

DIRECCIÓN DE ESTUDIOS  
ASOCIACIÓN DE MUNICIPALIDADES DE CHILE (AMUCH)

# INSTITUCIONALIDAD DE LOS MUNICIPIOS EN CHILE EN MATERIA DE TURISMO

**AMUCH**  
ASOCIACIÓN DE  
MUNICIPALIDADES  
DE CHILE

2018



The logo for AMUCH (Asociación de Municipalidades de Chile) is centered within a large red circular graphic that resembles a map pin. The word "AMUCH" is written in a bold, sans-serif font, with "AM" in red and "UCH" in blue. To the right of the text is a blue silhouette of the map of Chile. Below the main text, the full name "ASOCIACIÓN DE MUNICIPALIDADES DE CHILE" is written in a smaller, black, sans-serif font.

**AMUCH**  
ASOCIACIÓN DE  
MUNICIPALIDADES  
DE CHILE

# ÍNDICE

<b>SINTESIS.....</b>	<b>4</b>
<b>PRESENTACIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>PANORAMA MUNDIAL Y REGIONAL .....</b>	<b>6</b>
<b>GOBIERNOS MUNICIPALES.....</b>	<b>7</b>
<b>CATASTRO: INSTITUCIONALIDAD DE LOS MUNICIPIOS EN MATERIA DE TURISMO.....</b>	<b>11</b>
<b>PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>12</b>
<b>1- ¿Existe alguna instancia dentro del municipio que se encargue de trabajar e impulsar el turismo en la comuna? .....</b>	<b>12</b>
<b>2. ¿Qué año comenzó a trabajar esta oficina, departamento, programa o dirección de turismo? .....</b>	<b>15</b>
<b>3. ¿Cómo se financia esta área? Especificar si es con fondos propios del municipio y/o si es con fondos de instituciones del gobierno (Gobierno central, Gobierno regional, Seremi, Sernatur, etc.) y/o de otras instituciones. ....</b>	<b>16</b>
<b>4. ¿Existe un Plan de Turismo comunal vigente (PLADETUR)? Si no existe ¿Disponen de otro documento con una planificación o con un programa con objetivos y/o metas para cumplir en el tema de turismo?.....</b>	<b>17</b>
<b>5. ¿Cuántas personas trabajan en esto? Especificar cuántos son los que tienen dedicación exclusiva y cuántos trabajan también en otras unidades del municipio. ....</b>	<b>21</b>
<b>6. ¿Qué estudios tiene quien lidera esta oficina, departamento, programa o dirección de turismo? Especificar si se trata de estudios de enseñanza básica, media, pregrado y/o postgrado y el nombre del título (ej. Ingeniero Comercial, Arquitecto, etc.) .....</b>	<b>23</b>
<b>7. Entre los años 2015, 2016 y lo que va de 2017, ¿a cuántas capacitaciones sobre turismo ha asistido o el personal de esta oficina, departamento, programa o dirección de turismo? ..</b>	<b>25</b>
<b>8. ¿Qué actividades ha desarrollado esta oficina, departamento, programa y/o dirección de turismo? Especificar si se trata de actividades de difusión, de ejecución de proyectos, de firma de convenios de colaboración con otras organizaciones, de investigación y estudios, o de otro tipo.</b>	<b>26</b>
<b>REFLEXIONES.....</b>	<b>28</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>31</b>
<b>ESTUDIOS ANTERIORES.....</b>	<b>32</b>

## SINTESIS

- Del universo de municipalidades chilenas (345) se obtuvo una muestra con información de 304, de ellos el 84,2%, es decir, 256 municipios, poseen en la actualidad un trabajo institucional y vigente destinado a políticas locales de turismo, quienes realizan distintas acciones en esta materia.
- Existe una entidad municipal que trabaja en turismo, pues un 44,55% desarrollan acciones a través de una Oficina destinada para este propósito, mientras que un 9,9% lo hace a través de un Programa, otro 8,25% a través de un Departamento, un 7,92% a través de una Unidad, un 6,27% a través de otras instancias municipales y un 2,31% a través de una Dirección.
- La dependencia administrativa de la instancia de turismo también es un indicador de esta institucionalidad: hay dos vertientes, una dependencia mayoritaria de DIDECO y otra dependencia de instancia de Fomento Productivo o de carácter económico. En otras palabras, de un total 125 municipalidades que respondieron este ítem, **77** afirmaron que responden a DIDECO, **22** cumplen un enfoque de carácter económico (fomento productivo); luego, hay 12 que dependen de SECPLAN; 7 en distintas áreas o son varias unidades que trabajan sobre turismo, mientras que solo 4 pertenecen a instancias de cultura, 2 a la Administración Municipal y solo una depende conjuntamente de SECPLAN y DIDECO.
- Existe una carga importante en términos económicos que se expresa que 173 gobiernos municipales utilizan parte importante de su presupuesto para financiar las acciones de turismo en su comuna. Situación que contrasta con el caso de 66 municipalidades que utilizan fondos propios y que también obtienen fondos concursables. El resto de casos está en que utilizan solo fondos concursables para mantener en acción la instancia de turismo municipal (8 comunas) y otros no cuentan con presupuesto asignado (8 comunas).
- A nivel de personal se observa que 121 gobiernos municipales afirmaron tener al menos una persona con dedicación exclusiva para turismo, mientras que 27 manifestaron que tienen al menos una persona exclusiva más apoyo de otro personal municipal, en tanto, 45 comunas indicaron que el personal que realiza acciones en turismo no tiene dedicación exclusiva para esta materia.
- Al tipo de profesión de los encargados, que es clave para interpretar las características de este capital humano de nivel local, indicaron que en 74 municipios estos funcionarios tienen carreras relacionadas con el turismo, seguidos por los ingenieros (en distintas áreas) que engloban otras 38 municipalidades, en tanto, 16 pertenecen al área de pedagogía, luego, 17 no tienen carrera o estudios profesionales completos.

- A nivel profesional, se da el caso de que existen 221 municipalidades que declararon que los encargados de turismo no tienen estudio de posgrado, sin embargo, hay 22 comunas con un encargado que tiene estudios posteriores al pregrado, ya sea pos títulos, master, magister o doctorado.
- En términos de las actividades que realizan las municipalidades en materia de turismo, se advirtió que 204 expresaron que entre sus funciones está la difusión y promoción del turismo comunal; 200 municipalidades tienen acciones en capacitaciones de distinto tipo para el área turística; 188 indican realizar de actividades territoriales en materia de turismo y 166 municipios han firmado convenios de distinto tipo (con otras instancias de gobierno y privadas) para apoyar el desarrollo del área turística en su comuna.



Mediante el presente estudio la Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH) se ha propuesto dar cuenta de la realidad en la gestión e implementación de políticas en el área de turismo que actualmente realizan los municipios chilenos.

El estudio inicia con una breve descripción desde el ámbito regional e internacional del turismo y cómo éste se ha transformado en un mercado relevante en la actualidad moviendo millones de dólares, posicionando construcciones simbólicas de los países en el imaginario colectivo y el desafío que representa el empoderamiento internacional en el área turística. Enseguida, continúa con una presentación de la actualidad turística a nivel nacional, organismos encargados y el mercado local en relación al posicionamiento y rol que tienen las instituciones estatales junto a los gobiernos locales. Posteriormente, se realiza un análisis comparativo de datos claves que aportaron los mismos municipios en respuesta a una solicitud de información que se les envió a través del Portal de Transparencia. Para terminar, el estudio concluye con una discusión respecto de los resultados obtenidos.

Para abordar el estudio se consideró al universo de los 345 municipios del país. Al total de los municipios se les envió la misma solicitud de información a través del Portal de Transparencia con el fin de construir un catastro de la situación de turismo en la municipalidad, sin embargo, sólo respondieron efectivamente 305 municipios, lo que representa el 88,40% de la muestra considerada inicialmente. No obstante, el N final varía según cada pregunta del cuestionario debido a que no todos los gobiernos municipales respondieron en su totalidad el cuestionario. En todo caso, en cada pregunta se especifica la muestra final tanto para el desarrollo de gráficos como para el análisis y consideraciones.

## PANORAMA MUNDIAL Y REGIONAL

El turismo externo -que corresponde a la llegada de personas a nuestro país- sigue evolucionando, según los datos estadísticos oficiales del Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), como se ve en el siguiente cuadro:

Años	2004	2007	2010	2013	2015
N° de Llegada Turistas	1.672.449	2.534.296	2.800.637	3.576.204	4.478.336
Promedio gasto individual (En Dólares)	46,7	53,0	66,8	66,9	64,0

Fuente: elaboración propia AMUCH 2017

Sobre la llegada anual de turistas a Chile desde el año 2004 hasta el 2015, se evidencia un aumento constante, pasando de recibir el año 2004 a, 1.672.449 de visitantes a 4.478.336 en el año 2015, es



decir, en 11 años el crecimiento del turismo fue de sostenido crecimiento y según las tendencias mostradas la llegada de turistas irá en aumento, lo cual presenta un desafío transversal para que Chile tenga la capacidad de recepción en infraestructura, promoción y difusión, seguridad, y dar certidumbre para un adecuado manejo de la demanda. Una variable importante que define la expansión del sector turismo es el crecimiento económico del mundo y de aquellas regiones que más aportan con visitantes. Para mostrar cuáles son los principales países desde los cuales llegan turistas a Chile, se ha elaborado el siguiente cuadro con datos oficiales de la dirección de estudios del SERNATUR:

Continente de origen	Año				
	2005	2007	2010	2013	2015
Europa	342.326	392.624	371.412	406.786	432.775
América	125.753	165.104	134.495	162.406	188.349
Asia	23.979	28.831	28.327	41.991	51.182

Fuente: elaboración propia AMUCH 2017

Estos datos desagregados sobre el origen de las personas que llegan a Chile por turismo, desde los tres continentes que más aportan a estos ítems son: Europa que lidera el flujo de personas seguido por los países de americanos y por último, pero no menos importante, los que provienen del mundo asiático.

En todos se puede percibir un incremento exponencial cada año, aunque en el caso de Europa el año 2010, bajó su flujo de visitantes por ser un año de crisis muy fuerte que estaba afectando a muchos de los Estados que constituyen el bloque europeo.

## GOBIERNOS MUNICIPALES

El aumento sostenido de turistas externos al país presenta un desafío al Estado en general, y a los gobiernos municipales en particular. En este sentido, el turismo tiene aspectos sociales, culturales, económicos que repercuten en la formación de políticas públicas de nivel local. La relevancia de los municipios, en primer lugar, recae en que son ellos los que están encargados de entregar servicios básicos a determinados territorios bajo su jurisdicción; en segundo lugar, al ser la institución básica de carácter territorial del Estado tiene contacto constante con la realidad local y por ende mayor conocimiento del lugar en que se emplazan y la oferta pública (y privada) existente.

En los territorios en general existen diversos actores sociales, los cuales actúan y buscan dar uso y sentido –a las áreas de interés turístico- en función de sus intereses y motivaciones (Vélazques García, 2013: 90), por ende, un factor fundamental es la coordinación y vinculación entre los actores en el territorio para el desarrollo de una estrategia en conjunto a nivel local que dé cuenta de una

política a nivel nacional coherente. Se hace menester la operatividad de la ciudadanía en la participación del turismo con un enfoque democrático, es así que el fortalecimiento del desarrollo local es fundamenta porque “implica conocer el territorio, los recursos naturales, políticos, sociales y económicos, a fin de ordenarlos y aprovecharlos de un modo eficiente y sostenible” (Rischmöller, 2007:13) y de éste modo aprovechar la oferta turística en su conjunto mediante una relación beneficiosa para todos los participantes.

Los atractivos turísticos no tienen límites administrativos, cruzan comunas, provincias, regiones y en ocasiones hasta países. Por lo cual, la oferta turística es un todo que agrupa a los actores para satisfacer la demanda creciente – y a la vez, crear oferta -. En efecto, tener un enfoque global y un discurso común que se materialice en prácticas locales que den cuenta de una coherencia de la práctica y relato. Siguiendo esta premisa, en el país se han implementado por parte de Sernatur junto a los gobiernos municipales distintos PLADETUR de carácter comunal, intercomunal y provincial. A este instrumento se le suma las ZOIT como herramientas de planificación territorial relacionadas con la actividad turística y articuladas desde los municipios.

La institución encargada de promover el turismo en el país es el Ministerio de Economía Fomento y Turismo, del cual depende el Servicio Nacional de Turismo que fue creado mediante “el Decreto Ley 1.224, del año 1975. Esta norma creó el Servicio Nacional de Turismo, con el carácter de persona jurídica de derecho público, funcionalmente descentralizada, con patrimonio propio y plena capacidad para ejercer derechos y contraer obligaciones.

