



UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

“EL DESARROLLO DEL TURISMO SUSTENTABLE EN CHILE”

Autor

PAULINE AVELLAN

JULIEN MARTINEZ

INFORME DE TESIS PRESENTADA A LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO PARA
OPTAR EL GRADO DE LICENCIADO EN NEGOCIACIONES INTERNACIONALES
TÍTULO PROFESIONAL DE ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Profesor Guía : Eduardo Haye

Viña Del Mar, Julio 2011

Agradecimientos

Nos gustaría agradecer todas las personas que tomaron parte en ayudarnos en la realización de este tesis.

Sobretudo nuestro profesor guía de la carrera Negocios Internacionales el señor Eduardo Haye por sus consejos, su apoyo y su ayuda en los momentos clave de este trabajo.

INDICE

Introducción	6
Siglas y Abreviaturas	9
<u>Capítulo 1 ASPECTOS METODOLOGICOS</u>	10
1.1 Planteamiento del problema	
10	
1.2 Objetivos Generales y específicos	
10	
1.3 Justificación	
11	
1.4 Metodología	
12	
<u>Capítulo 2 DESARROLLO DEL TEMA</u>	13
2.1 Marco teórico	13
2.1.1 Descripción del Turismo Sustentable	13
2.1.2 Objetivos Comparativos del Turismo Chileno	19
2.1.3 Objetivos Competitivos del Turismo Chileno	21
2.1.4 Segmento de Turistas en Chile	22

2.1.5 Auge del Transporte	25
2.1.6 Medidas del Gobierno Chileno a favor del Turismo Sustentable	29
2.2 Desarrollo de la investigación	33
2.2.1 Negocios del Turismo Sustentable en Chile	33
2.2.1.1 Al Nivel Nacional : Proyectos del Gobierno	33
2.2.1.2 Al Nivel Local : Agencias y medios aplicados	42
2.2.1.3 Marketing del Turismo Sustentable	46
2.2.2 Exportación del Turismo Sustentable al Extranjero	51
2.2.2.1 El Turismo convencional y sus impactos negativos	51
2.2.2.2 Exportación a través el mundo	52
2.2.2.3 Influencia de la Unión Europea	53
2.2.2.3 Exportación en la Unión Europea	55
2.2.3 Criticas del Turismo Sustentable	61
2.2.3.1 Problemas causado por el transporte	61
2.2.3.2 El Turismo Sustentable, utopía o realidad	61
2.2.3.3 El Turismo Sustentable, una teoría, pero en practica?	62
2.2.3.4 El efecto Zoo	63
2.2.3.5 Agencias no están de acuerdo	63

2.2.3.6 Precio de este tipo de turismo	64
2.2.3.7 Un turismo de masas “verde”	65
2.2.3.8 Cambio de Mentalidad de los Turistas	65
2.2.3.9 El problema del Litio Hoy en Día	67
2.2.3.10. Estudio de Casos	69
2.2.3.10.1 Consecuencias Del Dakar	69
2.2.3.10.2 El proyecto Hydroaysen	71
<u>Capitulo 3: CONCLUSIONES</u>	74
Bibliografía	76
Anexos	77

Introducción

Desde mediados de los años 1990, el turismo se ha convertido en uno de los principales recursos económicos de Chile, especialmente en las zonas más extremas del país. Podemos ver que durante el año 2005, este rubro tuvo un crecimiento de un 13,6%, generando más de USD 1.500 millones, equivalentes al 1,33% del PIB nacional. En 2010, un total de 3 millones de turistas y US\$ 2.000 millones de ingresos. Esa es la meta del Servicio Nacional de Turismo.

La mayoría de estos visitantes provienen de países del continente, principalmente Argentina; sin embargo, el mayor crecimiento en los últimos años corresponde al de visitantes de Europa, principalmente de Alemania, España y Francia, que llegó a los 414 mil, aproximadamente, en 2007. Según datos de la Organización Mundial del Turismo, OMT, llegaron 2.750.000 turistas al país en 2009. Durante el primer trimestre de 2011, entraron más de 1.043.000 turistas al país, lo que significó un aumento del 9,2% con respecto al mismo período del año anterior.

El turismo hasta Chile se dirige a lo largo de todo el territorio. En efecto, se puede destacar cuatro zonas mayores : del Norte al Sur, los desiertos del norte (San Pedro de Atacama), las playas del Norte (balnearios de la costa : Arica, Iquique, Antofagasta, Coquimbo) y de la región central (Vina del Mar), la región de los lagos y volcanes (Pucón, Puerto Montt) y la Patagonia (Punta Arenas). Los turistas de origen latino americano se concentran en la temporada estival y sobre todo se dirigen hasta las costas y sus infraestructuras balnearias. Sin embargo, podemos destacar que los visitantes europeos llegan a Chile para aprovechar de la riqueza de sus paisajes naturales y de su cultura.

Por eso, se desarrolla cada año más, un tipo de turismo verde llamado turismo sustentable. En efecto, este último se caracteriza por el respeto de las normas ambientales instauradas por la OMT a todos los niveles turísticos (infraestructuras hosteleras, gestión y protección de los lugares turísticos, y actividades).

Así, hemos decidido enfocarnos sobre ¿ cómo se desarrolla el turismo sustentable en Chile y cómo se exporta al extranjero ?

En un primer tiempo, trataremos las nociones importantes que necesitaremos para argumentar al desarrollo de una respuesta al problema expuesto, como la definición del turismo sustentable de la OMT, los programas del gobierno relativos, las ventajas comparativas del país, el auge de los transportes ...

En segundo lugar, desarrollaremos la problemática de este proyecto. Primero, presentaremos los diversos niveles del negocio del turismo sustentable en Chile y sus efectos sobre los turistas. Luego, reflexionaremos sobre las diferentes técnicas de exportación y los lugares de interés, como por ejemplo la Unión Europea. Finalmente, nos acercaremos de la actualidad para ver que varias criticas emergen. En efecto, la anotación “verde y ecológica “ sufre de un uso abusivo que tal vez perjudica las acciones de los militantes mas fieles. Por eso, un estudio de caso sobre dos temas relevantes y de actualidad serán un buen medio de corroborar esta idea.

Siglas y Abreviaturas

OMT : Organización Mundial del Turismo

OITS : Organización Internacional del Turismo Social

UNESCO : Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

CORFO : Corporación de Fomento de la Producción

FEDETUR : Federación de Empresas de Turismo de Chile

CONSETUR : Consejo Superior de Turismo región de Valparaíso

UICN : Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza

SERNATUR : Servicio Nacional del Turismo

INE : Instituto Nacional de Estadísticas

SUBDERE : Subsecretaria de Desarrollo Regional y Administrativo

SERCOTEC : Servicio de Cooperación Técnico

Capítulo 1 ASPECTOS METODOLOGICOS

1.1 Planteamiento del problema

Chile forma parte de los países en desarrollo pero su recién entrada en la OCDE muestra que sigue progresando para lograr a ser un país cada vez mas potente en su área geográfica. Al nivel turístico, esta formado por una diversidad importante y un riqueza natural muy extendida. Así el tema del turismo sustentable es un tema de actualidad mundial pero que interesa mucho Chile que ya empieza a sostenerlo.

Por eso seria interesante analizar la cuestión del turismo sustentable en Chile con todas su propiedades y sus aplicaciones.

1.2 Objetivo general del proyecto

Analizar la implementación del turismo sustentable en Chile , a través los tres aspectos esenciales que son el político, el económico y el social.

Nos concentraremos también en la relación que tiene el turismo sustentable con los negocios internacionales y sobretudo al nivel de su promoción.

Objetivos específicos del proyecto

A través el desarrollo de temas principales y diversos ejemplos relativos al turismo sustentable ilustrar la análisis y la implementación al nivel local regional nacional e internacional. Además, demostrar que el turismo sustentable sufre algunas criticas que suenan relevante en un contexto mundial en el cual los estados, las empresas, las organizaciones quieren todos servirse de una imagen “verde”.

Así, se podrá conseguir argumentos y dar una interpretación de este proyecto para algunos casos relativos a la promoción y el fomento a nivel internacional.

1.3 Justificación

Hoy en día, gracias al desarrollo del transporte, el turismo ha tenido expansión mucho en todo el mundo. Por otra parte las actitudes han cambiado, las grandes playas de arena blanca son cada vez menos codiciadas por los turistas. En efecto con la expansión del turismo y el medio ambiente todavía mas presentes en las mentes, el turismo sustentable surgió. Este forma de turismo se vuelve interesante y atractivo en la medida que abarca un tema popular plebiscitado que es la protección del medio ambiente y de los que viven a su alrededor .

