

<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 1
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	



## Turismo

# La política pública: antecedentes preliminares.

## Chile



Universidad Austral de Chile  
*Conocimiento y Naturaleza*



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

<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 2
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

## **Turismo. La política pública: antecedentes preliminares.**

El Principio N° 7 de la economía, plantea que “el gobierno puede, a veces, mejorar la asignación que un mercado hubiera realizado” (Mankiw, 2002: 8). No obstante entender que los mercados son generalmente una buena forma de organizar la actividad económica y que tienden a promover explícitamente el uso eficiente de los recursos, esta regla tiene dos excepciones importantes: a veces es deseable que el gobierno intervenga en el funcionamiento de los mercados por consideraciones de *eficiencia* y por consideraciones de *equidad*.

En este tenor, la presencia del sector público es amplia en todos los países de nuestro entorno y se extiende a casi cualquier ámbito de la vida cotidiana. Desde la fuerte crisis económica de los años treinta, la intervención pública en el ámbito económico y social ha ido acrecentándose. Sin embargo, en las últimas décadas, se está experimentando “la progresiva implantación de la filosofía del liberalismo económico, según la cual el sector privado debe protagonizar la actividad en el mercado, debiendo limitarse la actuación del sector público a establecer unas condiciones adecuadas para que el primero pueda desarrollar su actividad” (Sancho et al, 2008: 163). Es claro, que la industria turística no podría funcionar – y por ende no tendría interés el privado en realizar negocios si es que el Estado no entrega ni genera las condiciones mínimas para el desarrollo del turismo.

Un ejemplo de lo anterior puede apreciarse al producirse la transferencia de competencias en materias turísticas a las administraciones locales (Estados, regiones, municipios) se obliga a éstos a tomar decisiones relativas a la gestión del destino. Entre estas pueden mencionarse la regulación del uso de suelo, el ordenamiento territorial, la concesión de áreas turísticas, aprobación o negando de permisos de actividades turísticas, la realización de obras, etc. Esta situación provoca que estas administraciones no se encuentren exentas de presiones, las que pueden provenir no sólo de la población residente; que requieren más empleo y más renta; sino también de las empresas que buscan negocios rentables que no siempre tienen en cuenta los costos futuros implicados. La presencia, por tanto, del sector público es amplia en todos los países de nuestro entorno y se extiende a casi cualquier ámbito de la vida cotidiana. Ahora y como lo plantea Mankiw (2002), “decir que el Estado puede mejorar los resultados del mercado algunas veces no significa que siempre los mejore. Las medidas no son tomadas por ángeles, sino por medio de un proceso político que dista de ser perfecto” (p. 8).

<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 3
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

En el marco anterior, la intervención pública en turismo se ha justificado por los que los economistas denominan *fallas de mercado*<sup>1</sup> (Mankiw, 2002: 8; Parkin, 2004: 370; Samuelson y Nordhaus, 2005: 158) y que 'obligan', por tanto, a la intervención de Estado donde el mercado no ha podido entregar una solución. Sin entrar en definiciones y análisis macroeconómicos complejos entre las fallas de mercado –que afectan al turismo- se pueden mencionar:

1. **Existencia de estructuras de mercado imperfectamente competitivas:** La presencia de estructuras de mercado oligopólicas o monopolistas implica un cierto (o total) control del mercado por parte de algunas empresas más poderosas. Ello conduce a una menor competencia en el sector y al establecimiento de unos precios más elevados de los que existirían en el caso de ser mercados más competitivos (Parkin, 2004; Samuelson y Nordhaus, 2005, Mankiw, 2008). Como es lógico, el principal perjudicado en estos mercados es el consumidor y la reducción de su satisfacción, "esta pérdida... es típica de las ineficiencias que crea la competencia imperfecta" (Samuelson y Nordhaus, 2005: 158), pero también todos aquellos empresarios turísticos que aun pudiendo entrar al mercado no lo hacen pues no encuentran las condiciones óptimas para hacerlo pues, obviamente, no pueden competir. Así, el sector público debe garantizar condiciones de competencia del mercado, con la finalidad de que los recursos sean asignados allí donde más se necesitan. En este sentido, asegurar la asignación óptima de recursos implica evitar situaciones de control de la oferta y de la demanda y, en definitiva, aumentar la transparencia y flexibilidad del mercado (Robert, 1992; Stiglitz, 1998; Samuelson, 2005).
2. **Existencia de bienes públicos y de recursos comunes:** Bienes caracterizados por la falta de rivalidad en el consumo, es decir, el consumo que realiza un individuo no reduce la cantidad disponible para que dicho bien sea consumido posteriormente por otros ciudadanos. Pueden a su vez, presentar la característica de la no exclusión en el consumo: una vez que el bien se oferta, pueden beneficiarse del mismo todos los ciudadanos sin excluir a ninguno. Estas características explican por qué este tipo de bienes no puede ser ofertado por el sector privado. La actividad turística está estrechamente relacionada con la existencia de bienes públicos: las infraestructuras necesarias para alcanzar los destinos turísticos, la seguridad del visitante, las playas o monumentos históricos dependen del estado. Por esto, una de las

---

<sup>1</sup> "Situación en la que un mercado no asigna eficientemente los recursos por sí solo" (Mankiw, 2002:8).

<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 4
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

funciones de las administraciones públicas debe ser precisamente la provisión correcta de este tipo de bienes, de forma que contribuya a la mejora de los espacios físicos donde se desarrolla la actividad referida (Buchanan, 1968; Tobin, 1980; Stiglitz, 1998).