Las políticas de desarrollo turístico han ido adquiriendo cada vez más relevancias, a tal punto que desde lo político se ha incorporado al ministerio de economía la promoción de esta área, con una reforma impulsada por el gobierno del ex presidente Sebastián Piñera a través de la ley de 20.423 que crea el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. (economía.gob.cl, 2017).

El SERNATUR, Servicio Nacional de Turismo es un organismo público encargado de promover y difundir el desarrollo de la actividad turística de Chile. (Sernatur.cl, 2017).

Algunos de sus objetivos estratégicos son:

- Ejecutar acciones de promoción y difusión de los productos y destinos turísticos del país, a través de la participación y acción coordinada de los actores públicos y privados, para generar crecimiento en la industria turística.
- Promover la competitividad de la industria turística, formalizando la oferta e incorporando estándares de calidad, seguridad y sustentabilidad.
- Fortalecer los programas de turismo social para reducir la estacionalidad de la industria y promover el desarrollo regional y local” (Sernatur.cl, 2017)



Desde el lado del poder legislativo, ha existido una comisión de turismo dedicada a la promoción de dicha actividad y al planteamiento de buenas políticas que incentiven la inversión en el área y mejorar las condiciones públicas que el mismo Estado puede ofrecer en términos de señalización ética adecuada, mantención y cuidado de los parques nacionales y de las reservas naturales que son de gran interés para una porción importante de la masa turística.

La CONAF, corporación nacional forestal” es una entidad de derecho privado dependiente del Ministerio de Agricultura, cuya principal tarea es administrar la política forestal de Chile y fomentar el desarrollo del sector.”(Ley 18.348, 1984) Además de ser la encargada de administrar aquellos parques y reservas nacionales que son de especial interés porque atrae a una cantidad importante de turistas que utilizan estos espacios con distintos fines. Brevemente señalar que en total existen 36 parques nacionales, 49 reservas nacionales y 16 monumentos naturales. (conaf.cl, 2016).

En este marco, las políticas públicas orientadas a incentivar la industria del turismo son más bien recientes y formalmente existe una ley de turismo que data del año 2010, que es la primera que regula la industria del turismo, ley N° 20.423, creando una serie de instancias para la promoción de esta actividad.

Como se mencionó anteriormente, esta ley además crea la subsecretaría de turismo dependiente del ministerio de economía que pasó a llamarse, ministerio de economía, fomento y turismo. Este es un hito muy importante para la historia política del país porque se concreta a nivel del poder ejecutivo una medida muy potente que promociona activamente esta actividad.

En el artículo n°13 de la Ley de Turismo, Un reglamento del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, suscrito además por los otros ministros que integran el Comité, normará la forma y condiciones para proceder a la declaración aludida en el inciso anterior. Ella se realizará por medio de decreto supremo del mencionado Ministerio, previo acuerdo del Comité de Ministros del Turismo, informe del Servicio Nacional de Turismo e informes vinculantes de los municipios cuyos territorios, o parte de ellos, se vean afectados por aquella”(Ley N° 20.423, 2010).

Ha habido una serie de política orientadas a la promoción del turismo, provenientes de distintas entidades como el congreso nacional, ministerios y distintos gobiernos que han presidido el poder ejecutivo en Chile.

En concreto el Sernatur, ha sido uno de los principales promotores de políticas en esta materia como lo son aquellas que se enfocan en generar incentivos para mejorar la calidad y sustentabilidad de distintos servicios turísticos como lo es el alojamiento, para que sea amigable con el medio ambiente pero también se mejore la eficiencia a la hora de entregar el servicio. Así es como dicho órgano, el año 2013, publicó un manual de alojamiento:

*“Este Manual de Buenas Prácticas es una guía de consulta dirigido a prestadores de servicio de alojamiento turístico de todo tipo, así como también a autoridades gestoras de destinos turísticos.*

*Se presenta como una guía orientadora para incentivar la sustentabilidad en el desarrollo y la operación de las empresas de alojamiento turístico” (SERNATUR, 2013).*

Con esto vemos no solo, el compromiso por mejorar la oferta de ciertos servicios turísticos, sino que también un compromiso con la comunidad, la naturaleza y el desarrollo sustentable de las personas en su entorno. También tiene que ver con la implementación de las tecnologías para el desarrollo eficiente y sustentable de los servicios: *“Actualmente en Chile, la utilización de las tecnologías disponibles para mejorar la eficiencia energética está muy por debajo de su verdadero potencial y la mayoría de los hoteles siguen utilizando equipos poco eficientes” (SERNATUR, 2013).*

Con lo anterior se verifica que las políticas públicas de turismo han ido asimilando mayores niveles de especificidad y tecnicismo dado el creciente aumento de demanda por estos servicios.

Como las políticas de turismo en Chile han adquirido más relevancia en los últimos diez años, el 2012 se hizo una política pública de largo plazo con el fin de dar un carácter de continuidad al impulso del turismo en el país, llamada *“Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020”* cuya visión consiste en que al: *“2020, Chile será reconocido como un destino turístico de clase mundial, siendo admirado y conocido por poseer una oferta turística atractiva, variada, sustentable y de alta calidad”* (Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020, 2012).

Los objetivos estratégicos de esta política son: *“Aumentar la importancia que tiene el turismo en la economía nacional. Esto se debe traducir concretamente en duplicar la contribución directa del turismo al PIB, pasando del 3,2% del 2011 al 6% en el año 2020.”* (Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020, 2012).



## CATASTRO: INSTITUCIONALIDAD DE LOS MUNICIPIOS EN MATERIA DE TURISMO

Con el propósito de conocer la institucionalidad, la política que implementan los municipios en materia de turismo y cómo ésta genera ejes de coordinación entre distintos actores acorde a la relevancia que los gobiernos locales le dan al turismo en sus comunas. Se consideró necesario conocer de primera fuente los siguientes aspectos:

1. ¿Existe alguna instancia dentro del municipio que se encargue de trabajar e impulsar el turismo en la comuna? Especificar el nombre y si es una oficina, departamento, dirección o programa.
2. ¿Qué año comenzó a trabajar esta oficina, departamento, programa o dirección de turismo?
3. ¿Cómo se financia? Especificar si es con fondos propios del municipio y/o si es con fondos de instituciones del gobierno (Gobierno central, Gobierno regional, Seremi, Sernatur, etc.) y/o de otras instituciones
4. ¿Existe un Plan de Turismo comunal vigente (PLADETUR)? Si no existe ¿disponen de otro documento con una planificación o con un programa con objetivos y/o metas para cumplir en el tema de turismo?
5. ¿Cuántas personas trabajan en esto? Especificar cuantos son los que tienen dedicación exclusiva y cuantos trabajan también en otras unidades del municipio.
6. ¿Qué estudios tiene quien lidera esta oficina, departamento, programa o dirección de turismo? Especificar si se trata de estudios de enseñanza básica, media, pregrado y/o postgrado y el nombre del título (ej. Ingeniero Comercial, Arquitecto, etc.)
7. Entre los años 2015, 2016 y lo que va de 2017, ¿a cuántas capacitaciones sobre turismo ha asistido o el personal de esta oficina, departamento, programa o dirección de turismo?
8. ¿Qué actividades han desarrollado esta oficina, departamento, programa y/o dirección de turismo? Especificar si se trata de actividades de difusión, de ejecución de proyectos, de firma de convenios de colaboración con otras organizaciones, de investigación y estudios, o de otro tipo.

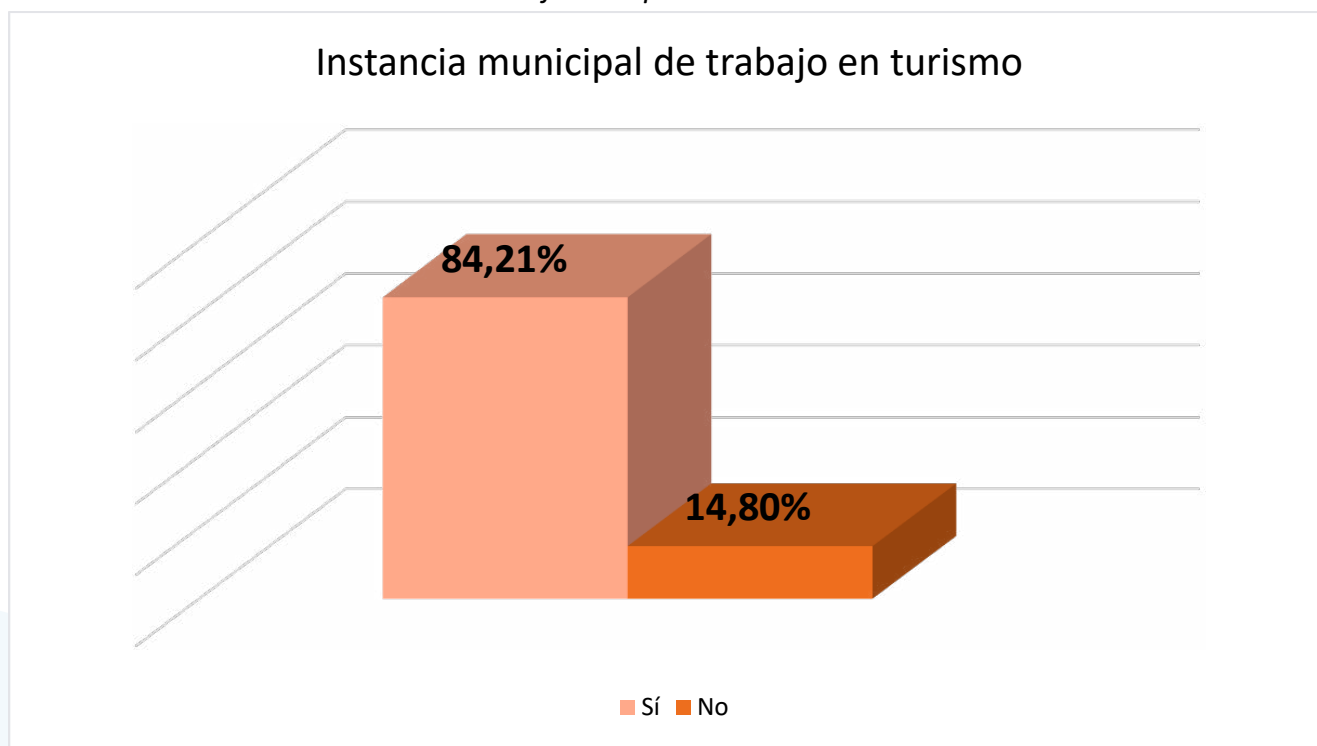


## PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

### 1- ¿Existe alguna instancia dentro del municipio que se encargue de trabajar e impulsar el turismo en la comuna?

A esta pregunta respondieron 304 de los 345 municipios chilenos, y tal como se puede advertir en el gráfico N°1 que está a continuación, un **84,21%** contestó afirmativamente<sup>1</sup>.

Gráfico N°1: Porcentaje de municipios que informaron tener alguna instancia que se encargue de trabajar e impulsar el turismo

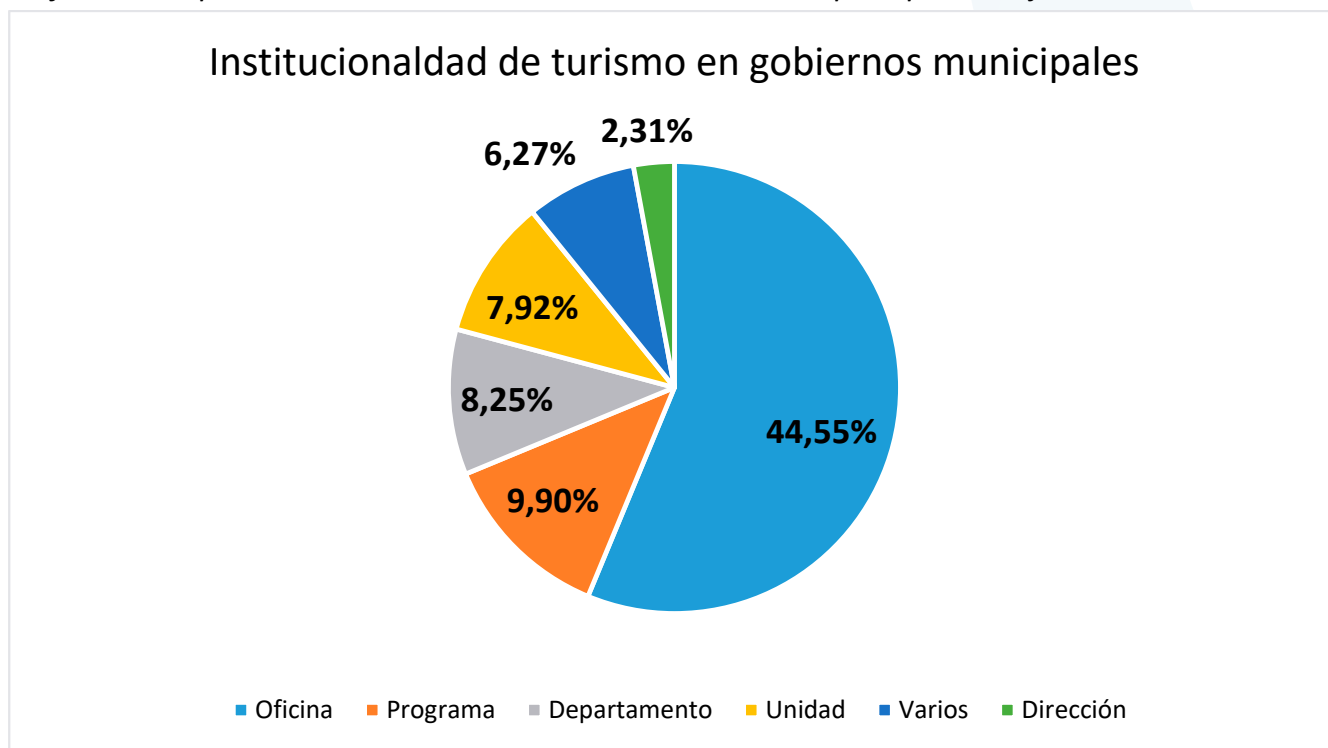


Fuente: Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)

