

■ Chef&Hotel | opinión

## Los municipios pueden ser los motores del desarrollo



**Mónica Zalaquett**

Presidenta Ejecutiva  
 Federación de Empresas de Turismo de Chile

Los municipios desempeñan una labor fundamental para impulsar el crecimiento del turismo en las 345 comunas del país, por lo que las acciones, medidas y políticas que adopten son claves para el desarrollo de los destinos de Chile.

Los municipios paulatinamente han tomado conciencia de las oportunidades que ofrece la industria turística para el progreso de las comunas, sus habitantes y las economías locales, pero falta mucho para que compartan una mirada proturismo y una cultura organizacional con foco en la promoción y crecimiento de esta industria.

Un gran número de municipios no tiene planes de desarrollo turísticos actualizados que les permita capitalizar todo su potencial. Este déficit impide construir una visión de largo plazo sostenible para desarrollar la industria a partir de los atractivos, características y cualidades de cada territorio.

Esta falta de estrategia dificulta instalar gobernanzas locales que promuevan la asociatividad y coordinen a los distintos actores involucrados a nivel comunal y regional. Por lo general, las acciones que impulsan los municipios no siempre están alineadas ni dialogan con el resto del ecosistema turístico, lo que dificulta implementar programas y acciones que aporten a la cadena de valor turística.

Fedetur y la Asociación de Municipalidades Turísticas firmaron un acuerdo el año pasado para coordinar, consensuar, alinear y promover acciones que otorguen visibilidad e impulsen el desarrollo de la industria en nuestro país.

En días recientes, participamos del encuentro “Desafíos de la Gestión del Turismo en las Comunas de Chile” junto con la Asociación de Municipalidades de Chile y la Municipalidad de Algarrobo, donde analizamos como los municipios pueden poner en valor su patrimonio natural y cultural, y así abordar los desafíos en términos de planificación, permisología, medioambiente y formalización de la industria.

Según un estudio realizado por la AMUCH, 66% de los municipios afirma que ha invertido en turismo como un eje relevante. Sin embargo, de los que cuentan con institucionalidad turística, sólo la mitad ha implementado un área especializada, mientras que un 45% de estos reconoce no tener financiamiento específico para planes de desarrollo turístico. Además, el 57% ni siquiera cuenta con una estrategia para promover la formalización del sector.

Aún hay importantes brechas que cerrar para que nuestros municipios tengan una institucionalidad sólida que converse y colabore con la oferta turística, algo esencial para su desa-

rrollo, como lo demuestran innumerables experiencias internacionales.

En Islandia la agencia de turismo de la capital, Visit Reykjavik, trabaja con el gobierno para promover el ecoturismo, el turismo cultural y las experiencias locales. Han implementado campañas de marketing que promueven una experiencia turística responsable e invertido tanto en infraestructura como en la preservación de los recursos naturales.

En la región de Los Alpes, el municipio francés de Chamonix y los italianos de Courmayeur y Aosta, entre otros, formaron alianzas transfronterizas para promover el turismo en las montañas durante todo el año, combinando deportes de invierno, senderismo y turismo cultural. A través de la Alianza Mont-Blanc han creado paquetes comunes, desarrollado infraestructuras compartidas (como teleféricos y rutas de senderismo) y lanzado campañas conjuntas de promoción para atraer turistas internacionales.

Sigamos estos ejemplos de institucionalización y cooperación para consolidar al turismo como el motor de desarrollo sustentable que impulse las economías locales, genere nuevas y mejores oportunidades laborales, y contribuya a la descentralización de nuestro país.