3. **Externalidades:** "Las externalidades constituyen otra importante falla de mercado" (Samuelson y Nordhaus, 2005: 158). Muchas actividades pueden suponer beneficios o costes a otros individuos o a otras actividades económicas distintas y, por lo tanto, producen efectos externos que pueden ser positivos o negativos. "Hay, [por tanto], una externalidad cuando una persona realiza una actividad que influye en el bienestar de otra y, sin embargo, ni una paga ni la otra recibe ninguna compensación por ese efecto" (Mankiw, 2002: 129). "Cuando surgen efectos secundarios de la producción y consumo, [éstos] no se incluyen en los precios de mercado" (Samuelson y Nordhaus, 2005: 158). Las empresas fijan sus cantidades óptimas de producción según costes privados sin considerar los impactos que sus actividades; por una vía ajena al mercado; puede producir en la zona y en los demás sectores económicos, afectando a la población. Ante estos efectos externos, el mercado no asigna correctamente los recursos disponibles, la solución la tiene la intervención pública que puede mejorar la asignación de los recursos. "El Estado puede resolver una externalidad exigiendo o prohibiendo determinadas conductas" (Mankiw, 2002: 135), utilizando instrumentos que están a su alcance entre estas: multas, tasas, impuestos, subvenciones, regulación de uso o de la actividad, asumiendo la propiedad pública de los bienes con la finalidad de evitar un uso no adecuado de la iniciativa privada (Hardin, 1968; Stiglitz, 1998; Laffont, 2011).

La existencia de fallas en el mercado y la necesidad de actuación pública no impide que, en ocasiones, se produzcan fallos en la intervención del sector público. Cabe mencionar la existencia de intereses propios dentro de las administraciones públicas que pueden distorsionar la toma racional de decisiones, además la decisión pública generalmente está condicionada por los intereses particulares de grupos de presión, tanto locales y regionales, como nacionales.

En el caso del turismo es cada vez más evidente que el Estado debe jugar un papel central en la fijación de criterios de desarrollo y en la coordinación de las actuaciones de los agentes privados que interactúan en él.

Las políticas públicas, son el conjunto de concepciones, criterios, principios, estrategias y líneas fundamentales de acción a partir de las cuales la comunidad organizada como Estado, decide hacer frente a desafíos y problemas que se

<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		<b>Fecha (aaaa-mm-dd)</b> 2017-08-07	Página 5
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

consideran de naturaleza pública. Éstas definen espacios de acción no sólo para el gobierno sino también para actores ubicados en los sectores social y privado. Los objetivos esenciales del Estado orientan el sentido y contenido de las políticas públicas. Éstas se expresan en decisiones adoptadas en forma de instituciones, programas concretos, criterios, lineamientos y normas (PND 2001-2006: 46).

Las políticas públicas son parte de la riqueza de un país, pero deben revisarse constantemente en la búsqueda de un ejercicio eficaz de gobierno. La capacidad de un gobierno para cumplir su misión está directamente vinculada a la solidez de sus políticas públicas. Sin duda, un buen gobierno es aquel que opera a partir de políticas públicas sólidas.

A partir de lo anterior, se suele considerar que el mecanismo del mercado conduce a la adopción de decisiones más eficaces, pero menos equitativas, mientras que los mecanismos del estado resultan en decisiones más equitativas, pero menos eficaces. Esta consideración se ajusta frecuentemente a la realidad, pero no puede ser generalizada. Hay situaciones en las que el mecanismo de mercado conduce a situaciones menos eficientes

El Estado, por otra parte, ha mostrado una constante tendencia a generar diferenciaciones entre individuos y a beneficiar a los grupos que se apoderan de su aparato. Se suele asociar también el mercado a la libertad en la adopción de decisiones y el estado a la imposición de decisiones. Sin embargo, hay ciertos mercados, los monopolios, por ejemplo, extremadamente coactivos, mientras que los estados pueden utilizar su poder regulador precisamente para establecer unas reglas de juego libre en los sistemas de adopción de decisiones.

En la actualidad todos los economistas están de acuerdo en la necesidad de que pervivan ambos sistemas, pero mantienen grandes discrepancias sobre qué proporciones relativas deben mantener ambas instituciones o si determinadas decisiones deben ser tomadas por uno u otro mecanismo (Mankiw, 2002). Para el caso del turismo, se cree, que por las consideraciones ya manifestadas se hace necesaria la intervención del Estado que aseguraría que todos tengan las mismas posibilidades en el uso, disfrute, protección de los recursos turísticos. Una de las formas del que se nutre para llevar a cabo esta tarea es la política pública. Las políticas públicas son las respuestas que, por tanto, el Estado otorga a las necesidades de los gobernados, en forma de normas, instituciones, prestaciones, bienes públicos o servicios.

<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 6
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

En este sentido, está ligado directamente a la actividad del Estado en tanto ejecutor, es decir, aludiendo a la Administración del Estado e involucra una toma de decisiones y previamente un proceso de análisis y de valorización de dichas necesidades.

Aguilar (1993), manifiesta que “el Estado es concebido en su origen y función como el encargado de resolver los problemas que las relaciones entre los privados ocasionan o que son incapaces de resolver” (p. s/i). El turismo es una actividad hecha por privados, sin embargo, es el Estado quien debe poner las condiciones necesarias para que el desarrollo de esta actividad se dé libre de los influjos negativos (fallas) del mercado.

La cultura, por otro lado, a juicio de algunos, no es un elemento con el cual se deba hacer “negocios”, no obstante, y bajo la misma visión del gobierno, es un elemento que debe ser resguardado, promovido, fomentado, por muchas razones. Una de las formas de cumplir esos objetivos, es mediante la utilización del patrimonio cultural por parte de la actividad turística.

En la misma línea anterior, Aguilar (2003), plantea que “no todos los problemas logran llamar la atención gubernamental y despertar su iniciativa. No todos logran con la misma facilidad y certeza formar parte del temario de los asuntos públicos y colocarse entre los asuntos prioritarios del gobierno” (p. s/i) sin embargo, el tema está puesto en el tapete, por lo que es menester dar un nuevo impulso a un tema que despierta y concita el interés de gran parte de la población y que, además, es un tema sensible, dado las visiones contrapuestas que sobre el tenor existen entre los especialistas de uno y otro lado.

En función de lo planteado anteriormente, toma sentido la frase de May (1981) que dice que “en general, suele ser bastante limitada la comprensión que se tiene del problema y de las acciones potenciales que una organización particular puede emprender para atacarlo” (p. s/i). Obviamente, y en el mismo sentido, todo esto obedece a una lógica cíclica: “Las nuevas soluciones (las de las políticas planteadas) se convierten a veces en problemas nuevos (el hecho al que se hace alusión, de no considerar otros aspectos que encierra la cultura), aun si hacen tratables otros problemas. Y conforme el conocimiento crece y cambia, las viejas soluciones se convierten en nuevos problemas” (Elder y Cobb, 1984).

