

Servicio Nacional de Turismo

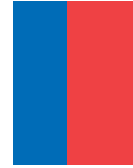
LINEAMIENTOS PROGRAMA DE TURISMO MUNICIPAL
Período 2014 - 2018



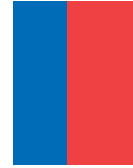
Gobierno
de Chile

Plan de **Desarrollo Turístico Sustentable**

Objetivos y Lineamientos



DIAGNOSTICO GESTION MUNICIPAL



- **Red Nacional de CMT, 301 nombrados** (de 345), por tanto se trabaja con el 87% de los municipios.
- 506 funcionarios municipales trabajan en las unidades de turismo a nivel nacional.
- De los 301 CMT, el 34% (101), **tiene un título de turismo.**
- De los 345 municipios, **165 (48%), posee una unidad de turismo**, es decir casi la mitad de los municipios tiene incorporado el turismo en su agenda de trabajo.





La **oficinas de turismo** al interior de los municipios, por lo general **NO** están consideradas en el **organigrama**, en varios casos corresponde al nombramiento de un profesional que ocupa otros cargos al interior del municipio.

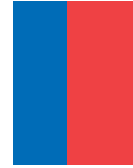
¿ES POSIBLE PLANIFICAR ASI?





La primera y gran gestión de una Política Regional de Turismo es dejar de manifiesto la necesidad de **crear una unidad de turismo formalizada e inserta dentro de la estructura orgánica municipal,** con responsabilidades administrativas, atribuciones, capacidad de gestión, dotándola de recursos humanos y financieros que hagan posible esta tarea.





Existen **36 Oficinas de Información Turística** que atienden en forma permanente y 77 que se abren durante la temporada alta. Esto implica que en temporada de verano triplican la cantidad de OIT de SERNATUR (113 OIT).

¿QUE ROL Y CUAL ES LA GESTION QUE DEBE CUMPLIR UNA RED DE OIT EN LA REGION DE LOS LAGOS?

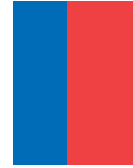




En las últimas elecciones de alcaldes (2012),
120 comunas **cambiaron sus coordinadores
municipales de turismo**, lo que implica no sólo la
huida de capital humano capacitado en turismo,
sino también un cambio en lo que respecta a las
estrategias o líneas de acción ya iniciadas.

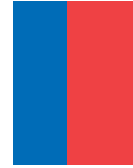
CMT PERMAMENTES





La ausencia de instrumentos de planificación, PLADETUR, para el desarrollo del turismo local se ve reflejado en forma continua en estos diez años del Programa, el año 2005 habían 77 comunas con Pladetur (22%), en la actualidad existen 79 (23%) comunas que cuentan con este instrumento.





Los CMT que participaron en el Seminario, frente a la consulta **¿cuáles son las principales restricciones para elaborar un PLADETUR?**, las principales conclusiones fueron:

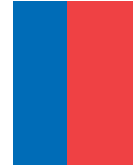


- Falta de compromiso del municipio de la necesidad de contar con instrumentos de planificación.
- Poca valoración del área de turismo al interior de los municipios.
- No se cuenta con diagnóstico comunal.
- Desconocimiento del instrumento por las autoridades, no se visualiza para que sirve.
- Se cree que es caro, por tanto fuera del alcance
- Falta de la Unidad de Turismo estable
- Falta para que el Pladetur sea permanente en el tiempo y no sufra con los cambios de mandos que se producen cada cuatro años.



- Multiplicidad de roles de los CMT.
- A los CMT en general, les **falta conocimiento técnico**, tanto para desarrollarlo o supervisarlos.
- **Faltan fondos** para financiar iniciativas de planificación turística.
- Falta trabajo asociativo.
- Posicionar al Pladetur como parte del Pladeco.
- Considerar las experiencias de otras comunas.
- Falta de personal que acompañe desde que se inicia hasta el término del Pladetur.
- Contar con un documento fácilmente aplicable.
- Cuando se realice el Pladetur, debe estar incorporadas personas de la propia comuna, que conozcan la realidad local.





DADO LO ANTERIOR.....

¿HACIA DONDE VAMOS?

PERIODO 2014 - 2018



ACCIÓN 1. Impulsar el turismo como una actividad relevante de la gestión MUNICIPAL.



1.1. Vinculación entre los municipios y SERNATUR.

Promover que los **Directores Regionales de Turismo** tengan una mayor presencia frente a las necesidades de los municipios.

