Servicios Turísticos de San Pedro de Atacama registrados en SERNATUR.	22



Introducción.

Un manual de operaciones es un documento que proporciona información detallada y específica sobre los procedimientos y procesos que deben seguirse en una organización o empresa para llevar a cabo sus operaciones diarias de manera eficiente y efectiva. Este tipo de manual suele contener información sobre políticas, normas, roles y responsabilidades, flujos de trabajo, protocolos de seguridad, y cualquier otra información relevante para el funcionamiento adecuado de la organización.

Proporciona orientación y direcciones claras a una empresa u organización sin la necesidad de que sus miembros sean expertos en la materia, permitiendo el fácil entendimiento de cómo llevar a cabo sus tareas de manera consistente y a la vez cumplan con las políticas establecidas. Adicionalmente, un manual de operación es útil para mejorar los procesos de gestión interna de la organización.

Lo que se abordará en específico para el manual de operaciones presente, es integrar la actividad turística de forma integral bajo los lineamientos y capacidades del Museo del Meteorito como una forma de estimular la economía en un punto de interés turístico existente, para que más emprendedores puedan incursionar en el turismo y así potenciar, mediante la competitividad, la actividad turística del sector donde se encuentra emplazado.

Objetivos del Manual de Operaciones Turísticas.

Objetivo General

- Diseñar un conjunto integral de directrices y actividades estratégicas mediante la gestión eficiente de las iniciativas turísticas para potenciar sustancialmente las condiciones operativas en el atractivo turístico.

Objetivos Específicos.

- Valorizar los recursos y servicios turísticos del Museo del Meteorito, mediante un inventario sistemático y detallado el cual permitirá dar valor turístico a cada uno de los elementos presentes en el catastro.



- Determinar la cadena de valor que utiliza el Museo del Meteorito para gestionar sus operaciones y sus canales de venta.
- Recopilar información turística del lugar para que los tours operadores y visitantes estén informados sobre qué encontrarán y qué puede ofrecer el atractivo turístico.

Conceptualización Del Manual de Operaciones Turísticas.

Con el fin de clarificar y definir los conceptos claves que serán utilizados en el manual, se hace necesario una pequeña conceptualización de estos.

Atractivo Turístico: Un atractivo turístico es cualquier lugar, evento, actividad, o característica natural o cultural que tiene el potencial de atraer visitantes y turistas. Estos lugares o elementos pueden ser de interés histórico, cultural, natural, recreativo, o de entretenimiento, entre otros. Los atractivos turísticos son las experiencias concretas que los turistas desean experimentar durante su viaje.

Recursos turísticos: Se refiere a los elementos o componentes que constituyen la base para el desarrollo de atractivos turísticos. Los recursos turísticos son aspectos naturales, culturales, históricos, sociales o económicos que se pueden utilizar para crear atracciones turísticas. Estos recursos pueden ser tangibles, como un parque nacional o un sitio arqueológico, o intangibles, como una tradición cultural o un evento festivo.

Servicios turísticos: Hace referencia a las actividades, experiencias o facilidades que están pensadas para ofrecerlas al visitante con el fin de satisfacer las necesidades y deseos mientras se encuentran en el atractivo turístico. Estos servicios pueden estar dedicados a distintos tipos de actividades, tales como, alojamiento, gastronomía, servicios de guía y asistencia, comercio turístico o actividades recreativas, entre otros.

Turismo de intereses especiales: El turismo de intereses especiales hace referencia al ejercicio de viajar con el motivo de participar en una actividad o experiencia en específico que comúnmente no se encuentra en el turismo convencional o masivo. Se busca satisfacer la necesidad particular de estos viajeros que están interesados en cosas como, la cultura, la gastronomía, historia, aventura, deportes, entre otros.



Astroturismo: Astroturismo combina observación del cielo diurno y nocturno con divulgación astronómica y actividades recreativas, fomentando prácticas sostenibles y empoderando comunidades locales. Destinos seleccionados por calidad de cielos ofrecen tours guiados y libertad para explorar, junto con sitios históricos astronómicos, arte espacial y eventos culturales. Va más allá de la ciencia, buscando enriquecer experiencias personales con la planificación de eventos como eclipses y lluvias de meteoros.

Turismo Científico: El turismo científico según la Red de Turismo Científico (STN por sus siglas en inglés) define el turismo científico de la siguiente forma “El turismo científico se plantea como un puente entre el mundo de las ciencias y del turismo, acercando habitantes de los territorios y sus visitantes, de todas las nacionalidades y culturas, motivados por el avance del conocimiento humano...se basa en el método científico y el avance del conocimiento para contribuir a la comprensión y resolución de desafíos ambientales y sociales de territorios atractivos para el turismo.”



Capítulo I: Antecedentes del Museo del Meteorito.

1. Antecedentes Generales.

La región de Antofagasta es reconocida mundialmente por el desierto de Atacama y los atractivos consolidados que se encuentran alrededor de este, sin embargo, a lo largo de toda la región es posible encontrar una gran cantidad de observatorio astronómicos. Esto es debido al particular clima que presenta el desierto de Atacama a lo largo de su extensión, este árido clima da las condiciones para tener alrededor de 300 noches despejadas, siendo un excelente indicador para la observación del cielo nocturno, adicionalmente, es posible encontrar lugares en altitudes altas y con muy poca contaminación lumínica, generando un ecosistema ideal para el desarrollo de la ciencia astronómica. Es por esto, que podemos encontrar grandes organizaciones científicas dedicadas a la astronomía, junto con grandes instalaciones para realizar sus estudios, como es el caso de la ESO (Observatorio Europeo Austral), quien administra grandes observatorios como lo son ALMA o el VLT Paranal. Sin embargo, la astronomía no es practicada solamente con fines científicos, el astroturismo ha ganado cada vez más popularidad dentro de los servicios ofrecidos por Tour Operadores y Agencias de Viaje, especialmente en San Pedro de Atacama, donde se pueden encontrar varios observatorios a escalas más pequeñas, utilizados para noches de astroturismo. A raíz de esto se ha desarrollado una Ruta Astronómica con el fin de potenciar la región combinando la astronomía científica y el turismo.