Rittel y Webber (1973) manifiestan que “no se puede entender un problema sin tener conocimiento del contexto en el que ocurre; no se puede buscar inteligentemente información sin la orientación de un concepto de solución; no se puede primero entender y luego resolver” (p. xx). Y este contexto esta

<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 7
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

principalmente dado por el deseo de generar desarrollo local, en esta línea el turismo se ha ido reconociendo como una actividad productiva y económica relevante y como un motor de desarrollo local. Si pensamos, por tanto, que la cultura es parte de las comunidades y el turismo puede ser un aporte para el desarrollo local surge la necesidad de generar una propuesta en materia de políticas públicas desde una óptica diferente, consensuada y vinculante con estas áreas relevantes para el desarrollo futuro de este país.

La puesta en valor de los atractivos, ya sean culturales o naturales, requiere de planificación para preservar, conservar y mantener sus características originales, que son las que finalmente motivan al turista a movilizarse. Una de las formas de planificar la actividad turística de los atractivos culturales es a través de la creación de una política clara que establezca lineamientos estratégicos sobre qué lugares desarrollar, cómo potenciarlos y de qué manera resguardarlos para que no pierdan su valor esencial. Esta política requiere de reglamentación, pues las decisiones no pueden dejarse en manos exclusivas de una lógica de mercado.

El foco no se debe perder en relación a los objetivos finales del desarrollo, los que apuntan a generar o ampliar las oportunidades de los seres humanos para fomentar y desenvolver sus potencialidades, lo que se traduce en que una sociedad progresa cuando indicadores como la esperanza de vida, bienestar social y desarrollo se ven positivamente alterados.

Para esto se necesita considerar el entorno de las personas, su hábitat y tejido social, el cual está determinado por la cultura y capital social del territorio, de ahí lo relevante de su inclusión a la discusión y pensamiento convencional del desarrollo, el que se ha basado tan solo en los aspectos económicos, sin considerar otros conceptos intrínsecos como la confianza, cooperación, identidad, etnicidad, amistad, comunidad entre otros, elementos constitutivos del tejido social que con sus interacciones y articulaciones institucionales son la base de la política y la economía, pero que no han sido considerados en los diseños de las políticas públicas referidas al sector.

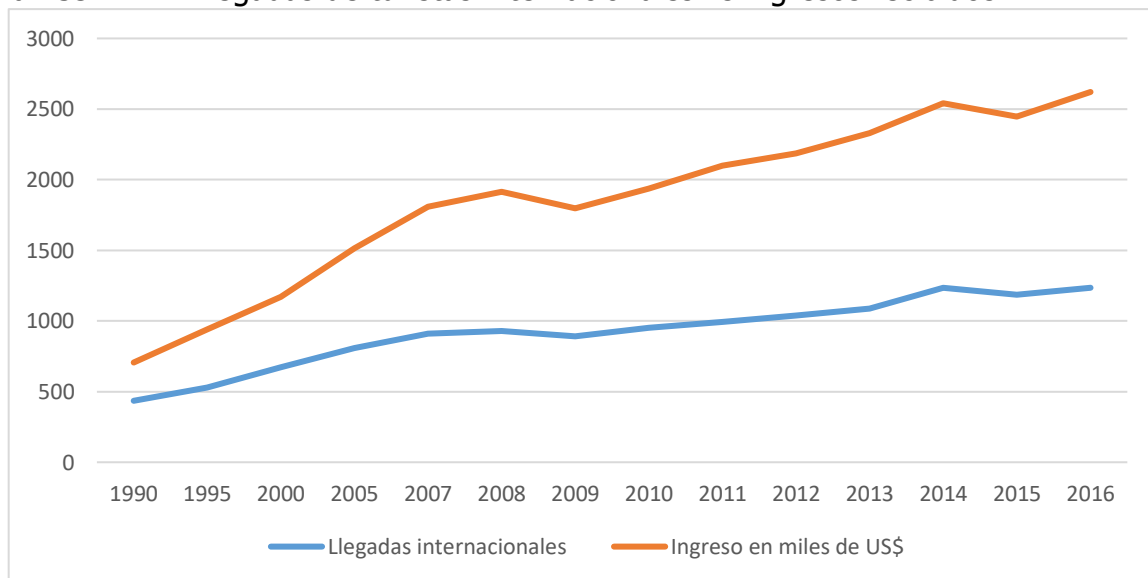
El turismo se ha transformado, paulatinamente, en un fenómeno global y en uno de los sectores económicos más importantes de nuestro tiempo. Este sector, "ha registrado diversas etapas en su desarrollo, [pero es] a partir de la segunda posguerra cuando adquiere importancia creciente a escala mundial al convertirse en una actividad masiva" (Salazar, 2005: 136).

<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 8
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Esta importancia, radica en que el turismo es “un factor clave del progreso socioeconómico [pues posibilita] la obtención de ingresos por exportaciones, la creación de empleo, de empresas y la ejecución de infraestructuras” (OMT, 2012: 3). Motivado, lo anterior, por los arribos de turistas de toda la parte del orbe y que “a pesar de ocasionales conmociones, han registrado un crecimiento prácticamente ininterrumpido” (OMT, 2012: 2).

Lo anterior, puede ser apreciable y dimensionable en los 277 millones que viajaron por el mundo el año 1980 y los mil millones de turistas recibidos en el 2012. En un crecimiento continuo y constante tal como puede apreciarse en gráfico siguiente (gráfico N°1):

**Gráfico N° 1:** Llegadas de turistas internacionales vs ingresos recibidos.



**Fuente:** Elaboración propia, basándose en datos OMT 2017.

El futuro, en este sentido, trae grandes oportunidades para el sector, según estimaciones de la OMT (2012) para el año 2020 las vistas “llegarán a un nivel de 1560 millones, lo que representará la suma por ingresos turísticos de 1550 millones de dólares” (OMT, 2012: 2).