Hoy en día los gobiernos, incluido el chileno han entendido el principal interés de esta forma de turismo, para proteger a sus lugares atractivos. Sin embargo, es difícil cambiar las actitudes y las normas en vigor contra el turismo de masas.

Es por eso, que la elección de este tema nos puede ayudar en nuestra vida futura que seguirá marcada por la protección de nuestro medio ambiente. Así esta forma turística debería ser un modelo para el porvenir.

Por fin el turismo sustentable empieza a cambiar las actitudes de los propios turistas cada vez más respetuosos de la naturaleza. Los cambios y las normas se aplican de forma entretenida y educativa para animar a los turistas a cambiar su mentalidad.

1.4 Metodología

Para realizar este trabajo, primero hemos definido nuestro tema principal y luego nuestros objetivos generales y específicos.

Una vez realizado, tuvimos que encontrar documentos en relación con el tema. Centramos las investigaciones documentales por medio de Internet y diversos libros franceses relativos al Turismo sustentable. Encontramos muchos datos que tuvimos que ordenar para seleccionar las informaciones relevantes. Leímos algunos informes de organizaciones, tales estatales como privadas disponibles en Internet. Después haber organizado todas las informaciones para tener un plan de desarrollo encadenado que nos llevo hasta una conclusión.

Capítulo 2 DESARROLLO DEL TEMA

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 El Turismo Sustentable Global

La **Organización Mundial del Turismo (OMT)**, con base en la definición de desarrollo sostenible establecido por el Informe Brundtland¹, afirma que:

“El desarrollo del turismo sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida.”

Por otra parte, el turismo sostenible es un concepto que incluye varios tipos de turismo más:

¹ Pagina Web : OMT sobre el Informe Brundtland

- o El **ecoturismo**, el turismo o la prueba del gusano más centrada en el descubrimiento de la naturaleza (los ecosistemas, sino también el turismo rural y agro-ecosistemas), o la Ecología Urbana (jardines ecológicos, espacios verdes, reservas naturales y otras zonas urbanas del campo ecología urbana ...).
- o El **turismo rural** es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño. Las instalaciones suelen ser antiguas masías y caserías que, una vez rehabilitadas, reformadas y adaptadas, suelen estar regentadas familiarmente, ofreciendo un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios.

Y también otros conceptos de turismo como :

- o El **turismo equitativo** es un concepto justo de turismo internacional de la aplicación de los principios del comercio justo en este sector. Su ambición es asegurar a las comunidades que viven en los locales de una parte equitativa de los ingresos del turismo que genera, y de conciliar el turismo con el desarrollo sostenible. Concretamente, esto conduce a un conjunto de criterios para el cumplimiento de los habitantes y su forma de vida, un encuentro entre los turistas y los habitantes, la sostenibilidad del progreso traído por el turismo. Además, el **turismo solidario** va más allá : "La solidaridad del turismo, el registro tanto en la perspectiva de" responsable "y" justo ", pero más directamente asociadas a proyectos de solidaridad: el operador turístico o las

actividades de apoyo al desarrollo, o una parte del precio de Transporte utilizado para financiar un proyecto de rehabilitación o en la oficina del proyecto. "

- o El **turismo responsable**, o la ética del turismo, tiene como objetivos: el desarrollo económico y el crecimiento de las poblaciones locales, la conservación a largo plazo de los recursos naturales, culturales y sociales de un encuentro auténtico entre los viajeros y la población local
- o Para la Organización Internacional del Turismo Social (OITS), el **turismo social** es « el conjunto de relaciones y fenómenos que resultan de la participación al turismo y en particular de la participación de capas sociales con recursos modestos.

El turismo sustentable es por tanto una dinámica que articula los modos de transporte, la producción y el consumo de eco-responsable, mientras que la estrecha participación de las personas que viven, trabajan o residen en la zona afectada en el desarrollo del turismo y beneficios económicos, distribuidos equitativamente.

Este desarrollo exige una planificación y gestión integrada de los recursos, el dominio del flujo (de energía, bienes y personas) y que por lo tanto implica la participación activa de los actores locales, y la responsabilidad ambiental de los turistas de combinar la aplicación turismo con las necesidades y capacidades del país de acogida.

Los **principios básicos de Sostenibilidad** son toda actividad turística que realmente pretenda definirse como sostenible debe considera los siguientes aspectos:

- El Uso adecuado de los recursos naturales. Debemos empezar con un estado inicial de los lugares: incluye los datos económicos, sociales, ambientales y de la tierra (ecosistemas actuales, el potencial ecológico de un sitio si ya está degradado)
- El Respeto por la diversidad Socio-Cultural. Incluyendo la evaluación de la vulnerabilidad del medio ambiente y las personas. En algunos casos, el turismo es una fuente de choque cultural puede inducir o riesgos para la salud en una población indígena o de los propios turistas. La vulnerabilidad requiere que los medios de comunicación para estudiar su capacidad de curar cuando se expone a una mayor asistencia.
- Asegurar practicas empresariales adecuadas : Medidas preventivas, compensatorias y de conservatorios sean implementadas y evaluadas para reducir y compensar los impactos sobre la calidad de vida para la población local y el medio ambiente. Este principio puede incluir un gravamen ambiental o una "contribución verde" volver financiera para reparar los daños ambientales y la calidad de vida para la población local.

Los **objetivos clave** del desarrollo sostenible en la OMT son los siguientes:

- Facilitar la integración de la sostenibilidad y los criterios de calidad en las políticas de turismo nacional, regional y local, planes y estrategias de desarrollo a través de la aplicación de instrumentos de políticas, instrumentos y medidas.
- Aumentar la conciencia internacional sobre el Código Ético Mundial para el Turismo y mejorar la aplicación efectiva de sus principios por los gobiernos y la industria del turismo.
- Apoyo a la mejora y aplicación de metodologías, modelos y técnicas para el mejoramiento de la sostenibilidad y la calidad en el turismo en determinados tipos de destinos y en los sitios de patrimonio natural y cultural.
- Orientación, la armonización internacional y el reconocimiento de las mejores prácticas, los requisitos básicos, normas, sistemas de gestión y medidas que intervienen en la calidad de las actividades turísticas, servicios, productos y destinos conforme a los objetivos del desarrollo sostenible y los requisitos de protección del consumidor.
- Apoyar la integración de los programas de reducción de la pobreza en las políticas de turismo a nivel mundial y nacional y una mayor participación de las comunidades pobres en las operaciones de turismo, mediante el desarrollo y difusión de directrices de políticas sobre turismo, técnicas de gestión y propuestas de medidas que contribuyan a la reducción de la pobreza en los países en desarrollo.
- Mejorar la capacidad de respuesta y preparación del sector público y privado para llevar a cabo sus actividades con el fin de garantizar la sostenibilidad social

y cultural del turismo, con un enfoque especial hincapié en los derechos e intereses de las comunidades locales, incluidos los de los grupos vulnerables de la población, especialmente niños, mujeres, ancianos y personas con discapacidad. Fomentar la participación positiva de los migrantes en el desarrollo del turismo.

- Mejorar la comprensión de la relación entre el cambio climático y el turismo, y promover la formulación y aplicación de políticas de adaptación y mitigación y medidas.

2.1.2 Ventajas Comparativas de Chile

Chile tiene todo lo que un turista extranjero pudiera desear visitar, así que proponga invertir fuertemente en Turismo a nivel Nacional, para que el Turismo se transforme en el "Sueldo de Chile".

En primer lugar Chile tiene una gran diversidad geográfica. El país tiene una de las mayores variedades de climas del mundo que abarca desde el árido desierto en el norte hasta los bosques húmedos, lagos y volcanes en el sur para llegar a las islas y los glaciares de la Patagonia sur por el valle de clima Mediterráneo en la zona central. También es el país más largo del mundo que cubre los territorios del sur en la Antártica. Por eso, Chile puede acoger todo tipo de turistas por su diversidad natural y de múltiples actividades al aire libre, como resultado, la navegación en los entornos abiertos de los icebergs, el volcán escalada, senderismo en la Isla de Pascua, el esquí... Además, Santiago, capital de Chile y la metrópoli moderna, la ciudad de llegada para la mayoría de los turistas. Ofrece a sus visitantes una impresionante centro histórico, un barrio "bohemio" y uno de los museos más importantes de América del sur el museo de arte precolombiano de América. La ciudad también ofrece acceso a playas de la Costa

Central y la estación de esquí de nivel internacional en sólo una hora.