La comuna de San Pedro de Atacama se distingue por ser un reconocido centro turístico de nivel internacional en la región, recibiendo turistas de diferentes continentes a lo largo del año, dentro de las características destacables de este pequeño pero turístico poblado, es que mantiene una identidad cultural relacionada a sus pueblos originarios, se puede apreciar una cultura viva mediante la infraestructura y la cosmovisión de sus pobladores. Además, en sus alrededores se encuentran atractivos turísticos destacables como los Geiser del Tatio, Lagunas Altiplánicas, Vallecito, Cerro Arcoíris, Piedras Rojas, entre otros. Sin embargo, también es reconocido por la gran cantidad de oferta de Astroturismo, la cual ha ido en incremento y casi todas las agencias ofrecen servicios de turismo astronómico, donde



algunos destacan por sus astrofotografías, otros por sus buenos instrumentos de observación o por su infraestructura, independiente de esto, se ha adoptado el astroturismo como parte del paquete turístico tradicional dentro de San Pedro de Atacama.

El Museo del Meteorito se presenta como un atractivo singular dentro de la ruta astronómica, como bien dice su nombre, es un museo dedicado al reconocimiento, estudio y exhibición de meteoritos. Con una excelente ubicación dentro del pueblo de San Pedro de Atacama, es un atractivo llamativo que invita a los turistas a visitar y conocer en detalle las características de estos asteroides que han logrado impactar en la superficie de la tierra y sobrevivir a la degradación producida al pasar por la atmosfera de nuestro planeta. Cuentan con una interesante exhibición de 77 piezas de meteoritos certificados por organismos internacionales, que acompañados de paneles informativos y un relato grabado, ayudan a comprender de manera mucho más fácil y didáctica como funcionan estos interesantes cuerpos llegados desde el espacio. Es importante mencionar que este atractivo se encuentra estrechamente ligado al cráter de Monturaqui, donde mediante estudios en terreno han logrado recolectar meteoritos encontrados este gran cráter. Finalmente, como servicios complementarios al museo, cuentan con dos tours que se enlazan con la experiencia que se puede vivir en el museo, una de ellas es un tour astronómico donde se aprovechan los despejados cielos de San Pedro de Atacama para realizar observación de objetos celestes y el otro es un tour al Cráter de Monturaqui, lugar donde aún se puede encontrar vestigios del impacto producido por un meteorito y con suerte se pueden descubrir remanentes de este asteroide que en algún momento impactó la superficie de la Tierra.

1.1. Ubicación.

El Museo del Meteorito se encuentra ubicado en la comuna y pueblo de San Pedro de Atacama, en la calle Tocopilla a tres cuadras de la plaza de armas del pueblo. Su ubicación se encuentra representada en las coordenadas geográficas 22°54'28.72"S, 68°12'5.99"O.



1.2. Clima.

El clima que se presenta en el territorio de San Pedro de Atacama, lugar donde se encuentra ubicado el Museo del Meteorito, según datos provistos por la Infraestructura de Datos Geoespaciales (2017), indican que bajo la clasificación de Köppen-Geiger, se presenta un clima de tipo desértico frío con lluvias estivales (BWk(w)). Este clima se caracteriza por tener temperaturas anuales de aproximadamente 13°C y una precipitación anual de 10mm, las cuales se concentran en los meses de febrero y marzo principalmente, debido al fenómeno de las lluvias altiplánicas, durante este periodo de lluvias estivales, se ve un gran incremento en la nubosidad y lluvias, siendo meses perjudiciales para la observación de los astros.

1.3. Geomorfología.

El Museo del Meteorito se encuentra en una región geomorfológica conocida como la Depresión de Atacama, una depresión geográfica es un área que se encuentra a menor altitud o posee menor elevación que sus zonas circundantes. Estas depresiones pueden estar bajo el agua, bajo el nivel del mar o ser zonas secas como el caso de la Depresión de Atacama. El museo se encuentra aproximadamente a 2400 metros sobre el nivel del mar, al encontrarse en esta zona llana se obtienen panorámicas de las formaciones geológicas circundantes, como volcanes, cerros, cordilleras y la gran extensión del desierto de Atacama, adicionalmente, encontrarse a esta altitud le proporciona ventajas para la óptima observación astronómica.

La combinación de factores como la altitud y la aridez del clima que reduce las aberraciones atmosféricas, crean un entorno óptimo para la observación y estudio del cielo nocturno en San Pedro de Atacama. Sin embargo, al encontrarse inserto dentro del pueblo, sufre de la contaminación lumínica artificial cercana al museo, lo cual puede llegar a entorpecer la visibilidad de ciertos objetos a ojo descubierto u objetos del espacio durante los tours astronómicos que ofrece el Museo del Meteorito.



Fotografía 1: Vista Panorámica que muestra la geomorfología circundante del Museo del Meteorito.



Fuente: elaboración propia.

2. Antecedentes históricos.

Los antecedentes históricos son un elemento importante a la hora de visitar un atractivo turístico, sobre todo, si su principal atractivo está relacionado a elementos culturales o históricos, por lo cual, a continuación, se hace un pequeño resumen sobre la historia del Museo del meteorito, la cual ha sido recopilada en el relato histórico del atractivo.

2.1. Historia del Museo del Meteorito.

La historia del Museo del Meteorito, según Rodrigo Martínez, comienza en 1983 con una de las expediciones organizadas por su hermano Edmundo hacia el cráter del Imilac, en busca del cráter donde impactó el meteorito más hermoso del mundo, gracias a esta expedición lograron rescatar piezas de una parte de la historia que se encontraba abandonada hace más de 130 años en el desierto de Atacama. Seguido de esta primera expedición, se enteran de antecedentes relacionados al meteorito de Vaca Muerta, el cual en 1985 visitaron para realizar búsquedas del cráter dejado por este meteorito, en esta ocasión hicieron hallazgo de un cráter, el cual llamaron Martinez, en el cual encontraron un meteorito intacto de 312 kilogramos, incrementando aun más su colección de meteoritos.