De acuerdo el documento ‘Tourism Towards 2030’, el número de llegadas de turistas internacionales en el mundo “crecerá un 3,3% al año de media entre 2010 y 2030. Este porcentaje representa alrededor de 43 millones más de llegadas de turistas



<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 9
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

internacionales anuales, lo cual llevaría a alcanzar un total de 1.800 millones de llegadas en 2030” (OMT, 2011: 15). Esta situación concreta, permite que el sector tenga su lugar en la agenda política y económica casi asegurada por su contribución al crecimiento económico, al DEL y, como ya ha quedado plasmado en los capítulos anteriores, en función de los problemas, retos y responsabilidades que significan las iniciativas que dicen relación con la mitigación de sus impactos negativos potenciales sobre todo en las comunidades de acogida y el medioambiente (OMT, 2012).

Las cifras que el organismo rector del turismo mundial entrega para el sector nos presenta al turismo como una importante herramienta de crecimiento y desarrollo para los países que poseen características relevantes para la demanda del turismo internacional, tal como lo observamos en apartados anteriores, y, por tanto, tiene bien ganada su posición dentro de la agenda pública y en el diseño de la política turística pública.

Brevemente, entenderemos por política turística al conjunto de actitudes, estrategias, acciones técnicas y procesos preventivos, estimulantes, correctivos, organizativos y represivos, que una colectividad organizada adopta con el fin de fortalecer al Estado y proteger las actividades turísticas, en función de una serie de disposiciones destinadas a regular, fomentarlas, apoyarlas y protegerlas. De este modo, la política turística es producto de la política general de un Estado y estará supeditada siempre a razones de orden público. (Novo, 1977: 200; *De la Torre, 1982: 23*; Guerrero, 1986: 225).

### **Son funciones de la política turística:**

**a) Coordinación:** debe extenderse a todas las políticas de incidencia turística, a las distintas administraciones territoriales (nacional, provincial y municipal) y a los agentes públicos y privados que intervienen en la actividad turística.

**b) Planificación:** aunque comprende distintas orientaciones (planes de marketing, de infraestructuras, de espacios turísticos) y escalas territoriales (nacional, regional, sub regional y local o de proyecto); debe garantizar un proceso de desarrollo ordenado, con la capacidad de anticiparse y adaptarse a los cambios, capaz de garantizar los beneficios económicos, socioculturales y ambientales del turismo y prevenir los impactos negativos (Saenz, 2006: 451).

<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 10
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

**c) Regulación:** la ordenación de las empresas y actividades turísticas para garantizar el buen funcionamiento del mercado turístico. Además de las disposiciones turísticas, incluyen otras como la legislación ambiental, aduanas, migraciones).

**d) Promoción y fomento:** con instrumentos como la promoción fiscal, subvenciones, promoción y publicidad, provisión de infraestructuras y servicios públicos, entre otros.

**e) Gestión directa de la oferta turística:** el Estado puede compensar la inexistencia de iniciativas privadas con la inversión directa en la creación de oferta turística. Por ejemplo: paradores turísticos, hoteles para turismo social, generación de atractivos. La privatización de las empresas públicas (transporte, energía) han desvirtuado el papel del Estado como titular y gestor de la oferta turística. (Saenz, 2006: 451-453).

### **Desarrollo de la política pública turística chilena: periodo 1929-1940.**

En una editorial del Diario El Mercurio, reproducida íntegramente por la revista En Viaje (N°4, 1934: pág. 47), de Ferrocarriles del Estado, se manifestaba la necesidad de emprender una acción seria y efectiva de parte de las autoridades, para fomentar el turismo en Chile y aprovechar en bien del país las múltiples bellezas naturales de que es dueño. Se planteaba, en esos años, la poca importancia al fomento del turismo, y se observaba la necesidad de organizar el turismo, bajo la supervigilancia de una entidad autónoma con la suficiente autoridad para dar al servicio una reglamentación adecuada. En una palabra, crear un servicio especial de turismo.

Ese era el panorama del inicio del desarrollo del turismo en nuestro país, y que pugnaba por conformar una organización que permitiera organizar el sector, que fuera el encargado de promocionar al país en el exterior y de transformar algunos sectores del país en centros de turismo.

Los primeros años del turismo en Chile -desde una perspectiva estatal- pueden encontrarse su conformación en el Gobierno de Carlos Ibáñez del Campo, que bajo la ley 4585, del 09 de febrero de 1929, en su artículo N° 1, crea la sección turismo del Ministerio de Fomento; que tendría a su cargo el fomento del turismo nacional.

Las principales obligaciones de esta sección, y, por tanto, las primeras disposiciones para el desarrollo del turismo nacional tenían que ver con:

<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		<b>Fecha (aaaa-mm-dd)</b> 2017-08-07	Página 11
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

- la promoción -dentro y fuera de la República- de los centros de turismo y las bellezas naturales del país;
- la fiscalización, principalmente de los elementos de promoción utilizados, de las tarifas anuales fijadas para hoteles o casas de hospedaje, el funcionamiento de toda empresa que se dedique a organizar o realizar viajes de turismo; los viajes de turismo colectivos organizados por empresas.
- el fomento a la construcción<sup>2</sup> o instalación de hoteles, balnearios, termas y demás sitios destinados a alojar o a proporcionar estada a los viajeros y turistas, e intervenir en el examen y aprobación de los proyectos de construcción o instalación de tales establecimientos; y,
- la protección de las bellezas naturales, de los sitios, reliquias y monumentos nacionales y, de acuerdo con las disposiciones vigentes al respecto, proponer al Gobierno o Municipalidades, las medidas necesarias para ello;

Para ser efectiva esta política, la ley consideraba una serie de impuestos desde donde se debían obtener los recursos para su aplicación. Así, se gravó, en una cierta cantidad los boletos de ferrocarril de primera y segunda clase, los pasajes marítimos de primera clase y de segunda clase, derecho de entrada al país a los pasajeros de nacionalidad extranjera que usen pasajes marítimos o ferroviarios de primera clase, así como:

- I- Las sumas con que contribuyan las empresas o los particulares con este fin;
- II- Las sumas que obtenga la Sección por venta de publicaciones, fotografías y otras especies análogas;
- III- Las multas provenientes de las infracciones a la presente ley; y
- IV- Los fondos que se consulten anualmente con este objeto en el Presupuesto Ordinario de la Nación. (Ley 4585, 1929: pág. 3).

La fiscalización, así como el cobro de multas por infracciones a la ley, recaían en el personal de dependencia del Servicio de Impuestos Internos.

