

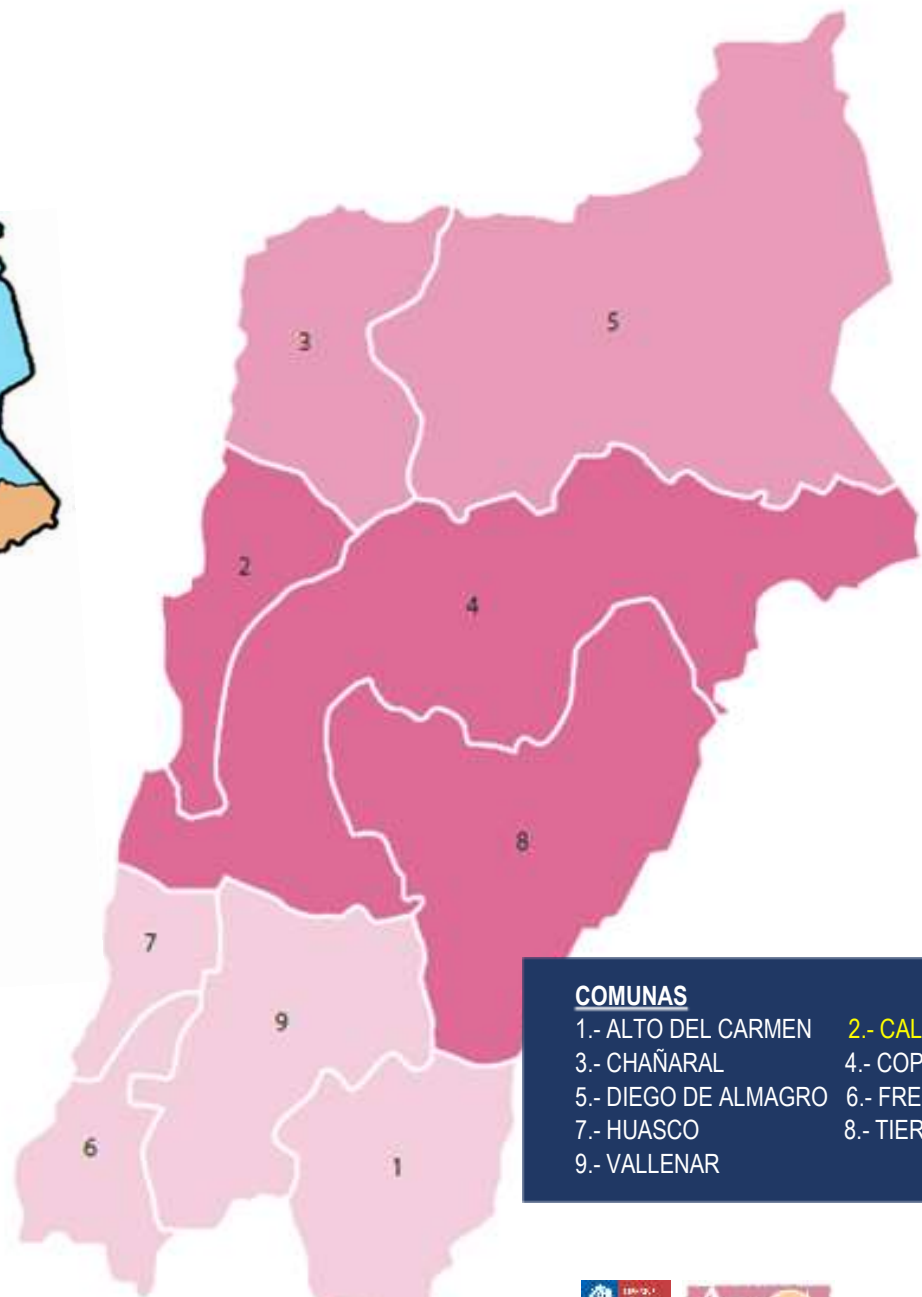
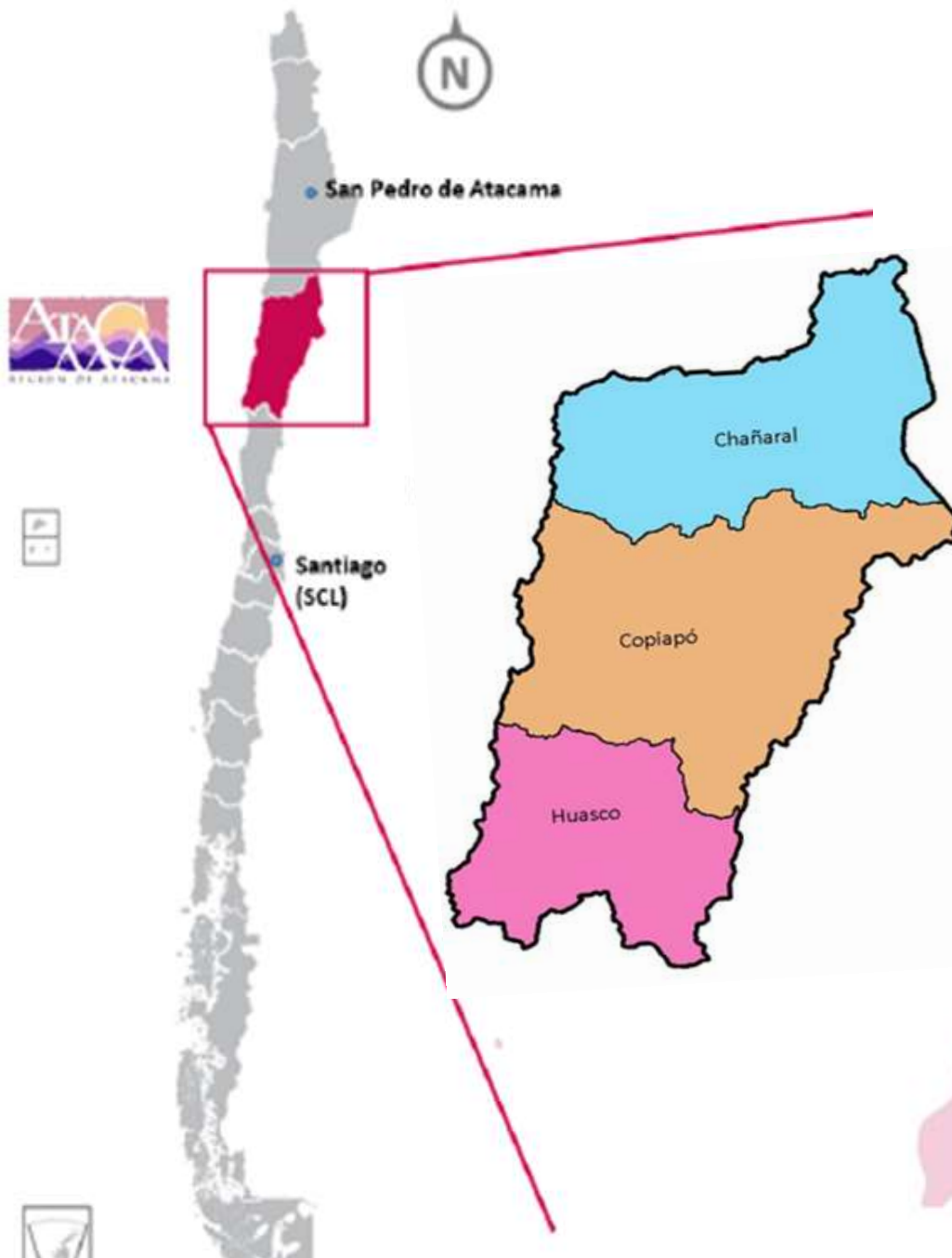
# TURISMO MUNICIPAL