Rodrigo al darse cuenta de la gran colección de meteoritos que tenían, decide en 2012 establecer el Museo del Meteorito, emplazándolo en el pueblo de San Pedro de Atacama,



siendo inaugurándolo el 28 de agosto de 2012. El museo en la actualidad exhibe la elite de una colección de más de 6000 ejemplares, donde todas las piezas han sido certificadas por organismos internacionales con las capacidades correspondientes para hacerlo, ya que en Chile aun no existen instituciones capaces de hacer estas certificaciones. Es así como han recibido certificados realizados por la NASA, la universidad de California y el CEREC de Francia, que acreditan la veracidad de cada ejemplar en exhibición.

3. Actividades turísticas en el Museo del Meteorito.

El Museo del Meteorito es reconocido en primera instancia por su forma de Domo que se distingue entre las tradicionales construcciones de adobe que se ven por el pueblo, por otro lado, su exposición de variados meteoritos reconocidos por entidades como la NASA, UCLA y CEREC, son factores determinantes para que el visitante sienta la curiosidad necesaria para visitar este particular museo dedicado a estas rocas espaciales. El museo cuenta con un recorrido principal que está enfocado en dar información detallada sobre los meteoritos, mediante la combinación de elementos visibles y audibles en simultaneo para dar una experiencia didáctica al visitante. Como segundo producto, ofrecen un tour astronómico mediante el cual exploran el cosmos visible en San Pedro de Atacama y finalmente otro de sus productos es la visita al Cráter de Monturaqui, es un tour especializado para personas que les interese conocer el lugar exacto donde uno de estos meteoritos ha logrado impactar con la superficie de la Tierra.

Fotografía 2: Panel y vitrina de exposición en el Museo del Meteorito.





Fuente: elaboración propia.

3.1. Visita en la exhibición “la memoria de nuestro sistema solar”

Es el principal producto que ofrece el establecimiento, lo que lo convierte en un museo es esta exhibición permanente que está disponible para ser visitada por todo público que quiera entender sobre el funcionamiento de estas rocas provenientes del espacio. El recorrido por el museo cuenta con 2 etapas.

La primera etapa denominada como “un viaje por la memoria de nuestro sistema solar”, contempla un recorrido por once estaciones mediante un audio guía, el cual en cada estación explica distintos temas relacionados a los meteoritos, desde su definición y porque llegan a la tierra, hasta conceptos más técnicos y específicos como los diversos tipos de meteoritos que existen y sus características. En complementario al audio guía, cada estación cuenta con meteoritos en una vitrina de exhibición, información en paneles informativos y pantallas con videos que complementan lo escuchado en el audio. Es importante mencionar que este audio se encuentra disponible en diversos idiomas, para que de esta forma puedan disfrutar de la experiencia todo tipo de visitantes.



La segunda etapa de este recorrido contempla un “Área sensorial” la cual es junto a un guía personal que puede hablar en inglés o español. En esta zona final, se invita al visitante a pasar al centro del museo, donde se encuentran tres vitrinas de mayor tamaño y contienen trozos de meteoritos mucho más grandes. Estas vitrinas tienen orificios para que el visitante pueda tocar con sus propias manos las superficies del meteorito, notando la diferencia sobre otras piedras que tienen características parecidas a los meteoritos. Junto a estas vitrinas se encuentran colgando imanes de alta resistencia para notar la capacidad de atracción que tiene un meteorito, ya que la mayor parte de su cuerpo está formado por minerales como el hierro, siendo un gran atractor de imanes, de esta forma se puede identificar un meteorito sin tener que cortarlo para poder apreciar su interior.

Fotografía 3: Personas en museo del meteorito escuchando la audioguía.



Fuente: elaboración propia.

3.2. Expedición al Cráter de Monturaqui.

Otro de los servicios ofrecidos por el museo del meteorito es una expedición al Cráter de Monturaqui, el cual es el mayor cráter de origen meteórico de Chile, al sur del salar de Atacama fue donde tuvo impacto este colosal meteorito hace más de 90.000 años. Esta



experiencia se centra en la búsqueda de impactitas, los cuales son evidencias de que este impacto sucedió.

Comienza la experiencia un día antes en el Museo del Meteorito, donde se aprende de primera mano las características de estas rocas espaciales, para el día siguiente salir a las 08:00 am desde San Pedro para llegar a las 11:00 am al cráter. Antes de bajar al cráter, se realiza una charla explicativa sobre la formación de este y una guía de campo para reconocer impactitas. Luego se realiza una búsqueda de estos meteoritos hasta las 01:00 pm, en este punto del día se sirve un almuerzo con variados tipos de sándwich y se hace un recuento de los descubrimientos que han hecho los visitantes.

Se inicia el retorno a las 2:00 pm, una vez llegados al Museo del Meteorito, se cortarán y pulirán para dejar expuesta su parte metálica interna que caracteriza a los meteoritos, para que el visitante se pueda llevar un objeto de recuerdo y estudio, finalizando la experiencia a las 06:00 pm.



Capítulo II: Operación Turística del Museo del Meteorito

1. Análisis de la operación turística a través de elementos de la Cadena de Valor.

En el caso de los Observatorios de corte comercial y científicos, cuentan con su propia estructura organizacional sobre la cual organizan sus métodos de trabajo, en esta se establecen estrategias, objetivos, misión, visión, organigramas y entre otras técnicas de organización para una empresa. Asumiendo esta información, se hace un enfoque en cómo operan a nivel operacional y comercial considerando elementos de la cadena de valor.