Entonces, una de las ventajas comparativas más importantes de Chile es su diversidad geográfica que no se puede encontrar en cualquier parte del mundo. Esto se debe a su forma en cualquier longitud.

La cocina chilena está influenciada por la cocina española y la identidad indígena, que da los platos originales regionales como "aymara" norte "mapuche" en la zona central y la cultura de la Isla de Pascua. El turismo cultural es importante para Chile. Porque, vende muchas actividades o visitas por el sesgo de este último. Esta es otra de las ventajas comparativas de Chile, una mezcla de la cultura específica a determinados lugares y culturas diferentes.

Además, por el desarrollo de su turismo sustentable, Chile tiene ventajas comparativas tales como : Turismo Antártico, Enoturismo, Agroturismo, Ecoturismo ...

Por último, Chile cuenta con sitios inscritos en la UNESCO² del Patrimonio Mundial de Iglesias de Chiloé que en el año 2000, el Parque Nacional Rapa Nui en 1995, el Casco Histórico de la ciudad portuaria de Valparaíso en 2003, Salitre Humberstone y Santa Laura en 2005 y Ciudad Minera de Sewell en el año 2006. Además, otras propiedades están inscritos en una lista provisional como el Torres del Paine y el Parque Nacional Bernardo O'Higgins y la Región de Magallanes en 1994, la Casa de la Moneda, San Pedro de Atacama desde 1998, de los 18 otros sitios. Esto es una ventaja comparativa, ya que está detrás de todo esto una fuerte atracción turística.

² pagina web : UNESCO. Artículo sobre el Patrimonio Mundial

2.1.3 Ventajas Competitivas

Con la idea de proyectar a Chile como destino turístico que pueda entrar en el mercado competitivo en el contexto mundial, los sectores tanto privados como públicos se juntaron para trabajar en forma conjunta. La finalidad es brindarle al sector un conjunto de normas técnicas que correspondan a las expectativas de los miembros más destacados



Sello de calidad³

El cumplimiento de estas normas de calidad turística se garantiza a través del sello de calidad distintivo, que expresa la calidad de la gestión que llevan a cabo las empresas que se encuentran certificadas.

La idea fue propuesta por el Instituto Nacional de Normalización junto con el Servicio Nacional de Turismo y la financió INNOVA Chile de CORFO.

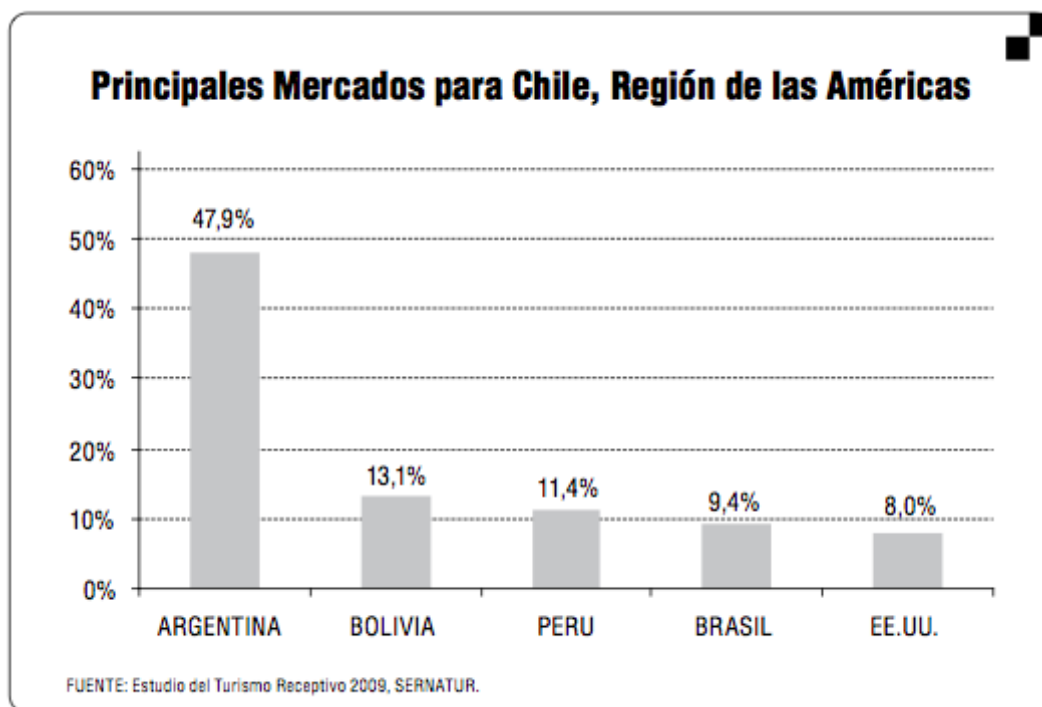
³ Pagina Web : SERNATUR. Artículo sobre el sello de calidad

Esta es una ventaja competitiva. Además, como se destaca en la delegación sabía Sernatur en Bilbao, España, la ventaja es la calidad turística que Chile ofrece en primer lugar.

2.1.4 Segmento de Turistas en Chile

Según las últimas cifras del Instituto Nacional de Estadísticas, podemos ver en las llegadas de turistas del continente Americano, que participan argentinos en el 47,9% del mercado turístico chileno. Se trata de la mayor parte de turistas cada año en Chile, que se debe a la proximidad a Chile y por el elevado nivel de vida que les permite viajar, a diferencia de países como Bolivia o Perú. Los brasileños son una pequeña minoría debido a la lejanía del país y los sitios ya existentes en su territorio. Por último estadounidenses representa el 8% del mercado chileno, incluyendo la distancia entre los dos países.

A continuación la tabla de resumen :



Por otra parte, a nivel mundial, tenemos llegadas internacionales por regiones del mundo. Nos damos cuenta de que Europa es un poco más de la mitad, con 52,2% de cuota de mercado en Chile. Incluyendo el sur de Europa mediterránea, que es el único responsable de cuota de mercado del 19,3%. América del Norte por su parte, contribuyendo al 10,4%. Por último, parte de Asia y el Pacífico, es de 20,5% de cuota de mercado de Chile con el 11,1% para el Norte de Asia.⁴

Así, el 3 partes más importantes, son los países más desarrollados del mundo. Por lo tanto, Chile es ahora atraer a la gente con alto nivel de vida. Por otra parte, este porcentaje de turistas que buscan una forma alternativa de turismo no, el turismo de masas, pero están buscando a un turismo sostenible.

⁴ Informe anual 2009 Estadísticas del turismo INE

2.5.4-01 LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES, SEGÚN SUBREGIONES DEL MUNDO, AÑO 2009 (*)

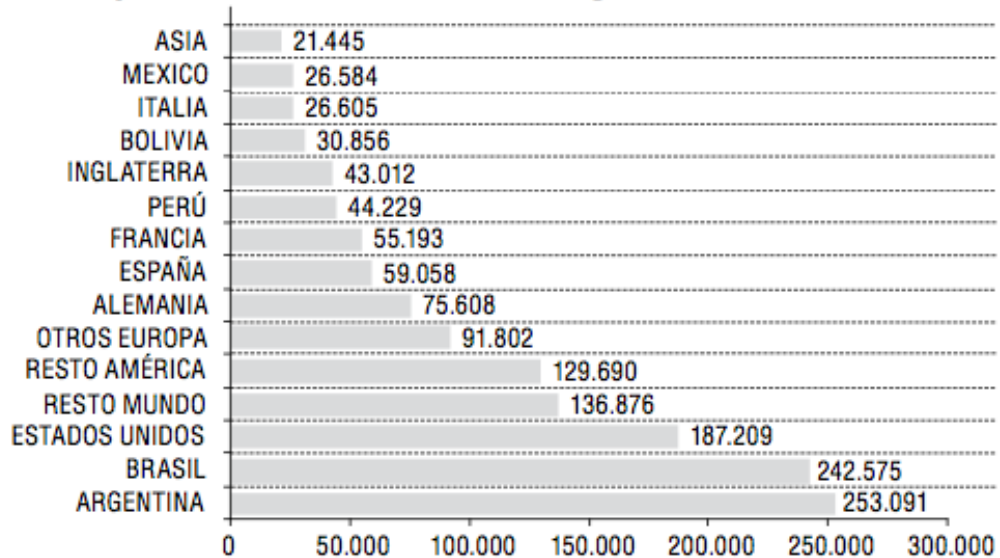
SUBREGIONES	Llegadas (millones)	Cuota de mercado (%)
Mundo	880,2	100,0
Europa	459,6	52,2
Europa del Norte	52,6	6,0
Europa Occidental	145,8	16,6
Europa Central/Oriental	91,6	10,4
Europa Mediterránea Meridional	169,6	19,3
Asia y El Pacífico	180,5	20,5
Asia del Nordeste	97,6	11,1
Asia del Sudeste	62,0	7,0
Oceanía	10,9	1,2
Asia Meridional	10,0	1,1
Américas	139,5	15,8
América del Norte	91,9	10,4
El Caribe	19,7	2,2
América Central	7,8	0,9
América del Sur	20,1	2,3
Africa	48,1	5,5
Africa del Norte	17,7	2,0
Africa Subsahariana	30,4	3,5
Oriente Medio	52,5	6,0