Por otra parte, en cuanto a institucionalidad, de entre estos municipios que respondieron afirmativamente, un **44,55%** afirmó que las acciones en materia de turismo comunal se desarrollan a través de una **Oficina** destinada para este propósito, mientras que un **9,90%** lo hace a través de un **Programa**, otro **8,25%** a través de un Departamento, un **7,92%** a través de una Unidad, un **6,27%** a través de otras instancias municipales y un **2,31%** a través de una **Dirección**. El **14,85%**, en tanto, no dispone de ninguna de estas instancias formales, y el **5,94%** restante, no especificó la institucionalidad que le otorga el gobierno local en materias de turismo.

<sup>1</sup> Del total de municipios que contestaron el cuestionario, tres no entregaron información, lo que corresponde al 0,99% total de la muestra. Por otro lado, 41 municipios no contestaron, lo que representa el 11,88% del total de gobiernos municipales del país.

Gráfico N°2: Tipo de institucionalidad al interior de los municipios que trabaje materias de turismo.

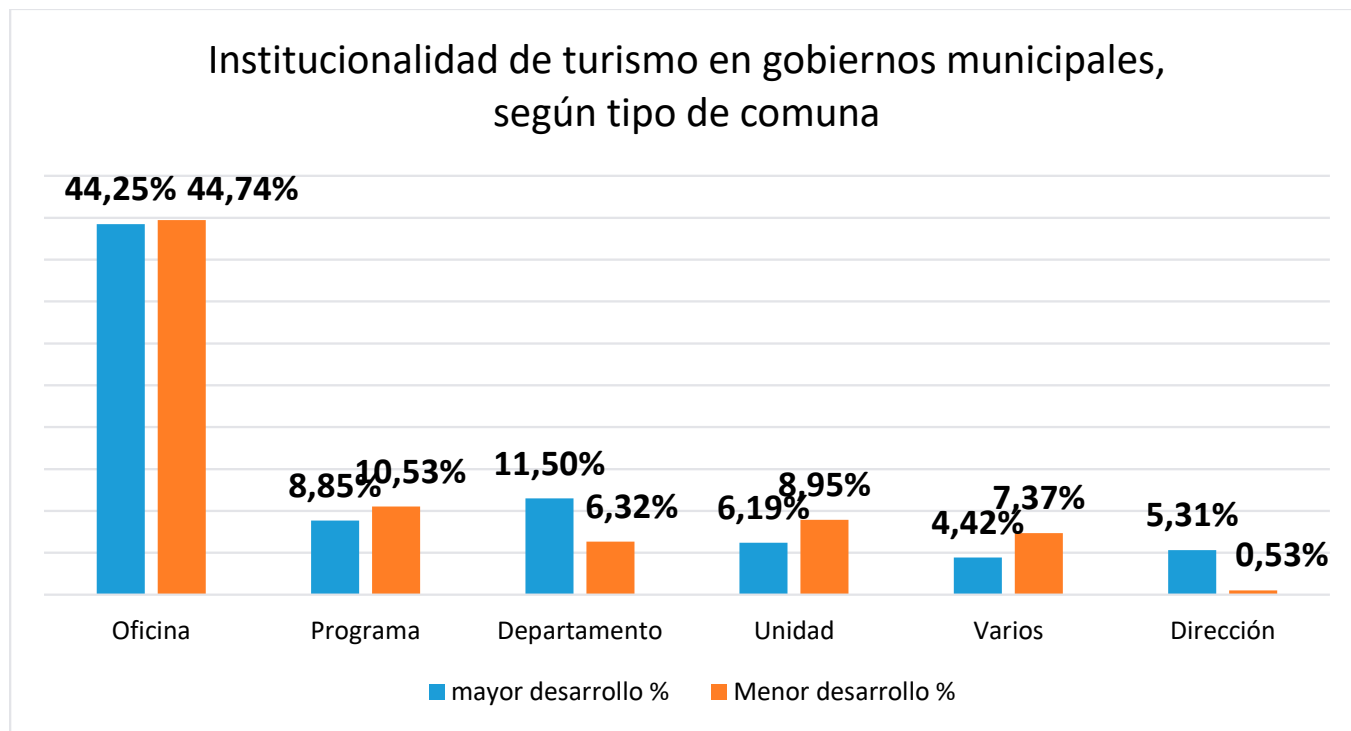


Fuente: Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)

Al comparar los gobiernos municipales con menor y mayor desarrollo en función del tipo de institucionalidad, existen pequeñas variaciones porcentuales. En ambos tipos de municipios la “oficina” de turismo tiene una mayoría.

Una mirada diferenciada en cuanto a comunas con “más desarrollo” (más urbanas, con más población y recursos) versus comunas con “menos desarrollo” (menos urbanas, con menos población y menos recursos), indica lo siguiente: en los gobiernos con mayor desarrollo el **44,25%** y menor desarrollo **44,74%**, lo que pone en punto de equilibrio la forma de “Oficina” de turismo. Seguido por “programas”, los gobiernos locales con menor desarrollo llegan al **10,53%** mientras que con mayor desarrollo el **8,53%**. En cambio, la instancia de “departamento”, los municipios con mayor desarrollo alcanzan el **11,50%** y con menor desarrollo el **6,32%**. Cabe destacar, que un total de 42 de ambas categorías no se tiene información, lo que equivale al **12,17%** de las 345 municipalidades de Chile.

Gráfico N°3: Tipo de institucionalidad al interior de los municipios que trabaje materias de turismo según tipo de comuna

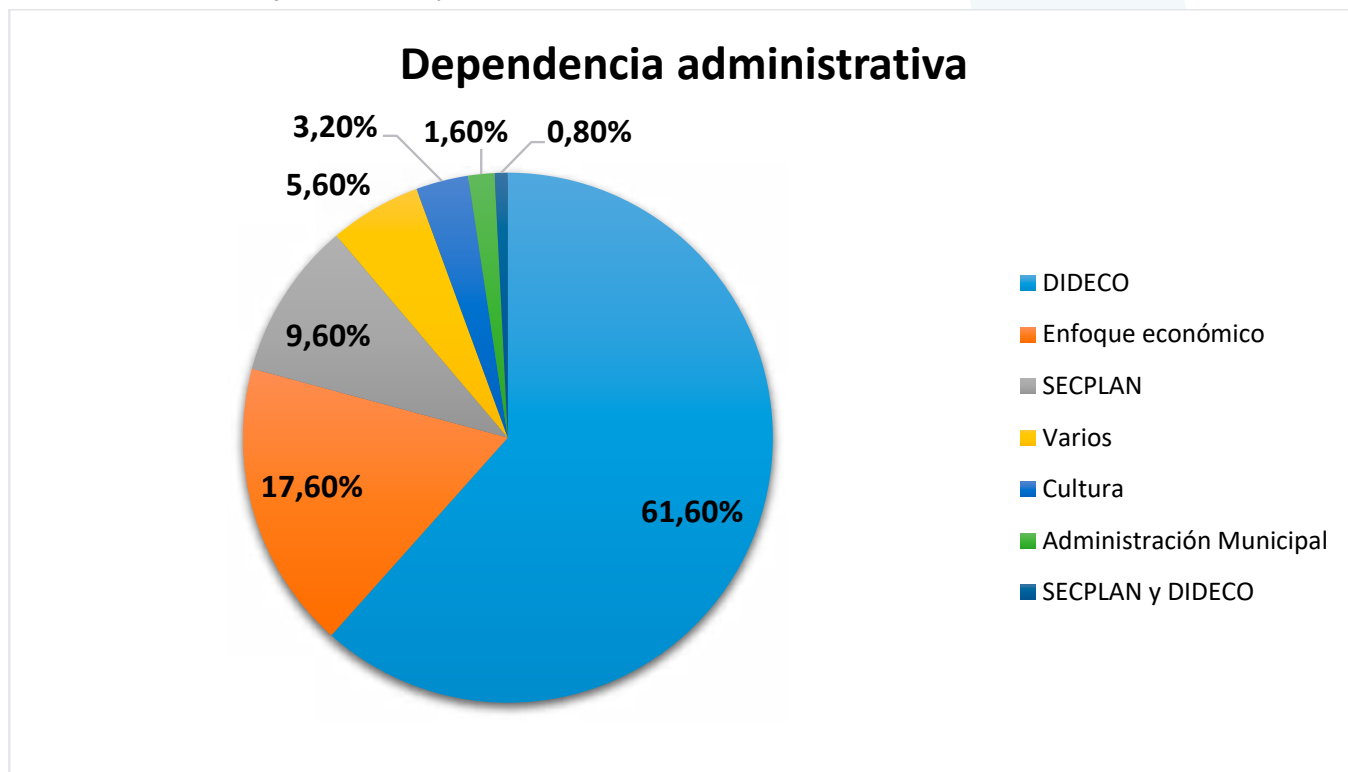


Fuente: Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)

Complementario al tipo de institucionalidad que cuenta la instancia de turismo al interior de los gobiernos municipales, con la información obtenida y con una muestra de 125 municipalidades (que respondieron efectivamente) en relación a la “dependencia administrativa” de dicha instancia, se puede identificar lo siguiente: el **61,60%** de los municipios manifestó que turismo tiene dependencia de la Dirección de Desarrollo Comunitario (DIDECO), seguido por aquellas que se encuentran en instancias administrativas con enfoque económico de Desarrollo local o Fomento productivo, que alcanzan el **17,60%**; luego, continúa con la dependencia de Secretaría Comunal de Planificación (SECPLAN) el **9,60%**; mientras que luego emergen las instancias de cultura con el **3,20%**, y otros con menos participación en el **5,60%**. Existe un solo caso en que la instancia de turismo tiene doble dependencia SECPLAN y DIDECO (**0,80%**).



Gráfico N°4: Dependencia administrativa de la instancia de turismo



Fuente: Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)

Cabe señalar que sería interesante conocer en más detalle rol de la unidad de turismo en su coordinación e integración con otras unidades, puesto que es clave que se integre el trabajo participativo que debe realizar con los diversos actores tanto públicos como privados de la comuna, eso marca las diferencias en su gestión; pues esta unidad es, en la práctica, un articulador de instancias de colaboración local. Esta es la clave de un desarrollo armónico, planificado e integral, y por consecuencia sostenible del turismo de nivel municipal.