1.1. Cadena de Valor de Michael Porter.

La cadena de valor es una herramienta que describe las actividades que una empresa u organización realiza para crear valor hacia sus clientes, estas actividades se dividen en dos categorías principalmente, se ve representada por la siguiente forma.

Diagrama 1: Cadena de Valor de Porter



Fuente: Alonso, G. Marketing de Servicios. (2008)

Las actividades primarias involucran aquellas que están comprometidas con la transformación de materias primas e insumos en un producto terminado, también considera los esfuerzos para llevarlos al mercado, comercializarlos y los posibles servicios de postventa. En la cadena de valor tradicional se consideran los siguientes pilares.

- **Logística de Entrada:** Recepción, almacenamiento y manipulación de materias primas e insumos.



- **Procesos:** Transformación de materias primas e insumos en el producto final.
- **Logística de salida:** Depósitos, procesamiento de pedidos, documentación, informes y despacho de productos terminados.
- **Marketing y Ventas:** Actividades de impulsión, publicidad, fuerza de ventas, promoción, etc. y desarrollo de propuestas comerciales.
- **Postventa:** Asistencia técnica, mantenimiento, garantías.

Las actividades de apoyo son aquellas que sientan las bases para que las actividades primarias puedan desarrollarse en toda su potencialidad, teniendo la misma importancia que las actividades principales para poder llevar a cabo el uso de esta herramienta. Para las actividades de apoyo se consideran 4 pilares principales.

- **Infraestructura de la empresa:** Planificación, contabilidad, finanzas, gestión de inversiones.
- **Administración de Recursos Humanos:** Incorporación de talentos, capacitación, motivación, compensaciones.
- **Desarrollo de tecnología:** Diseño de productos y procesos, control, investigación de mercado, gestión de tecnología.
- **Compras y abastecimiento:** Adquisición de materiales, insumos, materias primas, espacios publicitarios, servicios de salud, entre otros.

1.2. Cadena de Valor de Servicios de Gustavo Alonso.

Gustavo Alonso en su publicación de la Universidad de Palermo “Marketing de Servicios: Reinterpretando la cadena de valor” (2008) al darse cuenta que esta herramienta propuesta por Michael Porter está enfocada en empresas u organizaciones que entregan un producto final tangible al consumidor, decide hacer una reinterpretación de la cadena de valor, con el objetivo de cambiar el enfoque y entregar una herramienta que sea útil para la entrega de un producto intangible, como lo son los servicios principalmente. Bajo este contexto, la actividad turística está basada bajo un sistema de confianza entre el prestador de servicios turísticos y el consumidor final, finalmente es este último el que bajo su apreciación como contratador de un servicio intangible, decide el valor que se le da al servicio entregado por



parte del prestador de servicios, generando variables que no son controlables para la organización que se enfoca en prestar este tipo de servicios.

Diagrama 2: Cadena de Valor para servicios



Fuente: *Fuente: Alonso, G. Marketing de Servicios. (2008)*

Dentro de la propuesta de Gustavo Alonso, el primer cambio notable es que no considera actividades, sino que hace referencia a eslabones. Los eslabones primarios cambian casi en su totalidad, siendo separados entre factores controlables y no controlables.

Eslabones Primarios Controlables.

- **Marketing y Ventas:** Publicidad, fuerza de ventas, promoción y desarrollo de propuestas comerciales, ubicado como punto de origen para la prestación de servicios.
- **Personal de contacto:** Personal que interviene directamente en la prestación de servicios, siendo uno de los elementos más importantes para controlar la calidad del servicio.
- **Soporte físico y habilidades:** Se considera soporte físico todos los elementos utilizados para llevar a cabo un servicio, por ejemplo, en un tour astronómico, los telescopios, los punteros láseres, linternas, entre otros. Asimismo, considera el conocimiento, habilidades, competencias e idoneidad que puede alcanzar el equipo.



- **Prestación:** Se considera que la prestación es el servicio como tal, a la solución que ofrece, a lo que resuelve. La concepción del servicio debe ajustarse tantas veces como sea necesario a las necesidades del público objetivo.

Eslabones Primarios No Controlables.

- **Cliente:** El cliente es la otra variable humana que interviene directamente en la prestación de servicios e influye directamente en la calidad del servicio, debido a que es el cliente mismo, el que le dará valor a la experiencia que ha vivido con el servicio.
- **Otros Clientes:** Es importante considerar que, al momento de atender a varios clientes al mismo tiempo, por ejemplo, el vestíbulo de un hotel, se debe satisfacer la mayor cantidad de clientes por igual. Para lograr esto, es importante realizar la segmentación de clientes y apuntar a un público homogéneo, que reúne características parecidas, para lograr satisfacer la mayor cantidad de clientes por igual en una operación de carácter más masiva.

Los eslabones de apoyo, al igual que en la Cadena de Valor original de Michael Porter, cumplen la importante función de preparar el escenario principal donde tendrá lugar la prestación de los servicios, cuidando que el establecimiento cumpla con las mejores condiciones posibles.

Eslabones de Apoyo.

- **Dirección General y de Recursos Humanos:** Se considera que el cliente es la razón de la existencia del servicio, por lo tanto, la Dirección General, en conjunto con el factor humano, deben sentar los pilares para generar una cultura de servicio al cliente.
- **Organización interna y tecnología:** Considera la organización interna de la empresa y las gestiones de administración y finanzas.
- **Infraestructura y ambiente:** Hace referencia al espacio físico donde sucede la prestación del servicio, la directa interacción entre el cliente y la organización.



- **Abastecimiento:** Se busca optimizar el abastecimiento para que los demás eslabones puedan operar de forma eficaz y eficiente.