FUENTE: Organización Mundial del Turismo. Cifras en base a Barómetro OMT, Volumen 8 Nº 1, Enero 2010.

(*) Cifras provisionarias

En la tercera tabla, vemos que Asia, América del Norte y Europa (entre ellos Francia, España y Alemana) representa una cuota de mercado significativa en el centro turístico Internacional de Chile. Así como Argentina y Brasil es una parte importante en este mercado de América del Sur.

Pasajeros Extranjeros Llegados a Establecimientos de Alojamiento Turístico en Chile, según País de Residencia



FUENTE: Encuesta Mensual a Establecimientos Alojamiento Turístico INE, 2009.

2.1.5 El auge del transporte en Chile

La alza de los niveles de vida y la baja de los costos de transporte contribuyeron al desarrollo del turismo internacional por cual el numero de turistas paso de 25 millones en 1950 a 500 millones en 2000. La

principal razón de estos factores son los efectos de la globalización a través la economía mundial.

En efecto, con el sistema globalizado, la alza de la competencia al nivel de los transportes y la aparición de los vuelos “low cost” al nivel aéreo, el turismo se vuelve accesible para mayor personas. Así, a muchos mas turistas desde diferentes países lejanos como europeos, americanos o asiáticos le ofrece la posibilidad de descubrir, aprovechar, gastar y consumir en nuevos horizontes.

Este auge de los medios de transporte toco Chile con los demás países de América Latina. Así todos los medios de transporte de pasajeros y de carga se sofisticaron y se desarrollaron igual que las infraestructuras respectivas (carreteras, aeropuertos, autovías...).

Considerando el tema de nuestra tesis y la naturaleza de nuestro estudio sobre el turismo sustentable relativo a una población extranjera, nos concentraremos sobre el auge del transporte aéreo.

Efectivamente, la base del desarrollo del transporte aéreo en Chile esta dado principalmente a la creación del aeropuerto de Santiago Arturo Merino Benítez en 1967. Pero el verdadero punto de partida del Aeropuerto de Santiago fue en 1994 con a creación del terminal internacional.

Así la frecuentación del país por una población extranjera aumento. Ahora las cifras resultan un aumento constante de año en año. Así en 2011, el trafico de pasajeros esta en aumento si lo comparamos al año 2010. En efecto este aumento se traduce por una mayor afluencia de recursos y de capitales sobre el territorio chileno.



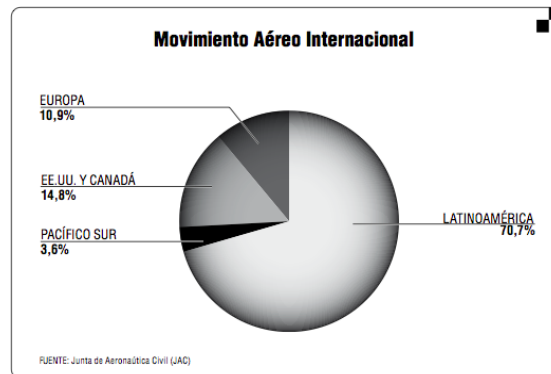
Entonces, el trafico aéreo internacional entre ciudades chilenas y el resto del mundo se desarrolla de manera creciente. Pero respeto a las diferentes crisis que conciernen diferentes países (como la crisis de algunos países europeos ahora), Chile y sus empresas aeronavales tienen que considerar todas las perspectivas de negocios sobre todo a nivel local⁵.

Así, a través el aeropuerto de Santiago mantiene vuelos directos con las principales ciudades de los países Sudamericanos y de Centroamérica.

Hacia Norteamérica, se cubren las rutas entre Santiago y los Estados Unidos, para las ciudades de Atlanta, Dallas, Los Ángeles, Miami, Nueva York, Orlando y Washington; y entre Santiago y Canadá se cubre la ruta a Toronto.

⁵ Pagina web : SCL Aeropuerto Santiago de Chile

Santiago se conecta a Europa con las ciudades de Madrid y Barcelona, en España Paris en Francia; Frankfurt en Alemania y Zúrich en Suiza.



En la precedente figura se puede ver el movimiento aéreo internacional entre Chile y el resto del mundo. Así se nota que mas de 70% del movimiento aéreo internacional se destina a Latinoamérica, un 10,9% a Europa y un 14,8% a EEUU y Canadá.

Este movimiento no podría asegurarse sin el apoyo de las compañías aéreas. Por ejemplo LAN Airlines es una compañía aérea chilena que contribuyo especialmente al desarrollo del transporte aéreo en Chile.

En efecto, LAN fue fundada el 5 de marzo de 1929 por el gobierno chileno como Línea Aérea Nacional, pronto se transformó en LAN Chile.

Luego de la apertura a diferentes mercados que derivarían en la creación de LAN Perú, LAN Ecuador y LAN Argentina, cambia de nombre y pasa a llamarse LAN Airlines en 2005.

En 2005, LAN Airlines obtuvo ingresos de USD 2.506,4 millones, de los cuales 1.460,6 corresponde al transporte de 7.967.000 pasajeros, y 960,5 millones corresponde a carga equivalente a 529.000 toneladas. Ese año, la empresa tuvo más de USD 146,6 millones de utilidades. Al 30 de septiembre de 2006, los ingresos del año alcanzaban los 2.180,5 millones y una utilidad neta de 147,7 millones. Para el segundo trimestre de 2008, LAN presenta una utilidad neta de USD 47,2 millones. LAN Airlines controla el 73% del mercado de vuelos internos en Chile, el 66% en el Perú y el 35% en la Argentina;¹ en cuanto al mercado internacional, LAN Airlines tiene una participación del 49% en Chile, 29% en Perú, 21% en Ecuador y 11% en Argentina. Así, LAN es un ejemplo del desarrollo del transporte Chileno.

Para el caso de los turistas europeos, Iberia es el ejemplo más representativo. En efecto Iberia es líder en tráfico de pasajeros entre Europa y América latina. Su estrategia es de proponer vuelos hasta América del sur a precio más bajos que su principal competencia LAN y Air France. La economía para la compañía no se hace al nivel de la calidad de vuelo o de la seguridad de su pasajero sino de su comodidad (ausencia de pantalla individual por ejemplo...).

2.1.6 Las medidas del Estado chileno a favor del turismo sustentable

Las medidas a favor del turismo sustentable en Chile son propuestas y aplicadas por el SERNATUR que es el servicio nacional del turismo forma parte del ministerio de Economía, Fomento y Turismo. El Sernatur esta representado a nivel nacional e

internacional en Santiago de Chile y tiene en cada región una subdirección regional en cada región. Su misión es de promover y difundir el desarrollo de la actividad turística de Chile.

Respecto al turismo sustentable, el Sernatur estableció un programa especial que cuenta una serie de medidas apropiadas, una estructura y unos responsables :

« El Servicio Nacional de Turismo como parte de su misión debe consolidar el desarrollo sustentable de la actividad turística en el país; es por esto que se encuentra trabajando fuertemente, en conjunto con el sector privado, en el desarrollo de un Programa de Sustentabilidad en Turismo, conformando en septiembre de 2010 la mesa público-privada de sustentabilidad para construir en conjunto el Programa.