## PLADETUR: LA EXPERIENCIA DE LA REGIÓN DE ATACAMA



# ATACAMA

Región



- COMUNAS**
- |                      |                     |
|----------------------|---------------------|
| 1.- ALTO DEL CARMEN  | 2.- CALDERA         |
| 3.- CHAÑARAL         | 4.- COPIAPÓ         |
| 5.- DIEGO DE ALMAGRO | 6.- FREIRINA        |
| 7.- HUASCO           | 8.- TIERRA AMARILLA |
| 9.- VALLENAR         |                     |





# PROBLEMA

Baja competitividad Turística  
de la Región de Atacama

VOLCÁN OJOS DEL SALADO, COPIAPÓ - VOLCÁN MÁS ALTO DEL MUNDO - 6.893 MSNM - RUTA DE LOS SEISMILES



# INICIATIVA

Programa FNDR “Difusión estratégica, imagen región y fortalecimiento de destinos de la región de Atacama” CÓDIGO BIP 40012748-0.

Financiamiento del  
Gobierno Regional de  
Atacama

# COMPONENTES FNDR

PROMOCIÓN, DIFUSIÓN  
Y POSICIONAMIENTO

HOSPITALIDAD TMO.  
MUNICIPAL Y  
CONCIENCIA TURISTICA

DESARROLLO DE  
DESTINOS TURISTICOS

CAPITAL HUMANO Y  
FORTALECIMIENTO DE  
LA OFERTA

PLANES DE  
DESARROLLO  
TURÍSTICO



# “ELABORACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LAS COMUNAS DE LA REGIÓN DE ATACAMA” ID N° 1331-7-LP21.

\$84.990.000.-



LLAMA A LICITACIÓN PÚBLICA Y APRUEBA BASES ADMINISTRATIVAS, TÉCNICAS Y ANEXOS PARA LA ADQUISICIÓN DEL SERVICIO DE “ELABORACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LAS COMUNAS DE LA REGIÓN DE ATACAMA” ID N° 1331-7-LP21.

RESOLUCIÓN EXENTA N° 44

COPIAPÓ, 10 de junio 2021

VISTO:

Lo dispuesto en el D.L. N° 1.224 de 1975, que crea el Servicio Nacional de Turismo; en la Ley N° 20.423, de 2010, Del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo; en la Ley N° 21.289 de Presupuestos del Sector Público para el año 2021; en el D.F.L. N° 1/19.533, de 2000, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, que fija el Texto Refundido, Coordinado y Sistematizado de la Ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado; en la Ley N° 19.686, de 2003, De Bases sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios y su Reglamento aprobado por D.S. N° 250, de 2004, del Ministerio de Hacienda; en la Ley N° 19.880 de 2003 que Establece Bases de los Procedimientos que rigen los Actos de los Órganos de la Administración del Estado; en la Ley N° 19.8680, de 2003, que Establece Bases de los Procedimientos Administrativos que rigen los actos de los Órganos de la Administración del Estado; en la Ley N° 19.799, de 2002, Sobre Documentos, Electrónicos, Firma Electrónica y Servicios de Certificación de dicha Firma; en el Decreto N° 181, de 2002, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que aprueba el Reglamento de la Ley N° 19.799; en el Decreto Exento N° 824, de 2017 que aprobó Convenio de firma electrónica avanzada para autoridades y funcionarios suscritos entre el Ministerio Secretaría General de la Presidencia y el Ministerio de Economía Fomento y Turismo; en la Resolución Exenta TRA N° 266/43/2019, de 28 de marzo de 2019, que nombra a Alejandro Martín Carró, Director Regional de Turismo Región de la Región de Atacama y en la Resolución Exenta N° 533, de fecha 18 de diciembre de 2020, que delega facultades en los Directores Regionales de Turismo, ambas del Servicio Nacional de Turismo; y en las Resoluciones N° 7 de 2019 y N° 16, de 2020, ambas de la Contraloría General de la República, que fija Normas Sobre Exención del Trámite de Toma de Razón y Determina los Montos en UTM a partir de los cuales los Actos que se individualizan quedarán sujetos a Toma de Razón y a Contróles de Reemplazo cuando corresponde, respectivamente.

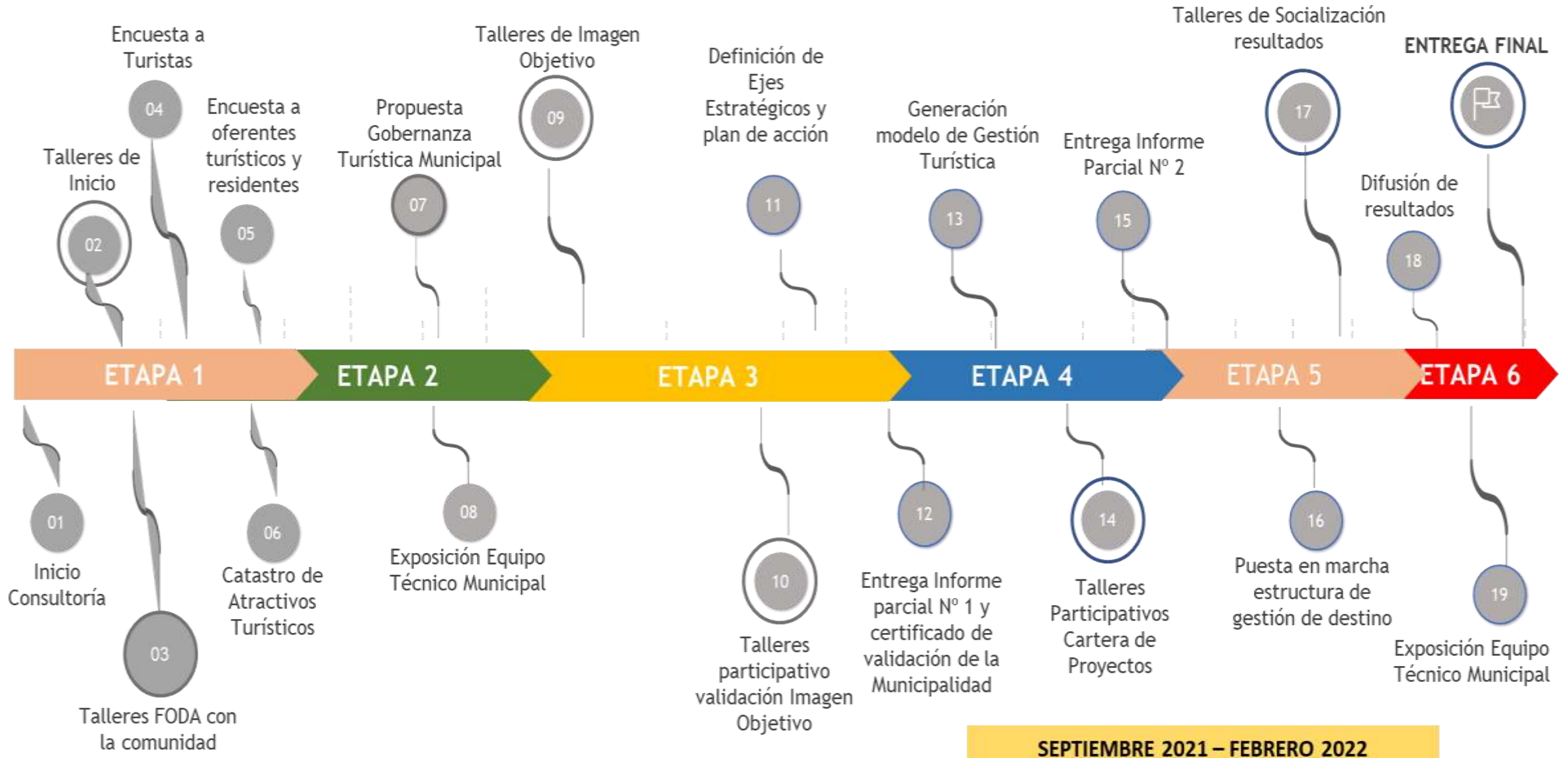
CONSIDERANDO:

1. Que, el Servicio Nacional de Turismo Región de Atacama, se encuentra ejecutando en calidad de Unidad Técnica el Programa financiado con recursos del F.N.D.R. denominado **Difusión estratégica, imagen región y fortalecimiento de destinos de la región de Atacama**, Código BIP-400127-48-0, que busca fortalecer la imagen regional y elevar el posicionamiento de Atacama en los principales mercados locales, nacionales e internacionales a través de la intervención en los ejes de Desarrollo de destinos, Promoción, Capital humano y fortalecimiento de la oferta y Turismo Municipal. Condena turística y hospitalidad, se ha establecido la adquisición del servicio de **“Elaboración del plan de desarrollo turístico de las comunas de la región de Atacama”**, enmarcado en el componente **“Turismo municipal conciencia turística”**, específicamente en la acción **“Planes de desarrollo Turístico”**, considerado en la página 37 del programa FNDRI antes señalado, cuyo objetivo es construir de manera realista y ordenada a las comunas hacia los objetivos turísticos que todos los actores sociales han planteado en la red de turismo municipal y la política regional de turismo, de tal forma de obtener un enfoque integral de destinos bajo una gobernanza local. El plan de Desarrollo Turístico o PLADETUR, debe representar la visión turística de futuro de la comuna y sus estrategias para alcanzarla. Un factor fundamental en su construcción es que sea abordado como una tarea que se elabora en conjunto con los actores locales, especialmente con aquellos actores

# RESULTADOS

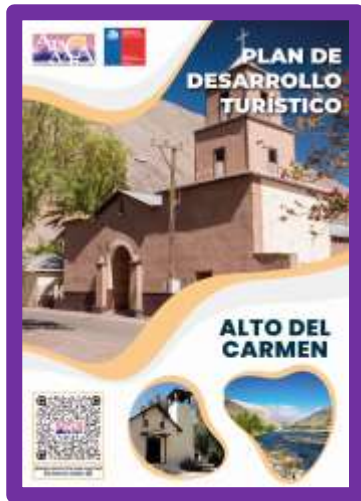
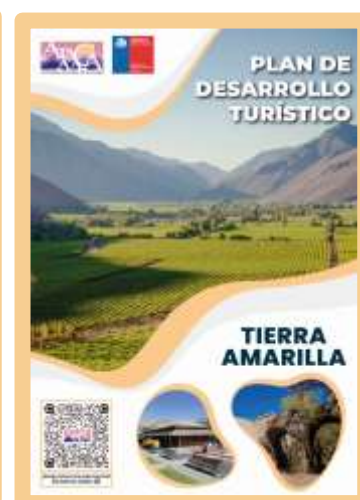
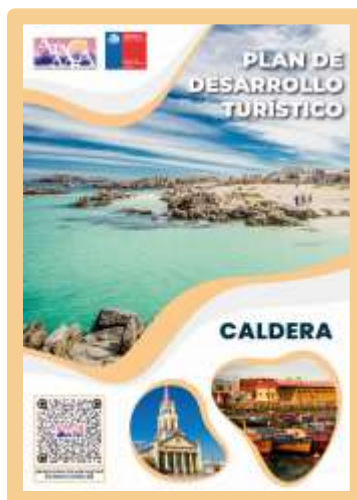
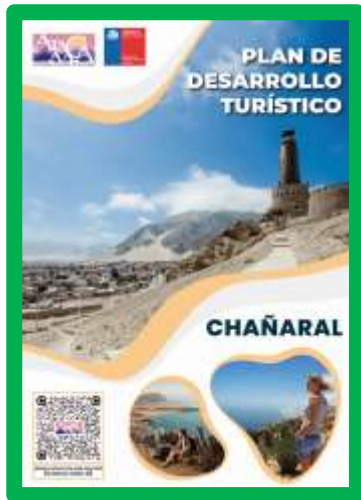


# RESUMEN DE LA EJECUCIÓN





# 10 PLANES ELABORADOS EN FORMA PARALELA



## 07 PLANES DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA COMUNAS SIN PLADETUR:

Chañaral, Caldera, Tierra Amarilla, Copiapó, Vallenar, Freirina y Huasco.

## 02 PLANES DE COMPLEMENTO PARA COMUNAS CON PLADETUR VIGENTE

Diego de Almagro y Alto del Carmen

## 01 PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE COMPLEMENTO PARA LA PROVINCIA DEL HUASCO:

Alto del Carmen, Vallenar, Freirina y Huasco





Chile Consultor

**TALLER IMAGEN OBJETIVO**  
DEL PLAN DE COMPLEMENTO  
**PLADETUR DIEGO DE ALMAGRO**  
MIÉRCOLES, 10 DE NOVIEMBRE  
Estación Cultural "Pueblo Hundido"  
Juan Martínez 1103, Diego de Almagro

**15:30 HORAS**

2 2475 7178  
WWW.CHILECONSULTOR.CL  
CONTACTO@CHILECONSULTOR.CL

ATAA GOBIERNO REGIONAL DE SUCUMBA

Chile Consultor

**TALLER IMAGEN OBJETIVO**  
**PLADETUR VALLENAR**  
MIÉRCOLES, 10 DE NOVIEMBRE  
Unirse con Zoom: 824 9122 5625

**16:00 HORAS**

2 2475 7178  
WWW.CHILECONSULTOR.CL  
CONTACTO@CHILECONSULTOR.CL

ATAA GOBIERNO REGIONAL DE SUCUMBA

SE RUEGA CONFIRMAR: YORVALENZUELA@CHILECONSULTOR.CL







# DIAGNÓSTICO, FODA, MISIÓN, VISIÓN, EJES DE DESARROLLO, MODELO DE GOBERNANZA, INICIATIVAS DE INVERSIÓN, CARTA GANTT, CARTERA DE PROYECTOS, USO DE TECNOLOGÍA



Indicador	Valor 2021	Valor 2022	Objetivo
...	...	...	...