## 2. ¿Qué año comenzó a trabajar esta oficina, departamento, programa o dirección de turismo?

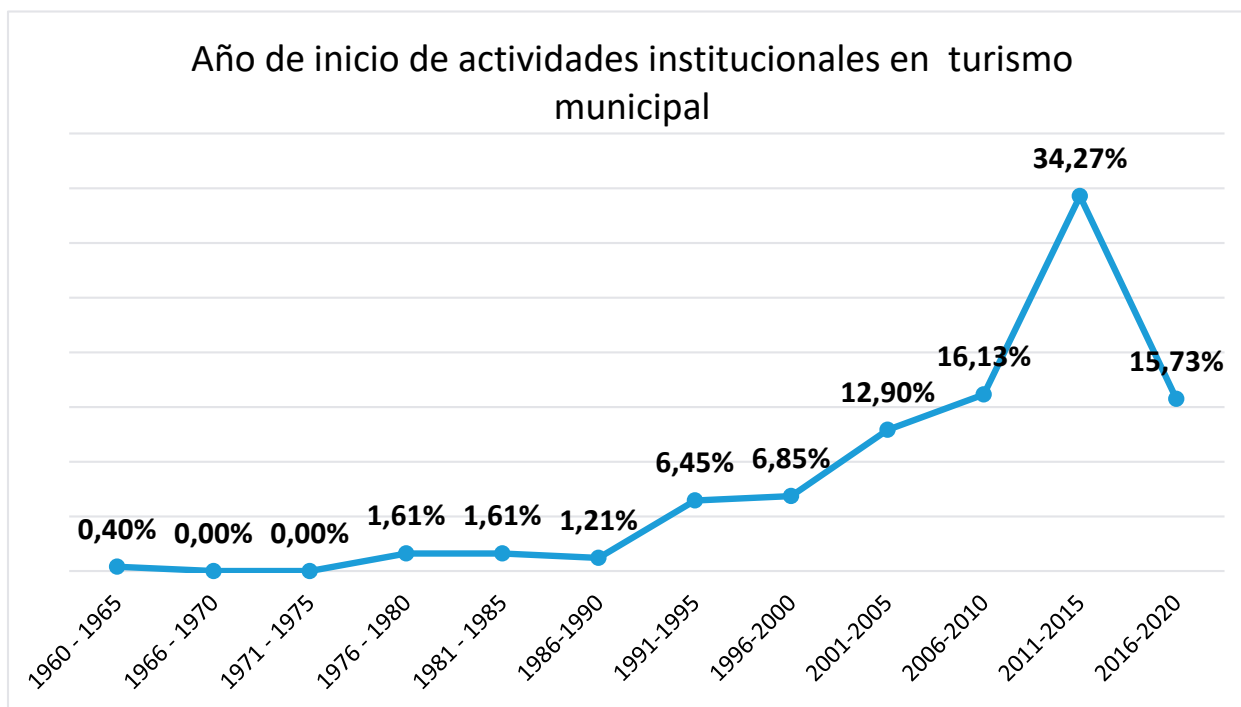
El total de municipios que contestaron la pregunta fue de 248, lo que corresponde al 71,88% de la muestra de municipios<sup>2</sup>. El siguiente gráfico muestra esta variación temporal en cuanto al desarrollo del turismo municipal. Para los efectos de análisis, la agrupación de datos se realizó mediante rangos de cinco años desde 1960 hasta el 2020. Esto permite observar hace cuánto tiempo que está desarrollada el área.

En efecto, se puede apreciar una tendencia en alza que comienza desde 1991, en los cuales se consolidan instancias institucionales de turismo al interior de los gobiernos municipales. La mayor alza de inauguración de dicha instancia se encuentra en el rango 2011-2015, es decir en la

<sup>2</sup> por otro lado 96 municipios, es decir, el 28,12%, no fueron considerados en el N final por falta de información en este ítem.

actualidad, en la cual 85 gobiernos municipales incorporaron institucionalmente a su gestión el turismo, lo que equivale al 34,27% del total de municipalidades.

Gráfico N°5: Inicio de actividades institucionales de turismo en gobiernos municipales, según rango de cinco años



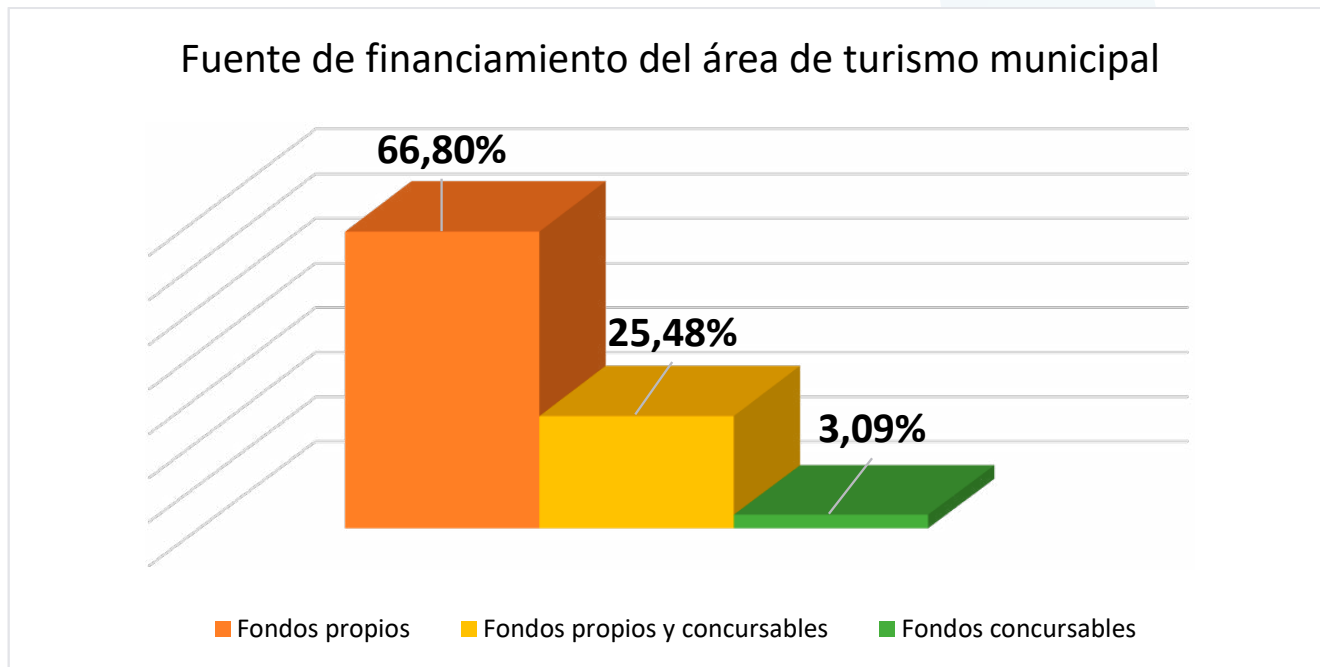
Fuente: Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)

**3. ¿Cómo se financia esta área? Especificar si es con fondos propios del municipio y/o si es con fondos de instituciones del gobierno (Gobierno central, Gobierno regional, Seremi, Sernatur, etc.) y/o de otras instituciones.**

El total de municipios que respondieron sobre el financiamiento institucional que trabaja políticas de turismo fue de 260 municipios (el 75,07% del total)<sup>3</sup>.

Con todo, de los municipios considerado, el **66,80%** manifestó que utiliza “fondos propios”, mientras que el **25,48%** combina “fondos propios” con “fondos concursables” (regionales, ministerios, Sernatur, privados u otras instancias). Solo el **3,09%** utiliza solo fondos concursables y el mismo porcentaje no tiene presupuesto, en tanto, el **1,54%** no especifica.

<sup>3</sup> 86 municipalidades no entregaron esa información, equivalente al 24,93% de la muestra.



Fuente: Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)

**4. ¿Existe un Plan de Turismo comunal vigente (PLADETUR)? Si no existe ¿Disponen de otro documento con una planificación o con un programa con objetivos y/o metas para cumplir en el tema de turismo?**

El total de municipios que respondieron sobre la existencia de alguna instancia de plan de turismo fue de 271, equivalente **78,55%** del total de gobiernos municipales de Chile.

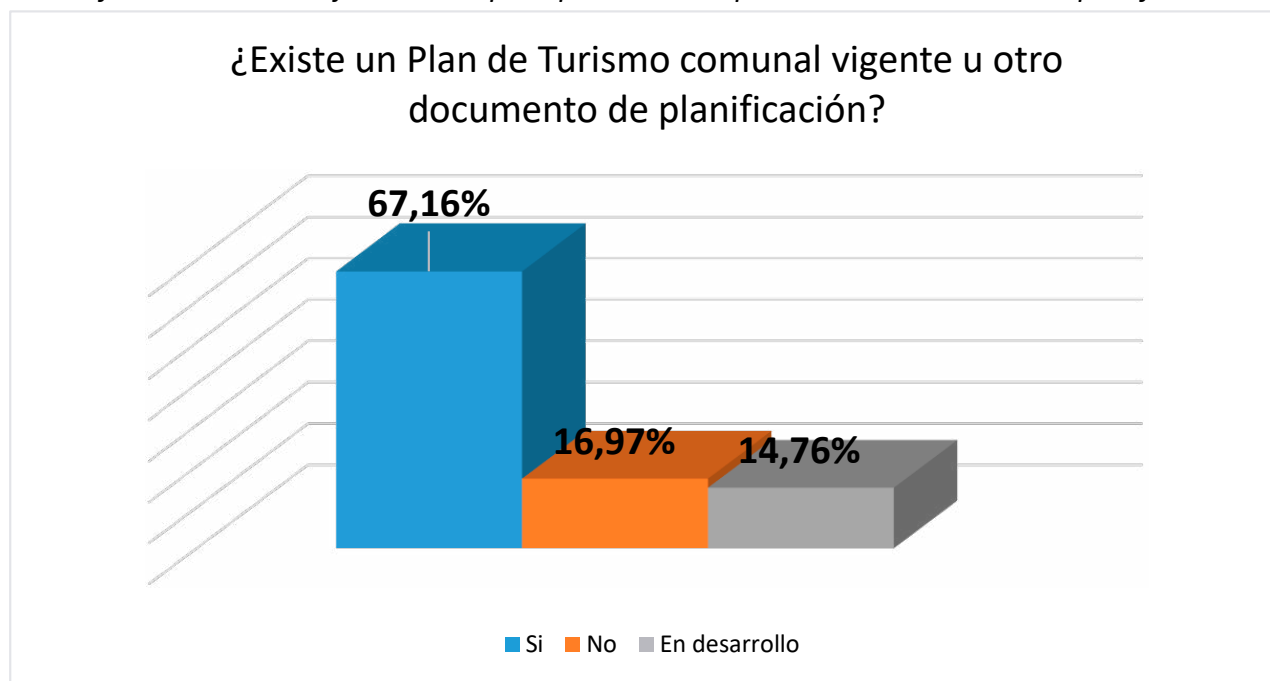
Del total que respondieron se desglosa lo siguiente: **67,16%** municipios declaró tener un Plan de turismo (PLADETUR), mientras que el **16,97%** no cuentan con instancia de planificación; por otro lado, el **14,76%** expresó que están en desarrollo de alguna instancia de planificación y el **1,11%** no respondió a este punto.

Cabe señalar en este punto que resulta en el futuro necesario evaluar si los municipios que ya tienen algún instrumento de planificación turística (que en esta muestra se observa como alto porcentualmente en el desarrollo de PLADETUR), determinar en detalle cuál es el grado de avance de este Plan; además, si ha sido evaluado o se está monitoreando de algún modo, puesto que una mirada cualitativa indicaría que es necesario saber, más allá de la existencia de un plan de acción, cuántas de las acciones propuestas en él han sido concretadas o están en proceso de desarrollo. También resulta interesante conocer el uso y valoración de esta herramienta de gestión. Esto es importante ya que muchas veces se crean estos instrumentos de gestión en el sector público municipal para cumplir con las obligaciones o requerimientos de la institución, pero que no necesariamente significan en que se utilicen y se desarrollen labores en función de lo que el



instrumento determinó. Es, en este sentido, una oportunidad de generar mejoras o integrar metodologías más eficientes que colaboren con los municipios en su gestión turística.