Los actores públicos que participan actualmente de la mesa son: Subsecretaría de Turismo, SERNATUR, CORFO y Ministerio Medio Ambiente. Los actores privados son: FEDETUR y CONSETUR. También consta de un representante del sector académico y un representante de la UICN, como ONG.

También se ha conformado una mesa de coordinación pública para el fomento del turismo sustentable en donde participan: Subsecretaría de Turismo, SERNATUR, SUBDERE, CORFO, SERCOTEC, Ministerio Medio Ambiente, Consejo Nacional de Cultura y las Artes y la Agencia Chilena de Eficiencia Energética. »⁶

⁶ Pagina web Sernatur

Las prácticas para un turismo sustentable son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sustentabilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sustentabilidad a largo plazo.

Por lo tanto, el turismo sustentable debe:

1. Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

2. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.

3. Asegurar actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

El desarrollo sustentable del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sustentable es un proceso

continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

El turismo sustentable debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sustentabilidad y fomente en ellos prácticas turísticas sustentables.

El programa de desarrollo del comercio sustentable del Sernatur se desarrolla de la siguiente manera :

- **Visión** : Contar con una oferta de productos y destinos turísticos sustentables con estándares reconocidos internacionalmente

- **Objetivos General**: Establecer las condiciones básicas necesarias para el desarrollo de productos y destinos sustentables

- **Dimensiones** : Productos y Destinos

- **Proyectos** :

1. Sensibilización, educación y difusión: Manuales de Buenas Prácticas, Compensación de la huella de carbono de los turistas, seminarios y capacitaciones dirigidas

2. Certificación: normas técnicas y sello de sustentabilidad turística para alojamientos y destinos

3. Comunidades Sustentables en destinos turísticos: exploración inicial, selección, diagnóstico, implementación, certificación y promoción.

2.2 DESARROLLO DE LA INVESTIGACION

2.2.1 Negocios del Turismo Sustentable en Chile

2.2.1.1 Al Nivel Nacional : Proyectos del Gobierno

Después de describir los objetivos de desarrollo del turismo sostenible por el gobierno chileno y su visión y misión. Nos centraremos en sus aplicaciones prácticas a nivel nacional.

- **Medidas en el parque de Rapa Nui**



El Director General de la UNESCO, Koichiro Matsuura, y el ex Presidente de la República de Chile, Michelle Bachelet, presentó en París un proyecto conjunto de desarrollo de capacitación y ecoturismo sostenible, dirigido a las comunidades locales del Parque Nacional Rapa Nui , un sitio inscrito en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO en 1995.

Para iniciar este proyecto, financiado por el gobierno japonés, una declaración de intenciones fue firmado por el Director General de la UNESCO y el Ministro de Educación de Chile.

El proyecto tiene como objetivo generar estrategias turísticas acordes con el valor universal excepcional que le valió el Parque Nacional Rapa Nui fue inscrito en la Lista del Patrimonio Mundial.

"Una sociedad que es capaz de preservar su patrimonio es capaz de preservar su historia y su identidad", dijo Michelle Bachelet, quien destacó que el proyecto es "una iniciativa extraordinaria para que la comunidad un papel de liderazgo en el desarrollo y promoción de su propio patrimonio".

Famosa por sus moais, la piedra gigantesca de origen polinesio, Rapa Nui recibe más de 60.000 visitantes al año. Esta isla habitada, aislada del continente, se ha convertido en un importante destino turístico en Chile, que presenta su frágil ecosistema cada vez mayor presionado que el proyecto debería facilitar. El Director General tiene como objetivo "reducir el impacto negativo del turismo mediante la búsqueda de un equilibrio entre las necesidades de conservación y las de desarrollo de la comunidad de la isla."

Esto demuestra que Chile quiere preservar su patrimonio natural y cultural. El gobierno chileno se ha asociado con muchos países y organizaciones para tomar las medidas necesarias para desarrollar un turismo sostenible en el país. Vamos a ver qué aplicaciones se utilizan.

- **Proyecto de turismo sostenible impulsa la forestación en Chile⁷**

⁷ Artículo sobre el sitio Web de la Fundación de la Paz

La iniciativa “Un turista, un árbol”, impulsada por CONAF y la Fundación TrekkingChile, permitirá la donación de 30 mil árboles nativos y disminuirá el impacto de la actividad turística a lo largo de todo el país.



Este es el logo del proyecto con la Fundación Chile Trekking a la Campaña CONAF impulsan "Un turista, un árbol", que Compensar Busca los gases de Efecto Invernadero de los producidos Por El viaje de turista un Promedio.

En el marco del “Año Internacional de los Bosques”, declarado por las Naciones Unidas, la Corporación Nacional Forestal (CONAF) y la Fundación TrekkingChile dieron a conocer el programa “Un turista, un árbol”, que permitirá que los turistas que ingresen al país colaborar disminuyendo la huella de carbono derivada de su viaje donando un árbol nativo para su plantación en Parques o Reservas Nacionales o en el contexto del Programa de Arborización Urbana que actualmente promueve el Gobierno.

El lanzamiento del proyecto se realizó en el primer hotel “ecosustentable” de Chile, el Hotel Gen, ubicado en el centro de Santiago, y que fue el que inició las donaciones de árboles al entregar dinero para la producción de 170 árboles, correspondiente a la cantidad de habitaciones que tienen en la actualidad.

Durante la actividad, Andrés Eyzaguirre, encargado del Programa de Forestación Urbana del Gobierno, señaló que el proyecto será un gran aporte para alcanzar la meta

establecida en 2010 de plantar 17 millones de árboles para 2018, aumentando la cobertura de árboles en zonas urbanas y periurbanas. “Esta es una gran oportunidad para desarrollar programas de educación ambiental y construir una ciudadanía más responsable no sólo con los árboles, sino que con el medio ambiente. Una ciudad con árboles no sólo significa un cambio en su paisaje, sino que existen una serie de beneficios medibles tanto a nivel medio ambiental, social, educacional y económico”.

Por otro lado, tanto el Gerente de Áreas Silvestres Protegidas de CONAF, como el presidente de la Fundación TrekkingChile, informaron que ya había agencias y operadores turísticos interesados en la iniciativa, porque justamente los turistas privilegian empresas socialmente responsables, que en el cobro consideran acciones tendientes a disminuir la huella de carbono, como la donación y plantación de árboles.

Además, señalaron que una de las metas inmediatas era lograr la donación y, para eso, producción de 30 mil árboles nativos, los que serían plantados en unidades del Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado (SNASPE), que cuenta hoy con 36 Parques Nacionales, 49 Reservas Nacionales y 15 Monumentos Naturales. Así como en el marco del Programa de Forestación Urbana.

El proyecto se enmarca en lo que mundialmente se define como turismo sustentable, donde los viajantes optan por entregar parte de los recursos que gastan en sus traslados y alojamientos para promover actividades ambientalmente responsables, donde el objetivo es cuidar y preservar los paisajes naturales para las futuras generaciones.

Por lo tanto, antes de este programa, los visitantes podrán disfrutar sólo de los parques y la naturaleza. Ahora que apoyan la conservación de la naturaleza. Lo que es muy importante para Chile, que tenía algunas áreas deforestadas y erosionadas parques. Por lo tanto, un activo importante para la planificación de la conservación.

- **Desarrollan proyecto de turismo sustentable en áreas protegidas : La Selva Valdiviana ⁸**

La selva valdiviana se verá beneficiada a partir diseño de un sistema de calidad turística que busca mejorar la competitividad y asegurar la protección ambiental.



del

Se trata de un proyecto Innova CORFO mandado por el Gobierno Regional de Los Ríos y que será desarrollado durante los próximos dos años por WWF Chile, la organización mundial de conservación, en conjunto con el Instituto de Turismo de la Universidad Austral de Chile, SERNATUR, CONAF y SERCOTEC.

Generar más competitivo el producto turístico Selva Valdiviana a través del desarrollo de un sistema de calidad turística en las áreas protegidas, que asegure la conservación de los recursos, garantice la satisfacción del visitante y promueva el desarrollo local. Estos

⁸ Artículo sobre el sitio Web de la Fundación de la Paz

son algunos de los impactos positivos que se esperan obtener de la iniciativa “Turismo sustentable en áreas protegidas : una estrategia de competitividad y diferenciación para el producto/destino selva valdiviana”. El proyecto apunta la calidad como principal factor de diferenciación en el mercado del turismo de naturaleza.