36-65 años **casados** **EDUCACIÓN SUPERIOR**

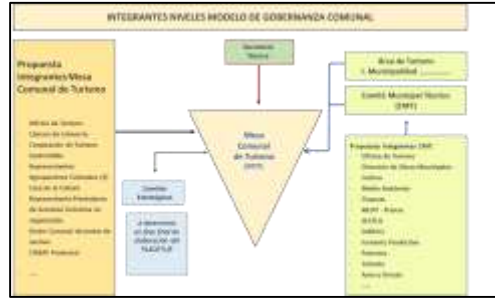
50% **5 NOCHES** **\$30.000 a \$70.000**

Turismo **Restauración** **Sol y Playa**

**VISIÓN**

**MISIÓN**

**IMAGEN OBJETIVO**



Indicador	Valor 2021	Valor 2022	Objetivo
...	...	...	...

Indicador	Valor 2021	Valor 2022	Objetivo
...	...	...	...

**453**

**PARTICIPANTES**

**60**

**TALLERES**

Indicador	Valor 2021	Valor 2022	Objetivo
...	...	...	...



**Talleres prácticos virtuales**

Google Meet + AhaSlides

zoom

Map of Chile highlighting the Atacama Region and the location of Caldera.

**ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO**

- Sustentabilidad económica, social y ambiental
- Innovación y transición digital
- Desarrollo regional
- Experiencia del turista

## REGIÓN DE ATACAMA

**ESTRATEGIA REGIONAL DE DESARROLLO**

- Recurso hídrico
- Fomento pequeña minería
- Salud
- Pesca artesanal
- Vivienda, ciudad y territorio
- Educación

**PLAN REGIONAL DE TURISMO**

- Diversificación de experiencias
- Desarrollo de destinos
- Calidad y capital humano
- Identidad de marca y promoción

## COMUNA DE CALDERA

**PLADECO CALDERA**

- Caldera compromiso con la sustentabilidad
- Caldera comuna con mejor calidad de vida
- Desarrollo de la vocación comunal
- Caldera genera agua y energía renovable para el desarrollo de la Región de Atacama
- Caldera actor del desarrollo regional

**PLADETUR DE CALDERA**

- Gobernanza
- Sustentabilidad
- Desarrollo y promoción de productos turísticos
- Identidad, educación y capital humano





# TRES INFORMES DE ENTREGA DIGITALES DE CADA PLADETUR VALIDADOS POR LAS MUNICIPALIDADES; RESUMEN EJECUTIVO DESCARGABLE Y ANEXOS

CONOCE MÁS DEL  
**PLADETUR**  
DE LA COMUNA DE CALDERA



ESCANÉAME / SCAN ME



2021  
**PLADETUR**  
COMUNA DE  
**CALDERA**

**INFORME I**

Informe I presentado por el Gobierno Regional de Atacama por medio del programa FICER "DIFUSIÓN ESTRATÉGICA, IMAGEN REGIONAL Y FORTALECIMIENTO DE DESTINOS DE LA REGIÓN DE ATACAMA" CODIGO BR 4011749-0.

Presentado por  
**Chile Consultor**

2021  
**PLADETUR**  
COMUNA DE  
**CALDERA**

**INFORME II**

Informe II presentado por el Gobierno Regional de Atacama por medio del programa FICER "DIFUSIÓN ESTRATÉGICA, IMAGEN REGIONAL Y FORTALECIMIENTO DE DESTINOS DE LA REGIÓN DE ATACAMA" CODIGO BR 4011749-0.

Presentado por  
**Chile Consultor**

2021  
**PLADETUR**  
COMUNA DE  
**CALDERA**

**INFORME III**

Informe III presentado por el Gobierno Regional de Atacama por medio del programa FICER "DIFUSIÓN ESTRATÉGICA, IMAGEN REGIONAL Y FORTALECIMIENTO DE DESTINOS DE LA REGIÓN DE ATACAMA" CODIGO BR 4011749-0.

Presentado por  
**Chile Consultor**

**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO**  
COMUNA DE COPIAPO



Presentado por  
**Chile Consultor**



GUÍA DE APOYO A LA GESTIÓN MUNICIPAL  
**Orientaciones para la creación de una unidad de turismo municipal**



Presentado por  
**Chile Consultor**



Encuesta a turistas que han visitado la región de Atacama.

SEMINARIO NACIONAL de expertos evaluando la iniciativa CLABORACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA COMUNA DE ATACAMA, FORTALECIMIENTO DESTINOS REGIONALES

Para más información o cualquier duda sobre el presente documento dirigido a los turistas que han visitado la región de Atacama, comuníquese con el equipo de trabajo de Chile Consultor.

Para un adecuado funcionamiento de la información consultada en este documento, se requiere utilizar un navegador web compatible con Internet Explorer 10 y versiones posteriores de Google Chrome, Mozilla Firefox y Safari.

Este documento es propiedad de Chile Consultor y no puede ser reproducido, distribuido o utilizado sin el consentimiento escrito de Chile Consultor.

Se permite la impresión de este documento para uso personal y no comercial.

SEMINARIO NACIONAL

Encuesta de la encuesta 1 1 de la encuesta encuesta

Caracterización del turista

Resumen ejecutivo



# ACTORES RELEVANTES





# PRESENTACIÓN A CONCEJOS MUNICIPALES, DELEGACIÓN PROVINCIAL,



REPUBLICA DE CHILE  
REGION DE ATACAMA  
**MUNICIPALIDAD DE CALDERA**  
Concejo Municipal  
Periodo 2021-2024

**ACTA DE ACUERDO N°380/2022**

DE : WALDO WONG GENERAL SECRETARIO MUNICIPAL

A : FELIPE FUENTES ZUMARAN ALCALDE(S) PRESENTE

Comunico a Ud., que el Honorable Concejo Municipal en Sesión Ordinaria N°30, efectuada con fecha 20 de abril del presente año, llegó al siguiente Acuerdo:

➤ Aprobar por Unanimitad, sin observaciones, el Plan de Desarrollo Turístico PLADETUR Caldera 2022-2027.

