

MANUAL DE DESTINOS

# Elementos para la gestión de Destinos Turísticos



SERNATUR  
Ministerio de  
Economía, Fomento y  
Turismo

CHILE LO  
HACEMOS  
TODOS

Gobierno de Chile

## **MANUAL DE DESTINOS**

### **Elementos para la gestión de Destinos Turísticos**

Se autoriza la reproducción parcial de los contenidos de la presente publicación, para los efectos de su utilización a título de cita o con fines de enseñanza e investigación, siempre citando la fuente correspondiente, título y autor.

#### **Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR**

Avenida Providencia 1550, Providencia, Santiago - Chile

Teléfonos: (+56 2) 2731 8310 / (+56 2) 2731 8313

Código postal: 7500548

Correo electrónico: [contacto@sernatur.cl](mailto:contacto@sernatur.cl)

[www.sernatur.cl](http://www.sernatur.cl)

#### **Desarrollado por**

Subdirección de Desarrollo Sernatur en base al documento "Gestión de Destinos Turísticos Sustentables", desarrollado por Humberto Rivas, Académico de la Universidad San Sebastián. Diciembre 2016.

#### **Fotografías**

Banco de imágenes Servicio Nacional de Turismo

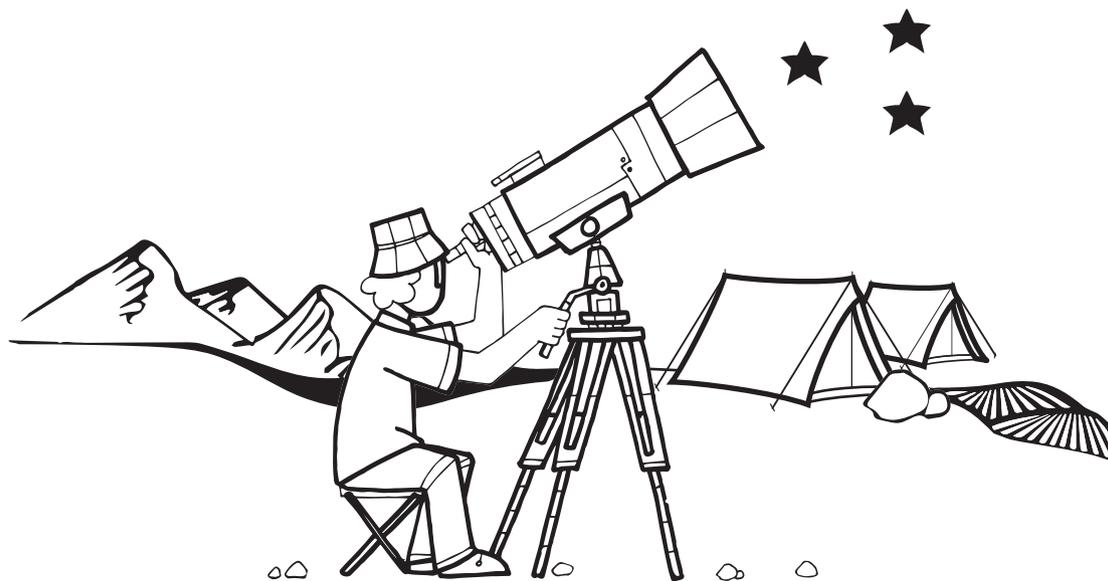
#### **Diseño**

[ladupla.cl](http://ladupla.cl)



MANUAL DE DESTINOS

# Elementos para la gestión de Destinos Turísticos



# CONTENIDOS

<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>8</b>
<b>1. DESTINOS TURÍSTICOS: ALGUNOS CONCEPTOS BÁSICOS</b>	<b>10</b>
1.1. ¿Qué entendemos por destino turístico?	12
1.2 Elementos que conforman un destino turístico	17
1.3 ¿Cómo se delimita un destino turístico?	26
1.4 Ciclo de vida de los destinos turísticos	28
1.4.1 Reconversión de un destino turístico	30
1.5 Tipología de destinos turísticos	34
1.6 Destinos turísticos de Chile	40
<b>2. GESTIÓN SUSTENTABLE DE DESTINOS TURÍSTICOS</b>	<b>56</b>
2.1 Hacia una gestión sustentable de los destinos turísticos	58
2.2 Ámbitos de la Sustentabilidad	60
2.3 Sustentabilidad en contexto global (ONU)	66
2.4 Gestión sustentable de destinos:	
Un desafío para las autoridades locales	76
2.5 Gobernanza para la Gestión de Destinos Turísticos	80
2.5.1 Estructura de gobernanza del destino	80
2.5.2 Factores de éxito para la puesta en marcha de la estructura de gobernanza	82
2.5.3 Modelo de gobernanza para la gestión de un destino turístico	84

<b>3. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TERRITORIAL PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE DE UN DESTINO TURÍSTICO</b>	<b>94</b>
3.1 Instrumentos de Planificación, Ordenamiento y Gestión Territorial y Ambiental	98
3.2 Declaración de Zonas Interés Turístico (ZOIT)	102
3.3 Protección del Patrimonio Urbano	106
3.4 Zonificación de Borde Costero	106
3.5 Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA)	107
3.6 Áreas Protegidas del SNASPE y Planes de Manejo	111
3.7 Criterios del GSTC para la Medición de sustentabilidad del destino	113
<b>4. ¿QUÉ ESCENARIOS DE DESARROLLO ENFRENTARÁN LOS DESTINOS TURÍSTICOS EN LOS PRÓXIMOS AÑOS?</b>	<b>116</b>
4.1 Nuevas tendencias en la gestión de los destinos turísticos	118
4.1.1 Los destinos turísticos inteligentes	118
4.1.2 La gestión de la experiencia del visitante	120
4.1.3 Las megatendencias al año 2030 y el manejo de Big Data	128
4.1.4 Megatendencia que revitaliza el turismo: Turismo gastronómico	130
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>133</b>
<b>ANEXO N° 1</b> Glosario de términos	<b>137</b>

# PRESENTACIÓN



El turismo es uno de los sectores estratégicos de la economía chilena. En 2017 generó el 3,4% del Producto Interno Bruto (PIB) de manera directa. Nuestra industria, además, es responsable directa del 3,4% de los empleos del país, porcentaje que alcanza el 10,2%, si consideramos también los empleos indirectos que genera<sup>o</sup>.

Por su parte, las llegadas internacionales a Chile han ido creciendo de manera sostenida en los últimos años. Durante 2015, recibimos 4,5 millones de llegadas; en 2016, la cifra aumentó a 5,6 millones; y, para el 2017, el número de visitas alcanzó los 6,4 millones, generando divisas por un monto estimado de US\$4.253 millones. Si a esta suma se le agrega el gasto generado por los turistas nacionales en viajes internos, el aporte del sector turístico al país podría aproximarse a US\$9.000 millones.

Sin embargo, aunque el número de turistas extranjeros que visita Chile ha crecido sostenidamente durante los últimos diez años, estos no han aumentado de manera significativa su gasto promedio. Así, el principal desafío para la próxima década es convertir a Chile en un destino turístico de jerarquía internacional, inteligente y sustentable, que logre incrementar los ingresos del país e impacte positivamente en el desarrollo regional y local.

<sup>o</sup>  
World Travel & Tourism  
Council. (2017). Travel and  
Tourism Economic Impact  
Chile 2017.

En este contexto, la planificación y la gestión de un destino turístico es la clave del desarrollo equilibrado de un territorio. Hoy no existe un modelo de gestión uniforme para todos, dado que cada territorio es único y se articula de acuerdo con sus características y necesidades, por lo mismo, la gestión debe ser flexible y adaptarse, tanto a las circunstancias políticas, sociales, ambientales y económicas, como a las características productivas del territorio, con el fin de compatibilizar el turismo con otros sectores productivos presentes en estos destinos.

El desafío que tenemos por delante representa una oportunidad para Chile y para la industria turística del país. A partir de este escenario, podemos generar acciones que fortalezcan el desarrollo sustentable de los destinos consolidados e impulsar nuevos destinos en territorios con potencial turístico.

Para ello, debemos hacerlo a partir de un enfoque y gestión territorial integrados, que promuevan la articulación de diversos actores, tanto locales como regionales, y una planificación estratégica enfocada en el desarrollo sustentable del territorio y que incorpore variables ambientales, la calidad de vida de los habitantes del destino, el profesionalismo y calidad de los servicios turísticos, el bienestar social y el rescate de la identidad local.

Para avanzar en estas materias, elaboramos este **MANUAL DE ELEMENTOS PARA LA GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS**, mediante el cual proponemos conceptos, enfoques y lineamientos que contribuyan a la toma de decisiones y que fortalezcan el desarrollo sustentable de un destino turístico. Así, estamos ayudando a responder preguntas como: ¿En qué etapa del ciclo de vida se encuentran nuestros destinos?, ¿estamos generando proyectos y gestión que incorporen las distintas dimensiones de la sustentabilidad?, ¿contamos con una estructura de gobernanza acorde a nuestra jerarquía, como destino turístico?

Este documento entrega las herramientas necesarias para comprender el desarrollo de un destino turístico, teniendo en cuenta los principios del desarrollo sustentable y, asimismo, busca aportar con recomendaciones para planificadores y gestores turísticos que trabajan a nivel local, regional y nacional.

**Andrea Wolleter Eyheramendy**  
Directora Nacional de Sernatur



# 1

## DESTINOS TURÍSTICOS ALGUNOS CONCEPTOS BÁSICOS

---

En el primer capítulo se definen los conceptos básicos para comprender los alcances de la gestión de destinos a nivel local. Se analiza el ciclo de vida y se describen los diferentes componentes de un destino.

# 1.1. ¿QUÉ ENTENDEMOS POR DESTINO TURÍSTICO?

El destino turístico es un núcleo geográfico y el lugar donde los turistas pernoctan y si así lo deciden, también es el punto de distribución de sus viajes dentro de un área más amplia que puede incluir diversos atractivos y otros destinos.

De acuerdo a la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2007) “un destino turístico local es un espacio físico en el que un visitante pasa al menos una noche. Incluye productos turísticos, tales como servicios de apoyo, atractivos y recursos turísticos en un radio que permite ir y volver en un día. Tiene unos límites físicos y administrativos que definen su gestión, imágenes y percepciones que determinan su competitividad en el mercado. Los destinos locales incorporan a diversos grupos, entre los que se cuenta a menudo la comunidad anfitriona, y pueden establecer lazos y redes entre sí para constituir destinos mayores”.

Según Bigné, Font y Andreu (2000: 30) “los destinos son combinaciones de productos turísticos, que ofrecen una experiencia integrada a los turistas. Tradicionalmente, los destinos se consideraban como una zona bien definida geográficamente, como un país, una isla o una ciudad. Sin embargo, cada vez más se reconoce que un destino puede ser un concepto percibido, es decir, que puede interpretarse subjetivamente por los consumidores, en función de su itinerario de viaje, formación cultural, motivo de visita, nivel de educación, y experiencia previa”<sup>1</sup>

Los autores reconocen que un destino turístico tiene las siguientes características:

- a. El destino turístico es **una unidad o entidad**, que engloba diversos recursos turísticos e infraestructuras, formando un sistema.
- b. El destino turístico **podría tener o no, los mismos límites que la gestión administrativa del territorio**. Esto significa que los diferentes organismos han de colaborar en la planificación y gestión del lugar, puesto que, en caso contrario, surgen disfunciones entre oferta y demanda y por tanto, el destino no funcionará a su pleno rendimiento.
- c. El turista percibe sus vacaciones como una **experiencia global** y por tanto, se requiere integrar los servicios y productos con tal de satisfacer al turista.

<sup>1</sup>  
Bigné, Font y Andreu (2000)  
Marketing de Destinos  
Turísticos. Análisis y  
Estrategias de Desarrollo. ESIC

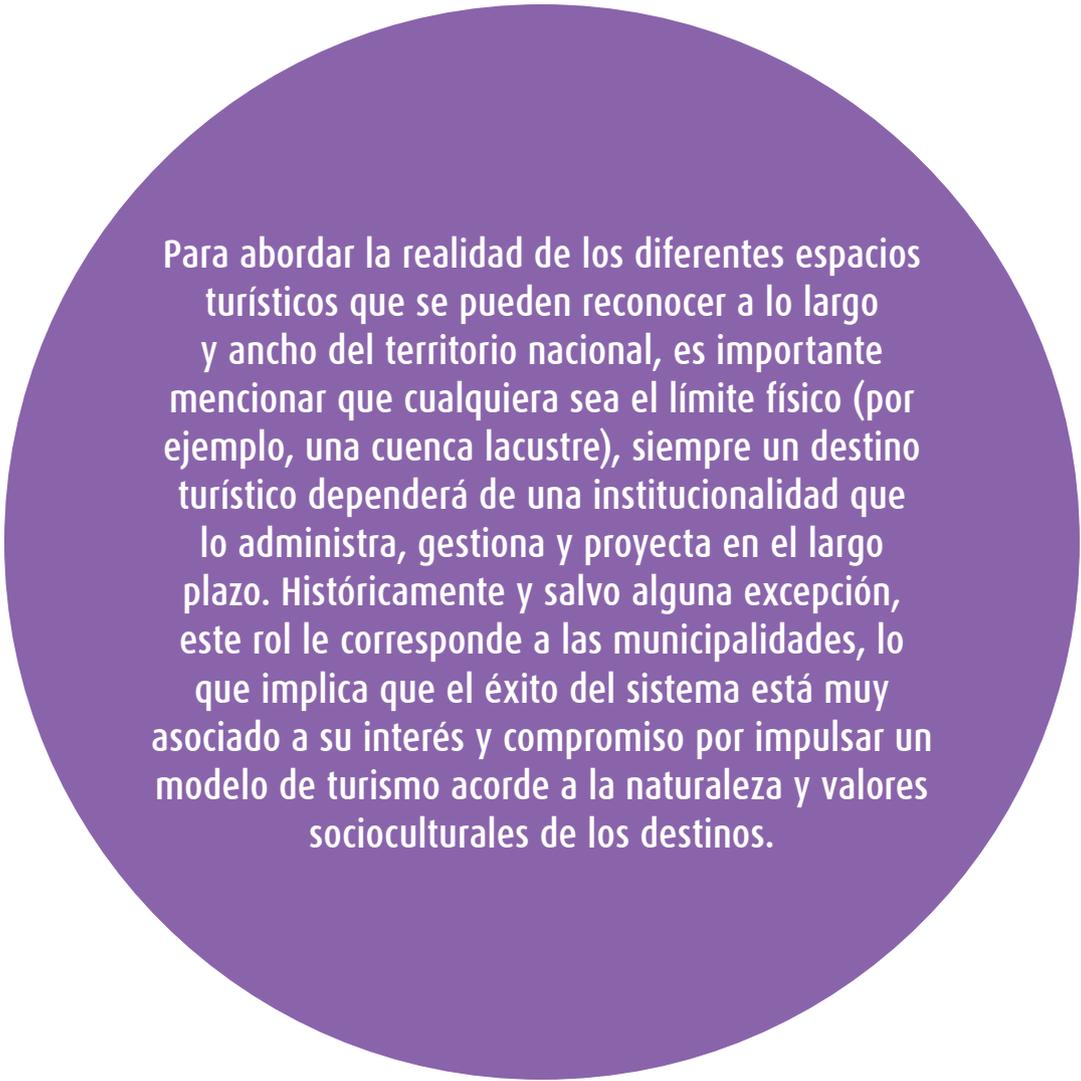
Al respecto, Ejarque (2005:43) señala que, “un destino turístico es ante todo un sistema complejo que está formado por cuatro elementos fundamentales:

- a. La economía local, generada por las actividades de las propias empresas, por el mercado del trabajo y por la actividad productiva.
- b. La sociedad, la gente y los residentes que viven en el destino.
- c. La naturaleza del destino y los recursos turísticos, entendiéndose con ello no sólo el atractivo turístico basado en la existencia de enclaves y parajes naturales de gran belleza, sino también los espacios urbanos adecuadamente conservados, construidos de modo equilibrado, limpios y ordenados.
- d. La notoriedad y la calidad del destino.

Para el desarrollo de productos turísticos al interior de un destino no es suficiente con disponer de recursos, sino que es indispensable que esos recursos y atractivos estén integrados con los servicios.

**Figura N°1** Chile Chico, Región Aysén.



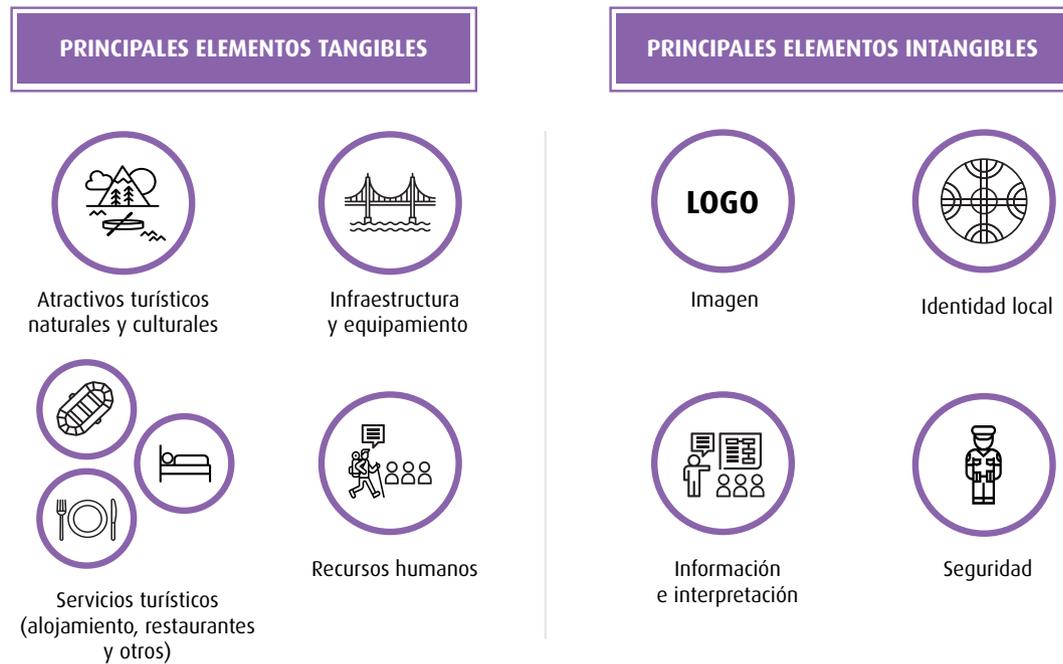


Para abordar la realidad de los diferentes espacios turísticos que se pueden reconocer a lo largo y ancho del territorio nacional, es importante mencionar que cualquiera sea el límite físico (por ejemplo, una cuenca lacustre), siempre un destino turístico dependerá de una institucionalidad que lo administra, gestiona y proyecta en el largo plazo. Históricamente y salvo alguna excepción, este rol le corresponde a las municipalidades, lo que implica que el éxito del sistema está muy asociado a su interés y compromiso por impulsar un modelo de turismo acorde a la naturaleza y valores socioculturales de los destinos.

En Chile el concepto de destino se incorporó en el Decreto N° 172/2014, que se actualiza en el Decreto N° 30/2016, que fija el procedimiento para la declaración de Zonas de Interés Turístico y se refiere a un espacio geográfico, delimitado física y administrativamente, conformado por un conjunto de atractivos turísticos naturales y/o culturales, servicios turísticos; equipamiento e infraestructura complementarios; condiciones de accesibilidad; imagen; recursos humanos e identidad local, que motivan el desplazamiento de turistas y el desarrollo de actividades turísticas asociadas.

En el Cuadro N°1, se identifican los principales elementos tangibles e intangibles de un destino y por ello, en adelante será empleado en este manual cuando se haga referencia a un destino como unidad de gestión.

**Cuadro N°1** Principales elementos tangibles e intangibles de un Destino Turístico.



**Fuente:** Decreto N° 172/2014, que se actualiza en el Decreto N° 30/2016, "Procedimiento para la declaración de Zonas de Interés Turístico".



**Fotografía:** Volcan Isluga, Región de Tarapacá.  
**Fuente:** Banco Imágenes Sernatur.

## 1.2. ELEMENTOS QUE CONFORMAN UN DESTINO TURÍSTICO

De acuerdo a Ejarque (2003:27), “El destino turístico está constituido por un conjunto de componentes, por una suma de atractivos naturales y culturales o artísticos, y servicios”. Pero no es suficiente con la presencia de recursos naturales o el patrimonio cultural, es saber aprovechar la capacidad de atracción que tienen estos destinos para inducir a los viajeros a realizar esfuerzos necesarios para desplazarse.

Por ello, los elementos básicos que conforman un destino son los siguientes:

- a. Atractivos turísticos
- b. Infraestructura
- c. Servicios turísticos y de apoyo
- d. Capital Humano del sector turístico
- e. Planificación y gestión del destino
- f. Imagen

Otros componentes o factores que condicionan un destino:

- a. Entorno geográfico
- b. Factores políticos y administrativos
- c. Factores económicos
- d. Factores culturales y sociales



## A. ATRACTIVOS TURISTICOS

Entre los principales elementos de la oferta turística de un destino se encuentran los atractivos turísticos, los cuales constituyen una motivación importante de la afluencia de visitantes y turistas al lugar donde estos se encuentran (SERNATUR, 2016). El Servicio Nacional de Turismo administra el catastro oficial de atractivos turísticos del país, los que se han clasificado, basándose en la metodología diseñada para elaborar inventarios turísticos, desarrollada en la década del 70 por el Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR) con el apoyo de la Organización de Estados Americanos (OEA).

Los atractivos turísticos se clasifican en las siguientes categorías:



**a. SITIOS NATURALES:** Corresponde a los diferentes lugares de un área considerados en razón de su interés como paisaje, con exclusión de cualquier otro criterio, como equipamiento o actividades recreativas.



**b. FOLKLORE:** Dentro de esta categoría se encuentran los siguientes tipos: manifestaciones religiosas y creencias populares; ferias y mercados; música y danza; artesanías y artes; comida y bebidas típicas; grupos étnicos y arquitectura popular espontánea.



**c. MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES HISTÓRICAS:** Están asociados a algún acontecimiento relevante de la historia nacional o local.



**d. REALIZACIONES TÉCNICAS CONTEMPORÁNEAS:** Corresponden sólo a aquellas que por su singularidad o alguna característica excepcional tienen interés turístico y además un carácter más actual que histórico. En esta categoría se consignan particularmente obras y manifestaciones técnicas propias de nuestro tiempo, dejando para la categoría “Museos y manifestaciones culturales históricas” las que pertenecen al pasado.



**e. ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS:** Comprende a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que puedan atraer turistas ya sea como espectadores o como actores.



**f. CENTROS O LUGARES DE ESPARCIMIENTO:** Comprende todos los espacios urbanos organizados en torno a ofertas relevantes de esparcimiento y lugares singulares que se constituyen en puntos de atracción para el esparcimiento, tales como barrios bohemios o con activa vida nocturna, casinos, parques temáticos y centros comerciales.

**Figura N°2** Atractivos turísticos según jerarquía internacional, nacional, regional y local.

**INTERNACIONAL:**  
Oficinas Salitreras  
Humberstone  
y Santa Laura,  
Región de  
Tarapacá.



**Fotografía:** Banco Imágenes SERNATUR

**NACIONAL:**  
Reserva Nacional  
Malcalahuello Nalcas,  
Región de  
La Araucanía.



**Fotografía:** Banco Imágenes SERNATUR

<http://www.masmunicipios.cl>



**REGIONAL:**  
Expo Paine Rural,  
Región Metropolitana.

<http://www.descubrelorios.cl/panoramas/punta-curinanco/>



**LOCAL:**  
Parque Punta  
Curinanco,  
Región de los Ríos.



## B. INFRAESTRUCTURA

El rol de la infraestructura es clave en la competitividad del destino, pues facilita el acceso al territorio y su habilitación, lo que da soporte a la realización de diversas actividades económicas y productivas, entre ellas el desarrollo de un turismo sustentable. Por eso, es relevante según la vocación y tipo de destino turístico tener las condiciones generales en infraestructura; servicios básicos, transportes, caminos y servicios comerciales para satisfacer las necesidades básicas tanto de los residentes como de los visitantes.

En Chile, en los últimos años el Ministerio de Obras Públicas (organismo estatal responsable de planificar, proyectar y construir infraestructura pública, así como también las conserva y las administra) ha elaborado planes regionales de infraestructura de apoyo al turismo con una activa participación de la ciudadanía en armonía con los instrumentos de planificación vigentes, pero con un foco más especificado por destinos turísticos, lo que facilita la planificación a largo plazo y la coordinación en las decisiones de asignación de recursos del Estado para el sector turismo. Estos planes se llaman “Planes Especiales de Infraestructura MOP de Apoyo al Turismo Sustentable a 2030”. En tanto, en materia de señalización vial informativa-turística, se desarrolló un “Instructivo para el Diseño de la Señalización Informativa en caminos Públicos”, con el fin de generar un sistema de información vial que dé respuesta a la necesidad de organizar los destinos turísticos del país.



## C. SERVICIOS TURÍSTICOS Y DE APOYO

Los Servicios turísticos incluyen todos los servicios que el turista requiere y consume directamente mientras está de viaje, como el alojamiento, alimentación, transporte, guías de turismo, agencias de viajes, etc.

De acuerdo a la Ley 20.423, se crea el Sistema de Clasificación, Calidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos, que comprende un registro de los servicios o establecimientos turísticos agrupados por 17 tipos de servicios que administra Sernatur, la constatación del cumplimiento de los criterios de calidad y estándares de seguridad establecidos en aquél y en las normas técnicas correspondientes.

Además, los servicios de apoyo, como es el caso de seguridad, salud, sistema de emergencia, entre otros, son un complemento necesario para que la actividad funcione y cuente con una base para asegurar la permanencia en el destino.

## D. CAPITAL HUMANO DEL SECTOR TURÍSTICO

En la actividad turística el papel que cumplen las personas que tienen alguna responsabilidad directa o indirecta en la prestación de servicios turísticos es determinante para asegurar que la experiencia de la visita sea satisfactoria y recordada con la sensación de “querer volver”. En otras palabras, lograr la fidelidad con el destino. No sólo se trata de eficiencia o rapidez en la atención o de cumplir con todas las tareas cotidianas que le corresponde al personal de un hotel, por ejemplo. Se trata de entender que la cadena productiva es indivisible y si bien los turistas pueden estar recibiendo los servicios en forma individual (excursiones, alimentación, alojamiento, arriendo de vehículos, etc.) en la práctica al finalizar el viaje y retornar a su lugar de residencia, el destino será percibido y evaluado en su conjunto.

Por lo tanto, en cada sitio que recibe turistas será necesario contar con un capital humano preparado y altamente calificado para que el destino responda a la imagen que ha proyectado y mejor aún, supere las expectativas de sus visitantes. La vocación turística y la especialización en cuanto al tipo de actividades que el destino ofrece deben orientar e imprimir sello a su gestión.

La necesidad de formar y capacitar al capital humano del sector turismo es una necesidad creciente. La curva de llegada de turistas crece y la exigencia de contar con personal altamente calificado en materia de turismo es algo que se requiere de forma urgente.

## E. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL DESTINO

Según la OMT, 2004 “La planificación es fundamental para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad”. La planificación turística posee diferentes escalas: internacional, nacional, regional y local; y cada una de éstas exige sus consideraciones especiales.

Un destino que no cuente hoy en día con la planificación y gestión público-privada, puede afectar negativamente al sector productivo turístico y a la imagen percibida o creada por viajeros.

En la actualidad no existe un modelo de gestión que sea el óptimo y el único para desarrollar en un destino turístico. En el mundo se han desarrollado ciertos modelos de gestión de destinos con factor de competitividad, con visión economicista del turismo, integral con la comunidad o sostenible. Entonces, no se puede generalizar que existe un solo modelo de gestión de destino mejor y más beneficioso que otro.

Para Velasco González, 2007, la gestión de un destino corresponde a varios procesos de decisión público-privados que van a mejorar la gestión de los conflictos que inevitablemente provoca la actividad en el destino. Entonces, la gobernanza del destino está relacionada con los procesos



de decisión colectiva que permiten gestionar los conflictos sociales.