---

<sup>2</sup> Las Municipalidades, antes de autorizar la construcción de hoteles y casas de hospedaje ubicados en centros de turismo, debían someter los antecedentes del caso a la Sección Turismo.

<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 12
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

### **Otras acciones concretas en pos del desarrollo del sector, desde 1929, son:**

- 1929, la habilitación de almacenes de particulares y despacho de mercaderías estableciendo "el almacenaje ficticio", franquicia que consistía en permitir dentro de un plazo determinado, el uso o consumo de ciertas mercaderías sin pagar derechos de aduanas en efectivo. Este beneficio se hizo alcanzar a los vehículos para deportes o turismo que se emplearan en giras temporales dentro del territorio.
- 1930, creación del Instituto de educación hotelera de Chile, dependiente de la sección turismo del Ministerio de Fomento, cuyo fin era formar personal idóneo para las necesidades de la industria hotelera en los diversos ramos de administración y servicios que ella requiera.
- 1930, exenciones y facilidades para los turistas extranjeros que viajan en los transatlánticos y que visitaban el puerto de Valparaíso con el objetivo de que pudieran visitar detenidamente la ciudad y conocer los sitios más pintorescos de ella. Se otorgaba, a cada turista, una tarjeta especial para que este pudiera entrar y salir libremente del vapor en el que viajaba, sirviendo también para el libre tránsito en la noche por el puerto.
- 1930, se autoriza al Presidente de la República para construir hoteles y establecimientos similares en las regiones vecinas a los lagos Todos los Santos, Llanquihue, Villarrica y Salto del Pilmaiquen.
- 1930, en vista de la importancia relativa del turismo en el país, el Presidente Carlos Ibáñez del Campo haciendo uso de las atribuciones conferidas por las facultades extraordinarias otorgadas por el Congreso Nacional decretó que la Sección Turismo, se elevara a Depártamelo de Turismo.
- 1930, se definen nuevos reglamentos simplificados para la obtención de pasaportes de turismo con el objetivo de procurar al turista toda clase de facilidades.
- 1931, la Sociedad Industrial del Aysén, establece un nuevo servicio regular de navegación entre Puerto Montt y Puerto Aysén. Servicio que sería, según el Boletín de Informaciones Turísticas, sería de gran interés "para aquellas personas que durante el verano deseen conocer los hermosos Canales de Chiloé y Guaitecas, Estuarios y Río Aysén.
- 1931, presupuesto extraordinario para caminos por la suma de \$ 30.380,000, para construcción, reparación y terminación de carreteras. Este presupuesto venía a poyar nuevos destinos como, por ejemplo: de Viña del Mar a Concón; de Curacaví a Casablanca, de San Antonio a Cartagena; de Valdivia a La Unión; de La Unión a Lago Ranco, de Osorno a Pérez Rosales, Camino de Aysén y de Magallanes a Puerto Natales, entre otros.
- 1931, inauguración del Ferrocarril al Lago Ranco, que, desde el punto de vista turístico, se proporcionó a los viajeros, una nueva forma de acceder y apreciar las bellezas naturales de la zona, que en ese entonces no tenían movimiento

<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 13
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

de visitantes debido a las inconveniencias y dificultades que para los turistas ofrecían los escasos medios de locomoción con que se contaba en esa época. El departamento de turismo, en esos años, manifestaba que el Lago Ranco era uno de los más bellos exponentes de la naturaleza de esta región y sería en el futuro otro centro de turismo de importancia.

- 1934, estímulo al turismo de invierno. La campaña buscaba estimular el turismo durante la temporada de invierno. FFEE, ofrecía tarifas rebajadas, la ampliación de plazos para el expendio de boletos con tales franquicias y la mantención de servicios en idéntica forma a los que se organizan durante el verano. El objetivo, era poner en contacto permanente a las diversas regiones del país, que se relacionaran y conozcan entre sí, que se hiciera fácil el conocimiento del territorio nacional. La afición turística no sólo debía estimularse y desarrollarse en la época estival, ésta debía ser continua y permanente para que rinda los frutos que de ella se esperaban. El fin esencial del fomento turístico no era otro que el de vigorizar la economía de un país y, precisamente, esta es la razón para estimularlo en toda época.
- 1936, facilidades al turismo extranjero. Se aprueba ley que exime al turista extranjero del pago de derechos de entrada al país. Esto significaba, en la práctica, facilitar el desarrollo del turismo extranjero en Chile, haciendo accesible el país a los flujos turísticos internacionales.
- 1936, se inaugura el gran hotel de Turismo de Pucón.
- 1937, impulso del turismo invernal y del deporte del Ski. procurando el dinero para la construcción de nuevos caminos, subvencionando a clubes que deseaban abrir refugios y, cooperando en forma entusiasta en Primer Campeonato Panamericano de Ski.
- 1938, se inaugura el gran hotel de Turismo de Puerto Varas, que significa un enorme impulso al turismo de la región de Los Lagos, pues como decía, en su editorial, la revista En Viaje del mes de enero de 1938, "pasa a acentuar su carácter de gran centro turístico, ya que los viajeros y visitantes, estableciendo su cuartel general en ese establecimiento, podrán recorrer y conocer la hermosa zona que lo rodea".
- 1939, fundación de la Corporación de fomento, que entre otras acciones tuvo la de planificar la actividad turística.

### **Desarrollo del turismo: Periodo 1940-1960.**

El inicio de la planificación del desarrollo económico nacional, y por tanto de la planificación del sector turismo, se puede considerar estrechamente relacionado con la creación de la Corporación de Fomento de la Producción, la CORFO, en 1939.

<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		<b>Fecha (aaaa-mm-dd)</b> 2017-08-07	Página 14
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Su cobertura multisectorial y su obligación de atender a todo el país hizo que uno de sus principales objetivos fueran el “formular una plan general de fomento de la producción nacional destinado a elevar el nivel de vida de la población mediante el aprovechamiento de las condiciones naturales del país y la disminución de los costos de producción y a mejorar la situación de la balanza de pagos internacionales, guardando al establecer el plan, la debida proporción en el desarrollo de las actividades de la minería, la agricultura, la industria y el comercio, y procurando la satisfacción de las necesidades de las diferentes regiones del país”. Su multisectorialidad y su cobertura nacional han sido dos características de su posterior quehacer que contribuyeron a llevar adelante muchos de sus programas y sus tareas de planificación del desarrollo (CORFO 1962).