Gráfico N°7: Porcentaje de municipios que tienen un plan u otro documento de planificación



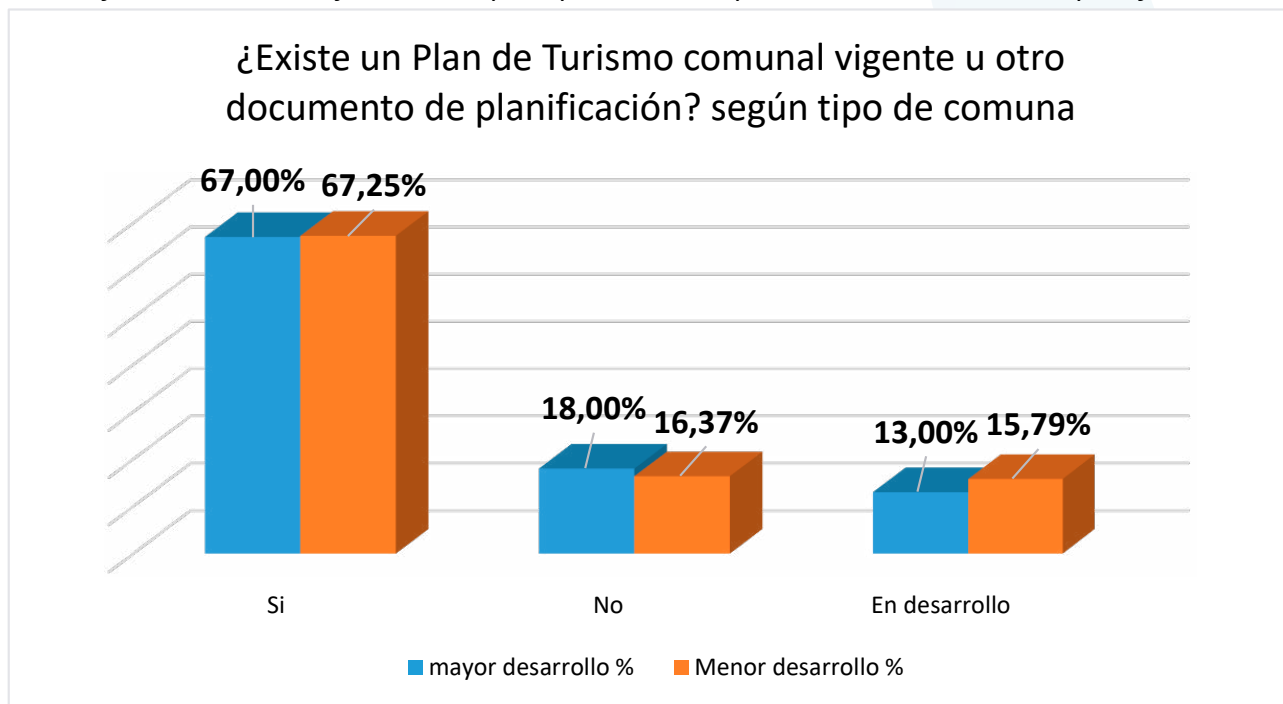
Fuente: Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)

Ahora bien, en la comparación por tipo de gobiernos municipales, en términos de rural/urbano, en base a municipios con mayor desarrollo y aquellos de menor desarrollo, hay una distribución porcentual que es en general muy homogénea. Como se aprecia en el siguiente gráfico, los municipios que tienen una planificación o plan de turismo en las comunas con mayor desarrollo alcanzan el **67%** mientras que los gobiernos con menor desarrollo son del **67,25%**.

En tanto, existe una leve alza que bordea los 2 puntos porcentuales sobre aquellos que no tienen plan, de mayor desarrollo 18,00% y menor desarrollo 16,37%. En relación al plan de turismo en desarrollo, los municipios con menor desarrollo son del 15,79% mientras que los de mayor desarrollo son el 13%<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Las instancias de “no responde”, en mayor desarrollo 2,00% y en menor desarrollo 0,58%. Destacar que el ítem sin información de ambos tipos de municipios fue de 74 que representan el 21,45%.

Gráfico N°8: Porcentaje de municipios que tienen un plan u otro documento de planificación



Fuente: Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)

Ahora bien, se intentó especificar el tipo de instrumento de planificación vigente, qué modalidad tiene. En ese plano, el **26,58%** de los municipios manifestaron que cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico (PLADETUR), seguido por el **22,97%** se guía a través del Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO) para ejercer políticas locales de turismo.

Por otra parte, en la actualidad el **16,67%** de las municipalidades está desarrollando un PLADETUR. En tanto, el **13,96%** cuenta con planificación interna en materia de turismo, distinta a las anteriores, mientras, el **6,76%** tiene un plan de turismo (distinto al PLADETUR); además, el **6,31%** trabaja con algún programa relacionado con la materia; por otro lado, el **4,05%** manifiesta distintas instancias de planificación interna y el **2,70%** se guía a través de los lineamientos de la Zona de Interés Turístico (ZOIT).



Gráfico N°9: tipo de planificación en materia de turismo municipal



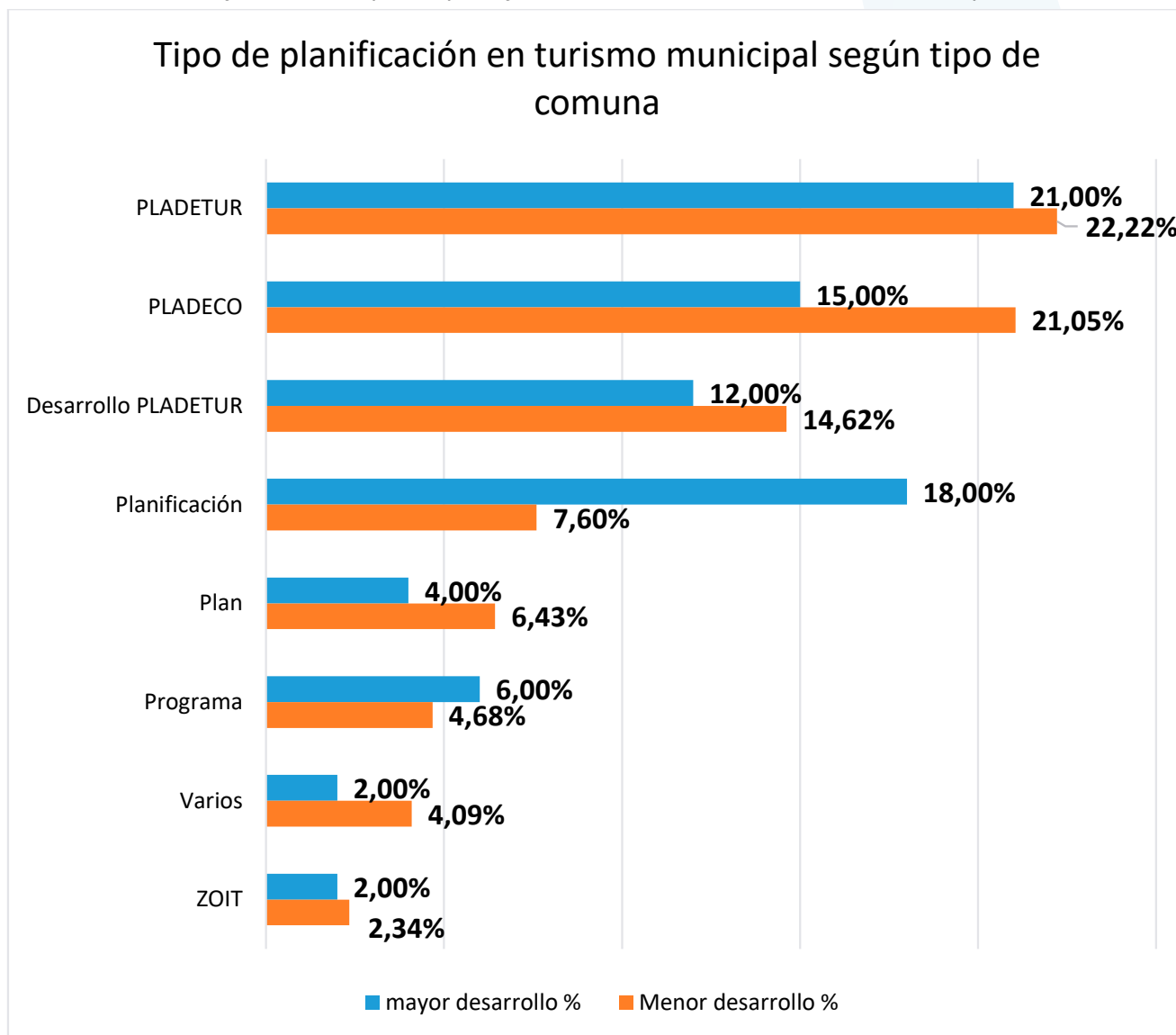
Fuente: Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)

En comparación por tipo gobiernos municipales, en términos de rural/urbano, en base a municipios con mayor desarrollo y aquellos de menor desarrollo, se puede indicar que en ambos tipo de municipios el PLADETUR lidera la instancia de documento que guíe el accionar municipal en la materia, con una leve alza en los municipios con menor desarrollo **22,22%** mientras que mayor desarrollo el **21,00%**. Esto se observa en el gráfico siguiente.

Por otro lado, existe una diferencia mayor de 6,06 puntos porcentuales en la utilización de PLADECO, pues gobiernos municipales con mayor desarrollo el **15%** lo utiliza en áreas de turismo y aquellos con menor desarrollo alcanzan el **21,05%**. Es decir, a menor desarrollo de las comunas, más utilización de PLADECOS para cobijar las acciones de turismo (y menos PLADETUR). La mayor diferencia porcentual se da en planificación interna con **10,4%**, las municipalidades con mayor desarrollo alcanza el 18,00% en comparación con poco desarrollo **7,60%**.



Gráfico N°10: tipo de planificación en materia de turismo municipal



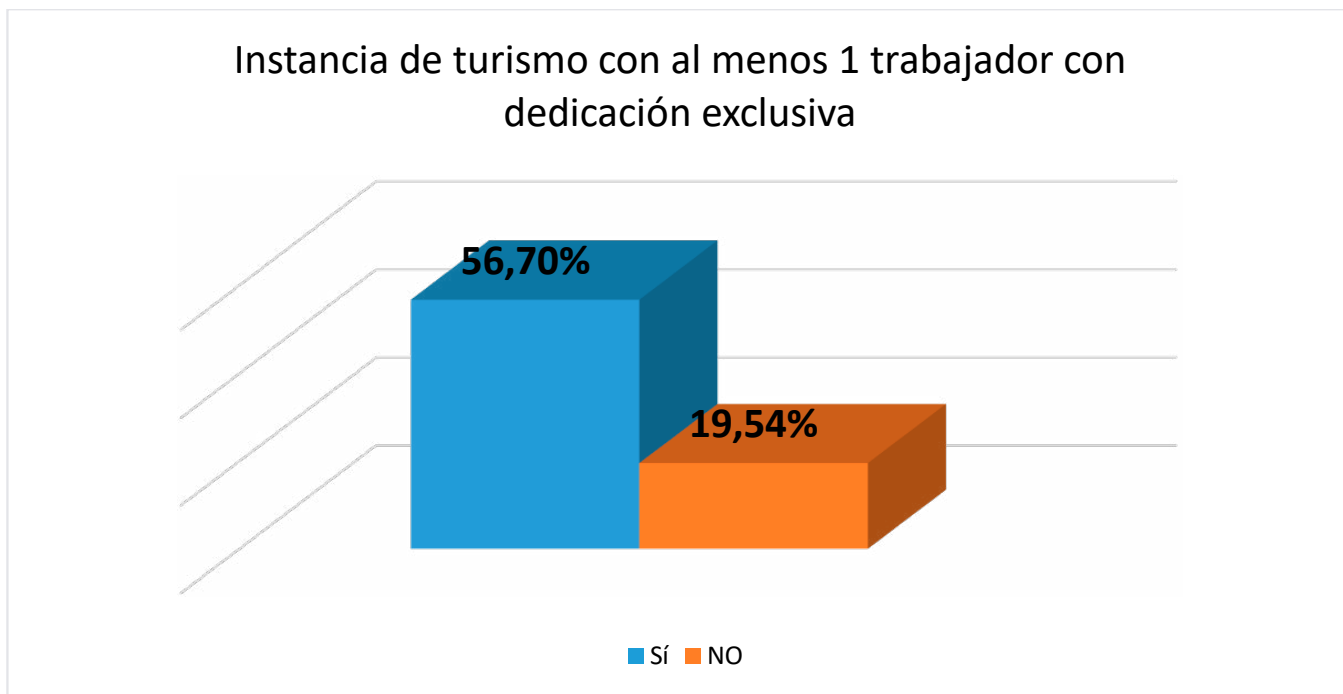
Fuente: Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)

**5. ¿Cuántas personas trabajan en esto? Especificar cuántos son los que tienen dedicación exclusiva y cuántos trabajan también en otras unidades del municipio.**

En relación a la cantidad de personas y la dedicación que tienen para la aplicación de la política de turismo del gobierno municipal se realizó un análisis sobre la base de las respuestas entregadas por 261 municipalidades, equivalente al **75,65%** del total del país.

De este porcentaje, el **56,70%** de los municipios tienen al menos una persona con dedicación exclusiva, en tanto, el **19,54%** no tiene personas con dedicación exclusiva y el **23,75%** no informa o no responde a la pregunta.