1.2. La **designación de un profesional municipal**, permanente.

1.3. **Fortalecimiento de la Mesa Regional de Turismo**, con la participación de los municipios a través de sus CMT

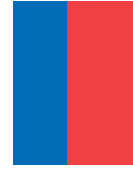


ACCION 2. Impulsar la planificación turística



- Convencer a las autoridades locales **sobre la importancia** de este proceso.
- Establecer el **plan de trabajo operativo regional**, donde los participantes locales deben estar realmente involucrados, desde ahí parte el real proceso de planificación de un territorio.
- SERNATUR, aportara con **metodologías y capacitaciones** que vayan fortaleciendo el actuar local.

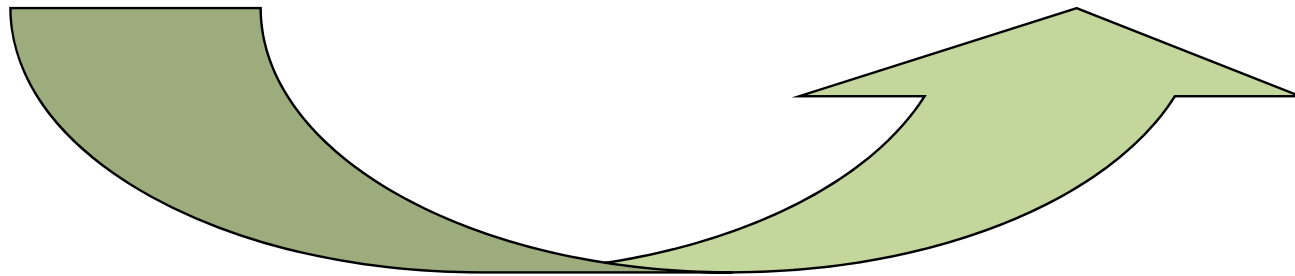




PLADETUR

¿Dónde estamos?

¿A dónde queremos llegar?



¿Cómo lo hacemos?



**GUIA PARA LA
ORIENTACION DE
PLANIFICACIÓN
ESTRATÉGICA DEL
TURISMO LOCAL**



La **Planificación estratégica** permite responder a las siguientes preguntas:

- ¿Quiénes somos?
- ¿Qué capacidad tenemos y qué podemos hacer?
- ¿Qué problemas estamos tratando?
- ¿Qué influencia queremos causar?
- ¿Qué asuntos críticos tenemos que responder?
- ¿Dónde debemos situar nuestros recursos y cuáles son nuestras prioridades?.

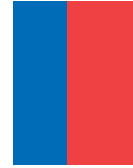


Una vez que se han contestado estas preguntas, es posible contestar a lo siguiente:

- ¿Cual debería ser nuestro objetivo inmediato?
- ¿Cómo tenemos que organizarnos para conseguir nuestro objetivo?
- ¿Quién hace qué y cuándo?



ACCION 3. Fomentar y fortalecer el trabajo entre SERNATUR y los Municipios.

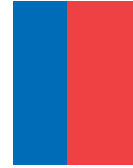


Subdirección de Desarrollo:

- Comprometer a los municipios con el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos.
- Fomentar la Conciencia Turística en la comunidad local.
- Trabajar en conjunto la valoración y desarrollo de productos y destinos turísticos con contenidos culturales, teniendo en cuenta el patrimonio material e inmaterial que puedan ser integrados a la cadena de valor turística..
- Impulsar el desarrollo turístico sustentable en el territorio comunal.



Subdirección de Marketing:



- Conocer las tendencias de crecimiento de la demanda turística interna para fortalecer y mejorar los productos turísticos locales.
- Considerar los criterios respecto de la imagen y promoción usados como país.
- Sumarse en la participación en ferias y eventos de turismo.
- Oficinas de Información Turística



ACCION 4. Capacitar al capital humano municipal para intervenir técnicamente en materias de turismo:



- Aunar criterios técnicos en materia de gestión municipal al menos una vez por año, por tanto es necesario realizar anualmente un **evento nacional**.
- Transferencia de **conocimiento en temas técnicos del turismo**.
- Implementar **visitas de familiarización**





ACCION 5. Estimular la asociatividad para potenciar y fortalecer los destinos

La **asociatividad** entre municipios pasa a constituirse en un elemento determinante **para la búsqueda de estrategias integrales de desarrollo.**



ACCION 6. Promover y coordinar el rol de Sernatur respecto de la Ley 20.423 en materias de Fiscalización y Supervisión.

Articulación de apoyo y gestión dirigida al mejoramiento de los servicios turísticos Registro e Inspección y la difusión e implementación del Sistema de Calidad y Certificación.

ACCION 7. Turismo social de los municipios.



Existen varios municipios que **hacen turismo social con recursos propios**, por tanto, es necesario **cuantificar para saber el gasto que esto implica** y también el total de personas movilizadas por concepto de turismo a nivel nacional.



Gracias



Gobierno
de Chile

www.gob.cl