En resumen, la planificación turística es un instrumento que busca definir las condiciones generales de desarrollo turístico de un territorio en un plazo de tiempo amplio, que no cause problemas ambientales, económicos y socioculturales; y que involucra a los actores claves públicos y privados del destino.



LOGO

## F. IMAGEN

La imagen del destino responde a distintos elementos que lo destacan, habitualmente reflejados en una frase (slogan) y/o símbolo. Para completar los atributos del destino, se deben considerar aquellos aspectos diferenciadores de otros destinos y tener la opinión que tienen los actores que conforman la organización de gestión, esto permite identificarlo con la historia, cultura, paisajes, tradiciones, etc.

Al respecto, Ejarque (2005: 166) plantea que, “después de haber valorado los elementos de la oferta, se tiene que considerar la imagen que el público y el mercado tienen del destino para determinar si responde o no a la realidad y si es positiva o negativa. Conocer la imagen real que transmite un enclave turístico sirve para valorar la propia competitividad con respecto a otros destinos con objeto de decidir el punto de partida desde el que se potenciará la demanda, fidelizar al cliente, provocar el boca a boca y mantener la posible ventaja de la que disfrutemos. La imagen percibida se puede entender como la motivación que tiene el turista sobre conocer un destino, a través de los estereotipos, la publicidad y la información suministrada por amigos y conocidos. Para saber cuál es la imagen que el mercado percibe de un destino será necesario valorar la identidad de éste, su notoriedad y en definitiva, qué es lo que transmite: agrado o rechazo”.

Con ello, entonces se puede decir que la experiencia de viaje se inicia desde el momento en que el turista decide buscar un lugar a visitar y por ello la imagen del destino ya es en sí misma una variable relevante para trabajar dentro de la gestión. Una vez tomada la decisión de trabajar en torno a la imagen del destino, es necesario articular bienes y servicios en torno a ésta, para generar una experiencia turística inmersiva, participativa y personalizada con el propósito de establecer sensaciones y emociones memorables al turista.

Otro elemento asociado a la imagen del destino es la identidad local, que es la forma particular de ser y de expresarse de un pueblo, como resultado de su historia, del entorno, de la sociedad y del medio que lo rodea.

**Figura N°3** Ejemplos de imagen turística “Colombia, tierra de la sabrosura”.



Fuente: <http://www.colombia.travel/sabrosura/>

## G. ENTORNO GEOGRÁFICO

Gran parte de los espacios geográficos son potencialmente susceptibles de convertirse en un destino turístico. Idealmente deben presentar condiciones como desarrollo de una oferta turística competente y una demanda que se reparte aleatoriamente. Por consiguiente, la potencialidad de un área, apoyada en una serie de recursos geoturísticos estables, puede variar sustancialmente en una escala temporal reducida de acuerdo a condiciones y circunstancias internas y exógenas, tales como condiciones climáticas, sanitarias, políticas, sociales y económicas entre otras.

El clima es uno de los elementos fundamentales en la configuración del paisaje, tanto del natural como del antrópico. Aunque éste sea un factor turístico de primer orden, no por ello determina por sí mismo la transformación turística de un territorio.

Un entorno geográfico genera diversidad de paisajes, el cual se define según J. Nogué (1992) como el aspecto visible y perceptible del espacio, de donde se deriva que la mayor parte de las acepciones de este término impliquen necesariamente la existencia de un observador que contempla y analiza el espacio. Por tanto, el paisaje se convierte en un concepto apropiado para abordar la vocación turística del territorio, ya que implica al observador y la valoración que éste hace de los elementos objetivos que percibe del territorio.





## H. FACTORES POLÍTICOS Y ADMINISTRATIVOS

Las variables políticas y legales en el sector turístico están conformadas por el sistema político-administrativo gubernamental que rodea cada uno de los destinos turísticos donde el sector privado desarrolla su actividad, complementándose dicho entorno con el conjunto de leyes, marcos reguladores y normativos que deben implementarse en los territorios.

Es relevante conocer el sistema, las condiciones políticas y administrativas para desarrollar la actividad turística, ya que éstas determinan el marco en que se desarrollarán las diferentes actividades del sector.

Para tener una gestión de planificación exitosa, las autoridades deben estar atentas a las necesidades de generar políticas económicas, ambientales, infraestructura, empleo, entre otras, que ayuden al desarrollo sostenible de la actividad turística del destino. Cada una de estas políticas y acciones administrativas implementadas, permiten obtener una mayor cantidad de beneficios con menores consecuencias ambientales, económicas y sociales que afecten el destino.



## I. FACTORES ECONÓMICOS

Una de las variables más sensibles por su efecto en el reconocimiento público de cualquier destino, es el precio que se paga por los servicios y productos que se ofrecen. Es frecuente escuchar a los visitantes referirse a un lugar como “barato” o “caro”, lo que está más bien asociado a las posibilidades de adquirir determinados bienes y servicios durante el viaje. Aún más importante es la relación calidad – precio, por cuanto define el valor percibido por el turista en toda la cadena de producción del destino.

Para valorar un destino turístico, existen medidas relevantes como la fijación de precios por parte de las autoridades y empresarios, para resaltar el patrimonio turístico. En este sentido, el precio que se paga por un determinado servicio debe ser acorde a la calidad de éste.

Para que un destino turístico pueda posicionarse en el mercado, depende de su capacidad para generar bienes y servicios diversos, de calidad, con identidad y autenticidad, todo esto con el fin que sea percibido y consumido por un potencial turista.

Según los autores Zhao, Cao y Liu (2009), la cadena de valor del turismo se puede definir como “el proceso de transferencia de los productos turísticos desde los proveedores hasta los consumidores, que generalmente está compuesto por productos turísticos, intermediarios turísticos —tradicional o de comercio electrónico— y los propios turistas. De manera que los recursos turísticos, productos turísticos, canales de distribución y los turistas constituyen la cadena de valor del turismo. Cada sector genera el valor añadido que, en última instancia, es

realizado por los turistas. Por tanto, considera que éstos son el núcleo y punto de partida de la industria del turismo y que todo el proceso de valor añadido se puede resumir como un proceso de “suministro de la demanda”.

A continuación, se presenta un esquema de la cadena de valor de un destino turístico, que puede explicar más detalladamente el alcance de una redistribución más equitativa de los ingresos y beneficios, mejorando las condiciones de entrada a los diferentes mercados y ofreciendo un mayor poder de negociación de los actores directos con la menor explotación de los recursos naturales y culturales.

**Cuadro N°2** Cadena de valor de un destino turístico

	CREACIÓN DE PRODUCTOS	PROMOCIÓN	LOGÍSTICA INTERNA	SERVICIOS DEL DESTINO	SERVICIOS DE POST-VENTA
<b>ACTIVIDADES PRIMARIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rutas y circuitos</li> <li>Materiales de marketing</li> <li>Paquetes turísticos</li> <li>Interpretación de recursos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Publicidad al consumidor</li> <li>Ferias turísticas y workshops</li> <li>Viajes de familiarización</li> <li>Relación con los medios de comunicación</li> <li>Relación con intermediarios y operadores turísticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servicios de acogida y transporte</li> <li>Devolución del IVA</li> <li>Formalidades de entrada/salida</li> <li>Manejo de equipajes</li> <li>Seguridad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Centros de visitantes</li> <li>Alojamiento</li> <li>Gastronomía</li> <li>Tours, itinerarios y recorridos</li> <li>Actividades de recreo</li> <li>Alquiler de vehículos</li> <li>Información turística</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de la información obtenida</li> <li>Bases de datos</li> <li>Seguimiento del cliente de origen</li> <li>Retroalimentación de la industria</li> </ul>
<b>ACTIVIDADES DE APOYO</b>	<b>Planificación del destino e infraestructuras</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Transporte público</li> <li>Infraestructuras: electricidad, agua, residuos, señalización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planificación del destino</li> <li>Usos del suelo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relación publico-privado</li> <li>Coordinación institucional</li> </ul>	
	<b>Gestión de los recursos humanos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibilizar a la población</li> <li>Actitud amistosa hacia el turista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejora de las habilidades y conocimientos de los trabajadores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Creación de puestos de trabajo</li> </ul>	
	<b>Desarrollo de recursos y productos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejora y puesta en valor de recursos</li> <li>Mejora ambiental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aprovechamiento de nuevos mercados y segmentos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sistemas de calidad</li> </ul>	
	<b>Tecnología y sistemas de información</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Redes telefónicas y de conexión a Internet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Investigación de mercados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sistemas de reservas informatizados</li> </ul>	

Fuente: Jonker, J. A. 2004.



## J. FACTORES CULTURALES Y SOCIALES

Para iniciar la gestión en un destino turístico, se debe conocer el comportamiento, costumbres y cultura de la comunidad local y los actores claves del territorio. Todo esto para que la planificación de los destinos turísticos no tenga resultados negativos como por ejemplo “turismofobia”, este fenómeno principalmente genera el rechazo y poca motivación de la comunidad local en recibir a los turistas, los cuales son vistos como personas que invaden los atractivos, espacios en común y costumbres, generando una incomodidad e influencia negativa en su entorno y vida diaria.

El comportamiento social de la comunidad local es primordial para el desarrollo de la actividad turística en un destino y para ello, el grado de asociatividad que involucra a los principales actores locales es clave para que valoren e internalicen que deben asumir responsabilidades directas con el turismo.

### 1.3. ¿CÓMO SE DELIMITA UN DESTINO TURÍSTICO?

El concepto de territorio es amplio y diverso y está ligado principalmente a variables como el paisaje, clima, relieve y, en general, a elementos naturales y antrópicos delimitados en una superficie terrestre donde se produce la interacción del ser humano con su entorno y el uso que la sociedad hace de él.

Para delimitar un área que tenga atributos o condiciones favorables para el desarrollo turístico se deben considerar e identificar los siguientes componentes:

- a. Atractivos turísticos de acuerdo al Catastro de Servicios Turísticos de SERNATUR.
- b. Servicios turísticos (alojamiento, restaurantes, tour operadores, agencias de viaje, guías de turismo, entre otros), en base al Registro de Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos de SERNATUR.
- c. Actividades turísticas.
- d. Rutas y circuitos turísticos.
- e. Áreas Protegidas (públicas y privadas).
- f. Zonas de Interés Turístico (ZOIT).

- g.** Centros poblados que cuentan con oferta y demanda turística.
- h.** Comunidades indígenas.
- i.** Redes viales (terrestres, marítimos, lacustres y fluviales) que otorgan accesibilidad al territorio.

Una forma de proceder a la delimitación territorial de un destino, que puede ser útil para los responsables de la gestión a nivel local, es recopilar la información geográfica mencionada anteriormente y traspasarla a un formato cartográfico (en formato de capas o shapefiles), utilizando Sistemas de Información Geográfica (SIG) para su procesamiento y análisis.

La delimitación actual de los 84 destinos turísticos de Chile presentes en el Plan Nacional de Turismo Sustentable (2014 - 2018), se basó en una metodología que aplicó diversos criterios, teniendo como base estructural el catastro de atractivos turísticos y como elemento operativo, la opinión de las Direcciones Regionales de Turismo del SERNATUR.

El reconocimiento y delimitación de los destinos turísticos de Chile facilita la gestión de las autoridades públicas y del sector privado en la medida que aporta una definición no sólo territorial, en tanto distingue un límite físico; también contribuye a la definición estratégica para la intervención del Estado y municipalidades en el ámbito de políticas públicas de turismo claves, como es el caso del fomento productivo, financiamiento de programas y proyectos, capacitación, ordenamiento territorial y promoción nacional e internacional. Asimismo, determina prioridades para el sector privado, por cuanto el efecto de la concentración de las iniciativas públicas actúa como un incentivo para nuevas inversiones en equipamiento y servicios turísticos.

**Figura N°4** Araucarias nevadas, Región Araucanía.



# 1.4 CICLO DE VIDA DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

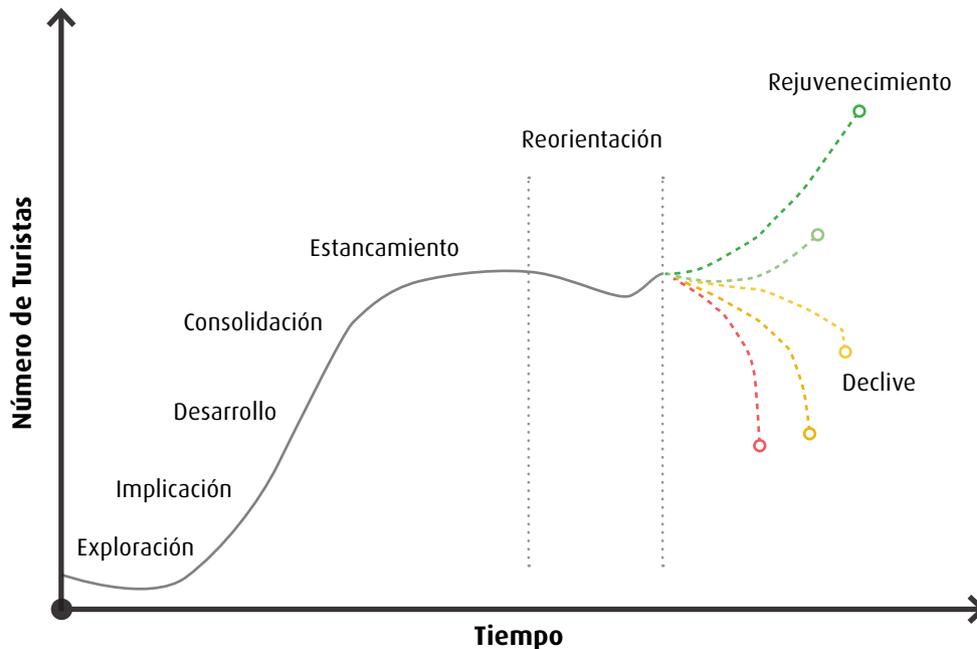
Los destinos, al igual que los productos, tienen ciclos de vida que nos permiten evaluar su situación competitiva, para comprender mejor el marco en el que se desempeñará el nuevo producto. El ciclo de vida implica cambios en la percepción del destino, el volumen y tipo de público que llega al destino, los actores que participan de la actividad turística y el modo de comercialización de estos.

Esta teoría desarrollada por Richard Butler (1980) identificó las fases que se muestran a continuación en el ciclo de vida en función del arribo de turistas a un destino. La forma de la curva, ligada a la duración de cada una de las fases, se desarrollará en función de diversos factores que pueden retrasar o acelerar el paso de una fase a otra del ciclo.

- 1. FASE DE EXPLORACIÓN:** el destino es descubierto y visitado por un reducido número de visitantes, aventureros por naturaleza, que rehúyen el viaje organizado y las grandes masas de turistas. Les atrae la autenticidad del destino, la belleza natural intacta o la cultura del destino y la ausencia de impactos negativos debidos al turismo.
- 2. FASE DE IMPLICACIÓN:** Crece el número de visitantes debido a que la población local se involucra generando nuevos servicios, así como equipamientos e instalaciones para los turistas. Crecen también los beneficios generados por la actividad turística. Se genera un mercado y una temporada turística y crece la presión sobre la administración pública para mejorar la infraestructura de soporte para el desarrollo turístico.
- 3. FASE DE DESARROLLO:** Llega una gran cantidad de turistas al destino, que puede superar a la población local en los períodos de temporada alta. Entran nuevos competidores al mercado atraídos por los beneficios del negocio, en general empresas no locales que modernizan instalaciones y servicios. El destino pasa a formar parte de los programas que comercializan los operadores turísticos. Dependiendo de la gestión que se haga del destino, puede comenzar un proceso de deterioro que altera la apariencia de este, desapareciendo aquellas características que constituían su atractivo inicialmente.
- 4. FASE DE CONSOLIDACIÓN:** Comienza a disminuir en forma progresiva la tasa de incremento de llegadas de visitantes. El destino es ya parte integral de la industria turística organizada. Probablemente, el turista inicial deje de visitar el destino para buscar otro nuevo menos masivo. De este modo, el destino capta turistas que se sienten cómodos viajando de forma masiva.

5. **FASE DE ESTANCAMIENTO:** El número de turistas alcanza su máximo y ya no crece. El destino ya no está de moda y ha perdido atractivo para algunos segmentos del mercado, normalmente de mayor poder adquisitivo. La demanda se basa, en gran parte, en visitas de repetición, y se necesitan importantes recursos para mantener el número de visitantes.
6. **FASE DE DECLIVE:** Se produce una pérdida de visitantes a favor de nuevos destinos emergentes. El destino intentará reducir precios para mantener la cuota de mercado.
7. **REJUVENECIMIENTO:** Implica la búsqueda de nuevos usos, clientes o canales de distribución; el desarrollo de nuevas zonas del destino para descongestionar los sectores saturados; el diseño de nuevos productos o atracciones y el reposicionamiento del destino. Cualquiera sea la estrategia elegida, requerirá de la estrecha colaboración entre los sectores público y privado. Si se tiene éxito, el destino puede continuar siendo competitivo y estabilizar el número de visitantes.

**Figura N°5** Ciclo de evolución de los destinos turísticos



Fuente: Organización Mundial del Turismo, 1999.

## 1.4.1 RECONVERSIÓN DE UN DESTINO TURÍSTICO

Se identifica una serie de variables que permiten identificar el grado de madurez de un destino, tales como:

- **DEMANDA:** El descenso del número de visitantes durante un cierto plazo, el incremento de las estancias de corta duración, el bajo promedio de gastos por turista durante su estancia en el destino, la transición del tipo de mercado y el incremento de la estacionalidad.
- **MADUREZ:** Tiempo de trayectoria como destino turístico, sobrecarga de los turistas, sobreexplotación de los recursos y aparición de destinos sustitutos.
- **OFERTA:** Estancamiento o bajo grado de diferenciación y sofisticación de los productos turísticos del destino, escasa inversión del sector turístico en temas de innovación.

Un destino maduro puede transitar hacia la decadencia, pero también reorientarse hacia la reinención mediante políticas de renovación, innovación, reestructuración y recualificación, para esto el destino requiere de una capacidad de adaptación a los cambios, tendencias y sustentabilidad. Durante la etapa de estancamiento se requiere de estrategias y políticas adecuadas, así como tomar decisiones oportunas y coordinadas, a fin que pueda redefinirse y rejuvenecer. En estas circunstancias, se hace necesario que, tanto las instituciones públicas y privadas dedicadas al fomento del turismo como las empresas turísticas, trabajen en conjunto para poder desarrollar estrategias de adaptación a las tendencias del mercado turístico, renovación y reestructuración, en una etapa en la que resulta clave para la reconversión del destino.



## VIAJES: 10 DESTINOS DONDE LOS TURISTAS YA NO SON RECIBIDOS “CON LOS BRAZOS ABIERTOS”

**Se trata de ciudades que sufren la denominada “contaminación turística”, que se traduce en aspectos que van desde arriendos carísimos, hasta deterioro de lugares históricos y naturales.**

Para nadie es un secreto que la industria del turismo internacional es una de las que ha presentado mejores resultados el último tiempo y prueba de ello es que desde 2010 ha crecido a tasas superiores al 4% por sobre la media histórica. En otras palabras, cada vez hay más gente que está viajando.

Un claro ejemplo de esta situación es España, donde la llegada de turistas ha subido en torno a un 30% los últimos siete años, marcando récords durante tres períodos consecutivos. Tan solo el 2016 se contabilizó la entrada de 75,3 millones de extranjeros.

Los factores que explican este fenómeno apuntan a una mejor situación económica de las personas, y a una buena oferta, considerando precio y calidad del servicio. A esto se suma, en parte, la caída experimentada por mercados competidores como resultado de conflictos sociales o incertidumbre política, según consigna el informe BBVA Research de noviembre pasado. Es decir, hay más gente dispuesta a viajar y menos destinos tradicionales a los cuales acceder.

### DE AMOR Y ODIO

Este fenómeno ha generado que ciertos destinos, considerados como íconos en materia de turismo, se vean constantemente saturados de visitantes y lo que en un principio era una bendición, por las jugosas ganancias económicas que dejaban, ahora es percibido como una verdadera maldición por el negativo impacto que este flujo de personas ha generado en las urbes, y que va desde un explosivo aumento en el valor de los alquileres hasta el deterioro de lugares históricos y naturales.

De ahí que las autoridades de ciertos países hayan comenzado a estudiar y generar normas más estrictas que controlen el ingreso y hasta la movilidad de los viajeros.

### LOS 10 DESTINOS QUE YA NO TOLERAN TANTOS TURISTAS

**1.- Barcelona (España):** Desde hace un buen tiempo que sus habitantes han protestado masivamente contra el desmedido ingreso de turistas a la ciudad, que en 2016 superaron los 30 millones de personas. Como resultado se dictó una ley que prohíbe abrir nuevos hoteles en el centro de la urbe, incluso si uno se cierra, y se controló la oferta de viviendas en arriendo que se ofrecían en plataformas como Airbnb. “No queremos (que la ciudad) se convierta en una tienda de souvenirs”, dijo la alcaldesa de la metrópolis, Ada Colau.

**2.- Venecia (Italia):** La icónica ciudad de los canales y las góndolas, también sufre el efecto de “la contaminación turística”, y pronto implementará estrictas medidas para controlar el ingreso de viajeros y detener el deterioro de sus monumentos. De paso, también buscan controlar el mal comportamiento de muchos visitantes, que no respetan normas básicas de decoro.

**3.- Roma (Italia):** Recientemente las autoridades municipales de la capital italiana dieron a conocer que estudian restringir la circulación en torno a la icónica Fontana di Trevi y prohibir la permanencia de turistas en dicho lugar para evitar que estos hagan “picnic” al lado del monumento, refresquen sus pies en el borde de la pileta o simplemente se lancen desnudos a sus aguas, tal como ocurrió hace algunas semanas.

**4.- Ámsterdam (Holanda):** “No gastemos ni un euro más en el marketing de la ciudad. No queremos más gente”. Así de claro fue el ministro de Turismo de los Países Bajos al referirse al flujo de viajeros que han llegado a Ámsterdam, y que el último año alcanzó 17 millones de personas con estimaciones de que esa cifra se disparará a 30 millones al 2025.

**5.- Santorini (Grecia):** La pequeña isla griega que destaca por sus bellas casas de tono claro y tejas azules, resolvió el año pasado limitar el arribo de grandes cruceros a su puerto y dejar en 10 mil el número máximo de turistas que pueden ingresar por día a la ciudad.

**6.- Islas Koh Khai (Tailandia):** El Sudeste Asiático fue por años destino de millones de viajeros, en especial mochileros, que llegaban a estas exóticas tierras por su belleza y economía. Tanto fue el flujo de turistas a estas islas, que en 2016 las autoridades decidieron simplemente prohibir el ingreso de visitantes para resguardar la barrera de coral, además de la flora y fauna del lugar.

**7.- Palaos (Palaos):** Este pequeño país insular ubicado en el mar de Filipinas, tiene cerca de 340 islas a su haber de las que sólo 9 están habitadas. No hace muchos meses el gobierno planteó controlar el ingreso de turistas, permitiendo sólo la construcción de hoteles 5 estrellas y prohibir otro tipo de hospedajes más económicos. La apuesta es clara: menos turistas, pero con más recursos.

**8.- Bután (Sur de Asia):** Al igual que Palaos, el Reino de Bután tomó la decisión de restringir el ingreso de los viajeros con altos impuestos a quienes decidan visitar esas tierras. Quienes quieran hacerlo deben pagar, sólo por conseguir una visa, cerca de 200 euros por día.

**9.- Angkor Wat (Camboya):** La zona arqueológica de Angkor Wat es quizá uno de los lugares más hermosos del planeta para ver una puesta de sol y hasta hace un tiempo eran miles los turistas que llegaban hasta los hermosos templos para presenciar el ocaso. No obstante, su popularidad hizo que el complejo comenzara rápidamente a deteriorarse, obligando a las autoridades locales a tomar la decisión, una vez más, de limitar el acceso y número de turistas, así como también establecer áreas donde estas personas pueden ubicarse para ver el espectáculo.

**10.- Cinque Terre (Italia):** Las autoridades de esta bella localidad costera de Italia, conformada por cinco pequeños pueblos, anunciaron en 2016 que sólo tienen capacidad para recibir 1,5 millones de turistas a la vez. Una vez llegada a esa cantidad prohibirán el ingreso de viajeros hasta que se produzca la rotación de los visitantes.

<http://www.emol.com/noticias/Tendencias/2017/05/19/859136/Estas-ciudades-ya-no-soportan-a-los-turistas.html>

# 1.5 TIPOLOGÍA DE DESTINOS TURÍSTICOS

Según sus características geográficas y su vocación turística se reconocen, distintos tipos de destinos turísticos en Chile<sup>2</sup>.

2  
Varios autores han analizado las características de los destinos turísticos y elaborados tipologías para reconocer sus atributos y diferencias (Buhalis, 2000; Pearce, 1988; Gunn, 2002; Vera y otros, 1997).

- a. Litorales
- b. Urbanos
- c. Rurales y de naturaleza
- d. De montaña
- e. Lacustres y fluviales
- f. Insulares

## A. DESTINOS TURÍSTICOS LITORALES

Corresponde a un destino ubicado en zonas del borde costero que cuenta con condiciones para la práctica de actividades turísticas relacionadas directamente con el mar, dando origen, entre otros a un tipo de turismo que recibe por lo general la denominación de “turismo de sol y playa”, y es el segmento que genera el mayor flujo de turistas.

Estos destinos se caracterizan por experimentar un elevado dinamismo desde el punto de vista turístico, urbanístico y demográfico, generando que un excesivo crecimiento supere la capacidad del destino y origine su declive.

Según cifras de SERNATUR, la mayoría de los turistas nacionales realizan actividades de playa (44,6%), siendo la zona comprendida entre el litoral de Algarrobo y Santo Domingo, la más concurrida, concentrando un 11,4% de la demanda. En cuanto al mercado internacional, el estudio de SERNATUR indica que un 22% de los turistas realiza actividades de playa durante su permanencia en Chile.

**Figura N°6** Destino Turístico Navidad - Matanza, Región del Libertador Gral. Bernardo O’Higgins



Fotografía: Banco de imágenes de SERNATUR

## B. DESTINOS TURÍSTICOS URBANOS

Corresponde a un tipo de destino en el que la ciudad concita el desarrollo de la actividad turística y su mayor atractivo radica en su condición de núcleo comercial, servicios y cultural o en la combinación de éstos con otros como actividades deportivas, de esparcimiento, eventos programados.

Vera y otros (1997:155) plantean que, “en un contexto de terciarización y reestructuración productiva las ciudades se están convirtiendo en entornos privilegiados para el ocio y el turismo. En su forma espacial, la multiplicidad de productos, servicios y funciones turísticas que están desarrollando a fin de satisfacer las múltiples motivaciones y atractivos de su demanda está implicando la superposición de estratos de organización y de estructuras turísticas. El concepto de turismo metropolitano es útil en este contexto, para abordar la complejidad de las prácticas y las propuestas turísticas de las ciudades”.

**Figura N°7** Destino Turístico Santiago Urbano, Región Metropolitana.



**Fotografía:** Banco de imágenes de SERNATUR

### C. DESTINOS TURÍSTICOS RURALES Y DE NATURALEZA

Integran actividades turísticas de diverso tipo, que tienen como denominador común que se localizan en zonas rurales y en áreas naturales, incluyendo parques nacionales y otros espacios protegidos, teniendo servicios turísticos ofrecidos habitualmente por la comunidad local, transformándose en un complemento de otras actividades productivas que generan un ingreso a las comunidades y prestadores de servicios turísticos locales.

La distribución de la oferta de servicios por lo general responde a una distribución de carácter disperso, muchas veces gestionada por pequeñas unidades campesinas, como es el caso del agroturismo. En estas modalidades se encuentran las actividades asociadas a rutas temáticas (ej. rutas del vino), visitas a centros de producción ganadera, visitas a centros artesanales, entre otras, que permiten un contacto directo con los residentes rurales.

En cuanto al turismo de naturaleza, que es la motivación de viaje (2016) para un 51 % de los turistas que llega al país, representa una modalidad que se desarrolla en espacios naturales poco intervenidos (especialmente en áreas silvestres protegidas), que por razones de un enfoque de desarrollo turístico más comprometido con los ambientes naturales, ha estimulado programas y proyectos relacionados con el medio ambiente. Entre las actividades más relevantes vinculadas al turismo de naturaleza se puede mencionar el ecoturismo.