Sin otro particular, saluda atentamente a Ud.,

  
WALDO WONG GENERAL SECRETARIO MUNICIPAL

Caldera, 20 de abril de 2022.  
DISTRIBUCION:  
• Asesoría Jurídica  
• Control Interno  
• DMF  
• DIBECO  
• Transparencia  
• Archivo  
WONG/wrong





# ENTREGA





**CEREMONIA REALIZADA EL 23 FEBRERO 2022 EN LA COMUNA DE CALDERA CON AFORO REDUCIDO Y LA PRESENCIA DE ALCALDES, CONCEJALES, CORES, REPRESENTANTES MUNICIPALES Y DE GREMIOS TURÍSTICOS Y COORDINADORES DE TURISMO.**



**SR. MIGUEL VARGAS CORREA  
GOBERNADOR DE LA REGIÓN DE ATACAMA**





PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO  
PROVINCIA DE HUASCO

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO  
ALTO DEL CARMEN

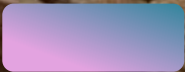
PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO  
VALLEÑA

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO  
HUASCO





# SUGERENCIAS





# -Habilitar un Equipo Técnico Municipal.



FICHA DE ADHESIÓN A ELABORACIÓN DE PLADETUR **MARZO 2021**

I.- ANTECEDENTES GENERALES

MUNICIPALIDAD	ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE CALDERA
NOMBRE ALCALDE(SA)	FELIPE FUENTES ZUMARAN , ALCALDE (S)
DIRECCIÓN	COUSINO 566
TELÉFONO DE CONTACTO	522 332884
E MAIL	ALCALDIA@CALDERA.CL

**JULIO 2021**

II.- ANTECEDENTES ESPECÍFICOS

I.- COORDINADOR(A) MUNICIPAL DE TURISMO (ENCARGADO DE TURISMO)	
NOMBRE	ALEJANDRA JESSICA GONZALEZ CUEVAS
TELÉFONO DE CONTACTO	963887157
E MAIL	AGONZALEZ@CALDERA.CL
PROFESIÓN/ACTIVIDAD	GUÍA DE TURISMO / TEC. EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE DEPENDENCIA	DIBECO
NOMBRE FUNCIONARIO RESPONSABLE UNIDAD DE TURISMO O JEFATURA	
	DANIELA CASTILLO BRAVO
TELÉFONO DE CONTACTO	976839959
E MAIL	DCASTILLO@CALDERA.CL

III.- COLABORACIÓN MUNICIPAL

EQUIPO MUNICIPAL DE PLADETUR

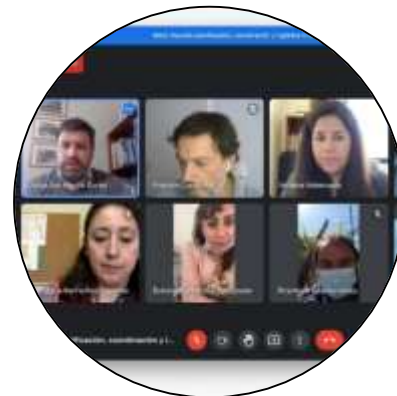
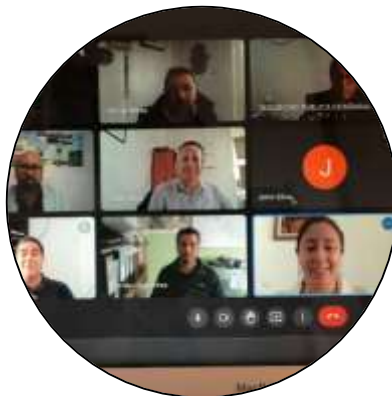
Esta Municipalidad se adhiere a la elaboración de un Plan de Desarrollo Turístico para la comuna el presente año 2021. Para ello, habilitará el siguiente EQUIPO MUNICIPAL DE PLADETUR:

Nota: Incluir nombre y cargo de los funcionarios que se desean.

NOMBRE	CARGO	CORREO ELECTRÓNICO
Funcionario responsable del equipo interno PlaDetur		
1.- ALEJANDRA GONZALEZ CUEVAS	COORDINADOR TURISMO	AGONZALEZ@CALDERA.CL
Funcionarios del equipo interno PlaDetur		
2.- JAVIER MARAMBIO ALFARO	JEFE DE PROYECTOS SOCPLAN	JMARAMBIO@CALDERA.CL
3.- CRISTIAN GONZALEZ	COORDINADOR DE FOMENTO PRODUCTIVO	CGONZALEZ@CALDERA.CL
4.- MARCELA CORTES DIAZ	EDUCADORA MUSEO PALEONTOLOGICO	MCORTESD@CALDERA.CL
5.- BERGO SILVA	DIRECTOR OBRAS MUNICIPALES	BSILVA@CALDERA.CL
6.- CARLOS PEREZ GARRIDO	JEFE DE MEDIO AMBIENTE	CPEREZ@CALDERA.CL
7.- ALEJANDRA GUJARDO	JEFA DE DESARROLLO COMUNITARIO Y COORDINADORA DEL TERRA	AGUJARDO@CALDERA.CL