Por eso, el objetivo principal es el diseño e implementación de un sistema de gestión de la calidad del turismo en las áreas protegidas de la Región de Los Ríos, que permitan mejorar la competitividad del producto turístico “Selva Valdiviana”.

Con este fin, se espera implementar metodologías de planificación del uso público, indicadores de calidad de la gestión turística y mecanismos institucionales de regulación de una Red de Parques de la Selva Valdiviana. Paralelamente, se espera desarrollar una estrategia de competitividad de la cadena, diseñada participativamente y que involucre tanto a las áreas protegidas como a las empresas de turismo que operan en torno a ellas, la que será implementada de manera piloto en tres áreas prioritizadas dentro de los destinos regionales Costa Valdiviana, Siete Lagos y Ranco.

Esta experiencia será sistematizada en un modelo replicable a nivel nacional, que permita mejorar la calidad turística de las áreas protegidas y su integración en el clúster de turismo de intereses especiales.

Respaldo y puesta en marcha

La presentación del proyecto ante diversas autoridades y actores vinculados al rubro turístico regional se realizó el 30 de abril en el marco del primer seminario-taller sobre turismo sustentable en áreas protegidas convocado por WWF Chile, la Universidad Austral de Chile y el PMC de Turismo Selva Valdiviana.

Alexia Wolodarsky, Encargada de Planificación y Ciencia de WWF Chile, inició las exposiciones con el tema “Importancia internacional de la Selva Valdiviana”, presentó su complejidad estructural y la antigüedad y endemidad de las especies que alberga, como el monito del monte y la ranita de Darwin.

Asimismo, destacó la calidad de este territorio como un “refugio de biodiversidad”, ya que durante las glaciaciones de hace unos 14 millones de años atrás diversas especies lograron subsistir a pesar de las condiciones adversas. En este sentido, destacó que actualmente se maneja la teoría de que frente al cambio climático estos refugios podrían volver a cumplir esa misma función.

Junto a estas características, WWF planteó que también existen amenazas sobre esta gran tesoro biológico, ejemplificando con el dato de que desde fines de 1500 hasta hoy, aproximadamente el 40% de los bosques nativos se han perdido en esta zona.

Por su parte, Jorge Balboa, representante del Gobierno Regional, subrayó que “sin duda que este proyecto es muy relevante a la hora de concretar inversión”, manifestando además que también será un aporte a la gestión del Gore junto a otros actores públicos en torno al ordenamiento territorial.

Así, este proyecto hará todo lo posible para proteger la selva valdiviana. Particularmente en términos de su biodiversidad y su conservación. Pero sobre todo para evitar la deforestación.

- **El Archipiélago de Juan Fernández después del maremoto ⁹**

Objetivos

El plan está a cargo de la Universidad de Valparaíso, a través de un proyecto Innova Chile Corfo, que busca la recuperación económica del archipiélago luego del maremoto del 27 de febrero gracias a un plan de reordenamiento y desarrollo turístico.



de

Marcela Castro, encargada del proyecto, indicó que “el primer objetivo tiene que ver con la vinculación con la comunidad, que la comunidad nos diga, porque al final ellos van a desarrollar el turismo. Por más que nosotros como expertos les digamos qué es lo más adecuado, ellos tienen que implicarse”.

⁹ Artículo del sitio web UNI>ERSIA

La idea es generar desarrollo productivo en base a la riqueza natural y turística de Juan Fernández, pero pensando en la sustentabilidad de dicha planificación, para lo cual el aporte de la Universidad de Valparaíso será fundamental.

Por eso, en solemne ceremonia académica, la Universidad de Valparaíso lanzó el proyecto “Plan de desarrollo e innovación en turismo sostenible para la reconstrucción del archipiélago de Juan Fernández”.

Se trata de una iniciativa destinada a la reconstrucción y redinamización del desarrollo local de Juan Fernández, respaldada por la Gobernación Provincial de Valparaíso, que actúa como mandante, y financiada por InnovaChile de Corfo.

El acto se realizó en el auditorio de la Facultad de Humanidades y fue presidido por el rector de la UV, Aldo Valle; el gobernador provincial, Pablo Zúñiga, y el director regional de Corfo, Víctor Fuentes. Participaron además autoridades regionales, representantes de las Fuerzas Armadas, académicos e investigadores de distintas facultades de la Universidad, estudiantes e invitados especiales.

Al año del terremoto y tsunami, la UV cumple con este compromiso público: “estamos dando a conocer un resultado exitoso de contar con este proyecto que va a contribuir al desarrollo económico sustentable de la comuna de Juan Fernández”.

El objetivo es de reconstruir y generar las bases técnicas para que la isla no sólo recupere su infraestructura física, sino que pueda diversificar las claves de su desarrollo

sostenible.

Contenidos del proyecto

La académica valoró la participación como mandante de la Gobernación Provincial, y de las entidades que actúan como interesados, ProAconcagua, Corfo, Sence, Sernatur, la Cámara de Comercio y el Sindicato de Pescadores de Juan Fernández. Explicó que el proyecto tiene un costo total de 208 millones de pesos, de los cuales 160 son financiados por InnovaChile de Corfo.

El equipo de la UV a cargo del proyecto está conformado por Claudio Carrasco, arquitecto, académico de la Facultad de Arquitectura; César Galindo, ingeniero eléctrico, Facultad de Ciencias; Luis Henríquez Ruitor, sociólogo, Facultad de Humanidades; María Angélica Urquieta, trabajadora social, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, y Carlos Melo, biólogo marino, Facultad de Ciencias del Mar y Recursos Naturales.

2.2.1.2 Al nivel local : Agencias y medios aplicados

Tras las medidas empleadas por el gobierno chileno y el Sernatur a favor del turismo sustentable, este tipo de turismo siguió un desarrollo importante con la implementación de una serie de infraestructuras importantes a favor del medio ambiente.

En efecto, estas infraestructuras se implementaron cerca de los sitios de interés a lo largo del país respetando el medio ambiente y la cultura y el medio de vida de las poblaciones locales.

Así que se vieron aparecer tipos de infraestructuras como hoteles, agencias de turismo, restaurantes y toda una selección de locales para una buena acogida de los turistas.

Al nivel de las agencias de turismo, se han dado cuenta que el turismo de masa era impersonal, convencional y profundamente agresivo con el medio ambiente, degradando costas, montes, ríos, mares y otras muchas áreas del planeta.

Pues toda la cadena turística desde un hotel, una carretera, el tour-operador, la Agencia de Viajes y el turista debe seguir y respetar el turismo sustentable para que la participación del hombre representa una salvación del medio ambiente.

Por eso las agencias de viaje de turismo sustentable decidieron optar por renunciar a la comercialización del turismo masivo y apostar por un tipo de turismo respetuoso con el medio ambiente. Personalizado, en pequeños grupos, acercándose a la naturaleza, practicando el senderismo, fotografiando animales, responsabilizándose de los desechos.

Así según una agencia de viaje especializada en el turismo sustentable en America Latina (Vivencia Andina viajes) están “dando más valor a la contemplación de las estrellas que están sobre nuestras cabezas que al número de ellas que tiene nuestro hotel”.

La implicación de las agencias de viajes pasan por comercializar aquellos proyectos de circuitos y/o alojamiento de turismo rural de carácter comunitario, donde son las propias comunidades locales en Sudamérica, generalmente de escasos recursos, las beneficiarias de los mismos.

Caminar andando, o en mula, o a caballo, por esos caminos, alojarse en lejanas y simpáticas posadas, comer la comida local y compartir tiempo con las personas que allí viven, es una vivencia increíble, sólo al alcance de aquellas personas dotadas de una especial sensibilidad y cultura.

Así, por ejemplo recientemente el Sernatur entrego a la tour operadora Latin Travel Service el “sello turístico de calidad” que brinda una infraestructura adecuada a su nivel de acreditación y con estándares de seguridad y sustentabilidad a la altura de los estándares de calidad en Chile.

Al nivel de las instalaciones hoteleras se crearon especies de alojamientos llamados “Lodge” en las zonas mas salvajes y preservadas. Al principio un Lodge era un alojamiento tradicional en África pero con la expansión del turismo sustentable. Muchas empresas aprovecharon para llamar Lodge un tipo de alojamiento acogedor, privativo y exclusivo es decir con pequeña disponibilidad.