En Chile las visitas a áreas protegidas, el ecoturismo y la observación del paisaje, representan un 11,7% de las preferencias. En cuanto al mercado interno, si bien un 18,5% de los turistas nacionales realiza actividades en torno al medio rural, sólo un 4,2% responde que visita áreas protegidas.

**Figura N°8** Destino Turístico Osorno - Puyehue, Región Los Lagos.



Fotografía: Banco de imágenes de SERNATUR

#### D. DESTINOS TURÍSTICOS DE MONTAÑA

Corresponde a un destino conformado por un centro poblado que cuenta con equipamiento e instalaciones de apoyo (andariveles, miradores, etc.), cuya principal función se orienta a la práctica de actividades y deportes de montaña y alta montaña, como es el caso de los centros de esquí. No obstante, actualmente numerosas actividades como es el caso de baños termales, retiros espirituales o la interpretación ambiental, concitan la atracción en zonas de montaña, dando origen a nuevos productos y servicios.

La configuración montañosa del territorio nacional ha sido un factor de atracción para el desarrollo de instalaciones de esquí en la zona central y sur del país, favoreciendo directamente a los residentes de los centros poblados aledaños, debido a la ampliación de la temporada turística y a la diversificación de la oferta de actividades.

El turismo de montaña fomenta el “uso múltiple” de los recursos naturales, por cuanto es un tipo de turismo que combina el deporte con el turismo de naturaleza y el ecoturismo. Sin embargo, el estudio de SERNATUR indica que sólo el 5,9% de los turistas nacionales practica actividades de montaña durante sus viajes, aunque en el caso de los turistas internacionales la proporción de quienes practican actividades deportivas de montaña y nieve asciende al 14,1%.

**Figura N°9** Destino Turístico Antuco, Región Biobío.



**Fotografía:** Banco de imágenes de SERNATUR

### E. DESTINOS TURÍSTICOS LACUSTRES Y FLUVIALES

Corresponde un destino ubicado en la ribera de lagos, lagunas y ríos donde se pueden desarrollar diversas actividades turísticas, tanto recreativas como deportivas. Se ubican principalmente en la zona sur de Chile, con una mayor intensidad de desarrollo de centros poblados lacustres, como es el caso de los lagos Villarrica, Llanquihue y Panguipulli. El desarrollo de estos destinos presenta algunas similitudes con los destinos turísticos del litoral, asociados a alta afluencia de visitantes que en algunos casos genera colapso en la capacidad de carga del destino, la infraestructura y servicios básicos.

El estudio de SERNATUR registra que un 10,9% de los turistas nacionales realiza actividades en ríos y lagos, siendo probablemente la zona de Pucón – Villarrica la más visitada-, lo que también se aprecia en los registros correspondientes al turismo internacional, que concentran el 5,2% de los turistas que ingresan por el aeropuerto internacional de Santiago.

**Figura N°10** Destino Turístico Lago Llanquihue y Todos Los Santos, Región de Los Lagos.



**Fotografía:** Banco de imágenes de SERNATUR

## F. DESTINOS TURÍSTICOS INSULARES

Las islas y archipiélagos constituyen la base para un destino insular que se define por la conexión tierra/mar, dependiendo su desarrollo turístico de la disponibilidad de infraestructura que permita el acceso, por tierra o por mar, al destino.

En el caso de Chile, con algunas excepciones como Isla de Pascua y Juan Fernández, los destinos insulares se localizan principalmente a partir de la Región de Los Lagos hasta la Región de Magallanes y de la Antártica Chilena. Según los registros de SERNATUR, el total de visitantes que ingresó al Parque Nacional Rapa Nui - Isla de Pascua el año 2016, alcanzó a 68.903 visitantes.

Según Martín de La Rosa (2009:101), “las regiones insulares se caracterizan por su alto grado de dependencia y vulnerabilidad con respecto a la actividad turística. Es decir, y aunque resulte un planteamiento difícil de asumir, la actividad turística, en la mayoría de los casos es sino el único, si el principal recurso económico con el que cuentan las regiones insulares. De esta forma las islas pasan a depender de los controladores del flujo turístico - los tour operadores- y de los intereses de los inversores, al mismo tiempo que se ven en la necesidad de evitar la expansión de noticias relacionadas con aspectos que pueden afectar negativamente al destino. A su vez en las islas existen algunos aspectos que las convierten en más vulnerables con respecto a los impactos asociados al desarrollo de la actividad turística”.

Considerando el carácter geográficamente acotado de los territorios insulares, es relevante regular el ingreso de visitantes, respetando su intensidad máxima de uso para asegurar la sustentabilidad del destino.

**Figura N°11** Destino Turístico Isla de Pascua, Región Valparaíso.



Fotografía: Banco de imágenes de SERNATUR

## 1.6 DESTINOS TURÍSTICOS DE CHILE

Durante el 2014 se inició un trabajo coordinado entre la Subsecretaría de Turismo, SERNATUR Nacional y las direcciones regionales de SERNATUR para actualizar la delimitación de destinos turísticos, con el objetivo de focalizar recursos en el marco del Plan Nacional de Turismo Sustentable y determinar prioridades para el sector privado, por cuanto el efecto de la concentración de las iniciativas públicas actúa como un incentivo para nuevas inversiones en equipamiento y servicios turísticos. Durante el año 2018 se realizó una nueva actualización.

Se identificaron 89 destinos y considerando el ciclo de vida de los destinos turísticos propuesto por Butler (1980), se propuso un sistema con tres calificaciones (potencial, emergente, consolidado) para los 89 Destinos Turísticos en Chile, mencionadas anteriormente en el punto 1.3. Por una parte, se observan algunos destinos turísticos que presentan una fase de internacionalización avanzada, con un ritmo de crecimiento acelerado en el segmento de intereses especiales; un conjunto de destinos, ubicados principalmente en el litoral, que ya han alcanzado su período de madurez y enfrentan signos de declinación; destinos posicionados en el mercado nacional que registran un proceso de internacionalización creciente, con actividades para distintos segmentos y otros que recién se están posicionando y logrando una identidad, que actualmente están integrados en la oferta turística de otros lugares ya reconocidos.

- **DESTINO POTENCIAL:** Corresponde a destinos cuyo ciclo de vida está en la etapa de explotación.
- **DESTINO EMERGENTE:** Corresponde a destinos cuyo ciclo de vida está en la etapa de implicación o desarrollo.
- **DESTINO CONSOLIDADO:** Corresponde a destinos cuyo ciclo de vida está en la etapa de consolidación o estancamiento.

En el cuadro N°3 se identifican los destinos y sus respectivas comunas según el nivel de desarrollo turístico que corresponde.

**Cuadro N°3** Destinos turísticos en Chile

REGIÓN	DESTINO	CALIFICACIÓN	TIPOLOGÍA	COMUNAS
<b>ARICA Y PARINACOTA</b>	Arica y costa patrimonial	Consolidado	Litoral y Urbano	Arica
	Codpa e Iglesias Patrimoniales	Emergente	Rural y de Naturaleza	Camarones
	Putre - PN Lauca	Emergente	Rural y de Naturaleza	Putre
<b>TARAPACÁ</b>	Colchane - PN Volcán Isluga	Potencial	Rural y de Naturaleza	Colchane
	Mamiña	Potencial	Rural y de Naturaleza	Pozo Almonte
	Pica	Consolidado	Rural y de Naturaleza	Pica
	Iquique	Consolidado	Urbano y Litoral	Iquique
<b>ANTOFAGASTA</b>	Calama - Alto El Loa	Emergente	Rural y de Naturaleza	Calama
	San Pedro de Atacama	Consolidado	Rural y de Naturaleza	San Pedro de Atacama
	Antofagasta	Consolidado	Urbano y Litoral	Sierra Gorda
				María Elena
				Antofagasta
Taltal	Emergente	Litoral	Taltal	
<b>ATACAMA</b>	Bahía Inglesa - PN Pan de Azúcar	Consolidado	Litoral, Rural y de Naturaleza	Caldera
				Chañaral
	Valle del Copiapó	Consolidado	Urbano	Copiapo
				Tierra Amarilla
	Valle del Huasco y Zona Costera	Emergente	Litoral, Rural y de Naturaleza	Vallenar
				Huasco
Chañaral de Aceituno	Emergente	Rural y de Naturaleza	Freirina	

REGIÓN	DESTINO	CALIFICACIÓN	TIPOLOGÍA	COMUNAS
<b>COQUIMBO</b>	Punta de Choros - RN Pingüino de Humboldt	Emergente	Rural y de Naturaleza	La Higuera
	La Serena - Coquimbo	Consolidado	Urbano y Litoral	La Serena Coquimbo
	Ovalle - PN Fray Jorge	Emergente	Rural y de Naturaleza	Ovalle Río Hurtado
	Valles del Limarí (Monte Patria - Combarbala)	Potencial	Rural y de Naturaleza	Combarbala Monte Patria
	Valle del Elqui	Consolidado	Rural y de Naturaleza	Vicuña Paiguano
	Litoral Los Vilos - Pichidangui	Consolidado	Litoral	Los Vilos
<b>VALPARAÍSO</b>	Rapa Nui	Consolidado	Insular	Isla de Pascua
	Robinson Crusoe	Emergente	Insular	Juan Fernandez
	Litoral Norte - Papudo	Consolidado	Litoral	Papudo
				Zapallar
				Puchuncaví
				Quintero
	Litoral Viña del Mar - Concón	Consolidado	Urbano y Litoral	Viña del Mar Concón
	Valparaíso	Consolidado	Urbano y Litoral	Valparaíso
	Valle del Aconcagua	Emergente	Rural y de Naturaleza	Calle Larga
				Rinconada
				San Felipe
San Esteban				
Putendo				
Portillo	Consolidado	Montaña	Los Andes	
Olmué - PN La Campana	Consolidado	Rural y de Naturaleza	Hijuelas	
			La Cruz	
			Limache	
			Olmué	
				Quillota

REGIÓN	DESTINO	CALIFICACIÓN	TIPOLOGÍA	COMUNAS
<b>VALPARAÍSO</b>	Litoral Algarrobo - Santo Domingo	Consolidado	Litoral	Algarrobo
				El Tabo
				El Quisco
				Santo Domingo
<b>VALPARAÍSO</b>	Valle de Casablanca	Emergente	Rural y de Naturaleza	Cartagena
				San Antonio
				Casablanca
<b>VALPARAÍSO</b>	La Ligua - Valle Hermoso	Potencial	Rural	La Ligua
<b>METROPOLITANA</b>	Centros de Montaña	Consolidado	Montaña	Lo Barnechea
	Santiago Urbano	Consolidado	Urbano	Estación Central
				Independencia
				Las Condes
				Recoleta
				Santiago
				Providencia
	Cajón del Maipo	Consolidado	Rural y de Naturaleza y Montaña	Vitacura
				San José de Maipo
	Valle del Maipo	Emergente	Rural y de Naturaleza	Paine
Isla de Maipo				
Buín				
Pirque				
<b>BERNARDO O'HIGGINS</b>	Navidad	Emergente	Litoral, Rural y de Naturaleza	Navidad
	Pichilemu	Consolidado	Litoral	Pichilemu
				Paredones
	Lago Rapel	Consolidado	Lacustres y Fluviales	La Estrella
				Las Cabras
				Litueche
	Valle de Colchagua	Consolidado	Rural y de Naturaleza	Santa Cruz
				Peralillo
Palmilla				
Lolol				

REGIÓN	DESTINO	CALIFICACIÓN	TIPOLOGÍA	COMUNAS
<b>BERNARDO O'HIGGINS</b>	Alto Cachapoal (Machalí)	Emergente	Rural y de Naturaleza	Machalí
	Alto Colchagua	Emergente	Rural y de Naturaleza	San Fernando
	Tagua Tagua-Almahue	Emergente	Rural	San Vicente
				Pichidegüa
Peumo				
<b>MAULE</b>	Chanco - Pelluhue	Potencial	Litoral, Rural y de Naturaleza	Chanco
				Pelluhue
	Iloca - Vichuquén	Emergente	Litoral, Rural y de Naturaleza	Licantén
				Vichuquén
				Curepto
	Constitución	Emergente	Litoral	Constitución
	Cajón del Río Achibueno	Potencial	Rural y de Naturaleza	Longaví
				Linares
	Lago Colbún - Rari	Emergente	Rural y de Naturaleza	Colbún
	Valle de Curicó	Emergente	Rural y de Naturaleza	Sagrada Familia
Curicó				
Río Claro				
Teno				
Romerol				
PN Radal Siete Tazas	Emergente	Rural y de Naturaleza y Montaña	Molina	
Vilches - RN Altos del Lircay	Potencial	Rural y de Naturaleza y Montaña	San Clemente	
<b>ÑUBLE</b>	Cobquecura	Emergente	Rural y de Naturaleza	Cobquecura
	Quillón	Emergente	Rural y de Naturaleza	Quillón
	San Fabián	Potencial	Rural y de Naturaleza	Coihueco
				San Fabián
Valle de Las Trancas - Termas de Chillán	Consolidado	Rural y de Naturaleza y Montaña	Pinto	

REGIÓN	DESTINO	CALIFICACIÓN	TIPOLOGÍA	COMUNAS
<b>ÑUBLE</b>	Valle del Itata	Potencial	Rural	Coelemu
				Quirihue
				Ninhue
				Ranquil
				Trehuaco
				Portezuelo
				San Nicolás
<b>BIOBÍO</b>	Concepción y alrededores	Consolidado	Urbano	Concepción
				Tomé
				Penco
				Talcahuano
				San Pedro
				Hualpén
	Lota	Emergente	Rural y de Naturaleza	Coronel
				Lota
	Lago Lanalhue	Consolidado	Lacustres y Fluviales	Cañete
				Contulmo
	Alto Biobío	Emergente	Rural y de Naturaleza	Alto Biobío
	Lago Llu Llu - Tirúa	Emergente	Lacustres y Fluviales	Tirúa
	Saltos del Laja	Consolidado	Lacustres y Fluviales	Los Angeles
Cabrero				
Yumbel				
Antuco	Potencial	Montaña	Antuco	

REGIÓN	DESTINO	CALIFICACIÓN	TIPOLOGÍA	COMUNAS
ARAUCANÍA	Nahuelbuta	Potencial	Rural y de Naturaleza	Angol
				Los Sauces
				Purén
				Lumaco
				Traiguén
	Araucanía Costera	Emergente	Lacustres y Fluviales	Carahue
				Saavedra
				Teodoro Schmidt
				Toltén
	Temuco	Consolidado	Urbano	Temuco
	Araucanía Andina	Consolidado	Rural y de Naturaleza	Lonquimay
				Melipeuco
Curacautín				
Vilcún				
Cunco				
Araucanía Lacustre	Consolidado	Lacustres y Fluviales	Villarica	
			Pucón	
			Curarrehue	
LOS RÍOS	Valdivia- Corral	Consolidado	Lacustres y Fluviales	Valdivia
				Corral
	Cuatro Ríos (Mehuín - San José de Mariquina)	Emergente	Rural y de Naturaleza	Mariquina
	Panguipulli - Siete Lagos	Consolidado	Lacustres y Fluviales	Panguipulli
Cuenca del Lago Ranco	Consolidado	Lacustres y Fluviales	Futrono	
			La Unión	
			Lago Ranco	

REGIÓN	DESTINO	CALIFICACIÓN	TIPOLOGÍA	COMUNAS
<b>LOS LAGOS</b>	Mapu Lahual – Costa de Osorno	Potencial	Rural y de Naturaleza	Purranque
				San Juan de la Costa
				Río Negro
	Osorno – Puyehue	Consolidado	Rural y de Naturaleza	Puyehue
				Osorno
	Lago Llanquihue y Todos Los Santos	Consolidado	Lacustres y Fluviales	Frutillar
				Llanquihue
				Puerto Octay
				Puerto Varas
	Puerto Montt - Calbuco - Maullín	Consolidado	Urbano y Naturaleza	Calbuco
				Maullín
				Puerto Montt
	Archipiélago de Chiloé	Consolidado	Insular	Ancud
				Quemchi
				Dalcahue
				Curaco de Vélez
				Castro
Chonchi				
Puqueldon				
Quinchao				
Queilén				
Quellón				
Carretera Austral Tramo Río Puelo - Caleta Gonzalo	Emergente	Rural y de Naturaleza	Cochamó	
			Hualaihué	
Carretera Austral Tramo Caleta Gonzalo - Futaleufú - PN Corcovado	Emergente	Rural y de Naturaleza	Chaitén	
			Futaleufú	
				Palena

REGIÓN	DESTINO	CALIFICACIÓN	TIPOLOGÍA	COMUNAS
AYSÉN	Provincia de Los Glaciares (Cochrane -Tortel - Villa O'Higgins)	Emergente	Rural y de Naturaleza	Tortel O'higgins Cochrane
	Aysén Patagonia Queulat (Carretera Austral Tramo PN Queulat)	Emergente	Rural y de Naturaleza	Cisnes
	Coyhaique y Puerto Aysén	Consolidado	Urbano y naturaleza	Coyhaique Aysén
	Chelenko (Cuenca del Lago General Carrera)	Consolidado	Lacustres y Fluviales	Río Ibañez Chile Chico
MAGALLANES	Puerto Edén	Potencial	Rural y de Naturaleza	Natales
	PN Torres del Paine	Consolidado	Rural y de Naturaleza	Torres del Paine
	Estrecho de Magallanes	Consolidado	Urbano y de Naturaleza	Río Verde
				Laguna Blanca
				Punta Arenas
	Tierra del Fuego	Potencial	Rural y de Naturaleza	Porvenir Tímaukel
Antártica Isla Rey Jorge	Emergente	Insular	Antártica	
Cabo de Hornos	Emergente	Rural y de Naturaleza	Cabo de Hornos	

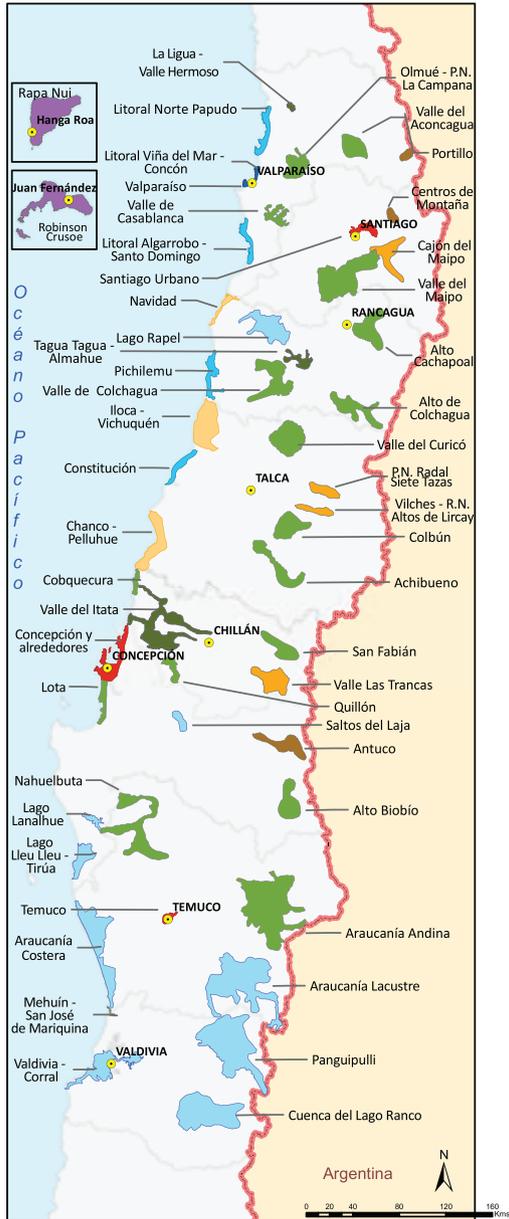
Fuente: Sernatur, 2017.



Fotografía: Destino Turístico Valparaíso, Región de Valparaíso.  
Fuente: Banco de imágenes de Sernatur.

# CARTOGRAFIA DE DESTINOS TURÍSTICOS DEFINIDOS SEGÚN SERNATUR





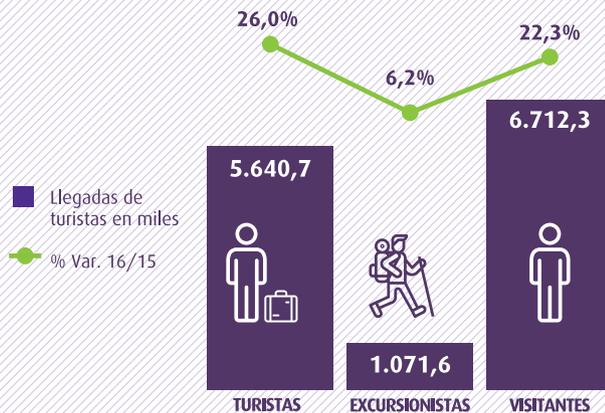
# DESTINOS TURÍSTICOS DE CHILE

## 1 | TURISMO EN LAS EXPORTACIONES NACIONALES

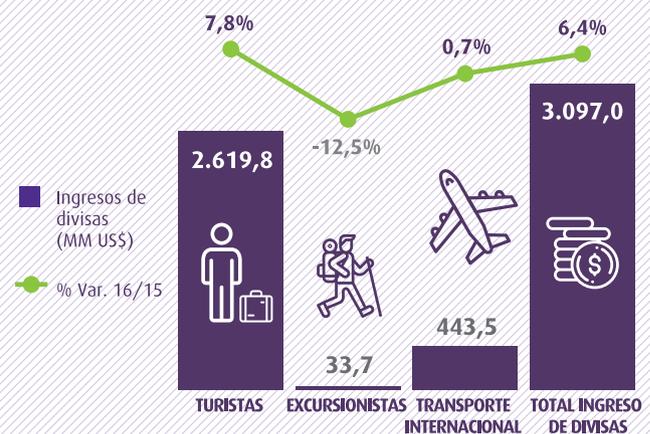


## 2 | RESUMEN DE LAS PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO EN CHILE

### LLEGADA DE VISITANTES (MILES), AÑO 2016



### INGRESO DE DIVISAS (MM US\$), AÑO 2016



**US\$ 464,4**  
Gasto total Individual  
de los turistas



**7,4 noches**  
Permanencia promedio  
de los turistas

## VACACIONES

Es el principal motivo de viaje declarado por los turistas extranjeros llegados al país, durante el 2016



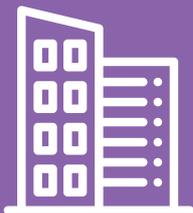
**3.021,7**

**LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS**  
por vacaciones

**▲ 25,4%**

se incrementaron las llegadas de turistas por motivo de vacaciones, respecto del año anterior, generando **INGRESOS POR US \$1.453,9 MILLONES**

### OFERTA NACIONAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS, AÑO 2016



**7.010**  
**EAT**

106.368 HABITACIONES  
223.343 CAMAS



**635**  
**CAMPINGS**

14.546 SITIOS DE  
CAMPING



**4.914**

RESTAURANTES Y  
SIMILARES



**2.136**

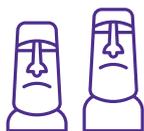
AGENCIAS DE VIAJES /  
TOUR OPERADORES

### 3 | PRINCIPALES CIFRAS DESTINOS TURÍSTICOS EN CHILE

**41** | DESTINOS CONSOLIDADOS

**31** | DESTINOS EMERGENTES

**12** | DESTINOS POTENCIALES



**4**  
Destinos Insulares



**11**  
Destinos Lacustres y Fluviales



**5**  
Destinos Litorales



**6**  
Destinos Litorales y Urbanos



**4**  
Destinos Litorales y Rurales y de Naturaleza



**41**  
Destinos Rurales y de Naturaleza



**3**  
Destinos Rurales y de Naturaleza y Montaña



**3**  
Destinos Montañas



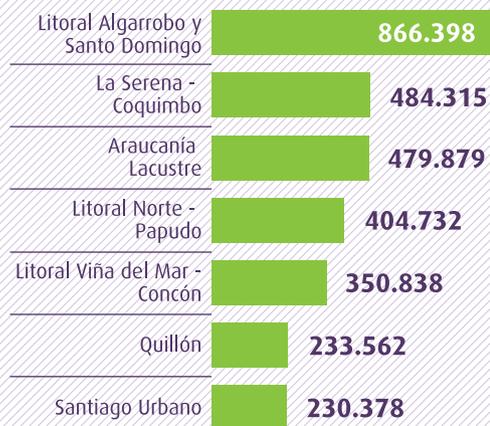
**5**  
Destinos Urbanos



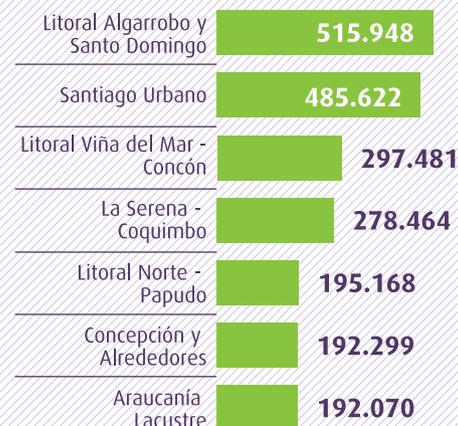
**2**  
Destinos Urbanos y de Naturaleza

## 4 | ¿CUÁLES SON LOS DESTINOS MÁS VISITADOS POR EL TURISTA CHILENO?

### TOTAL DE VIAJES C/ PERNOCACIÓN (VIAJES LARGOS Y CORTOS). TEMPORADA ALTA 2016



### TOTAL DE VIAJES C/ PERNOCACIÓN (VIAJES LARGOS Y CORTOS). TEMPORADA BAJA 2016



NOTA: Datos del Estudio de Turismo Interno 2016.

## 5 | ¿CUÁLES SON LOS DESTINOS MÁS VISITADOS POR EL TURISTA EXTRANJERO?

### DESTINOS MÁS VISITADOS POR LOS TURISTAS EXTRANJEROS







# 2

## GESTIÓN SUSTENTABLE DE DESTINOS TURÍSTICOS

---

El segundo capítulo tiene como objetivo reforzar los principios del turismo sustentable y especialmente orientar a los responsables de la gestión acerca de los aspectos críticos que se deben considerar en la gobernanza de un destino.

## 2.1 HACIA UNA GESTIÓN SUSTENTABLE DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

El turismo se caracteriza por su dinamismo y rápida expansión que ejerce una presión cada vez mayor sobre el entorno, especialmente en algunas zonas frágiles y en los núcleos costeros, generando impactos que alteran las condiciones territoriales y con ello deterioran el destino. Por esto, es necesario asumir la sustentabilidad como una estrategia de trabajo permanente como la única alternativa para abordar retos como el crecimiento intensivo de las llegadas de visitantes, sus consecuencias sobre el destino y prolongar la atracción de éste en el tiempo.

Entre los aspectos básicos que determinan la necesidad de estimular condiciones de sustentabilidad en el proceso de desarrollo turístico, cabe mencionar los siguientes:

- El turismo debe entenderse como una actividad productiva, en la cual los recursos naturales y culturales como el patrimonio histórico y arquitectónico, y las manifestaciones folklóricas, religiosas y costumbres, entre otras, constituyen el soporte y principal atracción de la actividad.
- La comunidad local es la principal beneficiaria de la actividad turística, por lo que debe ser integrada desde un principio a la prestación de servicios turísticos, de tal modo que su participación sea un factor que contribuya a la sustentabilidad del desarrollo turístico.
- El sector privado, representado por los prestadores de servicios turísticos de alojamiento, alimentación, transporte, recreación y todos los responsables de ofrecer bienes y servicios para la industria turística, requieren normativas claras para su gestión, las cuales dependen entre otros factores de la intervención coordinada de las autoridades del destino.
- El trabajo mancomunado entre autoridades locales (alcaldes, concejales, jefes de servicios), empresarios de los distintos subsectores del turismo (alojamiento, restaurantes, transporte, etc.) y representantes de la comunidad local (juntas de vecinos, comités comunales, etc.). Ésta es una condición básica para impulsar iniciativas y medidas de largo plazo para enfrentar las brechas de sustentabilidad que afectan a los destinos.