FIRMA Y TIMBRE ALCALDE(SA) **15-04-2021** FECHA





## Equipo de Trabajo

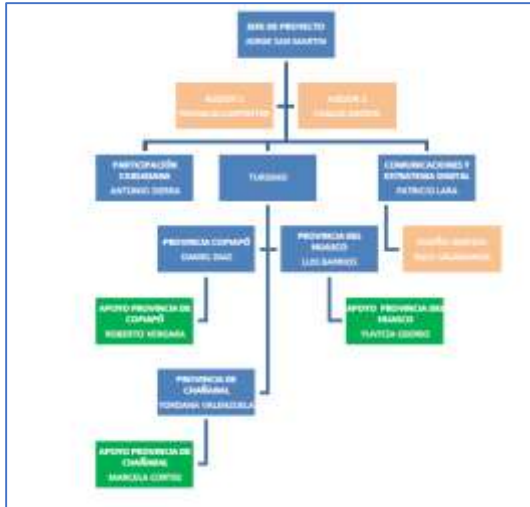


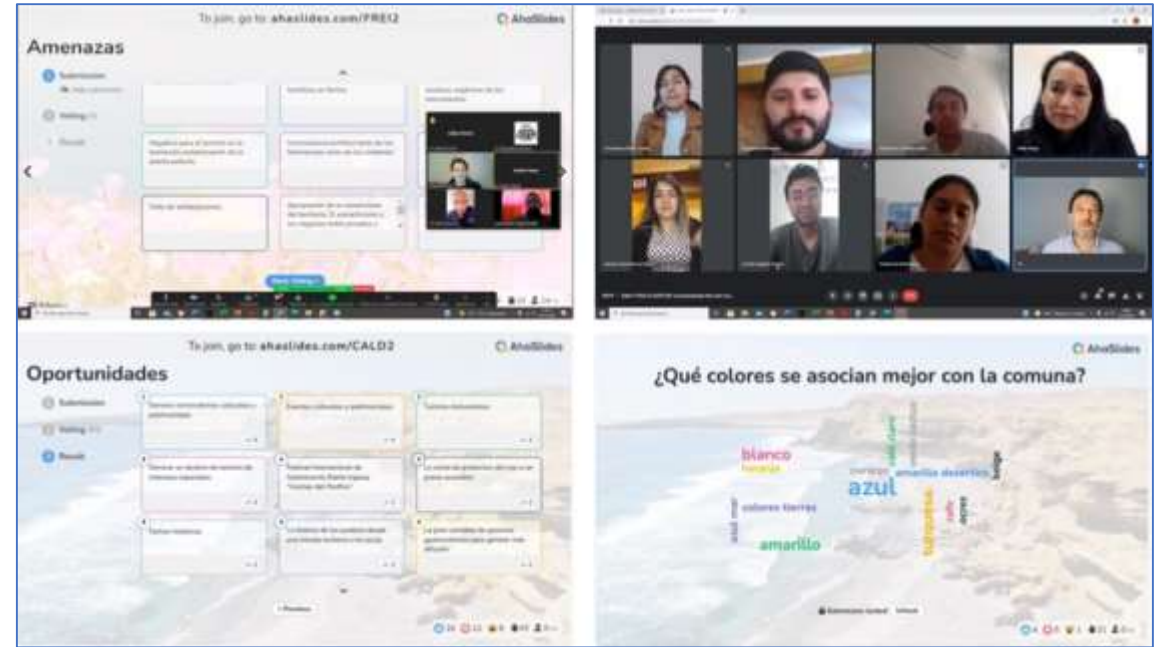
-Incluir posibilidad de ampliación de **período de ejecución** y posible **ajuste metodológico** de los productos en caso de ser necesario.

-Incluir período de **ajuste metodológico** previo a la elaboración del plan.

-Construcción de las **bases técnicas** del plan por parte de un **equipo de profesionales y técnicos afines disponibles** (municipales, dirección regional, mixto).

-Participación de **profesionales y técnicos locales** en el equipo técnico ejecutor.





Incluir trabajo presencial y a distancia.



# PREPARACIÓN PREVIA DEL EQUIPO MUNICIPAL



**ORIENTACIONES PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLADETUR MUNICIPAL:**

**"WORKSHOPS MUNICIPALES DE DESTINOS COMUNALES"**  
Jueves 30 abril / 10:00 hrs.

**SEBNATUR**  
Servicio Nacional de Turismo  
Calle 1000, Santiago, Chile

**LILIS CANALES LETON**  
Iniciadora de Capital Humano  
Barral, Maipo  
Lancol@sebnatur.cl

**Gobierno de Chile**



**CONTENIDOS DE LA REUNIÓN**

- 1.- BIENVENIDA
- 2.- ADHESIÓN AL CERTIFICADO DE COMPROMISO
- 3.- PAR TURISMO – AÚN QUEDAN RECURSOS
- 4.- WORKSHOP MUNICIPAL OFERTA TURÍSTICA "DESTINO CALDERA – PN PAN DE AZÚCAR"
- 4.- VARIOS



**4.-**  
**WORKSHOP MUNICIPAL OFERTA TURÍSTICA "DESTINO VALLE DE COPIAPO – VN. OJOS DEL SALADO"**



**TURISMO CALDERA**

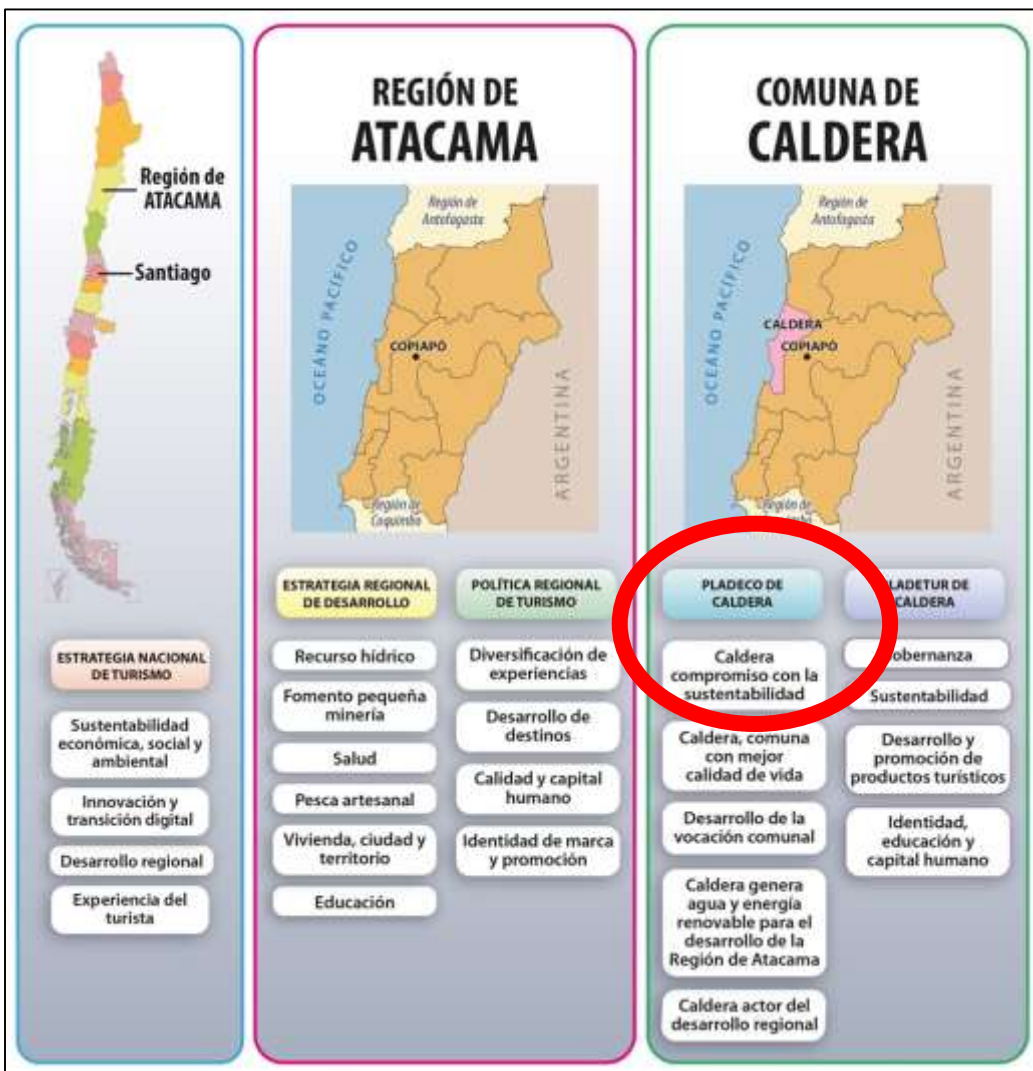
**OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA EN CALDERA**

**Alejandra González Cuevas**  
Encargada Turismo Municipal

**Ingrid Salinas Aguilá**  
Coordinadora O.L.T



# -Establecer un Marco Normativo



- LEY DE TURISMO 20.423
- DECRETO 19/2019 DE LA LEY DE TURISMO
- DECRETO 30/2016 DECLARATORIA DE ZOIT
- ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO 2030
- PLAN ESTRATÉGICO DE CAPITAL HUMANO 2019-2022
- POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO DE ATACAMA 2016-2025
- ORIENTACIONES PARA UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO EN DESTINOS TURÍSTICOS (PLADETUR)
- MODELO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL “DISTINCIÓN MUNICIPALIDAD TURÍSTICA”
- SISTEMA NACIONAL DE INVERSIONES
- VINCULACIÓN CON PLADECOS
- OTROS INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN TERRITORIAL O DE OTRAS CARACTERÍSTICAS, YA SEAN REGIONAL Y/O COMUNAL COMO EL PRICOST, PLANES REGULADORES, ORDENANZAS, ETC



An aerial photograph of a coastal town and harbor. The harbor is filled with numerous fishing boats of various sizes and colors, including blue, white, and red. The town is built on a hillside overlooking the water, with a prominent church spire visible. The background shows a vast, flat landscape under a clear blue sky with a few scattered clouds. The text "PARA CONSIDERAR" is overlaid in large, bold, yellow letters across the center of the image.