Es en el Plan de Acción Inmediata de Comercio y Transporte de noviembre de 1939, de la CORFO se plantea una acción directa y otra indirecta respecto al desarrollo turístico. En cuanto a la acción indirecta, se plantea en el documento, específicamente en el punto 5 del memorándum (sic) de Comercio y Transporte el “mejoramiento de las vías de comunicación y elementos del transporte”; y la acción directa, asociado al punto 6 del mismo documento, “fomento al turismo” (CORFO, 1940; pág. 3). En tanto al transporte, se manifiesta el desarrollo de “algunas obras o fines de interés general relativos al transporte, cuya realización convendría también contemplar” (CORFO, 1940; pág. 9), donde el equipo para transporte por camino, por ferrocarril y fluviales merecían especial atención.

En el mismo contexto anterior, en el mismo año, se diseña y se aprueba el plan de acción inmediata para el fomento de la producción de energía eléctrica y que abarcaría desde el río Aconcagua y hasta el río Pilmaiquen, que en la práctica dotaría de energía eléctrica desde Santiago y hasta Puerto Montt. Toda una epopeya en esas épocas. Si bien es cierto, este plan buscaba desarrollar el sector eléctrico con objetivo de desarrollar la industria existente a lo largo y ancho del territorio, en concreto apoyó a gran parte de la población y, por ende, al sector turístico.

En tanto al fomento al turismo, el documento ya revela “las condiciones naturales de nuestro país para el turismo y las posibilidades de desarrollar el interés de turistas extranjeros por venir a Chile, constituyendo así una fuente de entrada de divisas, determinan la conveniencia de preocuparse de la preparación de todo aquello que contribuya a estos fines” (CORFO, 1940; pág. 9). Algo que ya resulta interesante de observar, que ya en esos tiempos se aprecia –por parte de esta institución- las fallas de coordinación existentes (pública y privada) al mencionar que “desgraciadamente, las diversas instituciones que tienen interés en el desarrollo del turismo en nuestro país, no han procedido de acuerdo entre ellas...” (CORFO, 1940; pág. 9).

<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		<b>Fecha (aaaa-mm-dd)</b> 2017-08-07	Página 15
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Así, las incitativas en las que se invirtió “gruesas sumas de dinero” no obedecían a un plan armónico. LA CORFO manifiesta, en el contexto anterior, la importancia de contribuir al desarrollo de la actividad, siendo pensamiento de ésta que se debe diseñar un plan, administrado por un Comité de Turismo<sup>3</sup>, con cargo a un fondo turístico, con aportes de los miembros de este Comité. Este fondo<sup>4</sup>, sólo debía invertirse en el fomento del turismo a decir:

- a) “Propaganda.
- b) Créditos para ayudar en la construcción de pequeños hoteles ubicados en los circuitos de turismo.
- c) Mejoramiento de caminos de turismo; adquisición de elementos del transporte (terrestres y fluviales, construcción de atracaderos, etc.).
- d) Preparación de personal para hoteles y guías intérpretes de turismo.
- e) Conservación de parques naturales y otros lugares de turismo” (CORFO, 1940; pág. 9 y 10).

En el marco anterior, y en el decenio 1939-1949, la CORFO proyectó y llevó a cabo un plan de construcciones hoteleras a lo largo del territorio con dos fines; el primero, enfocado al desarrollo de establecimientos de turismo en las zonas más propicias, observados en aquellos años; y hoteles para absorber a la población flotante de las principales ciudades de la zona norte (CORFO, 1950; pág. 60).

En el año 1941, la CORFO aportó gran parte<sup>5</sup> de los \$20 millones de pesos que posibilitó la constitución de la Sociedad Hotelera Panguipulli Ltda., posteriormente Hosterías de Chile Ltda., que buscaba la construcción y explotación de hoteles en el circuito turístico Panguipulli-Pirehueico- Calafquén y Neltume (hoy, destino Siete

---

<sup>3</sup> La comisión, para la CORFO en 1939, debía estar compuesta por Servicios de Turismo, Servicios de Caminos ambos del Ministerio de Fomento; Ferrocarriles del Estado; Ministerio de Relaciones exteriores y Comercio; CORFO; Empresas de Navegación, Empresas de Turismo; asociación Hotelera y automóvil Club; en un primer esfuerzo de coordinación Pública – Privada observada.

<sup>4</sup> El Fondo de Turismo se formaría en base de una parte de los impuestos especiales de turismo, creados por la Ley 4585, que alcanzaban unos \$2.500.000 anuales, con una cuota de la CORFO que se fijaría en relación a la cuota anterior (aproximadamente \$3.500.000) y con aportes anuales de las demás instituciones y con sumas que el Fisco u otros pudiera destinar a este objeto.

<sup>5</sup> Los otros socios fueron Ferrocarriles del Estado y particulares.

<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 16
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Lagos). Uno de los primeros hoteles creados, fue las Hosterías Pirehueico (para 150 pasajeros); permitiendo con esto la incorporación una de "vasta y bellísima región" y un "fácil acceso con la construcción del camino internacional a Hua-Hum (CORFO, 1950; pág. 66), con un sentido de visión y oportunidad sencillamente encomiable.

En 1944, apoyó a la conformación del Consorcio Hotelero de Chile, en conjunto con Ferrocarriles del Estado, Caja Nacional de Ahorros, Banco de Chile y algunas municipalidades, compañías salitreras y cupríferas más particulares; que en 1947 contaba con hoteles en La Serena, Ovalle e Iquique; y ya había comenzado la construcción del Gran Hotel de Turismo de Antofagasta (CORFO, 1950; pág. 89). En 1953, a través del DFL 370, se crea plantea la necesidad que CORFO centralice su accionar en la actividad hotelera estatal, dando paso en 1955 a la reliquidación del Consorcio Hotelero de Chile para dar vida a Hotelera Nacional más conocida como HONSA; cuyo patrimonio alcanzó, en esa época, a 28 establecimientos hoteleros distribuidos desde Tarapacá y hasta Llanquihue<sup>6</sup> (CORFO, 1959; pág. 37).