Finalmente nos encontramos que el Margen de Servicio es el eslabón que sostiene toda esta herramienta de administración para servicios, siendo el resultado de lo que el cliente vive con la experiencia del servicio entregado. Según G, Alonso “El margen de servicio es lo que se hace y lo que se ofrece. Es el servicio y su diferencial de valor que lo hace único. Es lo que provoca el “gracias” de quien nos compra. Es el vínculo real y emocional que hace que nuestro cliente no quiera dejar de comprarnos, nunca, porque no encontrará jamás otra experiencia construida sobre la base de una cadena de valor pensada para satisfacerlo y deleitarlo.” (2008).

1.3. Operación turística.

Realizando un análisis de la operación turística del Museo del Meteorito, junto a su cadena de valor según su operación y comercialización a nivel organizacional, se puede realizar un diagrama donde se identifican los diferentes departamentos y como interactúan con los servicios específicos prestados en el tour a Monturaqui, la visita al Museo y las formas de comercializar el servicio en general.

Diagrama 3: Operación y Comercialización del Museo del Meteorito



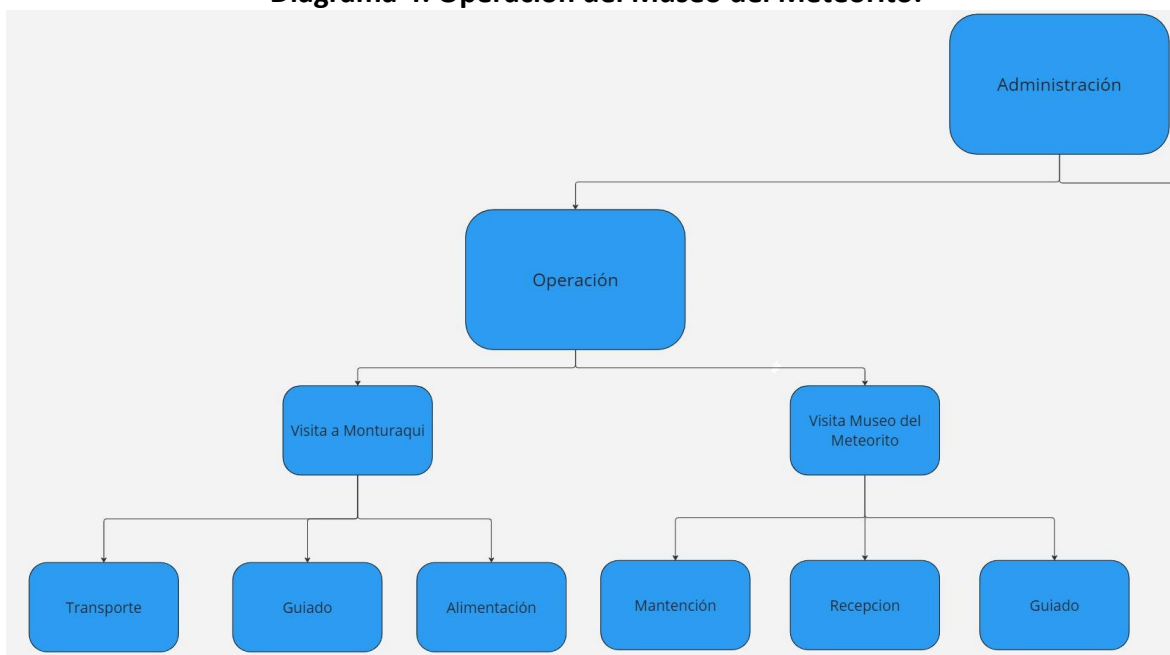
Fuente: elaboración propia.

El Museo del Meteorito al contar con más de un servicio o tour relacionado a la astronomía, cuenta con dos tipos de operación, la visita al Cráter de Monturaqui y la visita al Museo del Meteorito. Como se puede apreciar en el diagrama, se presentan dos colores, el color azul



representa una gestión directa por parte de la organización, mientras que el color amarillo simboliza que es una gestión indirecta que se produce por parte de terceros.

Diagrama 4: Operación del Museo del Meteorito.

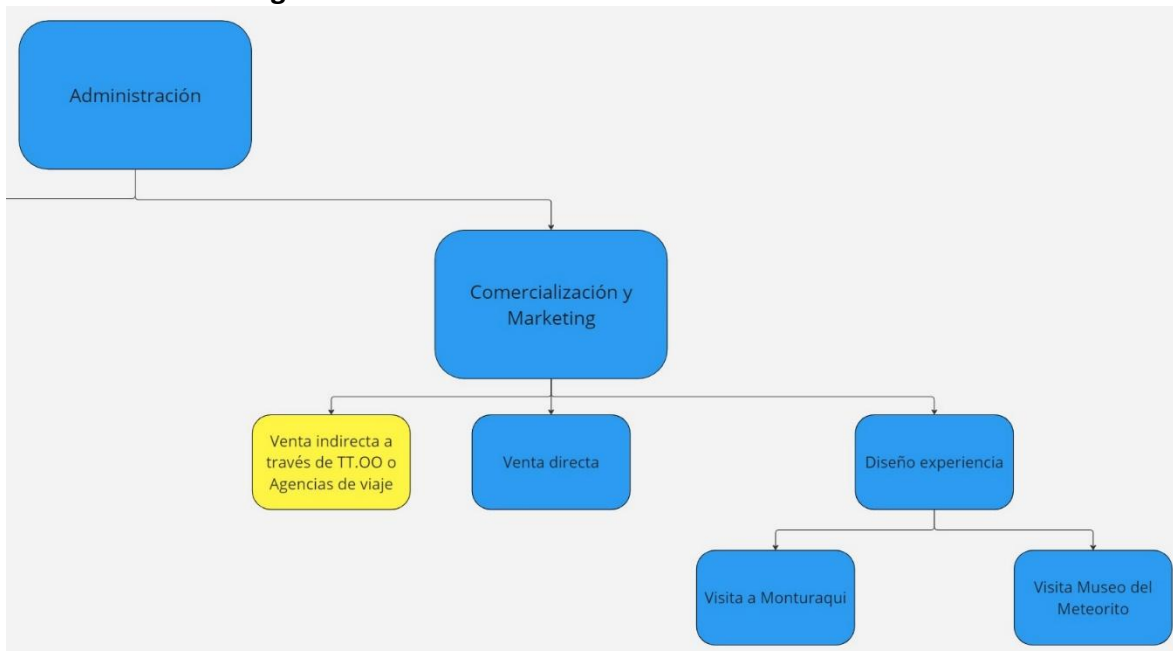


Fuente: elaboración propia.