## ¿QUÉ ES EL TURISMO SUSTENTABLE?

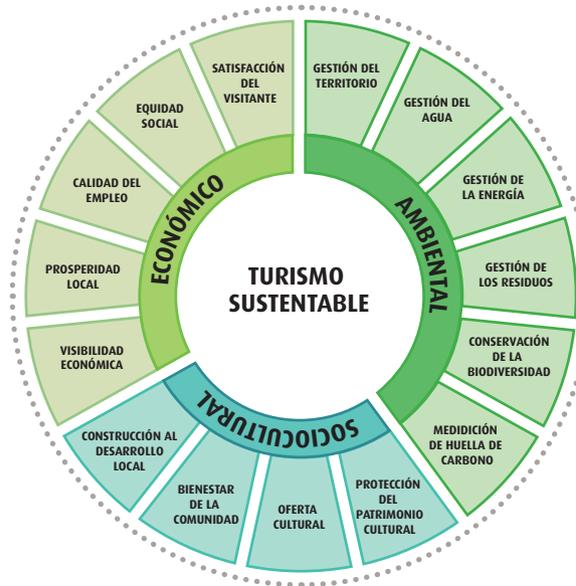
Es aquel que hace un uso óptimo de los recursos naturales, respeta la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, asegura un desarrollo económico viable en el largo plazo y que garantiza un bienestar duradero, a través de un crecimiento continuo y estable que no sólo beneficie a las generaciones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

El turismo puede generar impactos positivos y negativos en el lugar donde se desenvuelve como también sobre la demanda. Para llevar a cabo un turismo sustentable es necesario abordar tres ámbitos: Ambiental, sociocultural y económico, los que a su vez contienen criterios sugeridos por el Consejo Global de Turismo Sustentable (CGTS), apoyado desde su creación por la Organización Mundial de Turismo (OMT), constituyendo la base mínima de sustentabilidad para ser implementados por los diversos actores del sector, tanto públicos como privados.

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

A continuación, se presentan los diferentes ámbitos y criterios que deben ser considerados en la toma de decisiones para propender al desarrollo sustentable.

**Figura N°12** Objetivos de Turismo Sustentable.



Fuente: Sernatur, 2011.

## 2.2 ÁMBITOS DE LA SUSTENTABILIDAD

### • SOCIOCULTURAL

Uno de los principios básicos del turismo sustentable es procurar siempre y en todo momento no alterar los hábitos culturales de las comunidades locales, por el contrario, valorarlos, protegerlos y fomentarlos, para que su difusión tenga una base sólida.

La actividad turística conlleva un cierto nivel de irrupción en la vida de los residentes, por lo cual es importante minimizar los efectos negativos que el turismo pudiera generar en sus hábitos culturales y maximizar los beneficios que la actividad pudiera aportarles. Una relación respetuosa y un trabajo en conjunto entre los actores del turismo y la comunidad local son fundamentales para lograr un desarrollo equilibrado de la actividad, pues la satisfacción del turista también se sustenta en el contacto con la gente y la cultura local.

La identidad de los lugares se manifiesta, principalmente, a través de la cultura y por lo mismo es ésta la encargada de darle un sello particular a cada destino. El turismo debe ser capaz de generar un intercambio cultural virtuoso, donde el respeto y la valoración de la diversidad deben ser un principio. Es tarea tanto de los visitantes como de las comunidades locales velar por integrar la cultura como eje de sus relaciones y generar espacios de mutua convivencia. Los objetivos de sustentabilidad vinculados a este ámbito son cuatro:

ÁMBITO SOCIOCULTURAL	
OBJETIVO	FINALIDAD
PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO	Una de las principales motivaciones que tienen los turistas al visitar un destino es conocer la cultura del lugar a través de sus vestigios materiales e inmateriales y sus expresiones espirituales, artísticas e intelectuales. Se deben proteger los sitios patrimoniales que tiene una comunidad a través de su administración y gestión, para el resguardo de su calidad y sostenibilidad en el tiempo.
BIENESTAR DE LA COMUNIDAD	El turismo puede influir en el bienestar de la comunidad tanto de manera positiva como negativa. Por esta razón, es importante que el turismo contribuya a mantener y fortalecer la calidad de vida de las comunidades y evite la degradación o explotación social o medioambiental.
OFERTA CULTURAL	El respeto y la comprensión de la diversidad cultural entre pueblos y naciones es un principio fundamental del desarrollo sustentable. El turismo puede ser un importante motor para las comunidades locales en cuanto a valorar su patrimonio cultural, respetar las otras culturas y de esa forma, aumentar la tolerancia.
CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO LOCAL	El turismo es una actividad multidisciplinaria inclusiva que, al integrar a varios actores en la cadena de comercialización, permite una buena distribución de los ingresos y contribuye a un desarrollo local equilibrado y más equitativo.

## • ECONÓMICO

Comprende un aspecto clave para el desarrollo de un destino, por cuanto se refiere a las empresas y su contribución a la economía local. En este contexto, se trata de que los beneficios empresariales sean perdurables en el tiempo y que la población local a medida que el desarrollo turístico avanza también obtenga ventajas tangibles de la actividad turística, se sienta parte de su desarrollo y quienes están trabajando en la prestación de servicios reciban un trato justo y las herramientas de capacitación para responder a las expectativas de los visitantes. Este ámbito considera cinco objetivos de sustentabilidad:

AMBITO ECONÓMICO	
OBJETIVO	FINALIDAD
<b>VIABILIDAD ECONÓMICA</b>	Los negocios turísticos exitosos son fundamentales para que la comunidad local obtenga beneficios tangibles del desarrollo del turismo. Una buena planificación del negocio a largo plazo es requisito para el éxito de proyectos destinados a suministrar productos y/o servicios de turismo sustentable.
<b>PROSPERIDAD LOCAL</b>	Contribuye a que los beneficios económicos del turismo se mantengan en la comuna donde se desarrolla la actividad y que sean distribuidos a la mayor cantidad posible de residentes, a través del apoyo a los emprendimientos locales en rubros ligados al turismo.
<b>CALIDAD DEL EMPLEO</b>	Promueve las buenas condiciones laborales: calidad del empleo, salarios justos e igualdad de oportunidades. Mientras mejor sean las condiciones laborales, se puede lograr una mejor calidad del servicio, eficacia y productividad, esto a su vez se traduce en una buena relación entre el personal y el cliente, la que contribuye a una mayor satisfacción con el conjunto de la experiencia vacacional.
<b>EQUIDAD SOCIAL</b>	Apunta a que los beneficios económicos y sociales obtenidos de la actividad turística en la comuna, deben ser distribuidos de manera amplia y justa, mejorando oportunidades, ingresos y beneficios para los más necesitados, siendo reutilizados en otras actividades de interés para la comuna y en especial para las personas de más escasos recursos. La lucha contra la pobreza debe ser uno de los objetivos de la sustentabilidad turística.
<b>SATISFACCIÓN DEL VISITANTE</b>	Es fundamental que el visitante viva una experiencia segura, satisfactoria y completa en el destino turístico escogido y sea tratado sin discriminaciones de ningún tipo. Esto generará una percepción positiva del destino.

## • MEDIO AMBIENTAL

Su preservación es vital para el desarrollo equilibrado de un destino, ya que está compuesto de factores paisajísticos, ecosistémicos y de biodiversidad altamente sensibles a presiones económicas, productivas y sobredemanda de visitantes.

Por esta razón, la implementación de prácticas sustentables por las empresas, organizaciones y destinos turísticos es clave para afrontar responsablemente los desafíos medioambientales del presente y el futuro. Este ámbito considera seis objetivos de sustentabilidad:

AMBITO MEDIO AMBIENTE	
OBJETIVO	FINALIDAD
<b>GESTIÓN DEL TERRITORIO</b>	<p>El turismo se desenvuelve en un territorio, generalmente, co-existiendo con otras actividades que también demandan espacios para su desarrollo. Esta relación muchas veces resulta compleja de manejar, pudiendo afectar la imagen de los destinos si no se aborda con decisión.</p> <p>En el caso de las empresas, se debe definir con la mayor precisión posible cuáles son las áreas geográficas en donde se desenvuelve el turismo, tanto en términos de límites, atractivos, equipamiento y actividades, puesto que esto se traducirá en demandas por el territorio y sus recursos.</p>
<b>GESTIÓN DEL AGUA</b>	<p>La distribución del agua no es la misma para todo el territorio nacional y, teniendo en cuenta que es un elemento esencial para el turismo, es importante cuidarla, especialmente en zonas donde existen problemas de abastecimiento y contaminación tanto de los cuerpos de agua continentales como marinos. Se debe gestionar la conservación y buen uso del agua, proponiendo acciones que eviten su contaminación y mala utilización.</p>
<b>GESTIÓN DE LA ENERGÍA</b>	<p>Se deben establecer programas y proyectos que ayuden a mitigar el consumo excesivo de este recurso en los establecimientos turísticos, además de promover el uso de fuentes renovables de energía y un uso eficiente de ésta.</p>
<b>GESTIÓN DE RESIDUOS</b>	<p>Las actividades turísticas generan un volumen importante de residuos, ya que los turistas cuando están de viaje dejan entre tres y diez veces más residuos que en su lugar de residencia. Se debe evitar un mal manejo de los residuos (sólidos, líquidos, sustancias peligrosas, etc.) para evitar que el destino se transforme en una fuente de contaminación del agua y el suelo, y con ello el daño a la imagen del lugar y la experiencia del visitante en él.</p>
<b>CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD</b>	<p>La diversidad biológica que existe en nuestro país, tanto en ambientes terrestres como en acuáticos, costeros y marinos, contribuye a múltiples procesos de la vida en la Tierra. Es por esto que en aquellas áreas que poseen alto valor ambiental se han establecido, y se seguirán estableciendo, áreas protegidas, públicas o privadas, las que cumplen un papel fundamental en la conservación de la biodiversidad. Se debe apuntar a un turismo sustentable, que contribuya a la protección de la naturaleza y que fomente la sensibilización y educación ambiental.</p>
<b>MEDICIÓN DE HUELLA DE CARBONO</b>	<p>La huella de carbono es el cálculo de la suma de los gases de efecto invernadero (GEI) emitidos, directa o indirectamente, por un individuo, empresa, organización o por el destino en su totalidad, y que provocan, entre otras reacciones adversas, el cambio climático. Lo que se busca es implementar estrategias y acciones para la disminución y compensación de estos gases.</p>

La dinámica del crecimiento de las actividades turísticas, impulsada principalmente por la presión de la demanda urbana, presenta diversos patrones de comportamiento según los destinos y es evidente que focalizar el esfuerzo en el ámbito local, constituye hoy una condición básica para avanzar en la conformación de un sistema turístico que al mismo tiempo que fomenta la competitividad empresarial, contribuye a los propósitos del desarrollo sustentable. Por las siguientes razones, entre otras (Rivas, 2009):

- La sustentabilidad no se vincula a un tipo específico de turismo, de modo que cualquier proceso de crecimiento turístico, sea en localidades masivas del litoral o en otras de menor afluencia de visitantes, como por ejemplo la selva valdiviana, debe manejarse con criterios de sustentabilidad.
- El turismo es una actividad económica, dependiente de la identidad del territorio y por ende, los recursos naturales y culturales (el medio físico; el paisaje rural; el patrimonio histórico y arquitectónico; las manifestaciones folklóricas; las costumbres y valores locales, entre otras), constituyen la base para su viabilidad en el largo plazo.
- La comunidad local es beneficiaria directa de la actividad turística, por lo que debe ser involucrada en la recepción de flujos turísticos, ocasionalmente invasivos en el corto plazo. Por ello, su compromiso y preparación previa es un factor que contribuye directamente a la sustentabilidad del proceso de desarrollo turístico.
- El sector privado, representado por los prestadores de servicios de alojamiento, alimentación, transporte, recreación y todos los responsables de ofrecer bienes y servicios para la industria turística, requiere condiciones estables para su rentabilidad en el largo plazo, lo que implica resguardar las condiciones de base (económicas, ambientales, socioculturales y de gestión) que atraen a los visitantes.
- Los organismos sectoriales de turismo (Subsecretaría de Turismo y SERNATUR), así como también otras instituciones de fomento y promoción turística (CORFO, SERCOTEC, FOSIS, INDAP, CONAF, Ministerios vinculados), enfrentan permanentemente decisiones que requieren coherencia y pertinencia en el tiempo y en el espacio, lo que conlleva el desafío de focalizar todo el instrumental disponible para la conducción y coordinación público – privada y su articulación con la gestión municipal.
- No es posible satisfacer las expectativas de los turistas sin introducir en cada uno de los eslabones de la cadena de valor de la industria turística medidas de calidad. Por esta razón, se entiende que el ciclo de crecimiento de cualquier destino estará condicionado por su capacidad para competir en segmentos de mercado que demandan bienes y servicios sustentables. Esto conduce a un círculo virtuoso, por cuanto visitantes más sensibilizados demandan mejores prácticas empresariales, lo que se refleja en una estrecha dependencia entre impactos y beneficios de las actividades turísticas en el territorio.



**Fotografía:** Destino Turístico Campo de Hielo Sur, Región de Magallanes y Antártica Chilena.  
**Fuente:** Banco de imágenes de Sernatur.

# TAREAS PRIORITARIAS PARA DESARROLLAR UN DESTINO SUSTENTABLE

## ÁMBITO SOCIOCULTURAL

- Conciencia turística y educación ambiental.
- Planes o programas de protección del patrimonio cultural urbano y rural.
- Interpretación ambiental.
- Satisfacción de la comunidad con la actividad turística.
- Rescate de la cultura e identidad local.

## ÁMBITO ECONÓMICO

- Certificación de calidad turística.
- Estudios sobre el gasto turístico anual y por temporada de los visitantes en la comuna.
- Estudios sobre el empleo directo generado por el turismo.
- Fomento a la micro y pequeña empresa turística.
- Estudios de aporte en impuestos y derechos por turismo.

## ÁMBITO MEDIO AMBIENTAL

- Tratamiento de aguas servidas.
- Disponibilidad de sistemas de gestión de residuos sólidos.
- Plan de emergencia de riegos ambientales.
- Informe público de calidad del agua potable disponible en el destino.
- Planes de protección del patrimonio natural.
- Línea Base de Flora y Fauna amenazada.

## ÁMBITO DE GESTIÓN

- Plan o estrategia de turismo de largo plazo en ejecución en el destino.
- Instrumentos específicos de regulación del uso del suelo (Ordenanzas, políticas o lineamientos para el uso del suelo) que contienen normativas que protegen el diseño, construcción, renovación y demolición de las instalaciones e infraestructura turística.
- Satisfacción del turista.

## 2.3 SUSTENTABILIDAD EN CONTEXTO GLOBAL (ONU)

Cincuenta años después de la celebración del Año Internacional del Turismo, bajo el lema de «Pasaporte para la paz» (1967), y trece años después del Año Internacional del Ecoturismo (2002), en 2015 Naciones Unidas proclamó la Agenda Universal para el Desarrollo Sustentable 2030 y comprometió a todos los países miembros a cumplir los 17 objetivos de desarrollo sustentable (ODS). Consecuentemente, el organismo declaró el 2017 como “Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo”. Recordando así el potencial del turismo para ayudar a alcanzar la Agenda 2030 del desarrollo sustentable.

Este llamado aspira a iniciar un apoyo a un cambio en las políticas, en las prácticas de las empresas y en los comportamientos de los consumidores, que favorezca la sostenibilidad del sector turístico para que este pueda contribuir de manera efectiva a los ODS.

La Asamblea General de las Naciones Unidas ha invitado a la Organización Mundial del Turismo (OMT) a que de manera permanente facilite la organización y la observancia de acciones, en colaboración con los gobiernos, las organizaciones competentes del sistema de las Naciones Unidas, las organizaciones internacionales y regionales y otras partes interesadas.

El Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo promovió el papel del turismo en las cinco áreas clave siguientes:

- A. CRECIMIENTO ECONÓMICO INCLUSIVO Y SOSTENIBLE.**
- B. INCLUSIÓN SOCIAL, EMPLEO Y REDUCCIÓN DE LA POBREZA.**
- C. USO EFICIENTE DE LOS RECURSOS, PROTECCIÓN AMBIENTAL Y LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO.**
- D. VALORES CULTURALES, DIVERSIDAD Y PATRIMONIO.**
- E. ENTENDIMIENTO MUTUO, PAZ Y SEGURIDAD.**

Figura N°13 Objetivos de Desarrollo Sostenible.



Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2015.

**Cuadro N°4** Objetivos de desarrollo sostenible con sus acciones.

POLÍTICA PÚBLICA	ACCIONES DEL SECTOR
<b>ODS 1: Fin de la pobreza</b>	Capacitación permanente, alianzas para educación, gestión de la diversidad, beneficios complementarios, donaciones en aportes valorados para la educación, derechos humanos y pobreza, inversiones responsables y contrataciones locales, adquisiciones locales y practicar comercio justo.
<b>ODS 2: Hambre cero</b>	Adquisiciones verdes y locales (alimentos, agricultura), proveedores locales y comercio justo. Acoger inversiones de la comunidad. Protección de la naturaleza y ecosistemas y acciones de compensación.
<b>ODS 3: Salud y bienestar</b>	Programas de prevención de salud, combate de la explotación sexual comercial en el turismo, conciencia de desastres naturales y sanitarios, prevención de higiene y seguridad del cliente e impulsar una infraestructura apropiada.
<b>ODS 4: Educación de calidad</b>	Entrenamiento y desarrollo profesional, alianzas para educación, gestión de la diversidad, educación cultural y patrimonial, donaciones en aportes valorados para educación, formación continua para el personal, información, infraestructura apropiada y participación de la comunidad receptora.
<b>ODS 5: Igualdad de género</b>	Gestión de la diversidad, campañas de conciencia y donaciones, aportes valorados para promover derechos humanos y combatir la explotación sexual comercial en el turismo hacia las niñas, fortalecimiento de valores de la no discriminación hacia el reclutamiento de personal, así como su capacitación.
<b>ODS 6: Agua limpia y saneamiento</b>	Nuevo equipamiento y adopción de nuevas tecnologías, programas de prevención de higiene y seguridad, estándares de calidad y certificaciones y participación de la comunidad.
<b>ODS 7: Energía asequible y no contaminante</b>	Nuevo equipamiento y adopción de nuevas tecnologías, programas de prevención de higiene y seguridad, estándares de calidad y certificaciones y participación de la comunidad.
<b>ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico</b>	Desarrollo profesional, gestión de la diversidad, contrataciones locales, incentivos por logros asociados a beneficios complementarios, promover la inversión responsable y adquisiciones locales, y participación de la comunidad.
<b>ODS 9: Industria, innovación e infraestructura</b>	Diseños ecológicos, nuevo equipamiento y adopción de tecnologías en manejo de aguas y eficiencia energética, energías renovables, contar con equipamiento y materiales para reciclaje y gestionar desechos, además de capacitación continua del personal.

POLÍTICA PÚBLICA	ACCIONES DEL SECTOR
<b>ODS 10: Reducción de las desigualdades</b>	Gestión de la diversidad, inversiones locales, adquisiciones responsables, valores de no discriminación ante el reclutamiento de personal y su capacitación, y participación de la comunidad.
<b>ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles</b>	Certificaciones, alianzas, campañas de conciencia, donaciones, aportes valorados para cultura y sitios patrimoniales, participación de la comunidad, uso de energías limpias, eficiencia en uso de recursos naturales, promoción de iniciativas de conservación y protección de biodiversidad.
<b>ODS 12: Producción y consumo responsable</b>	Adopción de tecnologías en manejo de aguas y eficiencia energética, promover energías renovables, impulsar el reciclaje y tratamiento de desechos, reducción de la contaminación ambiental, adquisiciones a empresas locales, proveedores locales, participación de la comunidad, inversiones responsables y participación del visitante. Reducir desperdicio de alimentos en el mundo para crear cadenas de producción y suministro más eficientes.
<b>ODS 13: Acción por el clima</b>	Diseño ecológico, nuevo equipamiento y adopción de tecnologías, adopción de energías renovables, reciclaje y tratamiento de desechos, protección de paisajes, naturaleza y ecosistemas, reducción de la contaminación ambiental, acciones de compensación, campañas de conciencia y donaciones como aportes valorados para desastres naturales.
<b>ODS 14: Vida submarina</b>	Protección de la biodiversidad, naturaleza y vida animal, reducción de contaminantes, tratamientos de residuos, acciones de compensación, promover adquisiciones verdes, informar a los clientes y al personal, y participación de la comunidad.
<b>ODS 15: Vida de ecosistemas terrestres</b>	Protección de biodiversidad, naturaleza y vida animal, reducción de contaminantes, tratamientos de residuos, acciones de compensación, promover adquisiciones verdes, informar a los clientes y al personal, y participación de la comunidad.
<b>ODS 16: Paz, justicia e instituciones sólidas</b>	Promover la conciencia de los derechos humanos, donaciones con aportes valorados, empresas locales e inversiones responsables, compras y reclutamiento local, políticas de diversidad y respeto mutuo, medidas anti corrupción y lavado de dinero, relaciones con los clientes, y participación de la comunidad anfitriona.
<b>ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos</b>	Desarrollo profesional, alianzas para educación, protección de ecosistemas, naturaleza y vida animal, acciones de compensación, participación de clientes y proveedores, relaciones con el cliente, y participación del personal, así como de la comunidad.

Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2015.

# SELLO DE SUSTENTABILIDAD (S) SERNATUR

Chile ha decidido avanzar hacia un desarrollo sustentable, y con ello, se definió la sustentabilidad como un eje relevante para el desarrollo del turismo nacional y de los destinos turísticos del país. Es por esto que SERNATUR creó el Programa de Sustentabilidad Turística.

El programa está enfocado a generar acciones de promoción y facilitar la implementación de buenas prácticas que inviten al sector privado a realizar sus operaciones turísticas, minimizando su impacto medioambiental, poniendo en valor el patrimonio cultural y potenciando las economías locales. El programa tiene por objetivos:

- Reconocer los esfuerzos de los servicios de alojamiento turístico, tour operador y agencia de viajes que hayan desarrollado avances en cualquier ámbito de la sustentabilidad.
- Diferenciar estas empresas frente a sus competidores.
- Garantizar a los turistas el compromiso de la empresa con los pilares de la sustentabilidad.

Para lograrlo, SERNATUR cuenta con varias herramientas, una de las cuales es la “Distinción en Turismo Sustentable”, más reconocida como el Sello S, la que garantiza al visitante que los prestadores de servicios turísticos cumplen con criterios globales de sustentabilidad turísticas en el país.

## OBJETIVOS DE LA DISTINCIÓN:

- Reconocer los esfuerzos de los servicios de alojamiento turístico, tour operadores y agencias de viajes que hayan desarrollado avances en cualquier ámbito de la sustentabilidad.
- Diferenciar estas empresas frente a sus competidores.
- Garantizar a los turistas, el compromiso de la empresa con los pilares de la sustentabilidad.

Por ahora, el Sello S aplica sólo para servicios de alojamientos turísticos, tour operadores y agencias de viaje, operando en Chile.

Para mayor información: [www.chilesustentable.travel](http://www.chilesustentable.travel)

# DISEÑO DE DISTINCIÓN EN TURISMO SUSTENTABLE



## **DISTINCIÓN** Turismo Sustentable

El sello de Sustentabilidad Turística, Sello S, es una certificación que reconoce y premia los esfuerzos en sustentabilidad considerando los ámbitos económicos, socioculturales y medioambientales

## CARACTERÍSTICAS DE LA CERTIFICACIÓN

**2013**

Está en operación desde el año



Iniciativa público-privada



Considera criterios de evaluación por cada ámbito de la sustentabilidad (económico, sociocultural y medioambiental)

**ALOJAMIENTOS  
TURÍSTICOS  
CONSIDERA**



3 niveles de distinción

**TOUR OPERADORES Y  
AGENCIAS DE VIAJES  
CONSIDERA**



3 niveles de distinción



Reconocido internacionalmente por el Consejo Global de Turismo Sostenible



Certificación con el menor costo del mercado

# ¿CÓMO POSTULAR?



## REGISTRARSE EN SERNATUR

APROBAR EL PROCESO DE INSPECCIÓN (CUANDO CORRESPONDA) Y QUE EL SERVICIO TURISTICO DEBE TENER AL MENOS UN AÑO DE OPERACIÓN PARA POSTULAR AL SELLO S



Puedes comenzar tu postulación **cualquier mes del año**

## ETAPAS DE POSTULACIÓN

### 1 AUTODIAGNÓSTICO

Completar el autodiagnóstico, reunir los verificadores de los requisitos obligatorios y enviarlos a **sustentabilidad@sernatur.cl** para dar inicio a la postulación

### 2 CONSULTA REGIONAL

Procedimiento interno de consulta a instituciones competentes en sustentabilidad

### 3 AUDITORÍA

Un organismo certificador autorizado por SERNATUR evaluará en terreno lo declarado en el autodiagnóstico

### 4 APROBACIÓN MNST

Se presentan ante la Mesa Nacional de Sustentabilidad Turística (MNST) los antecedentes recogidos en las Etapas 1, 2 y 3 para ser votados por los integrantes

# MEJORA LA SUSTENTABILIDAD DE TUS SERVICIOS APOYÁNDOTE EN



**Manual de buenas prácticas** en sustentabilidad para **Tour Operadores**



El manual de **buenas prácticas en sustentabilidad** para **Alojamientos Turísticos**



Las 4 guías de **Responsabilidad Social**



**Guía Interactiva** de Buenas Prácticas para mejorar la sustentabilidad de **Alojamientos Turísticos**



Herramienta de eficiencia energética online  
[www.chilesustentable.travel/eficienciaenergetica/](http://www.chilesustentable.travel/eficienciaenergetica/)

ENCUÉNTRALAS EN LA SECCIÓN BIBLIOTECA DE [WWW.CHILESUSTENTABLE.TRAVEL](http://WWW.CHILESUSTENTABLE.TRAVEL)

## TENER EN CONSIDERACIÓN QUE OPERANDO SUSTENTABLEMENTE:



Da mayor **eficiencia** en los procesos



Mejora de la **reputación y posicionamiento**



Mejorarán tus posibilidades de **concretar negocios con grandes Tour Operadores** internacionales



Se vuelve **más fácil cumplir** con las normas internacionales



**Disminuye** las probabilidades de **conflicto** con la comunidad



**Mejoras tu imagen**, estimulando a los clientes a fidelizarse y atrae a nuevos consumidores



**Reduce los costos operacionales hasta un 20%**



Tendrás **empleados orgullosos** de la empresa de la cual forman parte

## ¿QUÉ ESPERA ENCONTRAR UN TURISTA DE UN NEGOCIO SUSTENTABLE?



Buena calidad de servicios



Una cálida recepción por parte de sus anfitriones



Disfrutar y deleitarse con la naturaleza



Aprender y asombrarse con la cultura y las costumbres locales



Vivir una experiencia turística genuina y única



Aportar al desarrollo de la comunidad local

## 2.4 GESTIÓN SUSTENTABLE DE DESTINOS: UN DESAFÍO PARA LAS AUTORIDADES LOCALES

La Ley N°18.695 “Orgánica Constitucional de Municipalidades” le asigna a la gestión municipal una importante responsabilidad en el desarrollo turístico, por cuanto en su artículo 4° establece que, “podrán desarrollar, directamente o con otros órganos de la Administración del Estado, entre otras funciones, aquellas relacionadas con el turismo, el deporte y la recreación”. En este contexto, la oportunidad de contribuir a la creación de un “ecosistema local” de turismo sustentable implicará proveer a las municipalidades de capacidades y recursos que permitan asumir en condiciones favorables las nuevas tareas y desafíos que dicho ecosistema requiere.

Es evidente que la legislación no entrega a la autoridad comunal herramientas específicas para apoyar las múltiples tareas que demanda el desarrollo sustentable del turismo, lo que se refleja en la escasa atención que los municipios le han asignado a la planificación de largo plazo y en el escaso personal que la mayoría de las comunas de Chile tiene en esta área.

La estrategia de especialización del municipio requiere no sólo una plataforma tecnológica y de información para fomentar el emprendimiento, implica asumir una gestión responsable orientada al turista, al mismo tiempo comprometido con los principios de la sustentabilidad.