En el mismo contexto, los créditos aportados por la CORFO en esos años posibilitaron la construcción del Hotel Miramar en la ciudad de Viña del Mar, asociado al municipio local; el Hotel Pirehueico de la Sociedad Hosterías de Chile Ltda.; Hotel Portillo (360 camas) de la Sociedad de Hoteles de Cordillera S.A HOCORSA. (CORFO, 1950; pág. 60).

Hacia principios de 1960, la era CORFO en el diseño de Política Pública turística llegaba a su término. Su principal esfuerzo estuvo en desarrollar, indirectamente, los caminos y la electrificación. En tanto directamente, su política hotelera, que buscaba desarrollar el equipamiento turístico, se encauzó al levantamiento de hosterías modestas, que fundamentalmente servía para las personas que visitaban la zona por motivo de trabajo o negocio; quedó descartada la construcción de grandes hoteles (CORFO, 1960; pág. 118).

### **Desarrollo del turismo: 1960-1970**

El análisis de este periodo resulta un poco más complejo, y presenta un carácter más cualitativo que cuantitativo. El principal motivo de esta situación, es que tal como la manifiesta la Oficina de Planificación Nacional (1971), es sólo a partir de

---

<sup>6</sup> Entre los más importantes para la meso región que abarca la Ruta Escénica Lagos & Volcanes se encuentran Gran Hotel de Pucón, Hosterías de Calafquén y Pirehueico, y Gran Hotel de Puerto Varas.



<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 17
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

1966 que se dispone de cierta información continua y sistemática que permita apreciar el crecimiento del sector, las características de este crecimiento y las políticas que la originaron.

En 1960, durante el mandato del presidente Jorge Alessandri R, se creó –bajo el DFL 355- la Dirección de Turismo (DITUR), bajo el considerando:

a) Que el turismo representa una riqueza potencial en nuestra realidad económica, dadas las bellezas naturales del territorio nacional, sus favorables condiciones de clima y la múltiple variedad de su paisaje;

b) Que la actividad turística incide favorablemente en nuestra balanza de pagos, y constituye un estímulo general a los diversos rubros de la economía nacional;

c) Que del turismo deriva un mayor intercambio cultural, y un mejor conocimiento y comprensión entre los pueblos, con ventajosas consecuencias de mutuo progreso;

d) Que es necesario coordinar y estimular en forma metódica y permanente, el progreso del turismo en Chile, a través de un organismo eficiente y estable, capaz de realizar una activa política de fomento;

Dependiente del Ministerio de Economía, Subsecretaría de Comercio e Industria. Correspondía al Ministro de Economía fijar la política de fomento del turismo nacional de acuerdo con las normas que le impartía el Presidente de la República, y correspondería –por tanto- a la Dirección de Turismo planear la ejecución de esta política, y realizarla directa e indirectamente a través de los diversos órganos de acción.

Sus principales funciones eran las funciones de Información; de publicidad del destino<sup>7</sup>; funciones de Inspección y fiscalización<sup>8</sup>; y funciones de Fomento.

---

<sup>7</sup> Difundir ampliamente, tanto en el extranjero como en el territorio nacional, las bellezas naturales del país, sus valores folklóricos, sus monumentos históricos, y los acontecimientos artísticos, deportivos, o de cualquier otro carácter que encierren interés turístico

<sup>8</sup> Entre las más relevantes estaban aquellas que significan controlar el cumplimiento de las leyes y reglamentos relativos al turismo, fiscalización del funcionamiento de las empresas de viajes de turismo; Autorizar y fiscalizar los viajes colectivos de turismo, pudiendo exigir las garantías necesarias a las empresas que intervengan

<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 18
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Se crearon, asociados a esta ley, cuatro departamentos que, en la práctica, principalmente por la escasez de recursos humanos y materiales, tuvo una limitada acción en promoción, publicidad, inspección y fomento (Oficina de Planificación Nacional; 1971: pág. 29).

Las Principales funciones tenían que ver con la Información, la promoción (Publicidad), la Inspección y el fomento.

Durante los dos primeros años del gobierno del presidente Eduardo Frei Montalva (1964-1970), se estableció una Oficina de Planificación, dependiente de la Presidencia de la República pero que no poseía reconocimiento jurídico. Sin embargo, la necesidad de planificar a nivel nacional bajo el alero de un sólo organismo ya estaba plasmada. Es así, que el 14 de julio de 1967 se crea la Oficina de Planificación Nacional (ODEPLAN) a través de la Ley 16635.

### **Turismo popular: 1970-1973**

En 1971, en inicios del gobierno de la Unidad Popular, se desarrolla el documento "Desarrollo del sector turismo, 1960-1970". En una clara intención -y a nuestro juicio, primigenia e inédita- de revisar el desarrollo del sector de manera de identificar virtudes y defectos de ésta, con el objetivo de incorporar este conocimiento en el desarrollo futuro de la actividad. Con la idea de posicionar al turismo, como un elemento clave de la economía nacional. Para este conglomerado, el sector había sido un importante apoyo en la obtención de divisas, pese a su crecimiento espontaneo, que no obedeció a "una planificación ni a políticas definidas" (Oficina de Planificación Nacional; 1971: pág. 4).

La idea de lo anterior fue generar una política turística que partía de dos grandes principios:

1. El turismo es un elemento impulsor de desarrollo regional, creador de empleos, de efecto multiplicador con impacto en toda la economía;

---

en su organización o realización; Inspeccionar los hoteles y otros establecimientos destinados al hospedaje (alojamiento, manutención, atención, y colaborar con la Sub-secretaría de Transportes en el control de los medios de movilización de interés turístico; Autorizar las tarifas de los hoteles y otros establecimientos destinados al hospedaje; Clasificar los establecimientos indicados; Recibir las denuncias que formulen los turistas, entre las más relevantes.

<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 19
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

2. Dar acceso a los beneficios del turismo y el esparcimiento, a todos los trabajadores del país y a sus familias, como una de las conquistas que el trabajador tiene derecho a alcanzar.

Para que se diera esta situación, los autores de la política, manifestaban que el turismo debía despojarse del carácter elitista que había presentado la actividad, la que en la práctica – y hasta antes de la Unidad Popular- sólo había sido accesible a las “minorías con capacidad suficiente para poder pagar un turismo de lujo y sin contenido social” (Oficina de Planificación Nacional; 1971: pág. 5).