La operación del Museo del Meteorito se identifica la existencia de dos tours con servicios individuales por cada uno de ellos. En el tour que se realiza visita al Cráter se consideran tres servicios esencialmente, dentro de los cuales se encuentra el servicio de transporte, guiado y alimentación durante la experiencia. En el caso de la visita regular al Museo del Meteorito, también se consideran tres servicios presentes al momento de la prestación, estos son los de mantención, recepción y guiado. Es importante mencionar que todos estos servicios están gestionados directamente por la organización.



Diagrama 5: Comercialización del Museo del Meteorito



Fuente: elaboración propia.

En el caso de la Comercialización y Marketing utilizado en la organización del Museo del Meteorito, se identifican principalmente tres variables, donde tanto la venta directa, como el diseño de experiencia son variables que dependen directamente de la organización. La única variable indirecta que se logra identificar es la posibilidad de recibir ventas a través de Tour Operadores y Agencias de Viaje, las cuales se encargan de llevar grupos de personas por su cuenta y hacer de terceros al momento de comercializar los servicios del Museo del Meteorito.

Capítulo III: Información para Tour Operadores y Agencias de Viaje.

1. Equipamiento del atractivo turístico.

Es importante conocer el equipamiento básico y turístico presente en el atractivo, por lo cual, a continuación, se visualizará un mapa turístico con la superficie del Observatorio y sus puntos claves.

Ilustración 1: Mapa informativo del Museo del Meteorito.



Fuente: elaboración propia.

2. Sitios de Interés Turístico.

El Museo del Meteorito al estar ubicado en el pueblo de San Pedro de Atacama cuenta con ingresos tanto como vehicular, como para peatones, el de peatones se ubica en la intersección de la calle Tocopilla con Laskar y el ingreso vehicular está a 100 metros en calle Laskar. Además, cuenta con estacionamientos y baños habilitados para el público. Finalmente se encuentran las cúpulas del museo y la de recepción en medio del terreno destacando por sobre las otras infraestructuras del territorio.

3. Guía informativa para Tour Operadores y Agencias de Viaje.

Para los Tour operadores es importante conocer el destino que incluirán en sus rutas, necesitan saber que hay en términos turísticos, así como, actividades y servicios turísticos



disponibles para los visitantes que llevarán, por lo tanto, a continuación, se levanta información útil para el momento de visitar el lugar.

3.1. Ingresos al Atractivo Turístico.

El Museo del Meteorito se encuentra ubicado en el pueblo de San Pedro de Atacama, justo en la intersección de las calles Tocopilla y Lascar, a tres cuadras del centro de la localidad. Las inmediaciones del museo cuentan con un estacionamiento grande y gratuito para sus visitantes.

3.2. Recursos, servicios e infraestructura del atractivo turístico.

Los recursos básicos, servicios e infraestructura con la que cuenta un atractivo como lo es un espacio establecido como un museo son de importancia para los visitantes.

Con respecto al agua potable, están conectados a la red pública de agua del pueblo de San Pedro de Atacama, la cual pasa por una planta de osmosis inversa y llega con muy buena calidad al Museo del Meteorito. Por otro lado, están conectados al alumbrado público de San Pedro de Atacama, por lo cual, tienen energía eléctrica garantizada durante las noches.

La infraestructura del Museo del Meteorito comprende un terreno de 40000 metros cuadrados, pero el utilizado para el museo, son 180 metros cuadrados aproximadamente para el domo de exhibición y 50 metros cuadrados para la recepción del museo. Los otros espacios están destinados para baños públicos, oficinas y viviendas particulares.

3.3. Estacionalidad.

Debido a que el principal servicio que ofrece el Museo del Meteorito es la exhibición de meteoritos, no hay estacionalidad para visitar el atractivo, se puede visitar perfectamente durante todo el año, sin embargo, es importante considerar que los meses de febrero y marzo, son especialmente lluviosos debido al fenómeno de las lluvias altiplánicas.

3.4. Horarios.

El Museo del Meteorito tiene sus horarios definidos para visitas en función de las mejores temperaturas para visitar el atractivo, debido a que el material con el que está construido



capta demasiada radiación solar y la intensifica dentro del domo, han tomado la decisión de abrir en los siguientes horarios.

- En invierno, desde las 17:00 – 20:00 horas.
- En verano, desde las 18:00 – 21:00 horas.

3.5. Economía local.

La principal actividad económica de San Pedro de Atacama está liderada indudablemente por toda la actividad turística y también por la actividad de la agricultura debido a la presencia de sitios como Ayllus.

El turismo es el principal pilar de sustento de la comuna de San Pedro de Atacama, atrayendo a turistas de todo el mundo con sus paisajes únicos, la cultura indígena que se mantiene viva y la proximidad que tiene con atractivos como los Geiser del Tatio. La actividad hotelera y los servicios turísticos asociados, como agencias de viaje, tour operadores, restaurantes, entre otros, se benefician directamente de la presencia de turistas que vienen a dejar su aporte económico a la comuna de San Pedro de Atacama. Adicionalmente, la venta de artesanías ve un beneficio económico que también está ligado a la constante actividad turística, donde artesanos pueden vivir a partir de sus trabajos que luego venden a turistas.