Gráfico N°11: personal con dedicación exclusiva en turismo municipal

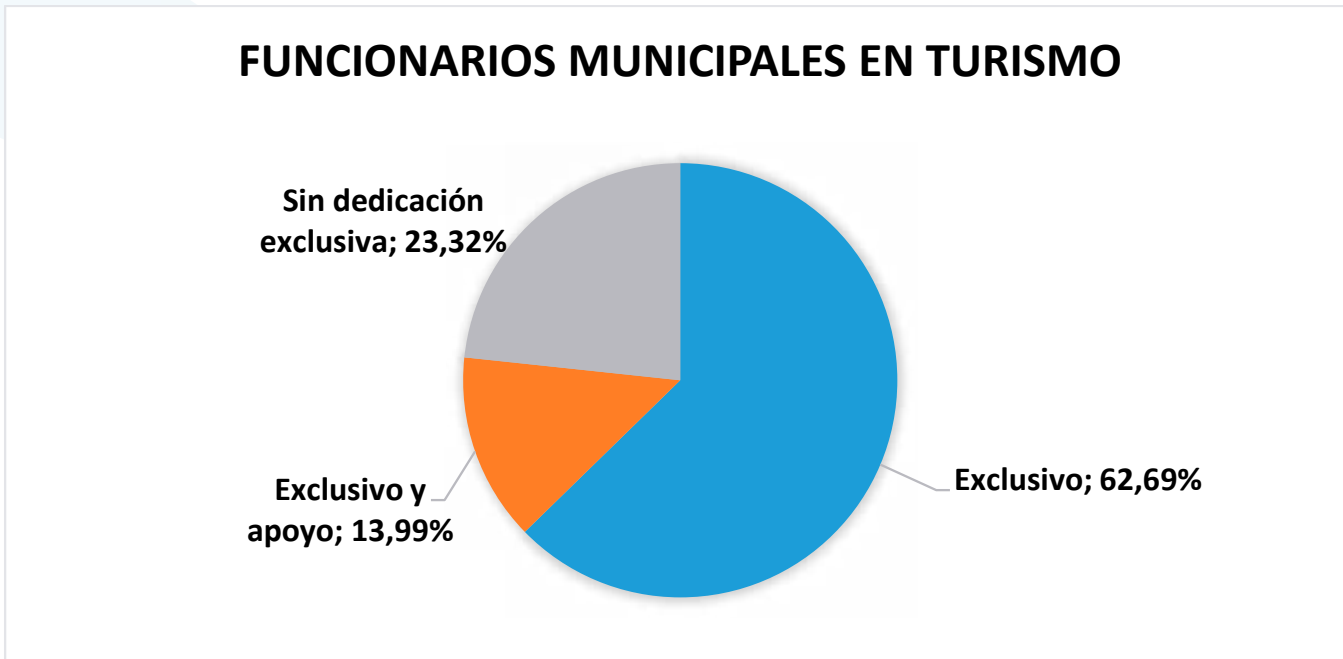


Fuente: Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)

22

En relación al personal de trabajo total, 193 municipios contestaron a esta interrogante, lo que equivale al **55,94%**. Las instancias municipales que tienen al menos 1 trabajador exclusivo, sin otro personal apoyo, es de **62,69%**; mientras que los gobiernos municipales que combinan trabajadores con dedicación exclusiva y con personal de apoyo es de **13,99%**; en tanto, aquellos que solo tienen trabajadores sin de dedicación exclusiva en áreas de turismo es del **23,32%**.

Gráfico N°12: Personal de trabajo en instancias de turismo en gobiernos municipales



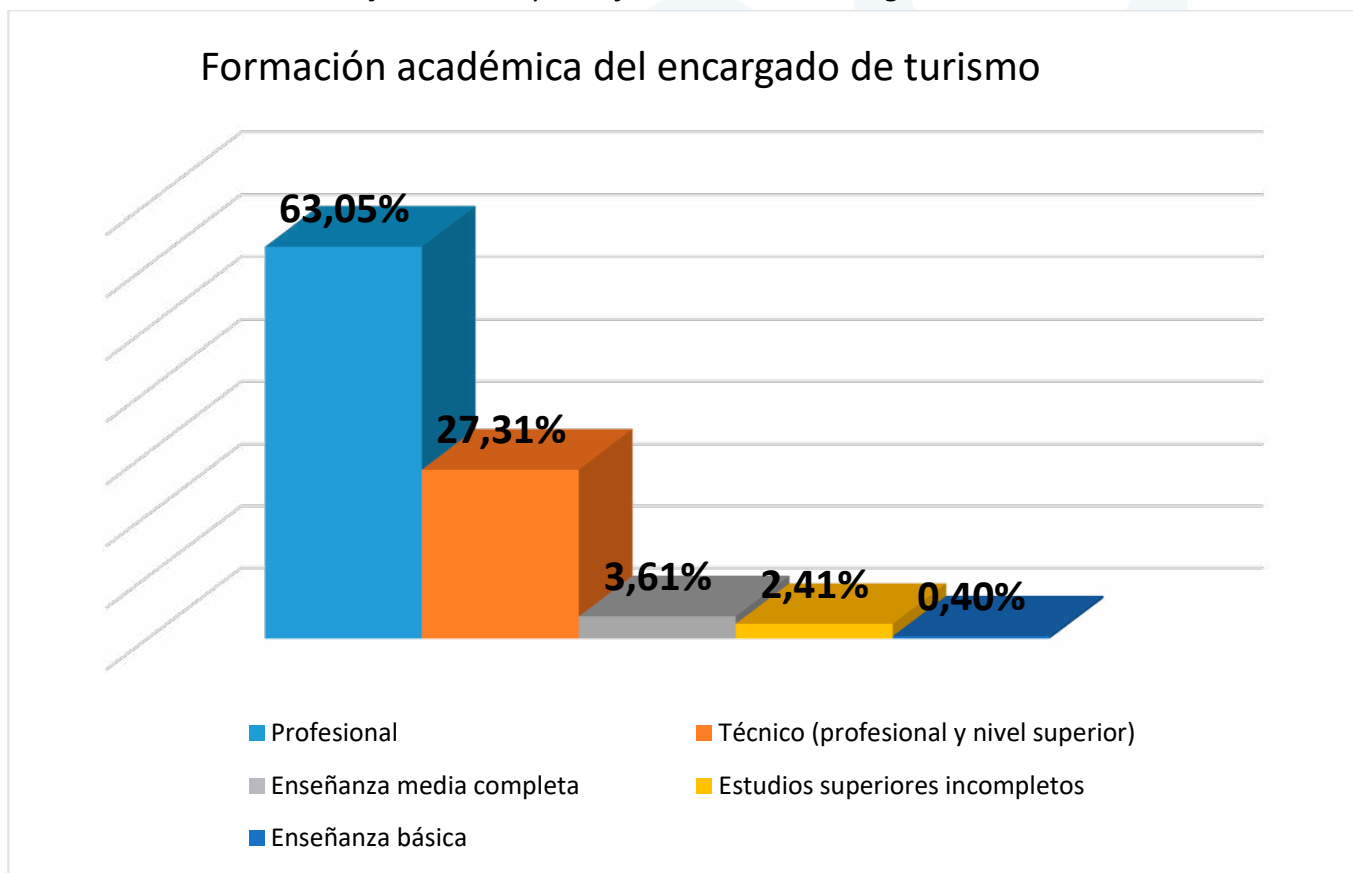
Fuente: Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)

**6. ¿Qué estudios tiene quien lidera esta oficina, departamento, programa o dirección de turismo? Especificar si se trata de estudios de enseñanza básica, media, pregrado y/o postgrado y el nombre del título (ej. Ingeniero Comercial, Arquitecto, etc.)**

Esta pregunta sobre el nivel de estudios que tiene la persona encargada de la instancia de turismo se realizó sobre la base de 249 municipalidades, lo que equivale al **72,17%** de la muestra.

El **63,05%** indicó que estudió una carrera profesional; en tanto, el **27,31%** que es un funcionario de nivel técnico (profesional o nivel superior); mientras que solo el **2,41%** indicó que tiene estudios superiores incompletos, en tanto, el **0,40%** posee enseñanza básica completa y el **3,21%** no responde o no especifica.

*Gráfico N°13: tipo de formación de encargado de turismo*



*Fuente: Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)*

En relación a la formación en posgrado, 243 municipios contestaron, equivale al **70,43%** del total de Chile. El **9,05%** de las personas encargadas del área de turismo tienen algún tipo de estudio de posgrado, mientras que el **90,95%** no tiene postgrados.

Gráfico N°14: Porcentaje de encargados con posgrado



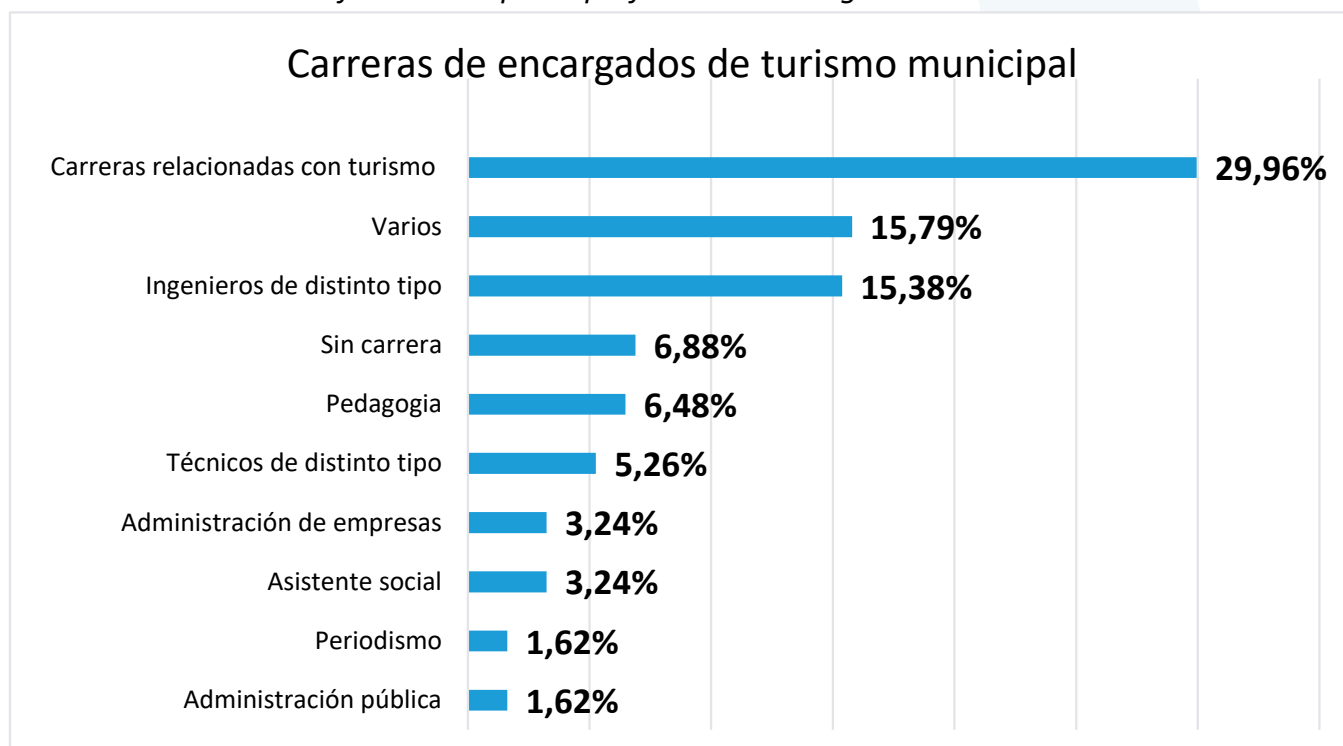
Fuente: Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)

En relación a la profesión de los encargados del área de turismo en los gobiernos municipales, y sobre la base de 247 municipalidades (el 71,59% del total), el **29,96%** de encargados tienen estudios superiores relacionados con turismo, y el **15,79%** estudios de ingeniería de distinto tipo. Por otro lado, el **6,48%** tiene estudios en alguna pedagogía, el **5,26%** presenta estudios técnicos en distintas áreas, el **3,24%** es asistente social; los administradores públicos representan el **1,62%**; mientras que el **15,79%** son de carreras con baja representatividad a nivel general. Los encargados sin carrera alcanzan el **6,88%** y los municipios que no especifica/no responde son el **10,53%**.