Si bien el escenario nacional e internacional presenta condiciones muy favorables para el desarrollo del turismo, un análisis de los principales destinos del país revela las siguientes limitantes que afectan su sustentabilidad a nivel municipal:

- 1. La mayoría de las comunas carece de un instrumento integral de planificación (Pladetur, los cuales son sólo de carácter indicativo), que orienten a largo plazo las iniciativas locales en materia de promoción y desarrollo de productos.**
- 2. Respecto de la información básica sobre el comportamiento de la demanda turística, con la excepción de algunos estudios a escala comunal, la mayoría de los municipios de Chile carece de antecedentes periódicos y actualizados de su mercado, incluyendo información cualitativa y cuantitativa.**

- 3. En muchos municipios, la coordinación y/o cooperación entre actores públicos y privados carece de continuidad y pertinencia.**
- 4. Las iniciativas de promoción turística comunal no siempre responden a una visión integrada que facilite la imagen y estrategia promocional del destino por sobre la de la comuna.**
- 5. La dotación de personal y sus competencias profesionales en turismo no logran cubrir todos los requerimientos necesarios para desarrollar una gestión en turismo.**
- 6. La dotación de infraestructura y servicios básicos en algunas zonas rurales aún es insuficiente para cubrir la demanda turística que busca destinos nuevos y auténticos, viéndose sobrepasada la capacidad de respuesta de estos municipios.**

Los municipios de Chile cuentan con información e indicadores medioambientales, económicos o socioculturales vinculados al desarrollo turístico de su territorio de manera dispersa.

Las comunas con vocación turística, tienen como desafío resguardar la imagen local y responder a expectativas de los visitantes, lo cual implica para los equipos municipales, dar respuesta oportuna y de manera eficiente a situaciones que no siempre están al alcance del presupuesto disponible, como puede ser el caso de la recolección de basura domiciliaria, control de plagas y población canina, destrucción de la flora y fauna, congestión vehicular y deterioro del patrimonio cultural, entre otros.

Ante esta situación, la oportunidad de inducir un proceso de desarrollo turístico sustentable en las municipalidades involucradas dentro de un destino, incorporando los productos turísticos locales, promoviendo la calidad en la prestación de servicios, e incluyendo a la comunidad, es una motivación para la gestión de las autoridades locales.



**Fotografía:** Jeroglifo Valle los Molles, Región Atacama.  
**Fuente:** Banco de imágenes de Sernatur.

## 2.5 GOBERNANZA PARA LA GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

Según la OMT, la “Gobernanza turística es una práctica de gobierno susceptible de medición, orientada a dirigir eficientemente al sector turístico en los distintos niveles de gobierno, mediante formas de coordinación y colaboración entre ellos para realizar las metas compartidas por redes de actores que inciden en el sector, con el fin de lograr soluciones y oportunidades, con base en acuerdos sustentados en el reconocimiento de interdependencias y responsabilidades compartidas” (2010. p.22).

### 2.5.1 ESTRUCTURA DE GOBERNANZA DEL DESTINO

Hoy se reconoce que es necesario contar con una estructura de gestión a nivel de destinos turísticos. Puede ser una Mesa de Turismo o Comité equivalente, constituida por un equipo de trabajo coordinado, participativo y con responsables “empoderados”, que integre a instituciones públicas, comunidad local, municipalidades y al sector privado en el destino.

En el caso de los servicios públicos (SERNATUR, la Subsecretaría de Turismo, Ministerio de Obras Públicas, Ministerio de Medio Ambiente, Ministerio de Salud, Carabineros de Chile, CONAF, SAG, entre otros), su objetivo será trabajar con un sentido de oportunidad para solucionar problemas que en temporada alta podrían afectar la actividad turística, y al mismo tiempo generar acciones sistemáticas para reducir brechas en aquellos aspectos críticos de la sustentabilidad y gestión que son prioritarios para posicionar el destino.

El sector privado debe participar activamente, directamente o través de las cámaras de turismo, asociaciones gremiales, corporaciones de desarrollo y otras instancias corporativas, resultando vital comprometerlos mediante la generación de agendas concretas de trabajo de corto y largo plazo, basado en la estrecha concordancia entre las necesidades del sector, las prioridades del destino y las respectivas iniciativas y proyectos que en conjunto podrán ponerse en marcha.

La conformación de una gobernanza que se organiza para impulsar el desarrollo turístico del destino debe contar con una visión estratégica. De esta forma, se crea lo que se denomina “Estructura de gobernanza del destino” y que la Organización Mundial del Turismo reconoce como un primer pilar clave para el turismo sustentable.

Los principales actores por considerar en esta estructura de gobernanza son los siguientes:



Municipalidades



Gremios turísticos



Servicios públicos



Organizaciones de la sociedad civil



Instituciones Académicas



Organizaciones no gubernamentales



Corporaciones vinculadas al desarrollo productivo



Fundaciones vinculadas al medio ambiente y la cultura



Centros de investigación



Gobierno regional

Es importante destacar que no se trata de modificar o crear instancias ya existentes con nuevos nombres, dado que muchas veces existe un trabajo colectivo de varios años en la misma dirección. Por esta razón, en aquellos casos que ya se cuenta con una organización, lo que se requiere es asegurar que las iniciativas se orienten a objetivos comunes en los distintos ámbitos de la sustentabilidad del sector turismo.

## 2.5.2 FACTORES DE ÉXITO PARA LA PUESTA EN MARCHA DE LA ESTRUCTURA DE GOBERNANZA

Entre los principales factores que habrá que tener en cuenta para la puesta en marcha de una estructura de gobernanza que perdure en el tiempo, se pueden mencionar los siguientes:

### A. COMPROMISO DE LA AUTORIDAD MÁXIMA LOCAL EN EL DESTINO

Ésta tiene una importante misión, en su rol de administrador del territorio, para generar en el sector privado y en los otros organismos públicos ubicados en el destino, una visión estratégica para orientar decisiones vinculadas con el sector turismo.

En algunos casos, la participación activa y constante del alcalde, motivará y relevará a los profesionales responsables de las distintas unidades municipales y a los demás actores que integren la gobernanza local, para crear una estructura de trabajo formal, permanente y debidamente coordinada con las instituciones públicas y los representantes del sector privado.

### B. PARTICIPACIÓN DE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS PROVEEDORAS DE INFORMACIÓN SECTORIAL

Se deben crear condiciones que aseguren la transferencia oportuna y periódica de información, mediante la creación de bases de datos para un trabajo conjunto, así como la relación entre los criterios de turismo sustentable con la misión que el Estado le asigna a cada institución pública.

Se deberán fortalecer los vínculos formales de comunicación para la obtención de datos y otros documentos de respaldo a la gestión realizada.

Dentro de la estructura de gobernanza pueden crearse comités responsables de asumir tareas específicas en materias de turismo sustentable, las que pueden formalizarse en estatutos propios. En consecuencia, entre otros factores determinantes para la consolidación en el tiempo, de un comité de esta naturaleza, se cuentan los siguientes:

- Clara definición de sus objetivos y funciones
- Capacidad de articulación con iniciativas del sector público
- Liderazgo de conducción de parte de la dirección
- Presupuesto compartido para programas y proyectos
- Dirección gerencial no necesariamente vinculada a alguna institución
- Planificación de largo plazo asociada a objetivos de desarrollo turístico
- Participación público- privada
- Financiamiento anual

### C. PARTICIPACIÓN DEL SECTOR PRIVADO

La incorporación del sector privado es también un elemento clave para fortalecer la estructura de la gobernanza, para generar una vinculación de confianza y lograr una participación que valide las decisiones. Además, se requiere trabajar en conjunto todas las iniciativas orientadas a posicionar el destino en los mercados y asegurar que la información para tomar decisiones sea a nivel local.

La participación del sector privado debiera reflejarse en su apoyo al monitoreo de la situación del destino en temas de sustentabilidad, así como para la creación de bases de datos, su procesamiento, difusión y tomar las medidas necesarias que internamente le corresponda a cada empresario.

### D. VINCULACIÓN ENTRE LA GESTIÓN PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE DEL TURISMO Y MANEJO DE INFORMACIÓN

La gestión del sistema de información a nivel local concentrará la atención de los responsables para establecer procedimientos de registro, procesamiento y difusión de los datos. Teniendo en cuenta que estas tareas son imprescindibles e indelegables, es necesario saber cuál será el uso y aplicación de los resultados que se obtengan.

Actualmente se disponen de numerosos datos incorporados a una base de información estadística en el destino, los que pueden sistematizarse y difundirse a todos los usuarios y público en general.

A modo de ejemplo, se identifican los siguientes registros estadísticos, entre otros:

- Flujo de vehículos por plazas de peaje
- Llegadas de turistas por comuna
- Pernoctaciones de turistas por comuna
- Capacidad instalada de camas por localidad y comuna
- Llegadas de turistas por pasos fronterizos
- Gasto de los turistas internacionales

En la práctica, el sistema de información es un instrumento para generar antecedentes estadísticos y reportes para el seguimiento y retroalimentación del proceso de planificación, por lo tanto, puede emplearse como el equivalente a un “termómetro” del destino, que alerta a sus responsables a intervenir ante situaciones que contravengan la sustentabilidad de éste.

## 2.5.3 MODELO DE GOBERNANZA PARA LA GESTIÓN DE UN DESTINO TURÍSTICO

Los elementos básicos propuestos para estructurar un modelo de gobernanza para la gestión de un destino, son los siguientes:



## **A. LA COMUNIDAD LOCAL**

Involucrar a las comunidades locales en el proceso de planificación es una de las principales tareas de las autoridades encargadas de conducir el proceso dependiendo estrechamente de la integración de las comunidades residentes para su éxito. Se debe evitar situaciones donde el turismo excluya a la cultura e identidad local.

Por lo tanto, podemos asegurar que la sustentabilidad sólo será posible si concurren los representantes que residen en el destino que en este caso serán los empresarios o trabajadores del sector turismo y los residentes permanentes.

## **B. EL TERRITORIO DEL DESTINO**

La configuración espacial del destino es un factor clave para generar una intervención planificada desde el ámbito de la gobernanza. Por una parte, existen límites administrativos insertos en el territorio turístico y condiciones ambientales que definen su potencialidad turística y los tipos de productos turísticos a desarrollar.

Las condiciones y el estado de conservación del territorio actúan como un atractor de los turistas, así como un elemento diferenciador para su sustentabilidad. Por ello, es importante disponer de información precisa respecto de los recursos turísticos, vialidad estructurante, distribución de centros turísticos, dotación de servicios básicos, equipamiento turístico, entre otros aspectos.

El ordenamiento y planificación territorial para la actividad turística constituye un imperativo para los desafíos que enfrentan actualmente las autoridades y sector privado, para crear las ventajas competitivas en los espacios turísticos identificados en el país.

En el caso que, en zonas no planificadas por algún instrumento de ordenamiento del territorio, el tipo y extensión de actividades turísticas no reguladas pueden ocasionar el deterioro irreversible de los ecosistemas frágiles.

## **C. LA DEMANDA TURÍSTICA**

El turista consume en el mismo lugar donde se encuentra la materia prima (atractivos), donde se ubican físicamente los prestadores del servicio y finalmente donde se emiten y depositan los residuos o desechos de la actividad. Este hecho, define la magnitud de la interacción, la sensibilización y la dependencia entre actores y territorio, al mismo tiempo que determina los niveles de impactos del turismo sobre el destino.

Por otra parte, el comportamiento de los consumidores como grupo que se desplaza a lo largo

y ancho del destino varía notablemente en cada segmento, los cuales se pueden tipificar por edades, sexo, intereses, niveles socioeconómicos, estilo de vida, entre otros.

Las dinámicas relaciones de oferta – demanda, desafían al destino a prepararse oportunamente teniendo en cuenta el perfil de sus consumidores, sus expectativas y niveles de satisfacción. En consecuencia, la información a integrar en un sistema orientado a inteligencia de mercados deberá ser sistematizada y actualizada periódicamente para asegurar decisiones asertivas respecto de cambio y adaptaciones del destino.

#### **D. GESTIÓN MUNICIPAL**

Conforme a la normativa de la Ley N°18.695, lo que se propone es que donde sea factible, las municipalidades integren a su estructura interna las funciones relacionadas con el turismo en un Departamento de Turismo independiente. Si bien en varias municipalidades se ha delegado esta responsabilidad en otras instancias relacionadas con la cultura o las relaciones públicas, en la práctica la experiencia indica que la contratación de profesionales especializados facilita la ejecución de los programas y proyectos del sector turismo, especialmente los de promoción turística, así como los de infraestructura.

El municipio como entidad autónoma cumple varias funciones que tienen un impacto directo en la actividad turística, por cuanto influye en aspectos tan importantes como la imagen que el visitante se lleva, la percepción del paisaje, el funcionamiento y la información proporcionada por las oficinas de información turística, el estado del patrimonio urbano, el nivel de congestión, seguridad, condiciones sanitarias o la aplicación de normativas ambientales conforme a las leyes vigentes.

**Es indudable que la calidad y capacidad de generar oportunidades de atracción, como lo son organizar algún evento o actividad o vincularse a un destino vecino que lo haga se reflejará en los programas y proyectos que impulse el municipio.**

## Cuadro N° 5 Principales funciones de los municipios en materia de turismo.

TIPO DE FUNCION	EJEMPLO
<b>Transporte y Tránsito Público</b>	Fomentar una actitud de educación y prevención en materia de tránsito de vehículos y disponer de diversas acciones que aporten a disminuir el tránsito vehicular durante los períodos de alta temporada.
<b>Planificación y Regulación Urbana</b>	Ubicación de las construcciones urbanas y rurales sin alterar la calidad del paisaje.
<b>Construcción y Urbanización</b>	Sugerir que el material de construcción, colores y formas tengan relación con la imagen turística que interesa proyectar del destino.
<b>Elaboración del Plan de Desarrollo Comunal</b>	Incorporar un ítem turismo en la definición del presupuesto anual.
<b>Salud Pública</b>	Contar con un sistema de monitoreo de calidad de aguas en playas públicas
<b>Promoción del Desarrollo Comunitario</b>	Trabajar en proyectos turísticos asociativos para prestar servicios de alojamiento integrados a una red.
<b>Asistencia Social</b>	Selección de familias interesadas en recibir asistencia técnica para prestar servicios agroturísticos.
<b>Protección del Medio Ambiente</b>	Elaboración de una ordenanza local de medio ambiente y protección de recursos naturales.
<b>Educación y Cultura</b>	Elaborar un programa de puesta en valor de las tradiciones locales y de rescate de la gastronomía.
<b>Capacitación y Promoción del Empleo</b>	Incorporar a los jóvenes en cursos de capacitación en turismo (Guías, Camareras, Garzones, etc.).

TIPO DE FUNCION	EJEMPLO
<b>Deportes y Recreación</b>	Programas actividades especiales de recreación y deporte al aire libre en la temporada turística.
<b>Turismo</b>	Elaborar el Plan de Desarrollo Turístico Comunal
<b>Construcción de Viviendas Sociales e Infraestructura Sanitaria</b>	Apoyo al desarrollo de agua potable rural. Diseñar la red de alcantarillado previendo el desarrollo de los centros turísticos.
<b>Prevención de Riesgos y Prestación de Auxilio en Casos de Emergencia</b>	Elaborar un plan de evacuación de zonas turísticas ante eventuales catástrofes naturales (inundaciones, terremotos, etc.).
<b>De Actividades de Interés Comunitario Local</b>	Fomentar los programas de mejoras para fachadas y antejardines antes de la temporada.
<b>Vialidad rural</b>	Consolidar una red caminera que permita el acceso a los principales lugares de interés turístico e instalar estacionamientos, miradores y señalización en zonas de interés paisajístico.
<b>Aseo y Ornato</b>	Ordenamiento y mantención de espacios públicos de frecuentación turística

**Fuente:** Humberto Rivas, 2016.

Según una encuesta de Turismo y gestión Municipal del año 2014 a los encargados municipales de turismo, se observa en el siguiente cuadro la situación crítica que afecta a los municipios en materia de información para la planificación y gestión turística. Se registraron las respuestas de 213 coordinadores de turismo municipal (Cuadro N° 6).

**CUADRO N° 6** Proporción de municipios que cuentan con información para la planificación y gestión turística profesional en el área de turismo (2014).

Tipo de información	%
Información de llegadas	29,5
Estacionalidad de la demanda	21,1
Perfil del visitante	24,2
<b>GASTO DEL TURISTA</b>	<b>15,8</b>
<b>SATISFACCIÓN DEL TURISTA</b>	<b>21,1</b>
<b>EMPLEO</b>	<b>22,1</b>
Inversión privada	29,5
Educación en turismo	15,8
Accesibilidad en empresas	24,2
Deterioro de los atractivos	31,6
Inversión privada en promoción turística	21,1
Satisfacción de la comunidad con el desarrollo del turismo	25,3
Compromiso de los turistas	14,7
Percepción de los empresarios	28,4

**Fuente:** Servicio Nacional de Turismo. Encuesta de Turismo y gestión Municipal, 2014.

Con este nivel de respuesta queda en evidencia no sólo la precariedad en la gestión en las municipalidades de Chile, sino más bien la dificultad que enfrentan en su gestión diaria para asumir las múltiples tareas que demanda el trabajo en el ámbito sectorial. Uno de los problemas más críticos que refleja este resultado es que no se cuenta a nivel local en el destino con indicadores básicos que permitan evaluar la competitividad turística, como es el caso del gasto del turista (15.8%), el nivel de satisfacción de los visitantes (21.1%) o el empleo directo generado por el turismo (22.1%).

En la actividad turística se requiere una permanente coordinación para que los planes diseñados por el municipio sean viables desde el ámbito técnico, social, económico y ambiental. Es recomendable establecer asociaciones y “alianzas estratégicas” con el sector público, con el sector privado, con otros municipios, con organismos no gubernamentales y particularmente con la propia población residente, principal beneficiaria del desarrollo turístico a nivel local.

La posibilidad de conformar un equipo técnico al interior de la unidad de turismo constituye el punto de partida para desarrollar un trabajo coordinado, lo que necesariamente debe apoyarse en una red de oficinas de información, cuya misión básica, además de la atención directa al turista, será la elaboración de antecedentes estadísticos para respaldar la gestión de esta unidad.

No obstante, es importante destacar que no todas las comunas tienen una vocación turística como receptoras de turistas. Algunas ciudades cumplen la función de centros emisores y por lo tanto constituyen importantes núcleos para la promoción de productos y destinos turísticos.

## E. RED DE ACTORES DEL DESTINO

Se debe detectar quiénes son los actores públicos y privados relevantes para el desarrollo sustentable del turismo, tanto por su pertinencia, como por el tipo y grado de responsabilidad con el proceso de desarrollo turístico del destino.

Estos actores tras concertarse en torno a objetivos comunes y para alcanzar una asociatividad exitosa, deben considerar los siguientes factores:

- Nivel de conciencia turística de los habitantes locales no involucrados directamente en la actividad.
- Pertenencia de la comunidad con el destino.
- Involucramiento y compromiso de la población local en proyectos turísticos.
- Participación de la comunidad en empleos e ingresos.
- Percepción y grado de satisfacción de la comunidad con el turismo.

## F. INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN DEL DESTINO

Como se hace referencia en el capítulo 1 (punto 1.2 e), un aspecto importante de la planificación turística es pensar en cómo organizar y financiar - en una primera etapa - la elaboración participativa (talleres, entrevistas, informes, etc.) de un plan de acción que busque mejorar las brechas del destino, con una mirada a largo plazo y que incluya la visión de los actores locales.

Además deberán diseñarse herramientas que faciliten la evaluación periódica de los objetivos y del avance en la aplicación de programas y se deberán elaborar planes de contingencia para diferentes escenarios (oportunidades, crisis, amenazas, coyunturas, etc.).

Dada la permanente limitación de recursos humanos y presupuestarios que afectan a la institucionalidad turística en general, la primera definición estratégica a tener en cuenta es la “focalización territorial”, con el objetivo de hacer más eficiente la acción dirigida a los destinos turísticos la que implica centrar el trabajo de los distintos organismos con competencias sectoriales del destino, para constituirlo en un polo de desarrollo.

Existen lineamientos estratégicos de carácter global, los cuales pueden ser implementados a una escala local, como insumos de la focalización territorial. Estos lineamientos son los siguientes:

- Marketing turístico
- Desarrollo de Productos
- Formalización de la oferta
- Formación y Capacitación de Recursos Humanos
- Calidad de Servicios
- Aseo y ornato
- Infraestructura y Equipamiento turístico
- Fomento a la Inversión turística
- Información Turística
- Innovación
- Fomento y Asistencia Técnica
- Ordenamiento del Territorio

## G. ESTRUCTURA DE GESTIÓN DEL DESTINO

Teniendo en cuenta la importancia de trabajar con líneas de acción comunes, es fundamental que se conforme algún tipo de estructura organizacional representativa y validada por los actores locales. Esta condición es importante debido a que un destino gestionado bajo un esquema de participación requiere de la confianza colectiva de sus integrantes.

Para la implementación de una estructura se requiere contar como condición de base con una instancia de coordinación que tenga como referencia esquemas de asociatividad que han demostrado resultados. A modo de ejemplo, en los últimos años en Chile se ha trabajado con instrumentos para la asignación de recursos, como es el caso de las Zonas de Interés Turístico, que constituyen un “soporte” muy apropiado para trabajar con un modelo de gestión como el que se ha comentado.

La estructura organizacional para la gestión puede ser diversa según la realidad regional y los mecanismos de financiamiento, pero los elementos comunes que prevalecen son: un grupo directivo público – privado, un equipo técnico, una gerencia responsable ante el equipo de dirección del cumplimiento efectivo de los compromisos del plan y un equipo de apoyo administrativo financiado idealmente con aportes mixtos.

## **H. SISTEMA DE MONITOREO DE SUSTENTABILIDAD**

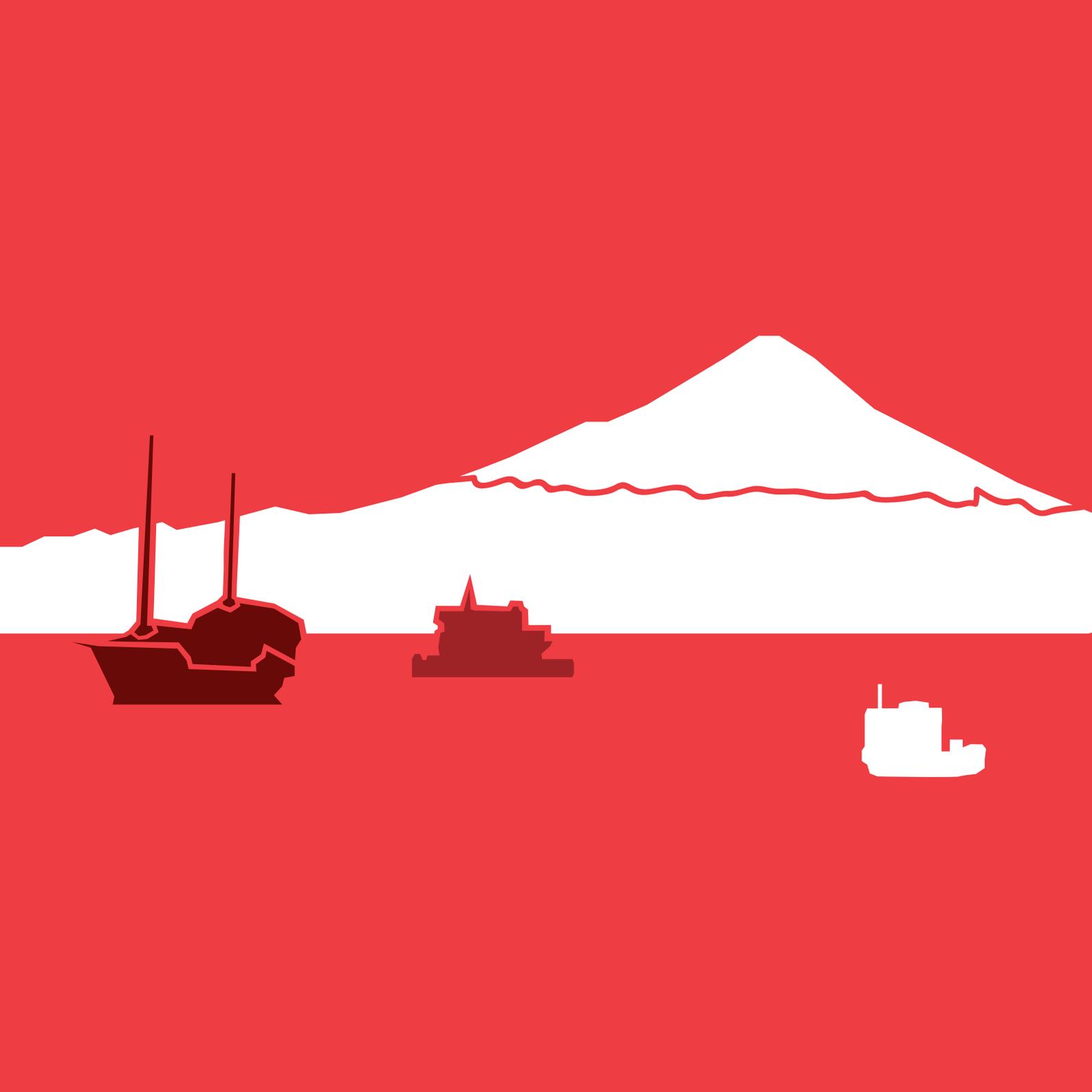
Responder a los desafíos de la sustentabilidad en cualquiera de sus ámbitos (sociocultural, económico o ambiental) supone para las localidades turísticas establecer acciones y los límites que resguarden las condiciones de competitividad entre destinos.

Una forma de avanzar hacia una gestión “inteligente” en los destinos (Concepto abordado con mayor profundidad en el punto 4.1.1) es realizar mediciones periódicas con aplicación de las tecnologías disponibles para el análisis de datos, como el “big data” derivado de la actividad turística, en donde se incorporan herramientas territoriales, de los Sistemas de Información Geográfica (SIG) y el desempeño de variables ambientales y socioeconómicas conductuales de los consumidores, que son claves para el desarrollo turístico sustentable del destino.

Se debe diseñar un plan de acción, estableciendo prioridades consensuadas entre todos los actores del destino y expuestas por etapas considerando horizontes de corto, mediano y largo plazo, que permita finalmente focalizar la gestión de las autoridades locales y generar una vinculación sólida con el sector turístico privado y de mutuo beneficio con el sector público. Los indicadores de base deben incorporar condiciones ambientales, económicas y socioculturales que pueden afectar el desarrollo del turismo, revisar con mayor profundidad en el punto 3.7 del manual “Criterios del GSTC para la medición de sustentabilidad del destino”.



**Fotografía:** Parque Nacional Pan de Azúcar, Región Atacama.  
**Fuente:** Banco de imágenes de Sernatur.



# 3

## PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TERRITORIAL PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE DE UN DESTINO TURÍSTICO

---

El tercer capítulo entrega herramientas básicas para la planificación de los destinos turísticos, identificando cada una de sus etapas y entregando algunos instrumentos de uso habitual que se recomienda aplicar en los destinos para avanzar hacia el desarrollo sustentable del turismo.

Según la FAO (2016), “el Ordenamiento Territorial (OT) permite organizar el uso, aprovechamiento y ocupación del territorio sobre la base de las potencialidades y limitaciones, teniendo en cuenta las necesidades de la población y las recomendaciones generadas por todos los instrumentos de planificación y gestión”.

Bajo la lógica del OT, el resultado de las decisiones debe traducirse en la definición de un modelo territorial equilibrado que promueva un desarrollo regional sustentable, el cual surja de acuerdos consensuados socialmente propendiendo a la equidad e integración territorial y social. Esto se concreta a partir de la elaboración y aplicación de distintos instrumentos que busquen orientar y armonizar las acciones de los diversos órganos de la Administración del Estado en la región y del sector privado, respecto del modelo de desarrollo del territorio, lo que comprende tanto su dimensión geográfica como de sustentabilidad, referida a la seguridad de que el resultado mantenga su validez en un mediano y largo plazo.

En este contexto es posible afirmar que el ordenamiento del espacio turístico propicia la coordinación de las políticas de turismo en el territorio, a escala local, regional o nacional, estimulando las iniciativas y procesos de participación de la comunidad y de los actores públicos y privados relacionados en base a una imagen o visión compartida que se expresa en la práctica en los instrumentos de uso del territorio. El OT contribuye directamente al desarrollo sustentable del turismo en tanto integra la dimensión ambiental, económica y sociocultural, involucrando a las comunidades residentes y visitantes en los destinos.