**PARA  
CONSIDERAR**



# TURISMO



El **Turismo** es el conjunto de actividades que se desprenden del desplazamiento temporal de personas a un lugar distinto al de su residencia; **por más de 24 horas y menos de 1 año**; motivados por cualquier fin, **siempre que éste no sea fijar su residencia permanente ni desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado.**



# EL MERCADO TURÍSTICO

Se puede interactuar con el Mercado Turístico en forma PRESENCIAL; por ejemplo, en una FERIA DE TURISMO o en una rueda de negocios. También en forma ON-LINE; por ejemplo, por medio de una plataforma digital al comprar un pasaje aéreo.

El Mercado Turístico es el lugar donde se transa (se compra y se vende) el producto turístico entre compradores (turistas/empresas) y vendedores (empresas): mercado nacional o mercado internacional

**PREGUNTA:**  
¿Qué dispositivo **se usa más** en la búsqueda on-line de información de viajes y turismo en Chile?



# OFERTA TURÍSTICA





# OFERTA TURÍSTICA

Corresponde al conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística (EJEMPLO: TOURS, ALOJAMIENTO, RESTAURANTES, EVENTOS LOCALES, ETC) y está compuesta por atractivos, planta e infraestructura.



**Destino Turístico:** “Espacio geográfico, delimitado física y administrativamente, conformado por un conjunto de atractivos turísticos naturales 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”.





# ATRATIVOS TURÍSTICOS: BIENES DE UN DESTINO PARA ATRAER AL

TURISTA



## Atractivos turísticos, Región de Atacama

**207** NÚMERO TOTAL DE ATRACTIVOS  
REGIÓN DE ATACAMA

### JERARQUÍA

Internacional	22	10,86%
Nacional	70	33,8%
Regional	98	47,3%
Local	17	8,2%

### CATEGORÍA

Acontecimiento programado	32	15,5%
Folklore	20	9,7%
Museo o manifestación cultural	18	8,7%
Realización técnica, científica o artística contemporánea	52	25,1%
Rutas o circuitos turísticos	3	1,4%
Sitio natural	82	39,6%

Fuente: en base catastro de atractivos, Servicio Nacional de Turismo, 2021

# EJEMPLO DE OFERTA TURÍSTICA:

EL VISITANTE PUEDE IR A UN DESTINO POR UN DÍA (EXCURSIONISTA) O POR AL MENOS UNA NOCHE (TURISTA), Y COMPRAR SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA FORMA DE:

## LA EXCURSIÓN



TOUR  
3 HRS

U\$ 50.-  
por persona



## EL PAQUETE TURÍSTICO

02 NOCHES, 3 DÍAS

U\$ 850.-  
todo incluido





# ALGUNOS PRESTADORES TURÍSTICOS

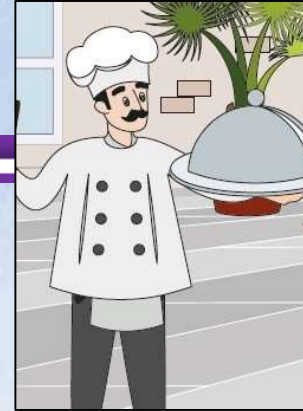
OPERADOR  
TURÍSTICO



GUÍA DE  
TURISMO



CHEF



ARTESANOS



RECEPCIONISTA



TRANSPORTISTA



INFORMADOR TURÍSTICO





# FORMALIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

La **Ley 20.423** crea el Sistema Nacional de Clasificación, Calidad y Seguridad de los Servicios Turísticos

**ACEITE DE OLIVA**

**CESTERÍA**

**ARTESANÍA DE COSTA**

**ALFARERÍA**

**TELARES**

El **Decreto 19** presenta el Reglamento de Registro de los Servicios Turísticos, la Inspección y la Certificación de Calidad (Q)

El **Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos** es obligatorio para Alojamiento y Turismo Aventura y voluntario para el resto de los servicios. Exige el cumplimiento de estándares de seguridad para Turismo Aventura



# BUSCADOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS REGISTRADOS EN SERNATUR

The image shows a browser window displaying the SERNATUR website. The URL in the address bar is <https://serviciosturisticos.sernatur.cl>. The website header includes the SERNATUR logo (Servicio Nacional de Turismo) and navigation links: INICIO, INFORMACIÓN PARA EL TURISTA, OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA, and CONTACTO.

The main content area features a large banner with the text: "Bienvenido a nuestro Buscador de Servicios Turísticos" and "Busca el tipo de servicio y/o usa los filtros para acceder a los servicios del destino al que viajarás y revisa si cumple con el registro formal." Below this are four dropdown menus for filtering: "Seleccionar Servicio", "Seleccionar Clase", "Seleccionar Región", and "Seleccionar Comuna".

The "Seleccionar Servicio" dropdown is open, showing a list of 16 service types: Agencia de viajes, Alojamiento turístico, Arriendo de Vehículos, Guías de Turismo, Restaurantes y similares, Servicios Culturales, Servicios de esparcimiento, Servicios de Producción Artesanal, Servicios de Souvenir, Servicios deportivos, Tour operador, Transporte de pasajeros por ferrocarril, Transporte de pasajeros por vía aérea, Transporte de pasajeros por vía Marítima, Transporte de Pasajeros Vía Terrestre, and Turismo aventura.

Below the filters are two green buttons: "Con Sello de Sustentabilidad Turística" (with an 'S' icon) and "Compromiso Buenas Prácticas" (with a circular icon). A red "Buscar" button is positioned to the right. A search input field is partially visible with the text "Servicio por su nombre".

At the bottom left, there is a warning icon and a disclaimer: "El Servicio Nacional de Turismo no realiza convenios de ningún tipo... son responsabilidad de cada empresa. Sernatur ejercerá las acciones institucionales o nombre de la institución. Sernatur se reserva el derecho..."

A blue callout box at the bottom right contains the text: "El **Registro** cuenta con **16 tipos de Servicios Turísticos**, es gratuito y online. Exige criterios de formalidad a los servicios."