Así el turista se siente mejor que en casa, con un servicio a la carta pero que parece muy espontáneo et que sobretodo respeta el medio ambiente. Por ejemplo el Lodge esta construido con materiales naturales como madera y funciona con nuevos sistema energético es decir por paneles solares por ejemplo.



Ethno Lodge en San Pedro de Atacama

Por eso vemos que a nivel local, el turismo sustentable presenta una selección de ventajas para todos. En efecto, el medio ambiente sigue preservado y las poblaciones locales se encuentran con una configuración local mas adecuada con la naturaleza. Pero sigue un problema es el encarecimiento del turismo porque este tipo de alojamiento y de prestaciones son mas caras para el turista.

Así el turista encuentra un tipo de turismo de mejor calidad pero mas caro que no puede satisfacer todos los tipos de presupuestos.

2.2.1.3 Marketing del turismo sustentable¹⁰

El turismo sustentable se tiene que promover a nivel local, nacional e internacional. El herramienta esencial de promoción es el marketing es decir que busca los eventuales clientes, sus gustos, sus necesidades y les guía hasta sus diferentes productos y servicios.

El marketing se expresa a través de la publicidad y hoy en día es el medio de comunicación de las empresas y organizaciones mas usado. Se difusa a través todos los

¹⁰ Informe Final del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

modos de comunicaciones es decir el Internet, la televisión, la prensa escrita y la radio. El Sernatur, organismo que promueve el turismo en Chile, organiza cada año o temporada según su objetivo diferente spot. Ha creado también una campaña publicitaria llamada “Chile es tuyo” para catalogar a Chile como un destino a nivel mundial y por eso decidió potenciarlo a través del slogan “al alcance de la mano, accesible y con paisajes incomparable” para que la gente lo disfrute todo el año. La primera fase tuvo éxito y la segunda viene renovada, con página web incluida.

Además, el turismo se promueve con todas las redes sociales tales Facebook, Tweeter y los demás, así la gente puede preguntar cualquier cosa o reaccionar después sus vacaciones.

Al nivel de marketing el Sernatur no se centra solamente en la publicidad sino en estudios de mercado con el fin de atraer mas gente o desarrollar nuevo tipo de turismo. Con este ejemplo, el organismo chileno ha implementado un proyecto para definir la parte teórica y política para el desarrollo de un plan nacional de turismo cultural sostenible para Chile.

El cual considera como objetivo general la producción de insumos para el desarrollo de un Plan de turismo cultural sustentable, medida política definida por el CNCA.

Para el logro de este objetivo se han definido cuatro etapas de trabajo :

- Etapa I: Identificación de enfoques que fundamentan o discuten la práctica del Turismo Cultural como factor o ámbito de desarrollo

- Etapa II: Definir e identificar las subclases de turismo cultural, potenciales y existentes en Chile
- Etapa III: Caracterización de la oferta de Turismo Cultural en Chile
- Etapa VI: Elaboración de una estructura preliminar de un Plan de Turismo Cultural Sustentable.

Después hecho este índice, el Sernatur desarrollo las etapas con el fin de encontrar algunas interpretaciones es decir:

- La primera etapa busca plantear líneas de debate valórico, político, socioculturales y económico respecto al turismo cultural, proporcionando elementos conceptuales a nivel de variables-principio a considerar en un plan y política de turismo cultural.
- La segunda etapa busca entregar una aproximación conceptual de subclases de turismo cultural para lo cual se han definido cuatro subtipos de turismo cultural a saber: rural, urbano, étnico y religioso. A modo de contextualizar geográficamente el tema expuesto se han presentado a su vez casos nacionales, tales como, Valdivia, Valle de Aconcagua. Lago Budi y La Tirana.

- La tercera etapa tiene por objeto realizar una caracterización de la oferta de turismo cultural existente en Chile, identificando a los actores relacionados con la comercialización.

Es decir que van a crear un marco metodológico, elegir el tipo de investigación, la definición de los diferentes objetivos, los principales y específicos. Entonces van a establecer una muestra, un plan de campo, para llevar a cabo una investigación y termina con la mesa de ayuda. Así se identifican diferentes variables y se encuentran diferentes informaciones claves: El siguiente cuadro es un ejemplo de los datos encontrados.

Tabla 4: "Tipos de Atractivos que incluye la Oferta de Turismo Cultural Nacional"

CATEGORÍA	PORCENTAJE OBTENIDO
Sitios Naturales	
Montañas y Planicies	14 %
Costas y Mares	11 %
Lagos, Lagunas, Ríos y Esteros	11 %
Caidas de Agua	8 %
Termas	10 %
Grutas y Cavernas	7 %
Lugares de Observación de Flora y Fauna	15 %
Áreas Silvestres Protegidas	13 %
Caminos Pintorescos	11 %
TOTAL	100 %
Museos y Manifestaciones Culturales	
Museos y Bibliotecas	36 %
Obras de Arte y Técnica	14 %
Lugares Históricos	30 %
Ruinas y Lugares Arqueológicos	20 %
TOTAL	100 %
Folklore	
Manifestaciones Religiosas y Creencias Populares	16 %
Ferias y Mercados	15 %
Música y Danzas	11 %
Artesanías y Artes	18 %
Comidas y Bebidas Típicas	17 %
Grupos Étnicos	13 %
Arquitectura Popular espontánea	10 %
TOTAL	100 %
Realizaciones Técnicas, Científicas o Artísticas Contemporáneas	
Explotaciones Silvoagropecuarias y Pesqueras	27 %
Explotaciones Industriales	8 %
Explotaciones Mineras	13 %
Producción de Obras de Arte y Técnica	31 %
Centros Científicos y Técnicos	21 %
TOTAL	100 %
Acontecimientos Programados	
Artísticos	10 %
Deportivos	7 %
Fiestas Religiosas y Profanas	12 %
Convenciones y Congresos	8 %
Ferias y Exposiciones	12 %
Parques y Recreación	8 %
Vida Nocturna	9 %
Gastronomía	12 %
Rodeos, Trillas y Vendimias	11 %
Carnavales	6 %
Otros	5 %
TOTAL	100 %

Con múltiples cuadros así (**Anexo 1**), los investigadores se encuentran con una base de datos para interpretar los datos y seguir con la siguiente etapa.

- La cuarta etapa proporciona recomendaciones para la planificación pública en las materias del marco conceptual. En este último paso, se puede construir una aplicación de marco conceptual. Por lo tanto, sirve como una revisión de los planes de desarrollo del turismo sostenible y las políticas a implementar.

Así, hemos simplificado este estudio de mercado con el fin de apoyar el hecho por lo cual el marketing es un herramienta casi indispensable para la promoción del turismo sustentable chileno hasta su exportación al internacional.

2.2.2 Exportación del Turismo Sustentable al Extranjero

2.2.2.1 El turismo convencional y sus impactos negativos

Hoy en día hay muchos aspectos negativos del turismo convencional. Por lo tanto, los siguientes puntos son los principales.

Turismo afecta a la vegetación con la recolección de plantas y flores puede dar paso a cambios en la composición de las especies o pérdida de calidad, un uso inadecuado del fuego puede dañar los ecosistemas y las especies, una excesiva acumulación de basura genera alteraciones en la vegetación y tiene un impacto visual negativo, un tráfico peatonal y de vehículos, como área de camping genera pérdida de vegetación por pisoteo, compactación ...

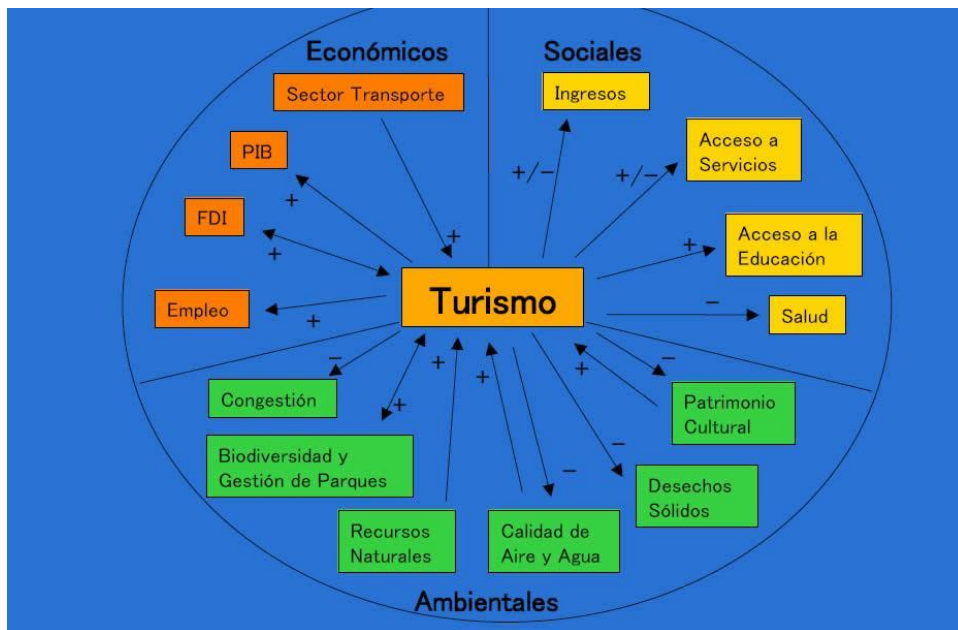
Turismo afecta la calidad del agua por la presencia de derivados del petróleo, los problemas de contaminación como los agentes patógenos de aguas residuales ...