El OT plantea la existencia de diversos componentes en el ámbito de la planificación territorial, entre los que destacan el componente rural, el urbano, el costero, el de montaña y el componente de cuencas hidrográficas, los cuales son la base del quehacer y las particularidades de un destino turístico, los cuales podrán presentar sub-categorías dentro de éstos, en función de

**Figura N°14** Chiu Chiu, Región Antofagasta.



las características propias de cada territorio y de las variables de análisis y tipo de desarrollo territorial priorizados.

A nivel nacional existen diversas herramientas con que cuenta el Estado en materia de políticas públicas, a nivel de instrumentos de ordenamiento y planificación territorial de carácter normativo e indicativo, los cuales se encuentran a distintas escalas territoriales o macrozonales. Por ejemplo, aquellos instrumentos disponibles en la escala nacional con foco en el territorio, tales como, las políticas nacionales de desarrollo urbano y rural; Instrumentos de escala macrozonal para abordar ámbitos territoriales interregionales o que exceden la escala regional, Instrumentos aplicables a escala regional como la Estrategia de Desarrollo Regional (EDR), el Plan Regional de Ordenamiento Territorial (PROT), Plan Regional de Infraestructura Urbana y Territorial (PRIUT), Zonificación de Uso del Borde Costero (ZUBC), entre otros. Incluso la declaración de áreas protegidas con sus respectivos planes de manejo y gestión, como el Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado (SNASPE), puede ser considerado como un instrumento para planificar y gestionar un territorio, en este caso preciso con vistas a su conservación ambiental. Finalmente, instrumentos a escala local como los Planes Reguladores Metropolitanos o Intercomunales (PRI), Planes Reguladores Comunales (PRC), Planes de Desarrollo Comunal (PLADECOS), y Seccionales, entre otros. Cabe destacar la existencia de diversos instrumentos de gestión, los cuales son principalmente de tipo indicativo, tal es el caso de las Zonas de Interés Turístico (ZOIT), Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO), Plan de Desarrollo Turístico (PLADETUR), Estrategias Regionales de Desarrollo (ERD), Criterios GSTC, entre otros.

Con el propósito de fomentar la aplicación de un programa para fortalecer la gestión sustentable en el destino, se señalan algunos de estos instrumentos y herramientas de planificación y gestión territorial y ambiental:

- Plan Regional de Ordenamiento Territorial (PROT)
- Plan Regulador Comunal
- Plan Seccional
- Ordenanzas Municipales
- Zona de Interés Turístico (ZOIT)
- Protección del Patrimonio Urbano (Zona típica, Ley Monumentos Nacionales, etc.)
- Zonificación del borde costero
- Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA)
- Áreas Protegidas del SNASPE y sus Planes de Manejo

## 3.1 INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN, ORDENAMIENTO Y GESTIÓN TERRITORIAL Y AMBIENTAL

Como se ha señalado en el punto precedente, para la toma de decisiones en la planificación y gestión territorial y ambiental, se combinan las diversas escalas de actuación, la aplicación de herramientas o una combinación de éstas, en un contexto donde diversos actores públicos y privados ejercen parte de dicha gobernanza. Desde esa perspectiva, se determina una lógica de articulación institucional y de diálogo efectivo entre todas las políticas públicas favoreciendo que se cumplan los principios de visión, objetivos estratégicos y directrices definidas para un determinado destino turístico y todo esto dentro del marco normativo y legal vigente. En este contexto, se señalan algunos de estos instrumentos disponibles de planificación y gestiones, tanto normativas como indicativas que incorporan medidas de ordenamiento y gestión territorial y ambiental y que inciden directamente en el uso turístico a escala regional, comunal y local.

### A. PLAN REGIONAL DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL (PROT)

El Plan Regional de Ordenamiento Territorial (OT) está planteado como un instrumento relevante en materia de OT, para apoyar la administración de la región y en particular al Gobierno Regional, en el cumplimiento de velar por la compatibilidad territorial de los proyectos de inversión y se entenderá como un complemento a la Estrategia Regional de Desarrollo (ERD) (Subsecretaría de Desarrollo Regional, 2011:25).

Dado lo anterior, el instrumento deberá consignar las características, potencialidades, vocaciones y recomendaciones para orientar la planificación y decisiones que impacten en los territorios urbanos, rurales, costeros, de montañas y el sistema de cuencas hidrográficas, considerando los principios de sustentabilidad, integración social, participación y descentralización, basándose en los objetivos o lineamientos estratégicos de la Estrategia Regional de Desarrollo y previa consulta a cada uno de los servicios públicos con competencias en el ámbito territorial.

### B. PLAN REGULADOR COMUNAL

Se entenderá por Planificación Urbana Comunal aquella que promueve el desarrollo armónico del territorio comunal, en especial de sus centros poblados, en concordancia con las metas regionales de desarrollo económico-social. La planificación urbana comunal se realizará por medio del Plan Regulador Comunal, el que emana de la Ley General de Urbanismo y Construcciones.

El Plan Regulador es un instrumento constituido por un conjunto de normas sobre adecuadas condiciones de higiene y seguridad en los edificios y espacios urbanos, y de comodidad en la relación funcional entre las zonas habitacionales, de trabajo, equipamiento y esparcimiento.

Sus disposiciones se establecen mediante ordenanzas locales, y se refieren al uso del suelo o zonificación, localización del equipamiento comunitario, estacionamiento, jerarquización de la estructura vial, fijación de límites urbanos, densidades y determinación de prioridades en la urbanización de terrenos para la expansión de la ciudad, en función de la factibilidad de ampliar o dotar de redes sanitarias y energéticas, y demás aspectos urbanísticos.

### **C. PLAN SECCIONAL**

Otro instrumento de planificación local, que surge también de la Ley General de Urbanismo y Construcciones, es el Plan Seccional, que esencialmente sirve para planificar con un mayor grado de detalle un sector no regulado o rural inserto en la comuna. En él se establecen mediante ordenanzas y con mayor exactitud los trazados y anchos de calles, la zonificación detallada del uso del suelo urbano, las áreas de construcción obligatoria, las líneas oficiales de edificación, los terrenos afectos por expropiaciones y otros aspectos urbanísticos de importancia para el desarrollo del sector al que se aplica el seccional.

En aquellos asentamientos humanos o centros poblados de una comuna que carecen de Plan Regulador Comunal, el Plan Seccional puede ser utilizado en su planificación urbana, cumpliendo la función de Plan Regulador.

### **D. ORDENANZAS MUNICIPALES**

Las ordenanzas municipales constituyen uno de los instrumentos con mayor potencial de uso para los objetivos de la gestión territorial turística, dado que permiten regular de forma legal y específica los diversos componentes territoriales de la actividad turística, así como la prestación de los servicios. Considerando la transversalidad del turismo, es posible integrar desde un único instrumento, diversas materias que contribuyen a fortalecer la conducción del desarrollo turístico del destino hacia la imagen objetivo-propuesta. Estas ordenanzas constituyen una herramienta a considerar por los municipios para intervenir tempranamente en la gestión y planificación del turismo, transformándolo en una actividad sustentable en el tiempo, por la obligatoriedad de su aplicación.

La relevancia de estas herramientas, es que permiten mejorar la imagen y competitividad del destino, utilizando eficientemente los recursos municipales, protegiendo y conservando el medio ambiente, a la vez de potenciar el destino como un foco de atracción turística sensibilizando tanto al visitante como al residente respecto de su entorno impulsando el cumplimiento de las normas ahí establecidas.

4  
Disponibile en el siguiente  
link: <http://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2015/06/Manual-de-Ordenanzas-Municipales.pdf>

En el país se ha dictado un número importante de Ordenanzas locales que dicen relación, entre otras, con la protección ambiental, el uso del suelo, sobre actividades turísticas específicas, equipamiento e instalaciones turísticas, pago de derechos, urbanismo e imagen turística, todas las cuales constituyen un referente relevante para el desarrollo del turismo en un destino.

En el año 2014, SERNATUR elaboró un documento denominado “Manual de Ordenanzas Turísticas Municipales para el Desarrollo Turístico Sustentable<sup>4</sup>”, el cual contempla un levantamiento y análisis de las ordenanzas municipales de 76 comunas con población flotante significativa. Para efectos de dicho documento, las ordenanzas se clasificaron según ámbito de la sustentabilidad (ambiental, económico y sociocultural) con sus respectivos criterios y, a su vez, se agrupan o enmarcan en las siguientes temáticas:

- Actividades turísticas, deportivas y recreativas
- Medioambiente
- Uso de espacios públicos
- Eventos
- Conservación del patrimonio histórico - cultural
- Urbanismo y paisaje
- Áreas Silvestres Protegidas
- Tránsito y transporte
- Ventas y comercio ambulante
- Aseo y ornato
- Uso eficiente del agua y energía

A continuación, se muestran algunos ejemplos de ordenanzas que se aplican en destinos turísticos (Cuadro N° 7).

**CUADRO N° 7** Ejemplo de ordenanzas que se aplican en Destinos Turísticos.

	CRITERIOS	COMUNA	NOMBRE DE LA ORDENANZA	RELACIÓN CON EL TURISMO	TEMA EN EL QUE SE ENMARCA
Ámbito Ambiental	Conservación de la Biodiversidad	Arica	Ordenanza sobre la protección y conservación de la Reserva Natural Municipal de la Desembocadura del Río Lluta	Este patrimonio natural es uno de los más importantes de Arica, debido a que es un ecosistema con gran biodiversidad que no solo actúa como polo de atracción turística sino como refugio de aves, por lo tanto, se hace necesaria su protección.	Áreas Silvestres Protegidas
	Gestión del territorio turístico	Coquimbo	Ordenanza Municipal para determinar los usos del borde costero	Se debe normar el uso del Borde Costero por ser fuente principal del crecimiento de la industria turística para la Comuna de Coquimbo, regulando los permisos e instalaciones o construcciones temporales de hasta 120 días corridos.	Uso de espacios Públicos
Ámbito Sociocultural	Funcionamiento y uso de ferias y muestras locales	Santiago	Ordenanza de ferias artesanales	Velar por el buen funcionamiento de las ferias artesanales debido a su atractivo hacia el visitante, brinda la tranquilidad y calidad de los productos, así como el sello personal proveniente del artesano.	Ventas y Comercio Ambulante
Ámbito Económico	Calidad y Satisfacción del Visitante	Pucón	Ordenanza Municipal para la regulación de la comercialización de servicios del deporte nieve	Se debe garantizar la calidad y seguridad hacia el visitante respecto a todos los elementos que tienen relación con la actividad que se practica, con el fin que vuelva a visitar el destino y que ello permita un mejor desarrollo de la actividad turística en la Comuna.	Actividades turísticas, deportivas y recreativas

**Fuente:** Servicio Nacional de Turismo. Manual de Ordenanzas Turísticas Municipales para el Desarrollo Turístico Sustentable, 2014.

## 3.2 DECLARACIÓN DE ZONAS INTERÉS TURÍSTICO (ZOIT)

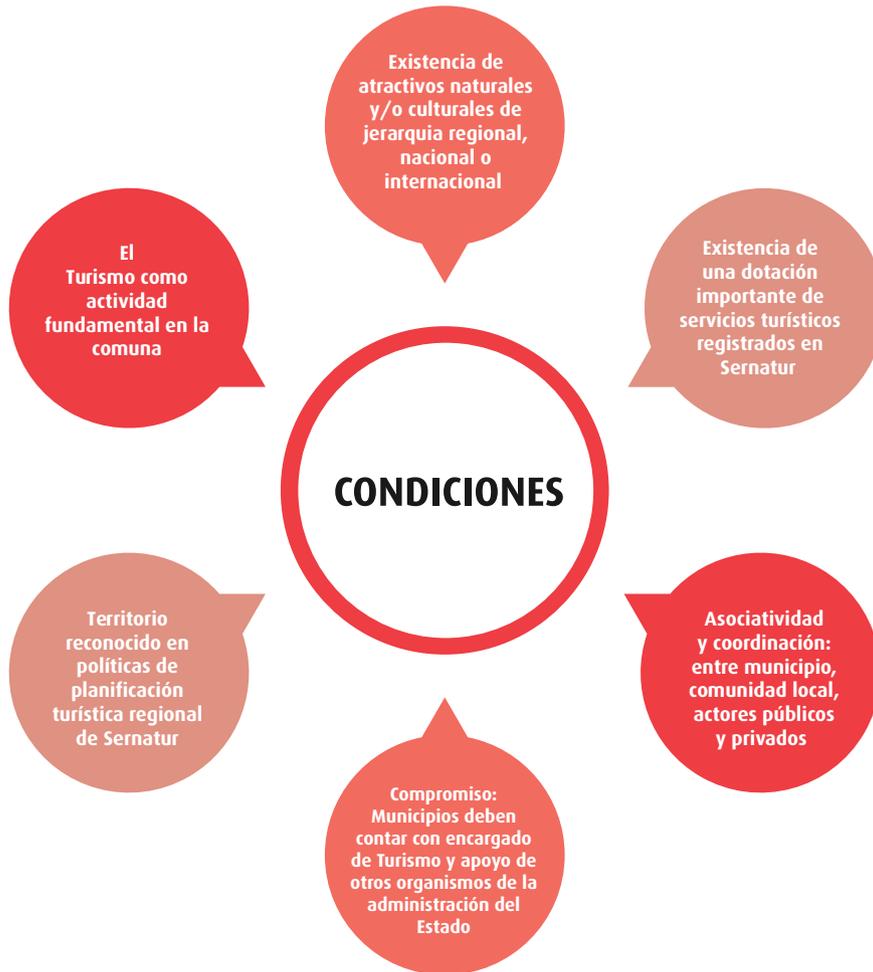
Uno de los principales instrumentos con que cuentan actualmente los destinos turísticos de Chile para fomentar el desarrollo del turismo, es la declaratoria de Zona de Interés Turístico.

De acuerdo a la Ley del Turismo (Ley 20.423/2010), son Zonas de Interés Turístico “los territorios comunales, intercomunales o determinadas áreas dentro de éstos, que tengan condiciones especiales para la atracción turística y que requieran medidas de conservación y una planificación integrada para promover las inversiones del sector privado” (Art. 13).

Adicionalmente, la Ley señala que “las Zonas de Interés Turístico tendrán carácter prioritario para la ejecución de programas y proyectos públicos de fomento al desarrollo de esta actividad, como asimismo para la asignación de recursos destinados a obras de infraestructura y equipamiento necesarios” (Art. 17).

La ZOIT corresponde a un instrumento de gestión público-privada para el fomento de la actividad turística que se ejecuta por medio de la construcción participativa, coordinación y el compromiso de ejecución de un Plan de Acción en un territorio determinado dentro de un plazo de ejecución de dos años. Estos territorios pueden estar liderados por el/los municipios, en conjunto con otros actores públicos y privados y organizaciones de carácter local, acompañados técnicamente por las Direcciones Regionales de Turismo de SERNATUR. Los Planes de Acción de la ZOIT deben estar en concordancia con los lineamientos, directrices y pautas establecidos en la Planificación de Desarrollo Turístico Regional, y propondrán iniciativas específicas a implementar en la ZOIT, orientadas al desarrollo sustentable del turismo. Este instrumento debe ser gestionado, monitoreado e implementado por la Mesa Público – Privada de gestión de la ZOIT.

**Figura N°15** Condiciones para la postulación ZOIT.



**Fuente:** Subsecretaría de Turismo, 2016.

# PROCEDIMIENTO DE LA ZOIT

Los principales cambios del nuevo reglamento que establece el procedimiento de declaratoria ZOIT (Decreto N°30 de 2016):

- La solicitud es: presentada por la Dirección Regional de SERNATUR en representación de él o los Municipio (s) y el respaldo de los actores relevantes del territorio.
- El monitoreo de la ZOIT se llevará a cabo por los Comités de Seremis, al menos dos veces al año.
- La vigencia de la declaración ZOIT es de 4 años (Prorrogables).



## 1. Envío de formulario de solicitud declaratoria ZOIT

La Dirección Regional de SERNATUR es la encargada de presentar la ficha de solicitud con el apoyo cercano de él o los municipios y los actores relevantes del territorio. El formulario de solicitud está disponible en la sección Zona de Interés Turístico en el sitio web: [www.subturismo.gob.cl](http://www.subturismo.gob.cl).



## 2. Evaluación de admisibilidad (10 días)

La Subsecretaría de Turismo realiza un examen de admisibilidad, verificando el cumplimiento de los requisitos formales. La Subsecretaría puede declarar admisible, inadmisibles o formular observaciones a la solicitud.



## 3. Consultas

### Organismos del Estado (20 días)

Otorgada la admisibilidad, la Subsecretaría de Turismo oficiará a servicios públicos relacionados para solicitar su pronunciamiento respecto de la solicitud ZOIT.

### Consulta Pública (30 días)

En paralelo, en el sitio web de la Subsecretaría de Turismo [www.subturismo.gob.cl](http://www.subturismo.gob.cl) se pondrá a disposición los antecedentes de la solicitud, para entregar comentarios y observaciones.



#### 4. Sistematización de antecedentes (15 días)

Una vez recibidos todos los pronunciamientos tanto de los servicios públicos como las observaciones de la ciudadanía, La Subsecretaría de Turismo, dará respuesta poniéndolos a disposición en el sitio web [www.subtrismo.gob.cl](http://www.subtrismo.gob.cl).



#### 7. Evaluación del Plan de Acción

Una vez elaborado el Plan de Acción ZOIT, se presentará en la próxima sesión del Comité de Seremis del Turismo para recibir observaciones.



#### 5. Evaluación de la solicitud (20 días)

Con todos los antecedentes, la Subsecretaría podrá realizar observaciones a la Dirección Regional de SERNATUR, dictar la resolución que da inicio al Plan de Acción ZOIT o declararla improcedente.



#### 8. Informe del proceso

La Subsecretaría de Turismo, elaborará un informe detallado de todo el procedimiento teniendo en cuenta el Plan de Acción y el resultado del Comité de Seremis del Turismo, para ser presentado en la próxima sesión del Comité del Ministros del Turismo para su evaluación.



#### 6. Elaboración del Plan de Acción (80 días)

En un plazo de 80 días hábiles, como máximo, las partes solicitantes deberán elaborar participativamente el Plan de Acción ZOIT, el cual definirá la visión, objetivos y acciones concretas y viables para el desarrollo turístico deseado para ese territorio.



#### 9. Declaratoria

La Subsecretaría de Turismo deberá presentar la propuesta de declaración de Zona de Interés Turístico al Comité de Ministros del Turismo, quién podrá aprobar y declarar la ZOIT propuesta y su Plan de Acción respectivo, o en su defecto, rechazar o solicitar modificaciones al Plan de Acción ZOIT.

**Para mayor información visitar:**

[www.subturismo.gob.cl](http://www.subturismo.gob.cl) en la sección Zonas de Interés Turístico

## 3.3 PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO URBANO

La protección del patrimonio en Chile se encuentra bajo el resguardo de dos cuerpos legales: la Ley N°17.288 de Monumentos Nacionales y la Ley General de Urbanismo y Construcciones. Ambas deben actuar coordinadamente y complementarse para proteger y gestionar el patrimonio urbano de nuestro país.

En este sentido, la Ley de Monumentos Nacionales tiene por objeto identificar y proteger el patrimonio que posee valoración nacional, la supervisión de sus intervenciones y considera al patrimonio histórico, arqueológico y monumental (edificios monumentales). Además, a partir del año 1970, se incorpora la declaratoria de zonas, sitios, localidades, barrios o poblaciones, de manera de cautelar el patrimonio urbano (áreas rurales también) en una mirada de conjunto y territorio. Esta Ley considera las siguientes Categorías de Protección como Monumento Histórico, Zona Típica y Pintoresca y Sitios Arqueológicos y Monumentos Públicos. Respecto de Santuarios de la Naturaleza, hoy su declaración la realiza el Ministerio de Medio Ambiente con apoyo del Consejo de Monumentos Nacionales.

En cuanto a la Ley General de Urbanismo y Construcciones que tiene por objeto proteger el patrimonio que posee una valoración local, delega la facultad de dicha identificación en los Planes Reguladores Comunales.

Los Planes Reguladores Comunales (PRC), deben reconocer los inmuebles declarados Monumento Nacional y las Zonas Típicas (ZT), e identificar los Inmuebles o Zonas de Conservación Histórica (ICH O ZCH), incluyendo la fundamentación de cada caso, según artículo 2.1.43 del decreto 47 del MINVU. Por otra parte, se establece que la Ordenanza Local del PRC fijará las normas urbanísticas propias de su nivel, incluyendo entre ellas, los ICH, las ZCH, Zonas Típicas y Monumentos Nacionales, con sus respectivas reglas urbanísticas especiales.

## 3.4 ZONIFICACIÓN DE BORDE COSTERO

El potencial costero del país genera una creciente y múltiple valoración por parte de los agentes públicos y privado, esto, porque la zona costera es zona de interface tierra-mar donde se insertan ecosistemas de singular biodiversidad; y, desde una dimensión cultural patrimonial, ésta posibilita la realización de actividades de recreación y esparcimiento potenciando el desarrollo urbano y el turismo. De esta manera, estos intereses deben coexistir con otros

vinculados a actividades productivas estratégicas como las instalaciones portuarias, pesqueras, energéticas o mineras.

Considerando todas estas variables, es necesario orientar estratégicamente el desarrollo territorial de las múltiples actividades y usos económico- sociales que se emplazan en la zona costera, aplicando procedimientos técnico-políticos para la articulación estratégica de los actores. Asimismo, facilita la gestión territorial y fortalece la capacidad de coordinación de la administración regional en el proceso de concordar usos preferentes de la zona costera, entre el sector público y el privado.

La zonificación es un instrumento abocado a la gestión del territorio costero y cuyos resultados son la asignación participativa de usos preferentes en el borde costero. Es una herramienta complementaria a la planificación y gestión territorial, ya que se integra con la Estrategia Regional de Desarrollo –de la cual se desprende–, de los instrumentos de planificación territorial (Plan Regulador Intercomunal, Plan Regulador Comunal, etc.) así como de la planificación sectorial vinculada a dicho espacio.

Es igualmente un proceso de ordenamiento de los espacios que conforman el Borde Costero del litoral, que tiene por objeto definir el territorio y establecer sus múltiples usos, expresados en usos preferentes y excepcionalmente exclusivos, y graficados en planos que identifiquen, entre otros aspectos, los límites de extensión, zonificación general y las condiciones y restricciones para su administración. La zonificación consiste en generar condiciones favorables a la conservación, al equilibrio medioambiental y social, y a la inversión pública y privada, proporcionando estabilidad y certeza respecto del uso sustentable de los espacios contenidos en el Borde Costero Regional.

## 3.5 SISTEMA DE EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL (SEIA)

Uno de los principales instrumentos para prevenir el deterioro ambiental es el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA). Este instrumento permite introducir la dimensión ambiental en el diseño y la ejecución de los proyectos y actividades que se realizan en el país; a través de él se evalúa y certifica que las iniciativas, tanto del sector público como del sector privado, se encuentran en condiciones de cumplir con los requisitos ambientales que les son aplicables. Este aspecto adquiere relevancia al momento de compatibilizar el desarrollo de actividades productivas con el turismo, en una perspectiva de conservación y protección de los recursos y componentes ambientales y del desarrollo sustentable de cada actividad.

El procedimiento establecido a través del SEIA permite además evaluar y certificar que, en el ámbito de las competencias de SERNATUR sobre los componentes de turismo y paisaje, dichos proyectos o iniciativas, se encuentran en condiciones de cumplir con los requisitos ambientales y sea posible prevenir los impactos que, en turismo y paisaje puedan generarse por las instalaciones y obras del proyecto o actividad y en caso de generarse impactos adversos significativos puedan éstos mitigarse, compensarse o repararse.

Se evalúan todos los proyectos que ingresan al SEIA y por tanto a SERNATUR le compete un rol estratégico en compatibilizar iniciativas productivas en el resguardo del patrimonio turístico y el desarrollo productivo sustentable del país el cual incide de igual forma en el desarrollo del turismo a nivel nacional.

Para las autoridades locales, el desafío central es fortalecer los procesos de decisiones en el territorio mediante este instrumento de protección y de gestión sustentable para el turismo. El interés estratégico de la evaluación ambiental es prever y minimizar el eventual deterioro de las condiciones naturales y culturales que determinan el atractivo turístico del destino y asegurar la puesta en práctica de medidas destinadas a revertir, mitigar o compensar los impactos.

El Titular de un proyecto o actividad que se somete al SEIA (Art. 10 de la Ley<sup>5</sup>), puede ingresar presentando una Declaración de Impacto Ambiental (DIA) o un Estudio de Impacto Ambiental (EIA) en caso de que el proyecto genere o presente alguno de los efectos, características o circunstancias contemplados en el artículo 11 de la Ley, uno de los cuales tiene que ver con la alteración significativa, en términos de magnitud o duración, del valor paisajístico o turístico de una zona.

Se entenderá que una zona tiene valor paisajístico cuando, siendo perceptible visualmente, posee atributos naturales que le otorgan una calidad que la hace única y representativa.

Una de las variables ambientales que mayor relación tiene con el turismo, por la valoración que le asignan los visitantes a un destino, corresponde al paisaje, el cual se entiende como la expresión visual en el territorio del conjunto de relaciones derivadas de la interacción de determinados atributos naturales (biofísicos: flora y fauna, relieve, suelo y agua; estéticos: forma, color y textura; y estructurales: diversidad y singularidad de atributos presentes y condición natural o antrópica del paisaje)

Respecto del Valor Turístico en el SEIA, de acuerdo a lo establecido en el artículo 9 del Reglamento del SEIA<sup>6</sup>, se entiende que “una zona tiene valor turístico cuando, teniendo valor paisajístico, cultural y/o patrimonial, atraiga flujos de visitantes o turistas hacia ella”. Para determinar el valor turístico de una zona, se deben considerar elementos o atributos que le otorgan valor a la zona, siendo al menos los siguientes:

<sup>5</sup>  
Ley N°19.300/94 sobre Bases Generales del Medio Ambiente, modificada por la Ley N°20.417/10.

<sup>6</sup>  
Decreto Supremo N°40/12, Reglamento del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental.

- Presencia de una Zona de Interés Turístico (ZOIT)
- Presencia de un Destino Turístico
- Atractivos Turísticos
- Servicios Turísticos
- Actividades Turísticas
- Atracción de flujos de visitantes (mediante antecedentes estadísticos, tales como: llegadas y pernoctaciones de visitantes, permanencia en el destino, tasa de ocupabilidad, entre otros).
- Otros antecedentes (gasto medio diario de los visitantes, tipo de productos turísticos ofrecidos, percepción de los visitantes respecto del destino, otros).

Una vez identificados los impactos ambientales de un proyecto y determinado que éste genera o presenta una alteración significativa, en términos de magnitud o duración del valor paisajístico o turístico de una zona, el proyecto debe someterse a evaluación mediante la presentación de un Estudio de Impacto Ambiental (EIA), el cual debe contener las medidas ambientales de mitigación, reparación o compensación que se hagan cargo de tales impactos.

**Figura N°13** Pichilemu, Región del Libertador General Bernardo O'Higgins.



# EL CASO DE LA CENTRAL ANGOSTURA

La Central Hidroeléctrica Angostura (316 MW), ubicada en las comunas de Santa Bárbara y Quilaco, en la Región del Biobío, tuvo una inversión de U\$715 millones. El proyecto considera la ejecución de una presa emplazada unos 700 metros aguas arriba del puente El Piulo, cercana a la confluencia de los ríos Biobío y Huequecura, lo que generará un embalse de 5 kilómetros de largo por el río Huequecura y de 16 kilómetros de largo por el río Biobío.

En el Estudio de Impacto Ambiental se identifican impactos significativos sobre la flora, fauna y suelo agrícola, reasentamiento de comunidades humanas y alteración significativa en sus sistemas de vida y costumbres, alteración de sitios con valor arqueológico y antropológico y alteración significativa del valor paisajístico y turístico. En relación a esto último, los impactos negativos de mayor relevancia corresponden a la pérdida de espacios naturales de uso público con fines recreacionales por despeje y llenado del embalse que afectará, en particular, un tramo del río Huequecura que posee presencia de zonas de camping, áreas de picnic y de baño en pozones del río.