# DEMANDA TURÍSTICA





# CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

✓  
ES SENSIBLE A LOS  
CAMBIOS ECONÓMICOS  
DEL MERCADO

✓  
ES SENSIBLE A LAS  
CONDICIONES  
SOCIOPOLÍTICAS DE LOS  
DESTINOS

✓  
ES ESTACIONAL  
-POR LA GEOGRAFÍA  
-EL CLIMA  
-LA FALTA DE OFERTA

✓  
\*\*\* BUSCA SEGURIDAD SANITARIA



# MOTIVACIONES DE VIAJE DE LA DEMANDA

RELAJACIÓN



RELACIÓN CON OTRAS PERSONAS



POSICIÓN SOCIAL Y PRESTIGIO



AVENTURA



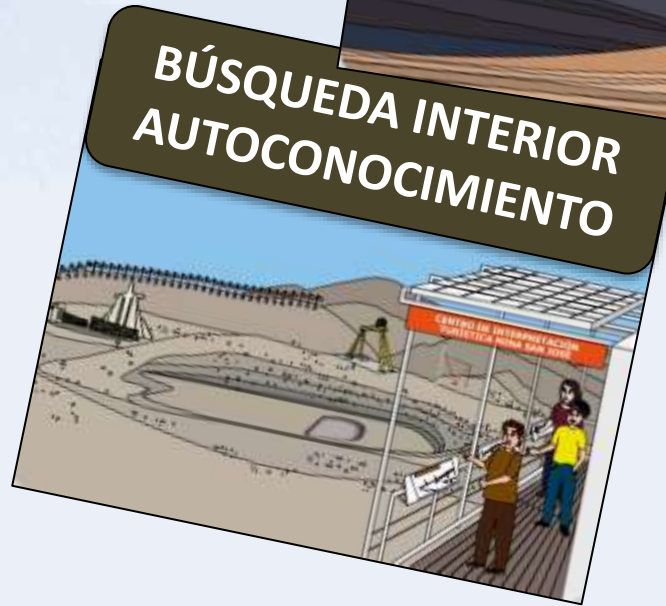
COMPAÑERISMO, FAMILIA, AMIGOS



CONOCIMIENTO



BÚSQUEDA INTERIOR AUTOCONOCIMIENTO





# CONCIENCIA TURÍSTICA



# LA CONCIENCIA TURÍSTICA



“El conocimiento interno del bien que debemos hacer y del mal que debemos evitar por el Turismo”.



# HOSPITALIDAD



“Buena acogida y recibimiento que se hace a los extranjeros o visitantes”.

# EL TURISMO NOS HACE CRECER

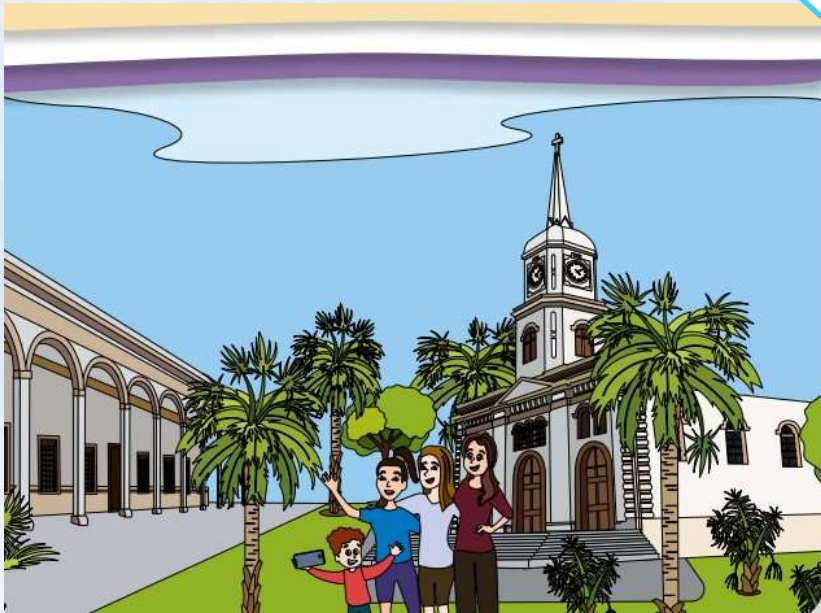


El turismo provoca cambios. Las localidades que son destinos turísticos experimentan desarrollo económico, creación de empleo y una mejora en la calidad de vida de la comunidad local, gracias al dinero que gastan los turistas en los numerosos productos y servicios que requieren durante su visita.



# NUESTRO ROL EN LA CONCIENCIA TURÍSTICA

El turismo nos involucra a todos y cada uno de nosotros tiene un rol que cumplir. Es por esto que los actores de la conciencia turística son múltiples y muy diversos, pero se pueden identificar tres segmentos principales:



TURISTAS



ANFITRIONES



INDUSTRIA TURÍSTICA

# MI ROL COMO ANFITRIÓN

## EXPECTATIVAS DE SERVICIO DEL TURISTA





# MI ROL COMO ANFITRIÓN



CUALQUIER PERSONA QUE ENTRA EN INTERACCIÓN CON UN TURISTA ES UN ANFITRIÓN.

Es un rol transversal asociado al recibir o atender a alguien que viene de fuera, y puede ser ejercido por cualquier otra persona.

¿DÓNDE ESTÁN LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS?

Where?

¿CUÁL ES EL HORARIO DE CIERTOS SERVICIOS?

What  
time?

¿QUÉ ACTIVIDADES SE PUEDEN REALIZAR?

What?

¿CÓMO LLEGO A...?

How can I get...?

¿QUÉ TIPO DE TRANSPORTE HAY DISPONIBLE?

What kind?

LA PRIMERA TAREA DE UN BUEN ANFITRIÓN ES INFORMARSE PARA INFORMAR.

En la mayoría de los casos, la interacción tiene que ver con CONSULTAS POR INFORMACIÓN SOBRE EL DESTINO.





An illustration of a family of five (two women, two men, and a child) sitting around a round table in a restaurant. They are eating a meal that includes fish, rice, and seafood. A waiter in a white shirt and red vest is standing to the right, holding a plate of seafood and a silver lid. In the background, there is a bar with bottles, a window, and a potted plant. A speech bubble is positioned above the family, and a text box is at the bottom of the image.

Por eso, ¡el TURISMO ES TAREA DE TODOS!

**ADOPTAR UNA ACTITUD POSITIVA PARA ENFRENTAR LA INTERACCIÓN CON EL TURISTA.**

Un anfitrión con conciencia turística es una persona que, ante todo, **valora el hecho de que un turista haya decidido visitar su localidad** y por lo tanto **siente la responsabilidad de ayudarlo a sentirse bien y a disfrutar de su estadía.**



**Luis Canales Leyton**

Encargado de Capital Humano y Turismo Municipal

Dirección Regional de Atacama

Servicio Nacional de Turismo – Chile

[lcanales@sernatur.cl](mailto:lcanales@sernatur.cl)



CONOCE MÁS DEL  
**PLADETUR**  
DE LA COMUNA DE CALDERA



 ESCANÉAME / SCAN ME