Por otro lado, la actividad de la agricultura aporta en menor medida a la economía local de la comuna, la presencia de estos territorios denominados Ayllus, funcionan como oasis perfectos para desarrollar la actividad agrícola de ciertos productos como la alfalfa, ciertas hortalizas y frutas específicas, aprovechando las fuentes de agua disponibles, algunas vienen desde la cordillera y también es posible encontrar corrientes de aguas subterráneas.

3.6. Prestadores de Servicios Turísticos en San Pedro de Atacama.

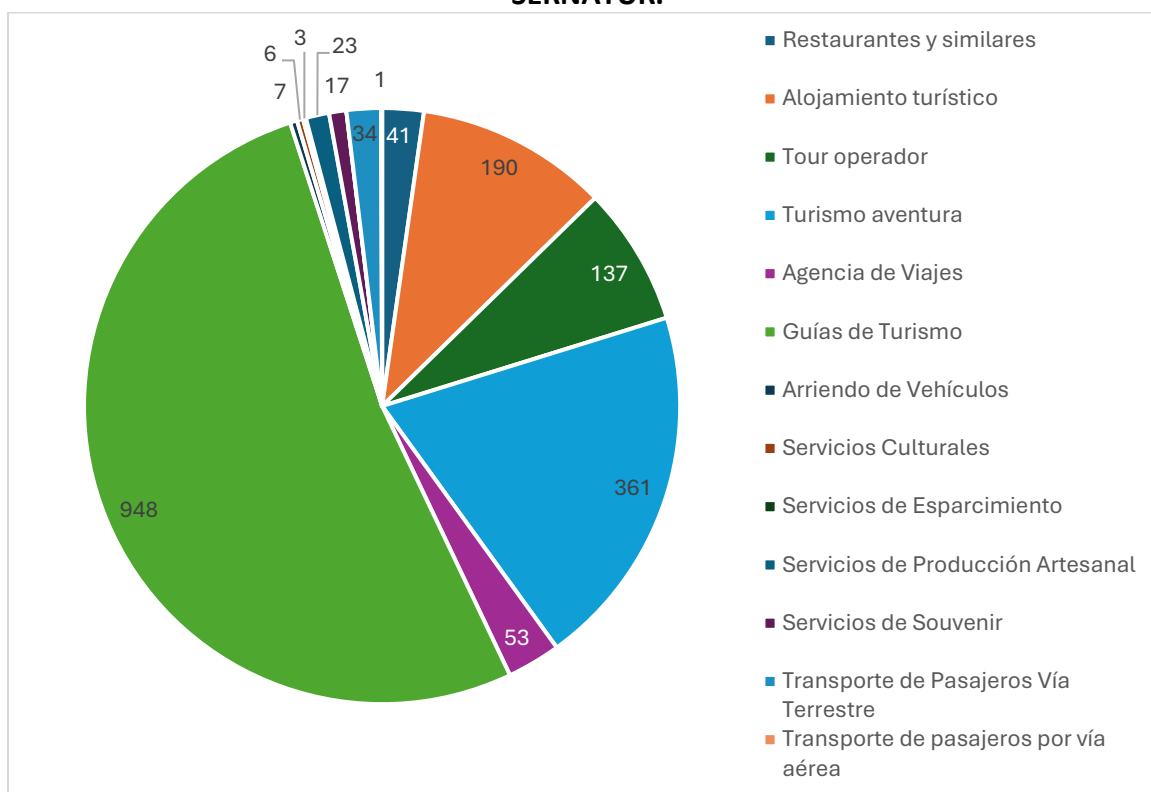
En la comuna de San Pedro de Atacama, actualmente se encuentran 1821 prestadores de servicios turísticos que cumplen con el registro oficial de SERNATUR, los cuales, para ser parte de este registro, deben cumplir con un mínimo de estándar de calidad y contar un buen servicio para el turista. Dentro de estos tipos de servicios, predominan los guías de



turismo, destacando con 948 registrados, esto es debido a la cantidad de personas que visitan diariamente San Pedro de Atacama, siendo los guías de turismo uno de los principales servicios que vienen incluidos en los tours o bien, trabajan de forma independiente.

Dentro de los prestadores de servicios turísticos registrados, es importante destacar que el Museo del Meteorito se encuentra registrado debidamente en las bases de datos de SERNATUR como un servicio cultural, ofreciendo principalmente la exhibición por el museo, es por esto, que cumple con estándares de calidad y una buena atención al público.

Gráfico 1: Prestadores de Servicios Turísticos de San Pedro de Atacama registrados en SERNATUR.



Fuente: elaboración propia con bases de datos del registro de SERNATUR.

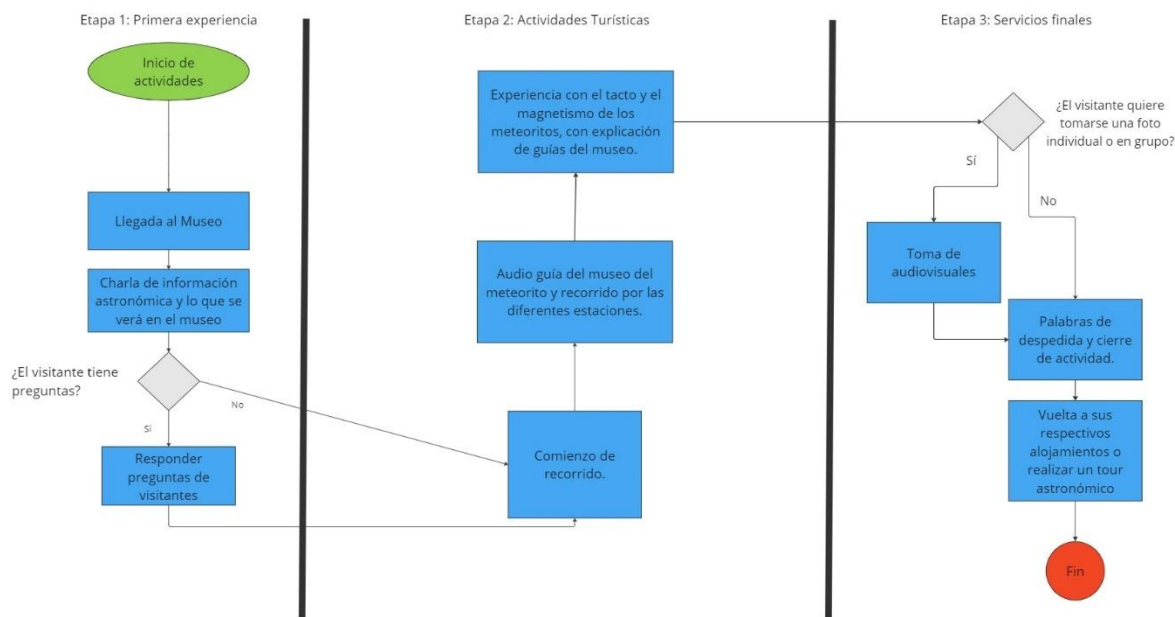
4. Diagrama de flujo.