Para los impactos generados sobre los componentes turismo y paisaje mencionados anteriormente, el proyecto considera como medidas de compensación: un embalse con mínima regulación de cota para aprovechar el potencial turístico en torno a éste, además, contempla dos playas públicas, tres campings, sendero, mirador, arboretum con especies nativas y Centro de Visitantes. Todas las decisiones asociadas a este destino han sido tomadas en la Mesa de Turismo de Angostura, integrada por representantes de la zona, de las municipalidades de Quilaco y Santa Bárbara, SERNATUR y Colbún.



## 3.6 ÁREAS PROTEGIDAS DEL SNASPE Y PLANES DE MANEJO

Los ambientes silvestres terrestres o acuáticos que el Estado protege y maneja para lograr su conservación, así como una serie de categorías de áreas protegidas privadas, constituyen igualmente formas de ordenar y planificar el uso y gestión de un territorio. Como se señaló anteriormente, las Áreas Protegidas, en este caso, las del Sistema de Áreas Protegidas Silvestres del Estado (SNASPE) que administra CONAF pueden considerarse como una forma de gestión territorial. En el caso del SNASPE, el sistema está formado por 3 categorías de manejo, Parques Nacionales, Reservas Nacionales y Monumentos Naturales, abarcando una superficie levemente superior a 14 millones de hectáreas, lo cual corresponde aproximadamente a un 18% de Chile continental.

Desde hace unos 10 años, se intenta generar a través de un enfoque ecosistémico, un Sistema Nacional de Áreas Protegidas el que debería contemplar en su diseño la adecuada integración funcional de los diferentes componentes definiéndose los flujos decisionales, de información, de funciones de nivel estratégico, planes e instrumentos administrativos, técnicos y financieros, y del nivel de programación y ejecución de acciones de coordinación, certificación, promoción, seguimiento y control.

Esto además de promover y articular la participación del sector privado en la creación, administración, manejo y financiamiento de las áreas protegidas incluyendo los esfuerzos público-privados, de ONGs, propietarios particulares, comunidades indígenas, universidades y sectores productivos, todo esto con el fin de generar consistencia con otros sistemas de gestión del territorio, con las políticas y estrategias existentes en el país, tanto en lo ambiental como en el ámbito de los diferentes sectores productivos y de desarrollo socioeconómico, a fin de dar coherencia y sustentabilidad a los esfuerzos de conservación y gestión.

En el caso de las áreas protegidas, los planes de manejo y gestión son relevantes ya que permiten, como instrumento de planificación, generar directrices necesarias para orientar la gestión en el manejo y administración del área protegida y para su seguimiento y evaluación. Esto requiere una caracterización y un diagnóstico del área, formulando objetivos de conservación, objetivos del plan, estrategias de conservación y una zonificación territorial para determinar tipos de usos y ordenamiento de estos espacios.



Fotografía: Carnaval de Putre, Región de Arica y Parinacota.  
Fuente: Banco de imágenes de Sernatur.

## 3.7 CRITERIOS DEL GSTC PARA LA MEDICIÓN DE SUSTENTABILIDAD DEL DESTINO

En el capítulo 2 de este documento, se hacía referencia a los conceptos básicos de turismo sustentable y este punto se aborda cómo avanzar en su medición. Para tal efecto, los indicadores turísticos permiten evaluar el estado de la situación de una variable determinada y su evolución favorable o negativa en aspectos que resultan claves para reconocer la condición de sustentabilidad del destino, además de poder medir el “estado” en que se encuentra el proceso de desarrollo turístico, en función de los objetivos que los actores locales se han propuesto. El Consejo Global de Turismo Sustentable (GSTC), pone a disposición criterios de medición de la sustentabilidad de los destinos, de todas las escalas, con el objeto de establecer los estándares mínimos básicos que cualquier administración de turismo debiera aspirar a tener a la hora de incorporar la sustentabilidad en su gestión. La definición de un destino turístico sustentable considera 4 objetivos básicos:

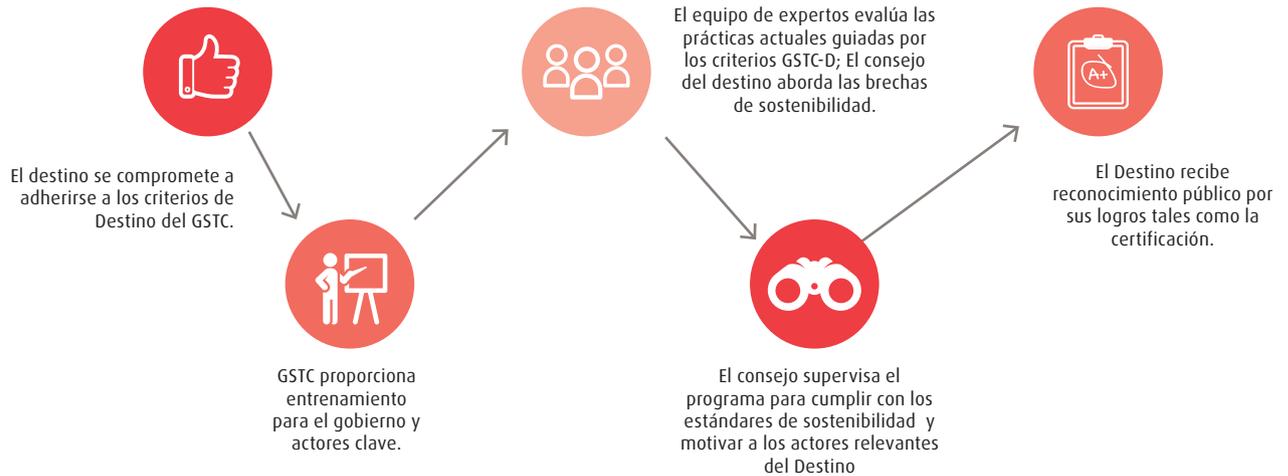
1. Demostrar una gestión de destino sustentable (14 criterios de medición).
2. Maximizar los beneficios económicos y sociales de la comunidad anfitriona y minimizar los impactos negativos (9 criterios de medición).
3. Maximizar los beneficios hacia las comunidades, patrimonio y visitantes y minimizar impactos (6 criterios de medición).
4. Maximizar los beneficios ambientales y minimizar los impactos negativos (12 criterios de medición).

Los criterios del GSTC, ponen a disposición de las administraciones, los siguientes usos:

- Servir de directrices básicas para los destinos que anhelan ser más sustentables.
- Ayudar a los consumidores a identificar destinos turísticos razonablemente sustentables.
- Servir de patrón para que los medios de comunicación reconozcan a los destinos e informar al público respecto de su sustentabilidad.
- Servir de línea base en ayuda de programas locales de certificación de destinos de carácter voluntario.
- Ofrecer a organizaciones gubernamentales, no gubernamentales y sector privado un punto de partida para el desarrollo de requisitos de turismo sustentable.
- Servir de directrices básicas para las entidades de educación y capacitación.

Los destinos que se someten a la medición reciben asesoría directa del GSTC y capacitaciones en las fases de sensibilización de los actores, así como mentorías en levantamiento de información, evaluación de brechas, supervisión del programa de estándares de sustentabilidad del destino, para finalmente lograr certificarlo.

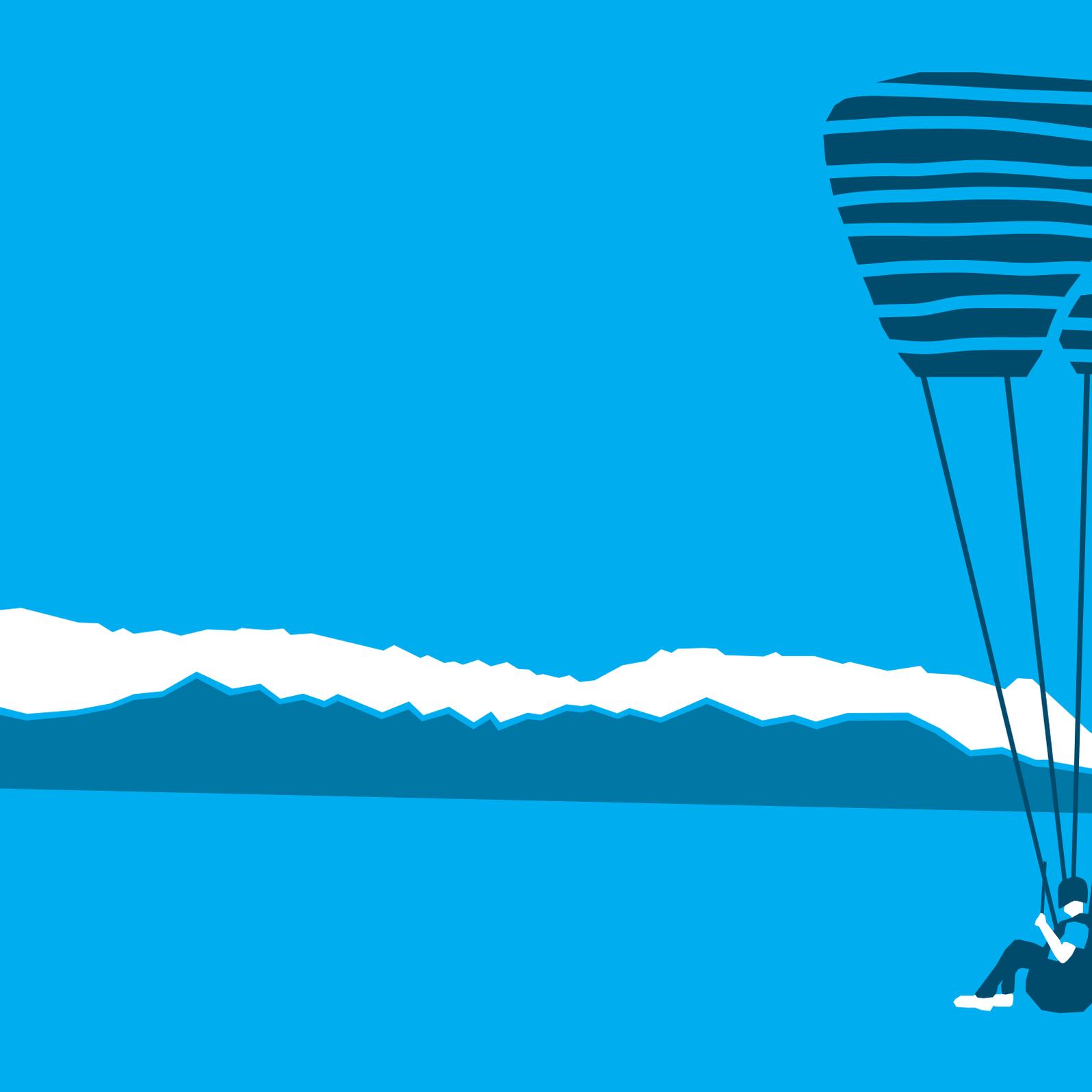
## HOJA DE RUTA PARA DESTINOS SUSTENTABLES



Más informaciones en [www.gstccouncil.org/for-destinations](http://www.gstccouncil.org/for-destinations)



**Fotografía:** Destino Turístico Valle de Curicó, Región del Maule.  
**Fuente:** Banco de imágenes de Sernatur.





# 4

## ¿QUÉ ESCENARIOS DE DESARROLLO ENFRENTARÁN LOS DESTINOS TURÍSTICOS EN LOS PRÓXIMOS AÑOS?

---

Este último capítulo hace referencia a las nuevas tendencias que están orientando la discusión internacional en materia de gestión de destinos y especialmente en el manejo de las tecnologías y de bases de datos para dar respuesta oportuna a las demandas de los visitantes.

# 4.1 NUEVAS TENDENCIAS EN LA GESTIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

El Turismo es un sector volátil y al mismo tiempo se adapta muy fácilmente, tanto así que en los últimos años dichos cambios han obligado a pensar periódicamente la oferta, con el fin de adaptarla a los nuevos gustos y demandas de los consumidores. En este sentido, la planificación y las estrategias de los destinos turísticos no es seguir ofreciendo más productos ante los cambios de la demanda, sino más bien, ofrecer productos innovadores y sustentables que aporten nuevas posibilidades de experiencias a los turistas y la comunidad local.

Por lo tanto, es importante que la oferta esté continuamente revisando las tendencias en torno a diseñar, distribuir y comercializar los diversos productos turísticos, además de estar atento a nuevos conceptos del entorno de vida que en general refleja la manera de percibir, sentir, entender y proyectar el destino al mundo. La identidad cultural de un lugar se caracteriza por una relación estrecha con la naturaleza, que se basa en la armonía, tanto los seres humanos como la naturaleza son, en este entendido, portadores de derechos y obligaciones y el turismo tiene que tener un equilibrio al momento de generar beneficios al territorio. Es por eso que, en este capítulo se entregan las nuevas tendencias que se están desarrollando en el mundo.

## 4.1.1 LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

Smart (Inteligente) se ha convertido en un concepto de indudable interés para estudiar por sus diversos paradigmas difícilmente aplicable con el alcance globalizador que se le supone.

En el caso del turismo y sobre todo en los destinos turísticos, que se encuentran con un enfoque emergente, reviste especial interés en conocer y comprender, como es el “turismo inteligente”, ya que sus principios son: la innovación, la orientación tecnológica para la industria y los consumidores.

Entonces, se entiende que un destino turístico inteligente (DTI) es un “un espacio innovador consolidado sobre la base del territorio y de una infraestructura tecnológica de vanguardia. Un territorio comprometido con los factores medioambientales, culturales y socioeconómicos de su hábitat, dotado de un sistema de inteligencia que capte la información de forma procedimental, analice y comprenda los acontecimientos en tiempo real, con el fin de facilitar la interacción del visitante con el entorno y la toma de decisiones de los gestores del destino, incrementando su eficiencia y mejorando sustancialmente la calidad de las experiencias turísticas”<sup>7</sup>.

<sup>7</sup>  
López de Ávila y García Susana  
(2013) Destinos Turísticos  
Inteligentes. Harvard Deusto  
Business Review. N°224.

Los ejes fundamentales que estructuran un destino turístico inteligente son tres: el territorio, la sustentabilidad y la tecnología, a los que se integra la innovación y la accesibilidad<sup>8</sup>.

Según Segittur (2015) un modelo de destino turístico inteligente se crea en base a una Gobernanza y cuatro ejes interrelacionados:



- **SOSTENIBILIDAD:** Desde el punto de vista del DTI, la sostenibilidad tiene que formar parte transversal de la cadena de valor, del modelo de negocio, de la actividad turística y del destino, ya que es un componente importante de la competitividad.



- **TECNOLOGÍAS (TIC):** El reto del sector turístico consiste en integrar los avances de las TIC en un destino para dotarlo de inteligencia y proveer de unos sistemas de movilidad al visitante que faciliten la generación de auténticas experiencias. Las TIC constituyen un medio clave tanto para la competitividad como la sostenibilidad y la gobernanza inteligente.



- **ACCESIBILIDAD:** La accesibilidad puede ser una ventaja competitiva en el destino, siempre y cuando se aborden todos los ámbitos de la accesibilidad como son: la accesibilidad física (proveer de estrategias de accesibilidad en instalaciones, infraestructura, transporte, entre otros servicios, para responder las necesidades de un mercado cada vez más exigente en tener mayor igualdad, integración e independencia) y la accesibilidad digital (proveer componentes digitales e información para la experiencia turística, garantizando el acceso para todos los usuarios independientes del contexto en que naveguen y sus capacidades).



- **INNOVACIÓN:** La innovación constituye un eje central en la diversificación y especialización de un destino inteligente, donde se asume la necesidad de innovar para mantener o incrementar la competitividad del destino. La planificación innovadora de los Destinos Turísticos Inteligentes, debe ser un proceso dinámico, compartido y sobre todo continuo, en el que las principales estrategias tienen que estar dirigidas a la capacidad para anticiparse al futuro y generar valor a la cadena de valor de los servicios.

<sup>8</sup> Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (Segittur, 2015). Informe Destinos Turísticos: Construyendo el futuro. Madrid .

## 4.1.2 LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL VISITANTE

La economía de la experiencia es una dimensión cada vez más consumida en el mundo: más allá de adquirir bienes y servicios, lo que ahora se ofrece es “vivir una experiencia” que aporte novedad a las rutinas cotidianas.

Aunque el turismo es considerado una industria de servicios, siempre ha producido experiencias, pues su oferta se basa en lo que viven las personas al visitar un destino.

Actualmente, sin embargo, la competencia entre destinos es mayor, y los usuarios exigen vivencias novedosas, sorprendentes y emocionantes. Al respecto, los investigadores señalan que:

“Es posible que la tendencia más recurrente y significativa en el mundo actual sea la demanda de ‘viajes experienciales’, específicamente orientados a transmitir la idea de un turismo más inmersivo, local, auténtico, aventurero y/o activo”<sup>9</sup>.

Según Carballo y otros (2015), “la experiencia turística se trata de un proceso acumulativo, por etapas, que incluye la fase anterior, vacacional en el destino, y posterior a las vacaciones, y que se necesita de una preparación explícita para que suceda. Al tratarse de una percepción subjetiva, es absolutamente necesario incorporar al turista en dicho proceso, y se han identificado algunas dimensiones específicas que debieran integrarse en el análisis”. Las principales dimensiones identificadas por estos autores son las siguientes:

- a. Involucramiento del turista, integrando los elementos del entorno externos al turista con los internos del individuo, siendo la naturaleza un facilitador clave.
- b. El shock sensorial, apelando a los cinco sentidos y generando una excitación y estimulación del turista, creando sorpresa y un entorno de escape; autenticidad, vinculando lo vivido con el entorno inmediato y el destino (sense of place).
- c. Diversión, generando placer y un entorno agradable y de entretenimiento; sociabilidad, proporcionando la posibilidad de compartir y de participar en una comunidad.
- d. Personalización, que aporta libertad y control, donde el turista siente que puede elegir y definir en cierta medida gracias a su habilidad y esfuerzo el resultado final, consiguiéndolo por el mismo.
- e. Autodescubrimiento y transformación, donde a través de un aprendizaje y un intercambio de valores y reflexiones, el turista siente un cierto cambio.

<sup>9</sup>  
Peak Adventure Travel Group  
y Skift Team (2014, p. 7).

Un buen diseño de experiencia turística permite al destino:

- **Orientar la oferta a las necesidades de sus públicos objetivos**, configurándola para satisfacer de la mejor manera sus preferencias y necesidades, o bien abriéndola a nuevos segmentos que no están atendiendo hoy. Además, una experiencia bien diseñada puede ahorrar costos, evitando inversiones que no apunten directamente a los requerimientos de los públicos de mayor valor estratégico.
- **Diferenciar y dar mayor valor a los productos**, pues un diseño específico de experiencia, organizado según el relato y guión, puede servir para distinguirse de la competencia. Adicionalmente, diseñar una experiencia le permite al destino articular nuevos bienes, servicios y actividades, aprovechando las posibilidades del entorno natural, cultural e incluso comercial.
- **Flexibilizar la oferta**, incorporando alternativas para enfrentar escenarios diversos (cambios en el clima, tamaño y composición del grupo de viaje, estacionalidad, entre otros).

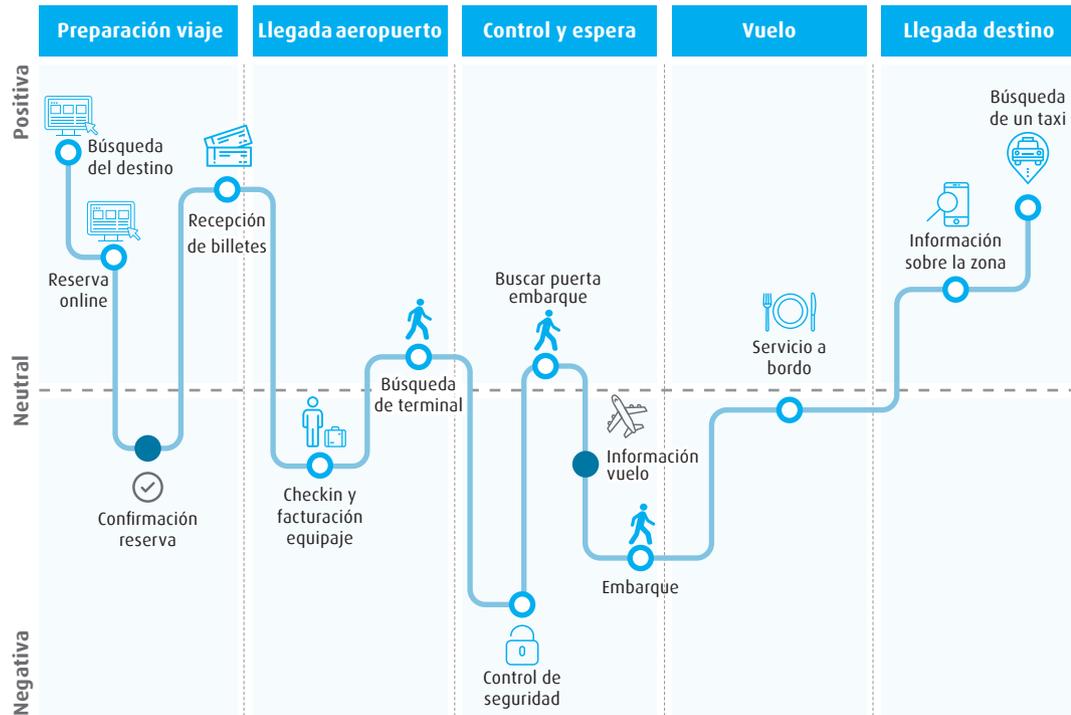
Lo anterior se traduce en dos beneficios esenciales:

<b>MAYOR SATISFACCIÓN Y MEMORABILIDAD EN LOS VISITANTES:</b>	<b>MAYORES INGRESOS:</b>
Constituye el propósito final de todo diseño de experiencias y, de paso, es también la base para fidelizar a los públicos actuales como nuevos.	Considerando que una experiencia bien diseñada es más eficiente en sus costos y que, si resulta satisfactoria y memorable, se puede cobrar más por ella.

En este sentido, los destinos turísticos tienen una función que cumplir respecto de la experiencia que esperan entregar a sus visitantes a lo largo de toda la cadena productiva. Actualmente se ha desarrollado una herramienta denominada “Customer Journey Map” (Mapa de experiencia del cliente) que apunta precisamente a analizar, medir y evaluar la experiencia del cliente.

Customer Journey Map (Mapa de experiencia del cliente), ayuda a diseñar un mapa con cada una de las etapas que interactúa el turista con el destino. Es decir, es la representación gráfica del proceso de contacto e interacción que se produce antes, durante y después de la visita del destino turístico.

**Figura N°16** Ejemplo de Customer Journey Map para un viaje.



Fuente: Mejías, J. Un mapa de la experiencia del cliente: customer journey map, 2016.

Los beneficios de crear el mapa de experiencia del cliente son:

- Detectar los puntos críticos en los que el cliente interactúa con el destino según sus sensaciones o sentimientos.
- Centrarse en las necesidades particulares de los clientes en las diferentes etapas de las compras.
- Identificar si el viaje del cliente cumple un orden lógico.
- Ofrecer las diferencias entre la experiencia deseada del cliente y la que realmente recibió.
- Destacar prioridades de desarrollo y optimización de procesos internos.
- Permitir concentrar esfuerzos y gastos en lo que más importa para maximizar la efectividad.
- Analizar los puntos negativos para determinar cómo se sienten los clientes en estas fases clave y cómo se podría elevar el valor de sus experiencias.

**Figura N°17** Destino Turístico Putre - Parque Nacional Lauca, Región Arica y Parinacota.



## LO ESCENIFICADO VERSUS LO AUTÉNTICO

Varios destinos y empresas han aumentado su oferta mediante la escenificación turística, es decir, una “puesta en escena” especialmente montada para el visitante. Ello ha generado como reacción un aumento en el interés de los turistas por vivir y buscar experiencias auténticas. De hecho, una proporción cada vez mayor de turistas considera la autenticidad como un factor importante a la hora de escoger ofertas y destinos.

El concepto de autenticidad en turismo se refiere a la oferta de situaciones, lugares, atractivos naturales, objetivos y personas que, además de ser genuinos y originales, no han sido modificados o escenificados para los visitantes, es decir, existen independiente de su presencia.

Para ofrecer experiencias auténticas se debe:

- Brindar a los visitantes el necesario contexto. Solo así lograrán que perciban y valoren el carácter genuino del destino, evitando desilusionar y frustrar.
- Posibilitar la interacción directa. Cuando la experiencia se logrará conmover o provocar emociones y conexiones reales en un turista y lo involucra, es cuando su experiencia se ha vuelto auténtica.
- Para la mayor parte de los turistas, la autenticidad no es un fin en sí mismo, sino un factor que acrecienta el valor de los atractivos y servicios.

**Figura N°18** Parque Nacional Bernardo O’Higgins, Región de Magallanes y la Antártica Chilena.



# **LA BÚSQUEDA DE LO AUTÉNTICO**

**POR MUY GENUINO QUE SEA UN DESTINO, SUS  
CÓDIGOS PUEDEN OCASIONAR UN SHOCK CULTURAL  
EN EL VISITANTE SI SON DEMASIADO DISTINTOS,  
CAUSÁNDOLE DESILUSIÓN Y ARRUINANDO SUS  
EXPECTATIVAS, POR ESO, ES IMPORTANTE CONOCER  
EL CONTEXTO COTIDIANO DE LOS VISITANTES, SUS  
INTERESES Y LAS FORMAS EN QUE SE INFORMAN  
DEL DESTINO.**

# DISEÑO DE EXPERIENCIAS PASO A PASO

Las siguientes recomendaciones para el diseño de una experiencia te ayudarán a confeccionar un diseño nuevo, o bien, a mejorar uno ya existente. Organizadas en nueve pasos, han sido elaboradas de modo que puedan aplicarse a diversos tipos de experiencia turística.



## 1 CONOCE A TUS PÚBLICOS

¿Cómo son tus turistas?, ¿Que los motiva a viajar?, ¿Tienen ingresos altos, medios o bajos? ¿Qué les interesa hacer, qué actividades prefieren? ¿Son chilenos o extranjeros?



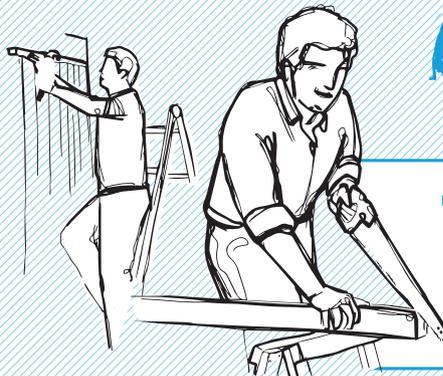
## 9 EVALÚA Y CORRIGE

¿Cuál es mi estándar de calidad?  
¿Cuáles son mis metas? ¿Qué puedo hacer para mejorar constantemente?  
¿Estoy siendo suficientemente autocrítico?  
¿Estoy considerando la opinión de los clientes?



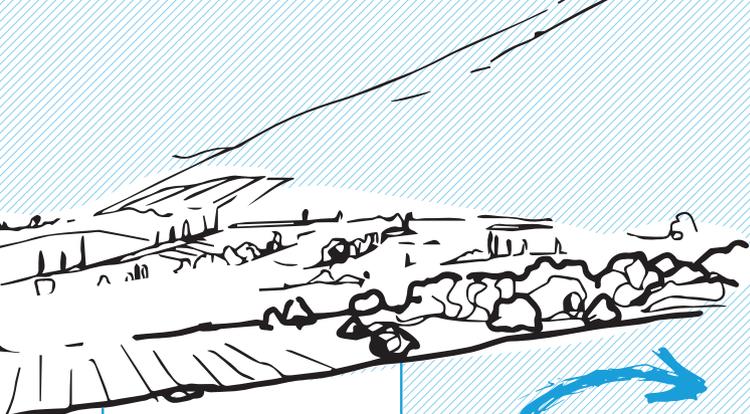
## 8 IMPLEMENTA TU PLAN DE PROMOCIÓN

¿Qué mensaje estoy transmitiendo?  
¿Son adecuados mis canales de comunicación?  
¿Qué expectativas estoy generando?  
¿Entrego suficiente información?



## 7 IMPLEMENTA TU EXPERIENCIA

¿En qué debo invertir? ¿Cuánto personal debo reclutar? ¿Cómo lo capacito? ¿Qué dinámicas incluirá mi experiencia?