Gráfico N°15: tipo de profesión de encargados de turismo

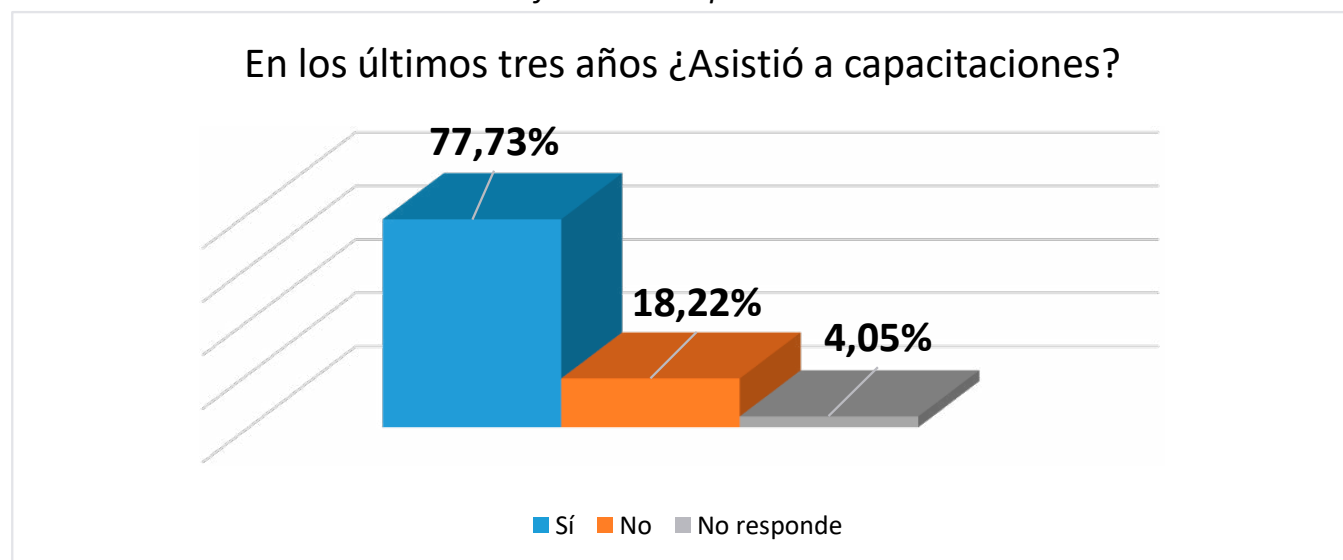


Fuente: Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)

**7. Entre los años 2015, 2016 y lo que va de 2017, ¿a cuántas capacitaciones sobre turismo ha asistido o el personal de esta oficina, departamento, programa o dirección de turismo?**

El total de gobiernos municipales que respondieron esta pregunta es de 247, equivale al **71,59%**. De las municipalidades que respondieron, el **77,73%** afirma que el personal de turismo si fue participe de alguna capacitación, en contraparte, el **18,22%** expresó que su personal no ha participado en capacitaciones en los últimos tres años. Por otro lado, el **4,05%** no responde/no tiene información.

Gráfico N°16: capacitaciones

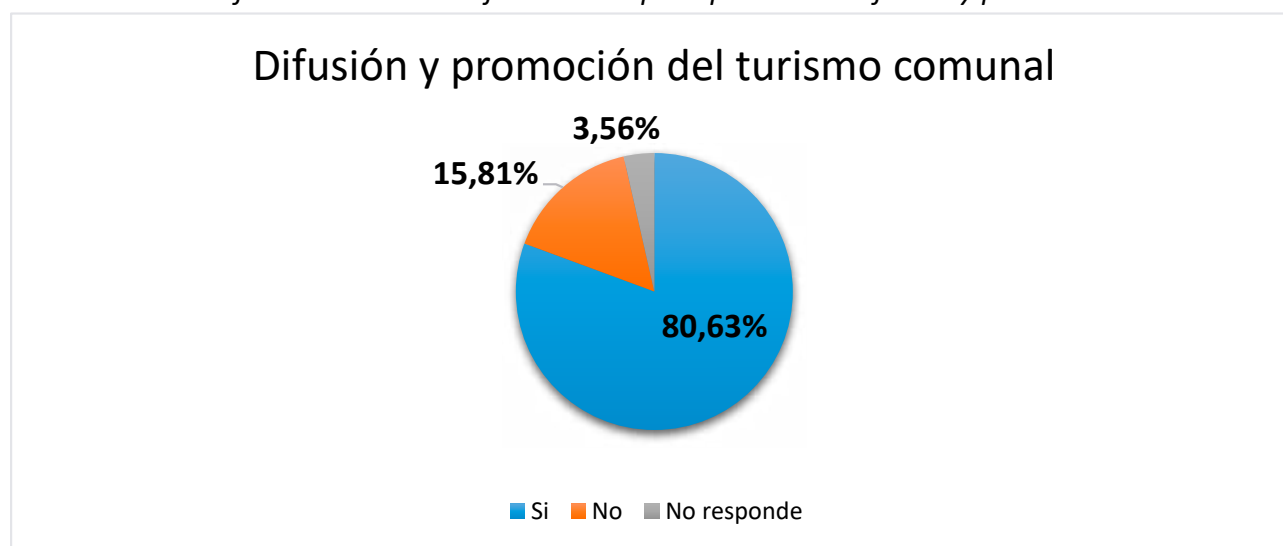


Fuente: Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)

8. ¿Qué actividades ha desarrollado esta oficina, departamento, programa y/o dirección de turismo? Especificar si se trata de actividades de difusión, de ejecución de proyectos, de firma de convenios de colaboración con otras organizaciones, de investigación y estudios, o de otro tipo.

Las municipalidades que trabajan el turismo a nivel local, de un total de 255, indicaron que la materia de mayor desarrollo es la “difusión y promoción” del turismo de su comuna. El **80,78%** expresó que sí realiza actividad de promoción y difusión, el **15,69%** no realiza este tipo de actividades y el **3,53%** no especifico/no responde.

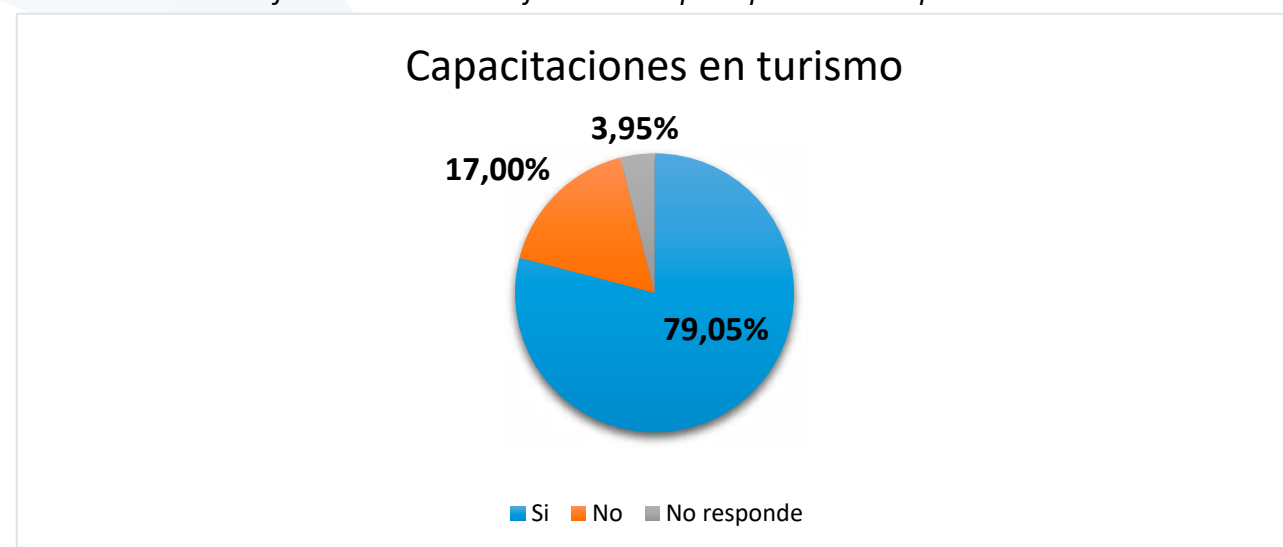
Gráfico N°17: Porcentaje de municipios que realiza difusión y promoción



Fuente: Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)

Los municipios que expresaron trabajar sobre turismo contestaron sobre la realización de capacitaciones en turismo a la comunidad. El **79,22%** expresó que ha realizado capacitaciones, en tanto, el **16,86%** no realiza este tipo de actividad y el **3,92%** no especificó/no responde.

Gráfico N°18: Porcentaje de municipios que realiza capacitaciones



Fuente: Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)

Los gobiernos municipales que expresaron trabajar sobre turismo comunal, indicaron actividades territoriales en la materia, lo que equivale al **74,20%** de los municipios. De este modo, el **73,83%** expresó que ha realizado actividades territoriales de turismo, el **21,88%** no realiza este tipo de actividad y el **4,30%** no especificó/no responde.

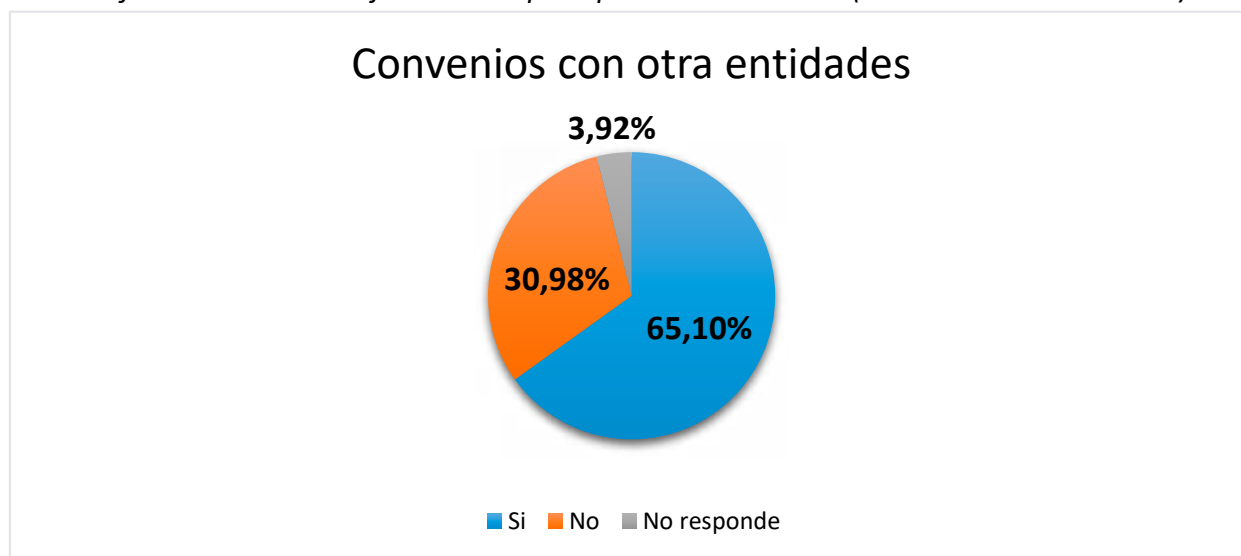
*Gráfico N°19: Porcentaje de municipios que realiza actividades territoriales*



*Fuente: Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)*

Las municipalidades que expresaron tener vinculación con el medio a través de convenios, un total de 256 contestaron (que equivale al **74,20%** de municipios de Chile). El **65,86%** expresó que ha realizado convenios con distintas organizaciones, el **30,86%** que no ha firmado convenios y el **3,91%** no especificó/no responde.

*Gráfico N°20: Porcentaje de municipios que tiene convenios (vinculación con el medio)*



*Fuente: Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)*

## REFLEXIONES

El estudio realizado a los gobiernos municipales de Chile da luces sobre el estado actual del trabajo en el área de turismo municipal en el país. Tal como se destacó en el primer capítulo, es de suma relevancia posicionar a Chile en el exterior como un destino relevante y comprobar la capacidad de las instituciones públicas y privadas de dar respuesta a la creciente demanda turística a nivel internacional. Y es más útil aún observar la institucionalidad municipal que hacer frente a esta materia de tanto interés.

Es así, que en términos generales se demuestra que la mayor parte de las municipalidades del país posee instancias institucionales sobre el turismo o tiene lineamientos que apuntan a éste. Eso es un resultado claro, positivo y evidente: los municipios han consolidado unidades locales para la gestión turística de sus comunas. Existen oficinas y departamentos de turismo municipal.

No obstante, existe un número menor de municipios (14,8%) que no tiene planes de turismo impulsados desde la instancia municipal, es una falencia que bien puede ser corregida a la brevedad. Esto no quiere decir que agentes privados, ante el vacío institucional, realicen ésta actividad en los territorios; en efecto, pueden existir variables externas relevantes que implique a que los gobiernos locales no desarrollen esta actividad; ciertas carencias o falta de planificación. Sin embargo, es una proporción menor: la mayor parte de las municipalidades tienen planes y programas en materia turística local.

Los gobiernos municipales poseen deficiencias en distintos ámbitos, sobre todo en aquellos municipios de característica rural, pues poseen un alto grado de dependencia del Fondo Común Municipal, y tienen características territoriales y de conectividad que los deja fuera de circuitos turísticos consolidados, no cuentan con personal adecuado ni con los fondos para contratar funcionarios especializados; aún más cuando el contexto histórico del país es de un nivel de centralización altísimo que abarca todas las esferas del ámbito público y privado. Alejando del poder a aquellos territorios alejados de los centros, produciendo dinámicas de semi periféricas y periféricas. Esto es algo que se constata en esta radiografía a la institucionalidad turística municipal.