Un diagrama de flujo nos ayuda a visualizar gráficamente como se ven los procesos de la experiencia turística que se puede ofrecer en el Museo del Meteorito, esta es una



herramienta que facilita la gestión y tiene la capacidad de ser adaptable y mejorable en el tiempo.

Diagrama 6: Flujo de experiencia turística en Museo del Meteorito.



Fuente: elaboración propia.

El diagrama de flujo presentado anteriormente incluye figuras y colores que marcan distintos procesos dentro de lo que un tour operador puede ofrecer como una experiencia turística en el Museo del Meteorito. El óvalo de color verde simboliza el comienzo de la actividad, los rectángulos de color azul representan cada proceso u actividad incluida dentro de la experiencia turística, los rombos grises denominan una situación de toma de decisiones, sobre la cual, dependiendo de las motivaciones y objetivos del grupo turístico se debe elegir el camino a seguir, las barras negras separan cada etapa de la visita y finalmente, el círculo rojo representa el final de la experiencia.



Bibliografía.

- Narvaez, M. (2023, 14 septiembre). *Estructura organizacional: Definición, beneficios y tipos*. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/estructura-organizacional/#:~:text=10%20Conclusi%C3%B3n-%C2%BFQu%C3%A9%20es%20una%20estructura%20organizacional%3F,incluir%20normas%2C%20funciones%20y%20responsabilidades>.
- Ostelea Tourism Management School. (2020). Marketing turístico, posibilidades para las empresas. Ostelea. <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/marketing-y-comunicacion/marketing-turistico-posibilidades-para-las-empresas>.
- Ramírez, L. (2024) *Las mejores estrategias y tendencias en Marketing Turístico*. Thinking For Innovation. <https://www.iebschool.com/blog/tendencias-turismo-estrategia-marketing-marketing-digital/>.
- Euroinnova Business School. (2022). *10 consejos para ser el mejor community manager*. <https://www.euroinnova.edu.es/blog/que-es-un-manual-de-operaciones>.
- Garnham Abogados. ProBono (s.f). *Manual organizaciones sociales: Rol de los estamentos directivos y poderes*. <https://probono.cl/wp-content/uploads/dae-uploads/MANUAL-ORGANIZACIONES-SOCIALES-ROL-DE-LOS-ESTAMENTOS-DIRECTIVOS-Y-PODERES.pdf>.
- *Glosario de términos de turismo | OMT*. (s. f.). <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>.
- *Manual de destinos. Elementos para la gestión de Destinos Turísticos* | SERNATUR (s.f) <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/11/Manual-de-Destinos-Elementos-para-la-gestión-de-destinos-turisticos-1.pdf>.
- Araya Pizarro, S. (2020). Astroturismo como Alternativa Estratégica de Dinamización Territorial: El Caso de la Región Estrella de Chile. *Economía & Sociedad*, 25(58). <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/economia/article/view/14584/20292>
- Biblioteca Nacional de Chile. (2013). *Astronomía en Chile (1849- 2010)*. <https://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-100576.html>

- Infraestructura de datos geoespaciales. (2017). *Zonas climáticas de Chile según Köppen-Geiger escala 1:1.500.000*. (Información proporcionada por Departamento de Geografía Universidad de Chile) <https://www.geoportal.cl/geoportal/catalog/35414/Zonas%20clim%C3%A1ticas%20de%20Chile%20seg%C3%BAn%20K%C3%B6ppen-Geiger%20escala%201:1.500.000>
- Ministerio de Medio Ambiente. (2018). *Cielos de Chile: Desde la Tierra al Universo*. https://mma.gob.cl/wp-content/uploads/2018/06/Cielos_2018_Chilean_Skies.pdf
- Hh, S. (2023, June 1). *El astroturismo: qué es, sus orígenes, fundamentos, regulación y futuro*. El Nocturnario. <https://elnocturnario.com/que-es-astroturismo/>
- Company, G. (n.d.). *ASTROTURISMO POR LA FUNDACIÓN STARLIGHT - Starlight Fundación*. Starlight Fundación. <https://fundacionstarlight.org/contenido/99-astroturismo-por-la-fundacion-starlight.html>
- *TURISMO CIENTÍFICO – INTERNATIONAL SCIENTIFIC TOURISM NETWORK*. (s.f.). <https://scientific-tourism.org/turismo-cientifico/>
- *Historia*. (s.f.). Museo Del Meteorito. <https://www.museodelmeteorito.cl/index.php/nosotros/historia>
- *Entrevista a Rodrigo Martinez*. 24-04-2024.
- Alonso, G (2008) *Marketing de Servicios: Reinterpretando la Cadena de Valor*. Universidad de Palermo. https://www.palermo.edu/economicas/pdf_economicas/business_paralela/review/marketing_servicios.pdf.





CORFO
REGIÓN DE ANTOFAGASTA

SERNATUR
Región de Antofagasta