## 2 CONOCE TU ENTORNO

¿Qué caracteriza a tu entorno? ¿Qué eventos únicos se realizan allí? ¿En qué consisten las particularidades naturales, culturales y geográficas de tu zona?



## 3 CONOCE A TU COMPETENCIA

¿Quiénes son tus competidores y en qué consiste su oferta? ¿Qué ideas puedes obtener de otras experiencias? ¿Puedes desarrollar un producto complementario al de tus competidores, que los potencie mutuamente?



## 4 DEFINE LAS BASES DE TU EXPERIENCIA

¿Qué públicos atenderás? ¿Parejas y viajeros solitarios? ¿O familias con niños? ¿En qué orden presentarás tus actividades? ¿Qué relato darás a la experiencia?



## 6 DISEÑA LUGARES, RELATOS Y UTILIZÁ ELEMENTOS

¿Qué elementos necesito para desarrollar la experiencia? ¿Qué infraestructura? ¿Cómo puedo adaptarla al público extranjero? ¿Qué elementos de seguridad o servicios básicos debo instalar? ¿Cuáles son los contenidos?



## 5 DEFINE ACCIONES Y ROLES

¿Qué tan pauteado será tu guion? ¿Qué harás para sorprender a tus visitantes? ¿Qué acciones desarrollarás en cada episodio? ¿Qué textos se dirán?

### 4.1.3 LAS MEGATENDENCIAS AL AÑO 2030 Y EL MANEJO DE BIG DATA

La revisión de distintos documentos de organismos internacionales revela que para el año 2030 las megatendencias en el sector turístico estarán centradas con mucha fuerza en los temas calidad, sustentabilidad y experiencia personalizada, lo que implica una tarea adicional que hoy los destinos en Chile no han desarrollado con toda la intensidad y dedicación en tiempo y presupuesto que se requiere a la inteligencia de mercados.

Con una demanda turística cada vez más segmentada y cambiante será necesario conocer cada vez con mayor detalle ¿quiénes son nuestros consumidores?, ¿cómo se mueven?, ¿qué expectativas tienen del destino? Por ello el manejo de grandes volúmenes de datos (BIG Data)<sup>10</sup> resulta cada vez más ineludible.

Una de las grandes oportunidades que el Big Data ofrece a la industria turística se encuentra en las Smart Cities y, más concretamente, en los llamados destinos inteligentes y tiene como objetivo dotar de una infraestructura tecnológica que pueda analizar datos de alta capacidad e información de manera inteligente que ayuden a una correcta toma de decisiones a las empresas y organizaciones.

Es necesario tener presente que el Big Data, estimula la participación y la recogida de información de los usuarios desde antes incluso de su llegada, durante su estancia y tras su marcha. Su despliegue físico, a partir de una red completa de sensores y dispositivos conectados a Internet, propicia el desarrollo de una plataforma virtual de servicios que estimula la innovación, la cooperación y, por ende, la competitividad.

De esta forma, la captura, tratamiento, análisis y explotación de los datos en las tendencias, comportamiento, conocimiento del cliente, desarrollo de experiencia en torno a los productos, la atracción y fidelización de un destino turístico permite a los agentes del sector una toma de decisiones más rápida y eficaz.

La integración de los datos que nutren este sistema, procedentes de teléfonos móviles, de las redes sociales, de terminales de punto de venta (TPV) tales como tarjetas de crédito, navegación con celulares y preferencias en redes sociales, o de hitos urbanos conectados entre sí –como farolas, papeleras, vehículos, pasos de peatones o baldosas inteligentes facilita, a su vez, un conocimiento más preciso de los hábitos y necesidades de los turistas.

<sup>10</sup> Big Data hace referencia a todos aquellos conjuntos de datos cuyo tamaño supera la capacidad de búsqueda, captura, almacenamiento, gestión, análisis, transferencia, visualización o protección legal de las herramientas informáticas convencionales. Bajo esa denominación se incluye, asimismo, a las infraestructuras, soluciones y modelos necesarios para extraer valor de dichos grupos de información de la manera más económica, rápida y flexible posible para una toma de decisiones inteligente. Los conjuntos de datos englobados bajo este concepto se caracterizan, también, por su variedad –tanto en origen como en formatos–; la velocidad con la que se producen; y la veracidad o rigor implícitos a su naturaleza y modo de aprovechamiento (Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas, 2015).

**Cuadro N°8** Las Principales tendencias del turismo en Chile al 2030

Variables de competitividad	Tendencias del Turismo
Consumidores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación de viaje con anticipación.</li> <li>• Auge de compartir la experiencia por internet y las redes sociales</li> <li>• Conciencia sustentable</li> <li>• Acostumbrados viajar varias veces al año</li> <li>• Nuevos estilos de vida e incremento de la esperanza de vida</li> <li>• Mayor aprovechamiento del tiempo de ocio</li> <li>• Interés por la vida saludable como un factor de diferenciación</li> <li>• Auge del mercado turístico por parte de los millennials</li> <li>• Experimentar vivencias auténticas y participativas</li> <li>• Nuevos medios de pago</li> </ul>
Destinos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preocupación por la calidad</li> <li>• Mayor ordenamiento territorial en zonas rurales</li> <li>• Búsqueda permanente de posicionamiento en mercados emergentes</li> <li>• Preocupación por la seguridad del visitante</li> <li>• Crecimiento de zonas de protección</li> <li>• Creciente capacidad de promocionarse a través de Internet</li> <li>• Beneficios de la promoción corporativa</li> </ul>
Oferta Turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sometida a mayores normativas ambientales</li> <li>• Diversificación de la oferta de pequeña escala</li> <li>• Crecimiento de la oferta especializada, activa y de aventura</li> <li>• Empresas reorientan su marketing turístico hacia la gastronomía</li> <li>• Preocupación por incorporar medidas de sustentabilidad</li> </ul>
Gestión pública	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiamiento de proyectos de desarrollo para comunidades locales</li> <li>• Liderazgo creciente</li> <li>• Profesionalización de cuadros técnicos</li> <li>• Crecimiento presupuestario</li> </ul>
Gestión privada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor conocimiento de la competencia</li> <li>• Capacidad de readecuación (resiliencia) en tiempos de crisis</li> <li>• Participación activa en iniciativas, campañas y proyectos para atraer clientes</li> <li>• Vinculación creciente con operadores externos</li> <li>• Incorporación en planes de gestión en destinos</li> </ul>

Fuente: Humberto Rivas, 2016

## 4.1.4 MEGATENDENCIA QUE REVITALIZA EL TURISMO: TURISMO GASTRONÓMICO

El turismo gastronómico se ha convertido en una de las motivaciones principales de los turistas para visitar un destino. Su relación con la identidad y la cultura local, así como con otros intangibles del sector, como el arte, la naturaleza o la historia, lo convierten en una de las áreas más consolidadas del turismo. Por ello, la comida típica representa un rasgo de tradición, autenticidad y sustentabilidad, de ahí que los turistas se sientan interesados y atraídos.

La gastronomía ocupa cada día un lugar más destacado en las estrategias de promoción e imagen de las diferentes administraciones y gestores de los Destinos.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) realiza una encuesta cada 4 años relacionada a la tendencia de turismo gastronómico a todos los Miembros Afiliados, instituciones educativas, empresas de marketing y consultoría, proveedores de alojamiento, así como de alimentos, bebidas y bodegas de 29 países y durante el segundo semestre de 2016 se recogieron las opiniones y dichos datos forman parte del Informe Mundial del Turismo Gastronómico de la Organización Mundial del Turismo (OMT)<sup>11</sup> y sus principales resultados fueron:

- El 87% expresa que la gastronomía es un elemento distintivo y estratégico para definir la marca e imagen del destino.
- La razón principal por la cual los turistas deciden visitar un destino es el motivo cultural como segunda razón la naturaleza y en tercera razón la gastronomía.
- El 46.5% tiene una estrategia de turismo gastronómico en sus respectivos Planes de Acción por destino.
- 24.6% de las organizaciones asignan un presupuesto específicamente para atraer turistas por la gastronomía.
- Los destinos en América Latina se refieren a la gastronomía con mayor importancia como atractivo para los turistas en comparación con los destinos europeos.

<sup>11</sup>  
Segundo Informe sobre  
Turismo Gastronómico:  
Sostenibilidad y Gastronomía,  
OMT, 2016.



**Fotografía:** Turismo Gastronómico en Chiloé, Región de Los Lagos.  
**Fuente:** Banco de imágenes de Sernatur.



**Fotografía:** Caleta Tortel, Región de Aysén.  
**Fuente:** Banco de imágenes de Sernatur.

# BIBLIOGRAFÍA

1. Bigné, Font y Andreu (2000). Marketing de Destinos Turísticos. Análisis y Estrategias de Desarrollo. ESIC Editorial, Madrid
2. Consejo Global de Turismo Sostenible (2012). Criterios Globales de Turismo Sostenible para Destinos (borrador 2 – versión 0.2) pág. 2. En: [www.gstc.org](http://www.gstc.org)
3. Consejo de Producción Limpia (2012). Proposición de un Acuerdo de Producción Limpia (APL) para el Sector de Gastronomía y Alojamiento Turístico de la Región de Los Lagos. Puerto Montt
4. De La Rosa Martín, Beatriz (2009) Turismo en Ecosistemas Insulares. Antropología en el Paraíso. Tenerife.
5. López de Ávila y García Susana (2013). Destinos Turísticos Inteligentes. Harvard Deusto Business Review. N°224.
6. Ministerio de Agricultura (1984). Ley 18.362 Crea un Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado. Santiago.
7. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2010). Ley 20.423 del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo. Santiago.
8. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2011). Decreto N° 222. Aprueba Reglamento para Aplicación del Sistema de Clasificación, Calidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos. Santiago.
9. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2016). Decreto N°30. Aprueba Reglamento que fija el procedimiento para la declaración de Zonas de Interés Turístico. Santiago.
10. Ministerio de Educación Pública (1970). Ley N° 17.288. Legisla sobre Monumentos Nacionales. Santiago.
11. Ministerio de Medio Ambiente (2010). Ley N°19.300/94 sobre Bases Generales del Medio Ambiente, modificada por la Ley N°20.417/10. Santiago
12. Ministerio de Medio Ambiente (2012). Decreto Supremo N° 40/12 Reglamento del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental. Santiago.
13. Ministerio de Planificación y Cooperación (2014). Ley N° 19.253. Establece Normas sobre Protección, Fomento y Desarrollo de los Indígenas, y Crea la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena. Santiago
14. Ministerio de Planificación. Ley N°20.422 (2010). Establece Normas sobre Igualdad de Oportunidades e Inclusión Social de Personas con Discapacidad. Santiago
15. Ministerio Secretaría General de la Presidencia (2010). Ley N° 19.300. Aprueba Ley sobre Bases Generales del Medio Ambiente. Santiago.

16. Ministerio de Transportes y Comunicaciones (1992). Decreto N° 212 Reglamento de los Servicios Nacionales de Transporte Público de Pasajeros. Santiago
17. Ministerio de Vivienda y Urbanismo (2011). Manual de Procedimiento Programa Recuperación de Barrios. Santiago
18. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (1972). Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural. París.
19. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2003). Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. París.
20. Organización Internacional del Trabajo (2005). Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario. Documento de Trabajo N° 73. Ginebra
21. Organización Mundial del Turismo (1999). Código Ético Mundial para el Turismo. Madrid
22. Organización Mundial del Turismo (2004). Gestión de la Saturación Turística en Sitios de Interés Natural y Cultural. Madrid
23. Organización Mundial del Turismo (2005). Indicadores de Desarrollo Sostenible para los Destinos Turísticos. Guía Práctica. Madrid.
24. Organización Mundial del Turismo (2007). Entender el turismo: Glosario básico. Madrid
25. Organización Mundial del Turismo (2013). Sustainable Tourism for Development Guidebook. Madrid
26. Organización Mundial del Turismo (2016). Segundo Informe sobre Turismo Gastronómico: Sostenibilidad y Gastronomía. Madrid
27. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (2012). GEO 5. Perspectivas del Medio Ambiente Mundial. Resumen para Responsables de Políticas Públicas. Kenya.
28. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (2010). El ABC del CPS. Aclarando Conceptos sobre el Consumo y la Producción Sostenibles. París.
29. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (2007). Turismo y Montaña. Guía Práctica para Gestionar los Impactos Sociales y Medioambientales del Turismo de Montaña. Francia
30. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente - Organización Mundial del Turismo- (2006). Por un Turismo más Sostenible. Guía para Responsables Políticos. Francia
31. Secretaría de Turismo de Argentina. Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación (2005). Playas y Balnearios de Calidad. Gestión Turística y Ambiental. Directrices y Guía de Autoevaluación. Argentina

## PRINCIPALES SITIOS WEB CONSULTADOS

- [www.sea.gob.cl](http://www.sea.gob.cl)
- [www.minvu.cl](http://www.minvu.cl)
- [www.armada.cl/www.carabineros.cl](http://www.armada.cl/www.carabineros.cl)
- [www.comerciojusto.cl](http://www.comerciojusto.cl)
- [www.conaf.cl](http://www.conaf.cl)
- [www.corfo.cl](http://www.corfo.cl)
- [www.fosis.cl](http://www.fosis.cl)
- [www.gstcouncil.org](http://www.gstcouncil.org)
- [www.ine.cl](http://www.ine.cl)
- [www.indap.gob.cl](http://www.indap.gob.cl)
- [www.minsal.cl](http://www.minsal.cl)
- [www.mma.gob.cl](http://www.mma.gob.cl)
- [www.nohayexcusas.org](http://www.nohayexcusas.org)
- [www.participaciónciudadana.gob.cl](http://www.participaciónciudadana.gob.cl)
- [www.policia.cl](http://www.policia.cl)
- [www.rainforest-alliance.org](http://www.rainforest-alliance.org)
- [www.sernapesca.cl](http://www.sernapesca.cl)
- [www.sag.cl](http://www.sag.cl)
- [www.sercotec.cl](http://www.sercotec.cl)
- [www.sernatur.cl/turismo-sustentable](http://www.sernatur.cl/turismo-sustentable)
- [www.subtrismo.gob.cl](http://www.subtrismo.gob.cl)
- [www.unwto.org](http://www.unwto.org)
- [www.wfto.org](http://www.wfto.org)
- [www.masmunicipios.cl](http://www.masmunicipios.cl)
- [www.descubrelosrios.cl/panoramas/punta-curinanco](http://www.descubrelosrios.cl/panoramas/punta-curinanco)
- [www.colombia.travel/sabrosura](http://www.colombia.travel/sabrosura)
- [revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/54369/54879](http://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/54369/54879)
- [www.emol.com/noticias/Tendencias/2017/05/19/859136/Estas-ciudades-ya-no-soportan-a-los-turistas.html](http://www.emol.com/noticias/Tendencias/2017/05/19/859136/Estas-ciudades-ya-no-soportan-a-los-turistas.html)
- [presidencia.go.cr/comunicados/2017/01/costa-rica-obtuvo-segundo-lugar-en-premios-de-la-omt](http://presidencia.go.cr/comunicados/2017/01/costa-rica-obtuvo-segundo-lugar-en-premios-de-la-omt)
- [www.elmundo.cr/costa-rica-recibe-premio-la-innovacion-excelencia-la-omt](http://www.elmundo.cr/costa-rica-recibe-premio-la-innovacion-excelencia-la-omt)
- [blog.fromdoppler.com/customer-journey-map-como-crear-uno](http://blog.fromdoppler.com/customer-journey-map-como-crear-uno)
- [www.omnicampaign.com/que-es-el-customer-journey-map](http://www.omnicampaign.com/que-es-el-customer-journey-map)
- [josecantero.com/2015/03/07/customer-journey-map-o-mapa-del-viaje-del-cliente-para-gestionar-la-experiencia-de-cliente](http://josecantero.com/2015/03/07/customer-journey-map-o-mapa-del-viaje-del-cliente-para-gestionar-la-experiencia-de-cliente)
- [www.millennialmarketing.com/who-are-millennials](http://www.millennialmarketing.com/who-are-millennials)
- [www.latercera.com/tendencias/noticia/chile-mas-5-millones-millennials-la-generacion-mas-numerosa-del-pais/55607](http://www.latercera.com/tendencias/noticia/chile-mas-5-millones-millennials-la-generacion-mas-numerosa-del-pais/55607)
- [www.millennialmarketing.com/who-are-millennials](http://www.millennialmarketing.com/who-are-millennials)
- [www.gstcouncil.org/for-destinations](http://www.gstcouncil.org/for-destinations)



**Fotografía:** Observatorio Astronómico Mamalluca, Región Coquimbo.  
**Fuente:** Banco de imágenes de Sernatur.

# ANEXO 1

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

### **ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO**

Proceso de ajustes al clima y sus efectos actuales o esperados. En sistemas humanos, adaptación busca moderar o evitar impactos negativos o aprovechar los efectos beneficiosos. En algunos sistemas naturales, intervenciones del hombre podrían facilitar los ajustes al clima y sus efectos esperados. La aplicación práctica de este concepto requiere de un análisis de vulnerabilidad (predisposición a verse afectados de manera adversa) de los componentes de un sistema expuesto a los eventos climáticos y la identificación de medidas de adaptación, ya sea para reducir la vulnerabilidad o para beneficiarse de posibles oportunidades.

Fuente: Panel Intergubernamental de Cambio Climático (IPCC, 2013/2014).

---

### **ACCESIBILIDAD UNIVERSAL**

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

Fuente: Ministerio de Planificación. Ley 20.422 Establece normas sobre igualdad de oportunidades e inclusión social de personas con discapacidad, 2010.

---

### **ÁMBITO DE LA SUSTENTABILIDAD**

Corresponden a la estructura base a partir de la cual se desprenden los planes de acción y pautas a seguir para desarrollar y llevar a cabo un turismo sustentable: económico, sociocultural y ambiental.

Fuente: Servicio Nacional de Turismo (2011). Chile por un Turismo Sustentable, Manuales de Buenas Prácticas, Sector Turismo.

---

### **ÁREAS SILVESTRES**

Son aquellos ambientes naturales, terrestres o acuáticos, pertenecientes al Estado y que éste protege y maneja para la consecución de los objetivos señalados en cada una de las categorías de manejo. Las categorías de manejo a que se refiere la ley son: Reservas de Regiones Vírgenes, Parques Nacionales, Monumentos Naturales y Reservas Nacionales.

Fuente: Ministerio de Agricultura. Ley 18.362 Crea un Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado. Santiago, 1984.

## **ÁREA TURÍSTICA**

Espacio geográfico en el que se concentran varios lugares complementarios de atracción para el turista, y que cuenta con atractivos relativamente contiguos y de categorías y jerarquías variables.

Fuente: Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción (2010). Ley 20.423 del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo. Santiago.

---

## **BIODIVERSIDAD O DIVERSIDAD BIOLÓGICA**

La variabilidad de los organismos vivos, que forman parte de todos los ecosistemas terrestres y acuáticos. Incluye la diversidad dentro de una misma especie, entre especies y entre ecosistemas.

Fuente: Ministerio Secretaría General de la Presidencia (2010). Ley N° 19.300. Aprueba Ley sobre Bases Generales del Medio Ambiente. Santiago.

---

## **CALIDAD VISUAL DEL PAISAJE**

En el marco del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental es el grado de excelencia o mérito que un determinado paisaje presenta, el cual es determinado en función del análisis y valoración de sus atributos biofísicos (flora, fauna, relieve, suelo y agua), estéticos (forma, color y textura) y estructurales (diversidad y singularidad de atributos presentes y a la condición natural o antrópica del paisaje).

Fuente: Servicio de Evaluación Ambiental. Guía de Impacto Ambiental. Valor Paisajístico en el SEIA. Santiago, 2013.

---

## **COMUNIDAD INDÍGENA**

Toda agrupación de personas pertenecientes a una misma etnia indígena y que se encuentren en una o más de las siguientes situaciones: a) provengan de un mismo tronco familiar; b) Reconozcan jefatura tradicional; c) Posean o hayan poseído tierras indígenas en común, y d) Provenzan de un mismo poblado antiguo.

Fuente: Ley Indígena N°19.253, Establece Normas Sobre Protección, Fomento y Desarrollo de los Indígenas, y crea la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena. 2011.

---

## **COMUNIDAD LOCAL**

Grupos de personas que habitan un territorio - no necesariamente de propiedad colectiva - y comparten intereses, un sentido de pertenencia y una identidad en común.

Fuente: Catalán R., Wilken P., Kandzior A., Tecklin D. & Burschel H. Bosques y Comunidades del Sur de Chile. Chile, 2005.

## **CONCIENTIZACIÓN/EDUCACIÓN AMBIENTAL**

Componente clave de la educación para el desarrollo sostenible, tomando al medio ambiente en su línea de base. La educación y capacitación ambiental buscan transferir conocimientos, valores, comportamientos y aptitudes que permitan a las personas, tanto de forma individual como colectiva, comprender mejor e interactuar positivamente con su entorno natural, social, económico y cultural.

Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. El ABC del CPS. Aclarando Conceptos sobre el Consumo y la Producción Sostenibles. París, 2010

---

## **CONSERVACIÓN AMBIENTAL**

La gestión de utilización de la biósfera por el ser humano, de modo que se produzca el mayor y sostenido beneficio para las generaciones actuales, pero asegurando su potencialidad para satisfacer las necesidades y aspiraciones de las generaciones futuras. La conservación comprende acciones destinadas a la preservación, el mantenimiento, la utilización sostenida, la restauración y el mejoramiento del ambiente natural.

Fuente: Ministerio de Agricultura. Ley 18.362 Crea un Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado. Santiago, 1984

---

## **DESARROLLO SUSTENTABLE**

El proceso de mejoramiento sostenido y equitativo de la calidad de vida de las personas, fundado en medidas apropiadas de conservación y protección del medio ambiente, de manera de no comprometer las expectativas de las generaciones futuras.

Fuente: Ministerio Secretaría General de la Presidencia. Ley N° 19.300. Aprueba Ley sobre Bases Generales del Medio Ambiente. Ministerio del Medio Ambiente. Santiago, 2010.

---

## **GASTO TURÍSTICO**

El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos.

Fuente: Organización Mundial de Turismo OMT (2007). Entender el turismo: Glosario básico. Madrid.

---

## **INDICADOR DE TURISMO SUSTENTABLE (O SOSTENIBLE)**

Los indicadores son conjuntos de información formalmente seleccionada que se utiliza con carácter regular en la medición de los cambios pertinentes para el desarrollo de la gestión del turismo. Pueden medir: a) cambios en las propias estructuras turísticas y factores internos; b) cambios en los factores externos que afectan al turismo y c) las repercusiones del turismo.

Fuente: Organización Mundial del Turismo. Indicadores de Desarrollo Sostenible para los Destinos Turísticos. Guía Práctica. Madrid, 2005.

## **MILLENNIALS**

Corresponde a aquellas personas nacidas entre los años 1980 y 2000. Los Millennials han crecido en un momento de rápidos cambios, dándoles un conjunto de prioridades y expectativas muy diferentes a las de generaciones anteriores.

Fuente: Goldman Sachs Global Investment Research.

Según el Censo 2017, la población que actualmente tiene entre 20 y 39 años, definida por la literatura social como millennials, alcanza en Chile a 5.363.386 personas, lo que la convierte en la generación más numerosa del país, por sobre los centennials (4.768.447), la generación X (4.591.999) y los baby boomers (2.379.415). Este segmento está definido como individualista, frontal y narcisista, pero también con una gran capacidad de adaptarse a los cambios, todas características que están generando profundas transformaciones en la estructura social, laboral y educacional del país.

Fuente: Diario La Tercera (2018).

---

## **MONUMENTOS NACIONALES**

Son monumentos nacionales y quedan bajo la tuición y protección del Estado, los lugares, ruinas, construcciones u objetos de carácter histórico o artístico; los enterratorios o cementerios u otros restos de los aborígenes, las piezas u objetos antropo - arqueológicos, paleontológicos o de formación natural, que existan bajo o sobre la superficie del territorio nacional o en la plataforma submarina de sus aguas jurisdiccionales y cuya conservación interesa a la historia, al arte o a la ciencia; los santuarios de la naturaleza; los monumentos, estatuas, columnas, pirámides, fuentes, placas, coronas, inscripciones y, en general, los objetos que estén destinados a permanecer en un sitio público, con carácter conmemorativo. Su tuición y protección se ejercerá por medio del Consejo de Monumentos Nacionales. Se distinguen 5 categorías de Monumentos Nacionales: Monumentos Históricos, Monumentos Públicos, Zonas Típicas, Santuarios de la Naturaleza y Monumentos Arqueológicos.

Fuente: Ministerio de Educación Pública. Ley N° 17.288. Legisla sobre Monumentos Nacionales. Santiago, 1970.

---

## **PATRIMONIO CULTURAL**

Comprenden los monumentos (obras arquitectónicas, de escultura o de pinturas monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia), los conjuntos (grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia) y los lugares (obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza, así como las zonas incluidos los lugares arqueológicos

que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico).

Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural. París, 1972.

---

## **PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL**

Se entienden aquellos usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Se manifiestan en los siguientes ámbitos: a) tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial; b) artes del espectáculo; c) usos sociales, rituales y actos festivos; d) conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo; e) técnicas artesanales tradicionales.

Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. París, 2003.

---

## **PATRIMONIO NATURAL**

Los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de esas formaciones que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico.

Las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas que constituyan el hábitat de especies animal y vegetal amenazadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico. Los lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural.

Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural. París, 1972.

---

## **PATRIMONIO TURÍSTICO**

Conjunto de bienes materiales e inmateriales que pueden utilizarse para satisfacer la demanda turística.

Fuente: Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Ley 20.423 del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo. Santiago, 2010.

---

## **PLAN DE MANEJO**

Es un instrumento de gestión, que se fundamenta en un proceso de planificación y que comprende aspectos técnicos, normativos y orientadores destinados a garantizar la conservación de un área protegida, a través del ordenamiento del uso de su espacio.

Fuente: Corporación Nacional Forestal. Manual Técnico N°23. CONAF.

## **PRESERVACIÓN DE LA NATURALEZA**

Conjunto de políticas, planes, programas, normas y acciones, destinadas a asegurar la mantención de las condiciones que hacen posible la evolución y desarrollo de las especies y de los ecosistemas del país.

Fuente: Ministerio Secretaría General de la Presidencia. Ley N° 19.300. Aprueba Ley sobre Bases Generales del Medio Ambiente. Ministerio del Medio Ambiente. Santiago, 2010.

---

## **OPEN DATA (DATOS ABIERTOS)**

Se entenderá como un conjunto de datos puestos a disposición de cualquier persona y que pueden ser utilizados y reutilizados para tomar libremente la información y convertirla en algo útil, y redistribuidos libremente.

Fuente: Fundación Open Knowledge

---

## **REGISTRO NACIONAL DE CLASIFICACIÓN DE PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

Listado a cargo del Servicio Nacional de Turismo, que contiene la clasificación de los prestadores de servicios turísticos.

Fuente: Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Decreto N° 222. Santiago, 2011

---

## **SEGITTUR**

La Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.M.P (SEGITTUR), dependiente del Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital del Gobierno de España, y adscrita a la Secretaría de Estado de Turismo, es la responsable de impulsar la innovación (I+D+i) en el sector turístico, tanto en el sector público (nuevos modelos y canales de promoción, gestión y creación de destinos inteligentes, etc.) como en el sector privado (apoyo a emprendedores, nuevos modelos de gestión sostenible y más competitivo, exportación de tecnología española).

Fuente: Secretaría de Estado de Turismo, Gobierno de España, 2017

---

## **SISTEMA NACIONAL DE ÁREAS SILVESTRES PROTEGIDAS DEL ESTADO**

El Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado (SNASPE), creado mediante la Ley N° 18.362 de 1984, corresponde a aquellos ambientes naturales, terrestres o acuáticos que el Estado protege y maneja para lograr su conservación. El sistema está formado por las siguientes categorías de manejo: Parques Nacionales, Reservas Nacionales, Monumentos Naturales.

Fuente: Biblioteca Nacional de Chile. Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado. 2018.

## **TURISMO**

Conjunto de actividades realizadas por personas durante sus viajes y permanencias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, por motivos diferentes al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.

Fuente: Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2010). Ley 20.423 del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo. Santiago.