En la comparación entre municipalidades con “mayor desarrollo” (más urbanas) y “poco desarrollo” (más rurales), no son significativas en cuanto a la institucionalidad que escogen los municipios para desarrollar políticas de turismo (oficinas, departamentos, direcciones). No obstante, si se diferencian en cuanto al papel que entienden los municipios por turismo, pues el estudio arroja dos tipos de lógicas en esta temática, a la hora de conocer su orgánica interna. En primer lugar, la tendencia de municipios que tienen alto desarrollo sobre todo en la Región Metropolitana, responden a un principio de **turismo social** a través de fondos propios y del programa de SERNATUR “Vacaciones tercera edad”, quienes realizan actividades de salidas o desplazamientos de personas que cumplen determinados requisitos para realizar viajes de turismo a distintas localidades del país. Por otro lado, los municipios con menor desarrollo tienden a una política de **turismo de atracción** de visitantes a sus territorios, dicho trabajo fue expresado de manera importante con vinculación a

SERNATUR, a través de capacitaciones, proyectos, fondos, creación e implementación de PLADETUR o Zonas de Interés Turístico intercomunales, provinciales u otros tipo de planificación al alero de una política de Estado de promoción turística a nivel internacional que construye acciones a nivel local para propiciar el movimiento de personas y circuitos turísticos, lo cual potencia a los gobiernos municipales cuyos ingresos aumentan considerablemente en la época estival que lleva incluso al aumento de personas contratadas en aquellos meses de temporada alta.

En general, tal como se expresó, la existencia de espacios institucionales al interior de los gobiernos municipales que tratan el área de turismo, lo cual es un muy buen indicador, no se condice con la cantidad de personal que éstas tienen, pues solo 56,7% de las municipalidades tiene al menos una persona con dedicación exclusiva al turismo, y un 19,54% no tiene personal exclusivo. Lo cual afecta la capacidad de los gobiernos municipales en el despliegue territorial constante; la dedicación no exclusiva del personal tiene relación en las áreas en que se encuentran los espacios de turismo en su interior y se pliega con otras funciones tales como: deporte, patrimonio, fomento productivo o cultura. Generando una dispersión del quehacer profesional. Lo cual se contradice con el alto grado de profesionalización de los encargados del área de turismo con las temáticas propias en que desarrollan sus labores, ya sea por experiencia o por estudios dedicados en aquella temática. Esto es un punto a destacar en el capital humano municipal en turismo.

El 77,73% de los gobiernos locales manifestó que sus funcionarios han participado en distintas capacitaciones instancias destinadas a profundizar sus conocimientos en turismo o áreas de interés. Lo cual es una información muy positiva para el desarrollo de la actividad en las comunas. La mayor parte los gobiernos locales expresaron que las capacitaciones, talleres, reuniones u otras instancias, provienen mayormente de SERNATUR, mesas de trabajo de carácter regional o de áreas en específico que cumplen una función de zona turística que abarca distintas zonas administrativas. Una línea de investigación debería permitir conocer en profundidad qué municipio se corresponde con un tipo de comuna turística, porque eso permitiría comparar la existencia o no de una unidad de turismo o la idoneidad de sus profesionales para valorar sus aspectos costeros o rurales con formación o potencial turístico, al contrario de otros municipios, como por ejemplo de la región metropolitana, que no poseen necesariamente ese foco o potencial de desarrollo de esta actividad.

Cabe recordar que desde los años noventa ha comenzado un alza en la institucionalización de los espacios de turismo a nivel local, un logro cierto de las municipalidades chilenas, pero cuyo desafío se mantiene, el actual consiste en su consolidación, ya sea mediante el personal suficiente y acorde a las realidades comunales, con la especificidad de estas funciones y el carácter vinculante del turismo con todos los actores involucrados, privados y públicos, para potenciar no solo la difusión de atractivos turísticos, sino para tener la capacidad técnica en infraestructura pública y privada que se condiga como un polo de atracción para turistas nacionales e internacionales. Esto también se aplica a la consiguiente multiplicación de los beneficios producto del flujo de capital y la capacidad del Estado de posicionarse frente a la competencia internacional del turismo, siendo el *smartpower* del turismo una nueva herramienta de poder que tienen los Estados a nivel internacional. Las municipalidades chilenas, dado su trabajo, planes de acción e institucionalidad en la materia pueden contribuir mucho en este proceso





**AMUCH**  
ASOCIACIÓN DE  
MUNICIPALIDADES  
DE CHILE

The logo is centered within a large red location pin graphic. The background of the entire page is a stylized map of Chile, composed of various shades of beige and tan polygons. A prominent green circle is located to the right of the pin, and a green rectangle is on the left. The map's outline is white, and the interior is filled with the beige tones.

## BIBLIOGRAFÍA

- Consejo nacional de la cultura y las artes. (2017) Turismo Cultural. Recuperado de: <http://www.cultura.gob.cl/patrimonio/turismo-cultural/> el 14 de agosto de 2017.
- Federación de empresas de turismo en Chile. (2014) Barómetro Chileno del Turismo. Recuperado de: <http://www.fedetur.org/barometros/BRT17/edit03.html> , el 14 de agosto de 2017.
- Gobierno de Chile, (2012). Estrategia nacional de turismo 2012-2020. Subsecretaría de Turismo. Recuperado de: [http://portal.mma.gob.cl/wp-content/uploads/2014/10/1\\_Estrategia-Nacional-de-Turismo-2012-2020.pdf](http://portal.mma.gob.cl/wp-content/uploads/2014/10/1_Estrategia-Nacional-de-Turismo-2012-2020.pdf).
- Ley 20.423, (2010). Del Sistema Institucional Para El Desarrollo Del Turismo. Santiago Chile. 17 de diciembre de 2010.
- Ley 18.348, (1987). Crea la Corporación Nacional Forestal y la Protección Re Recursos Naturales y Renovables.
- Servicio Nacional de Turismo, 2017. Ministerio de Economía Fomento y Turismo. <https://www.sernatur.cl/> recuperado el: 9 de agosto de 2017.
- Rischmöller, U. (2007). Guía para la promoción del turismo en los Gobiernos Locales. Lima: CooperAcción, Acción Solidaria para el Desarrollo.
- Rivas H. (2015). Orientaciones para el diseño de planes de desarrollo turístico. Servicio Nacional de Turismo. Santiago, Chile marzo 2015.
- Vélazques García, M. A. (2013). La formulación de las políticas públicas de turismo en México. El caso del programa federal "pueblos mágicos" 2001- 2012. Diálogos Latinoamericanos , 89-110.

## ESTUDIOS ANTERIORES

### 2017

1. *Estudio Delitos de mayor connotación social en las comunas de Chile. variaciones 2015-2016.* Dirección de Estudios. AMUCH 2017.
2. *Municipios y Gestión de la Seguridad Pública Comunal.* Dirección de Estudios. AMUCH 2017.
3. *Smart Cities en Chile y el actual rol de los municipios: una breve reflexión.* Dirección de Estudios. AMUCH 2017.
4. *Población infanto-juvenil en comunas de Chile: actualidad y proyecciones.* Dirección de Estudios. AMUCH 2017.
5. *El trabajo de los municipios a favor del Adulto Mayor.* Dirección de Estudios. AMUCH 2017.
6. *Municipios en la Gestión de Riesgos y Emergencias.* Dirección de Estudios. AMUCH 2017.
7. *Divulgación de los “Planes Comunales de Protección Civil y Emergencia” en los sitios webs de los municipios: Apuntes para potenciar una buena práctica.* Dirección de Estudios. AMUCH 2017.
8. *¿Qué está pasando con niños, niñas y adolescentes? El rol de los municipios y la infancia: situación actual, avances y desafíos.* Dirección de Estudios. AMUCH 2017.
9. *Inmigrantes con Visas Temporales ¿Qué nos dicen los datos 2015?* Dirección de Estudios. AMUCH 2017.

### 2016

10. *Inmigrantes con permanencia definitiva en las comunas de Chile ¿Qué nos dicen los datos 2005 – 2015?* Dirección de Estudios. AMUCH 2016.
11. *Alcaldes Sub- 40 Caracterización de los alcaldes jóvenes para el período 2016-2020.* Dirección de Estudios. AMUCH 2016.
12. *Edad de Alcaldes (sas) Electos (as).* Dirección de Estudios. AMUCH 2016.
13. *Elecciones Primarias Comunales. ¿Qué impacto tuvo en los resultados municipales?* Dirección de Estudios. AMUCH 2016.
14. *Elecciones Municipales de 2016: Radiografía a la abstención electoral (Elección de Alcaldes).* Dirección de Estudios. AMUCH 2016.
15. *La probidad administrativa y la Transparencia: desafíos de la gestión municipal.* AMUCH – EGL.
16. *Alcaldesas en las Elecciones Municipales 2016.* Dirección de Estudios. AMUCH 2016.
17. *Extranjeros habilitados para votar en el padrón electoral municipal 2016: algunas claves comunales.* Dirección de Estudios. AMUCH 2016.
18. *Elecciones Municipales 2016: Caracterización de las Candidaturas Independientes de Alcaldes.* Dirección de Estudios. AMUCH 2016.
19. *Informe de Capital Humano Municipal. Funcionarios, profesionalización y capacitación en las comunas de Chile.* 2016. AMUCH – EGL.
20. *Estudio Direcciones de Tránsito de Nivel Municipal.* Dirección de Estudios. AMUCH 2016.
21. *El (posible) impacto de los inmigrantes en las elecciones municipales 2016.* Dirección de Estudios. AMUCH 2016.
22. *Informe Elecciones municipales 2016: caracterización de las candidaturas de alcaldes declaradas por el servicio electoral.* Dirección de Estudios. AMUCH 2016.
23. *Elecciones municipales 2016: caracterización de las candidaturas de alcaldes de la región metropolitana.* Dirección de Estudios. AMUCH 2016.
24. *¿Cómo votamos en las municipales? La baja participación electoral.* AMUCH – EGL.

25. *Estudio Impacto de la migración a nivel local: ¿Qué han hecho los municipios al respecto?* Dirección de Estudios. Dirección de Estudios. AMUCH 2016.
26. *Miradas en torno a la nueva ley de Plantas Municipales.* AMUCH – EGL.
27. *Estudio de integración regional. El Eje del Sur bajo la mirada del Zicosur.* Dirección de Estudios. AMUCH 2016.
28. *Estudio Índice Socio-Delictual de Nivel Comunal en Chile.* Dirección de Estudios. AMUCH 2016.
29. *El Adulto mayor en las comunas de Chile.* Dirección de Estudios. AMUCH 2016.
30. *Alcaldes por Chile. "Tolerancia Cero a los Abusos".* AMUCH 2016.
31. *Calidad de la Educación en las comunas de Chile.* Dirección de Estudios. Dirección de Estudios. AMUCH 2016.
32. *Política, Estado y Sociedad: Cambio y Continuidad (1995 - 2015).* AMUCH – EGL.

## 2015

33. *Estudio Municipalidades y diversidad: ¿Qué caracteriza a las comunas rurales chilenas?* Dirección de Estudios. AMUCH 2015.
34. *Estudio de Accidentabilidad de Nivel Comunal-Nacional.* Observatorio de Transporte y Dirección de Estudios. AMUCH 2015.
35. *Salud Municipal en perspectiva: Caracterización del sistema de salud comunal, aportes financieros totales y según grupos de municipios.* Dirección de Estudios. AMUCH 2015.
36. *Tránsito y Seguridad vial: Accidentabilidad en la Región Metropolitana 2014.* Dirección de Estudios. AMUCH 2015.
37. *Entre la región y la comuna: descentralización y municipios bajo la mirada de los/as Consejeros/as Regionales.* Dirección de Estudios. AMUCH 2015.
38. *Estudio: Seguridad Pública de nivel comunal. Recorrido histórico, tendencias y desafíos.* Dirección de Estudios. AMUCH 2015.
39. *E-COM: comercio electrónico en los municipios de Chile.* Dirección de Estudios. AMUCH 2015.
40. *Municipalidades y Educación: Algunas aproximaciones al aporte del Sistema Municipal Chileno a la Educación Pública.* Dirección de Estudios. AMUCH 2015.
41. *Informe Nacional de Capital Humano Municipal.* Escuela de Gobierno Local 2015.
42. *Estudio de opinión de los Alcaldes: Reforma Educacional y Desmunicipalización.* Dirección de Estudios. AMUCH 2015.
43. *Estudio vulnerabilidad socio delictual de las comunas de Chile.* Dirección de Estudios. AMUCH 2015.
44. *Realidad Tecnológica de las comunas de Chile.* Dirección de Estudios. AMUCH 2014.
45. *Gestión de Riesgo en Chile. Un análisis material, emocional e institucional de la opinión pública.* Dirección de Estudios. AMUCH 2014.
46. *Calidad de la Educación en las comunas de Chile.* Dirección de Estudios. AMUCH 2014.



DIRECCIÓN DE ESTUDIOS  
ASOCIACIÓN DE MUNICIPALIDADES DE CHILE (AMUCH)

# INSTITUCIONALIDAD DE LOS MUNICIPIOS EN CHILE EN MATERIA DE TURISMO

**AMUCH**

ASOCIACIÓN DE  
MUNICIPALIDADES  
DE CHILE

2018