Una de las características principales de la política turística referida, era la importancia que se le daba a la operación del sector dentro de un marco de integración latinoamericana; es decir, las ventajas comparativas turísticas de Chile, su infraestructura, su nivel de competitividad, su promoción, etc., debían estar en sintonía con lo que presentaba principalmente Sudamérica en su conjunto. Las medidas a tomar, por tanto, debían ser abordadas de forma conjunta. La diferenciación de uno u otro destino, corría por cuenta del turista. Así, la elección de un destino u otro y sus días de permanencia en el lugar, iban a estar directamente relacionadas y condicionadas por, en primer lugar, la forma en que cada país presentaba sus atractivos y, en segundo, por el nivel de atención brindado.

Una de las ideas que proponía el diseño de la política, era reemplazar la demanda que se tenía en esos momentos; “reducida, pero con un alto volumen de gasto, por una demanda cuantitativamente mayor, aunque con capacidad de gasto *-per cápita-* menor” (Oficina de Planificación Nacional; 1971: pág. 7). En este contexto, la promoción era primordial hacerla de forma colectiva, pues los efectos serían mayores. “Si, por el contrario, cada uno de los países latinoamericanos desarrollar aisladamente sus potencialidades turísticas, es muy posible que ninguno, o sólo unos pocos, logren alcanzar escalas económicas de operación” (Oficina de Planificación Nacional; 1971: pág. 7).

Otro elemento observable de la política, que el turismo se ponía a disposición del programa político de la Unidad Popular. Se buscaba no sólo –desde el punto económico- equilibrar la balanza de pagos turísticas que en ese momento era desfavorable para el país; o reducir costos como por ejemplo lo del transporte para hacer más accesible a Chile para los mercados internacionales. Era interés de la política, aumentar los flujos extranjeros con el objetivo de que vinieran a “percatarse personalmente de la actual realidad nacional como medio efectivo de contrarrestar las campañas sediciosas de información malintencionada hacia el país en el exterior” (Oficina de Planificación Nacional; 1971: pág. 8).

<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 20
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Lo anterior, para el Gobierno de la Unidad Popular, no significaba “traicionar la dignidad” como país y pueblo; ofreciendo a este último como recurso turístico; y menos se calificaría a “la miseria en que viven sumidos algunos chilenos como pintoresco” (Oficina de Planificación Nacional; 1971: pág. 8). La propaganda (sic) se orientaría hacia los recursos naturales<sup>9</sup> y culturales del país, y hacia las posibilidades deportivas<sup>10</sup> existentes.

### **El turismo en gobierno militar: 1975-1990**

Con el golpe militar, se da termino al denominado periodo del turismo popular, y se procede a dismantelar lo que fueron los pilares del desarrollo del turismo en el gobierno de Allende.

### **El turismo en democracia: 1990-2000**

No se realiza análisis, se incluyen sólo fechas referenciales, 1990 a 2000.

### **La nueva era del turismo en Chile: 2001-a la actualidad.**

2001 a la actualidad.

### **Datos históricos línea de tiempo (1928 a 1980).**

**1928:** Gobierno de Chile, bajo la dependencia del Ministerio de Fomento, impulsó la creación de una sección de turismo a cargo del señor Fernando Orrego Puelma.

Ley N° 4297, que establece diversas disposiciones relativas al fomento de la industria hotelera y del turismo.

---

<sup>9</sup> Para el gobierno de la Unidad Popular y, por tanto, para esta política en específico, eran recursos únicos Isla de Pascua, el Archipiélago de Juan Fernández, estrecho de Magallanes, cabo de Hornos y la Antártida.

<sup>10</sup> Las principales actividades observadas por la política son: el Ski, los deportes de invierno y los deportes acuáticos en los lagos.

<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico		<b>Fecha (aaaa-mm-dd)</b> 2017-08-07	Página 21
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

**1929** Créase, en el Ministerio de Fomento, una sección que tendrá a su cargo el fomento del turismo nacional.

Fundación de la Asociación Chilena de Hoteles, Restaurantes y Similares.

**1934** Asociación de Bares y Restaurantes.

Primer congreso Nacional de Turismo.

**1935** Política eléctrica de chilena.

**1938** "Asociación de Propietarios de Hoteles, Restaurantes, Bares y similares de Chile".

**1939:** Creación Plan de Acción Inmediata de Comercio y Transporte.

Proyecto Plan de acción inmediata para la producción de energía eléctrica.

**1941:** Constitución de la Sociedad Hotelera Panguipulli Ltda.

**1943:** Plan de electrificación del país.

**1944:** Conformación del Consorcio Hotelero de Chile.

**1953:** Aprobación DFL 370, mandata a CORFO a centralizar la actividad hotelera estatal.

**1955:** Reliquidación del Consorcio Hotelero de Chile, creación de Hotelera Nacional – HONSA.

**1960:** Fin de la era CORFO en el diseño de Política Pública turística. Se busca desarrollar el levantamiento de hosterías modestas.

Se crea la Dirección de Turismo dependiente del Ministerio de Economía, Subsecretaría de Comercio e Industria.

Corresponderá al Ministro de Economía fijar

**1967:** Se crea la Oficina de Planificación Nacional (ODEPLAN)

**1975:** Creación del Servicio Nacional de Turismo.

<b>VTIC</b> Plataforma Inteligente de Management Turístico	<b>Fecha (aaaa-mm-dd)</b> 2017-08-07	Página 22
<b>Documento</b> Documento Técnico N°3	<b>Versión</b> 1.0	<b>Responsable</b> Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)

**1980** (28 de noviembre): Fundación Federación Gremial de la Industria Hotelera y Gastronómica de Chile.

**DOCUMENTO TÉCNICO N3.**

TURISMO. LA POLÍTICA PÚBLICA: ANTECEDENTES PRELIMINARES.

PROYECTO INNOVA CORFO 16BPE-62326

UNIVERSIDAD AUSTRAL DE CHILE

7 DE AGOSTO DE 2017, VALDIVIA – CHILE

CONTACTO: LUIS VIDAL VIDAL [lvidal@uach.cl](mailto:lvidal@uach.cl) | [www.vtic.cl](http://www.vtic.cl)