Turismo afecta la calidad del aire por el tráfico

Turismo afecta la fauna por las perturbaciones generadas por los turistas

Y por fin, el turismo genera también impactos en los centros urbanos por la contaminación arquitectónica, la pérdida de calidad paisajística por urbanización, la sobrecarga en la infraestructura, la segregación de residentes locales, la congestión de tráfico y la descarga residuales ...

Por lo tanto, debido a todos estos aspectos negativos, el turismo sostenible es cada vez mayor, y exporta a todo el mundo. Incluso el turismo sostenible en Chile.



Esta tabla muestra los puntos negativos y positivos del turismo convencional en todo el mundo

2.2.2.2 Exportación a través el mundo

El turismo sustentable es un estándar internacional que se desarrollo en Chile porque la demanda estaba presente a través las diferentes nacionalidades de turistas presentes. Pero, la demanda internacional debe reconocer Chile como un país marcado por el turismo sustentable. Así, debe ser exportado en los diferentes países del mundo y sobre todo los mas concernidos por este tipo de turismo.

Tras estudios por parte del Sernatur se ve que la mayoría de los turistas que vienen a Chile de vacaciones son los sudamericanos y los europeos.

Así, los medios de exportación del turismo sustentable chileno se vincula por dos redes esenciales, es decir los organismos dependientes del Estado chileno y el marketing.

El marketing puede ser asociado a las empresas turísticas como tour operadora, hoteles, aerolíneas y todas las infraestructuras concernidas por el turismo sustentable por un lado.

Mientras que por otro lado, el marketing es un herramienta muy útil para los organismos dependientes del Estado como el Sernatur por ejemplo que lo usa para varias campañas de promoción al nivel nacional e internacional.

La exportación de servicios como el turismo es cosa mucho mas fácil desde la llegada de la nuevas tecnologías sobre todo para acercarse de países lejanos como por ejemplo los de Europa.

2.2.2.3 Influencia de la Unión Europea

Alrededor del año 2000, el turismo ocupa el primer lugar entre las actividades de servicios en Europa.

A pesar de un fuerte desarrollo turístico en los trópicos y en Asia, Europa sigue siendo el

principal destino turístico, dando la bienvenida casi el 60% del turismo internacional, especialmente en los dos primeros destinos en todo el mundo, como Francia y España, Italia ocupa el cuarto lugar después de Estados Unidos.

A estos hay que añadir los flujos internos a la UE, cada vez mayor en Europa : 88% de los turistas internacionales en Europa.

También es desde Europa que sale el mayor flujo de turistas en el mundo. Este turismo tiene impactos positivos en términos de puestos de trabajo pero genera impactos ambientales significativos, lo que puede aumentar debido al hecho de que los turistas tienden a ir más corto, pero más y más a menudo.

Además, la Organización Mundial del Turismo estima que entre 2000 y 2020, el turismo se espera que crezca en un 10% y que Europa podría experimentar una duplicación de las llegadas internacionales (717 millones / año frente a 393 en 2000). Europa reconsidero este problema estableciendo el siguiente programa.

La Agenda 21 para el turismo europeo se da 4 objetivos :

1. Prevenir y reducir el impacto ambiental y territorial de los destinos turísticos
2. Controlar el crecimiento de los viajes relacionados con el turismo y sus efectos negativos sobre el medio ambiente
3. Fomentar el turismo contribuye al desarrollo local sostenible controlada por las partes interesadas

4. Promover el turismo responsable como factor de desarrollo social y cultural.

Todo esto mediante la participación de todas las partes interesadas (gobiernos y sus organismos, comités y observatorios de turismo, la comba consulares de comercio e industria, los interlocutores sociales y las industrias involucradas (hoteles y alojamiento, restauración, ocio, cultura, transporte, tour operadores y agencias de viajes), los servicios de información (guías, acompañantes), los investigadores (universidades y otras organizaciones de investigación), consultores, asociaciones de consumidores, los consumidores y conservación de la naturaleza, las instituciones financieras, bancos y seguros .

Por eso, la UE ha influido enormemente en el desarrollo global del turismo sostenible. Ella era el preceptor del movimiento en su aplicación.

2.2.2.4 Exportación en la Unión Europea

El Servicio Nacional de Turismo de Chile ha enviado a España una delegación para promover las ventajas y los atractivos turísticos de su país, entre los que destaca la estabilidad y la seguridad, según informó el director del organismo, Oscar Santelices.

Una ventaja : La seguridad de los turistas

En primer lugar, Chile vende el turismo con su ventaja comparativa que es la seguridad del país para los turistas

"Chile es un país estable, un país tranquilo, un país que da garantías, con buenos aeropuertos, buenas carreteras, buenas comunicaciones, y agua potable sana", afirmó el director de Sernatur, que se encuentra en Bilbao para asistir a un seminario turístico.

Santelices explicó que una de las principales ventajas comparativas de Chile para los turistas europeos, además de los atributos naturales del país, es la seguridad que ofrece.

“Para el turista español y el europeo somos un país remoto, de aventura, pero seguro.

Eso es lo que debemos saber vender.”

Los objetivos

Finalmente, los objetivos de Chile a Europa son claras. Ellos quieren aumentar la llegada de turistas, gracias acuerdos con turoperadores españoles.

“Nuestra inmensa geografía llama mucho la atención al turista europeo, que permanece más tiempo en su destino y gasta más en promedio diario", agregó. Durante el seminario turístico, en el que se lanzará una campaña para aumentar en un 20 por ciento la demanda turística de españoles hacia Chile entre noviembre de 2002 y octubre de 2003, participan seis grandes turoperadores españoles y 232 productos chilenos, así como LAN Chile.

El costo de la campaña de promoción es de 1,7 millones de dólares, de los cuales 1,3 son aportados por Sernatur. "Una de las maneras de romper la mono dependencia que tenemos con Argentina es salir a buscar y abrirnos al mercado. Para nosotros, mercados como el europeo, el norteamericano y en el futuro también el asiático, representan un

ingreso muy importante de divisas, no por la cantidad de personas, sino por los intereses especiales, como la naturaleza y la cultura", precisó.

Santelices explicó que ya ha mantenido contacto con los grandes turoperadores, quienes mostraron su interés por destinos como el Valle de la Luna, las Torres del Paine o Tierra de Fuego. "A los que les gusta este tipo de turismo se declaran alucinados. Además encuentran un muy buen servicio en el cruce de lagos, el transporte al glaciar San Rafael o el catamarán en el sur", concluyó.

- **Una asociación con la Unión Europea**

Además, Chile fue el primero en conocer los intereses de turismo sostenible. Por lo tanto, Jacqueline Plass, subsecretario de Turismo, y Álvaro Cruzat, el subsecretario de Agricultura, han desarrollado un proyecto turístico de desarrollo sostenible.

De hecho, el país quiere desarrollar el turismo en áreas protegidas, al tiempo que garantiza su preservación. En total, doce áreas (cuatro ocho parques nacionales y reservas nacionales) en todo el país han sido seleccionados.

El procedimiento es sencillo y abierto a todos. Todas las propuestas son bienvenidas (construcción de hotel, el establecimiento de lugares de interés, etc.), En la medida que cumplan con los objetivos de conservación establecidos por el gobierno.

Las autoridades pretenden satisfacer la demanda de los visitantes a las zonas que atraen a cerca de dos millones de personas cada año. Esto permitirá desarrollar el turismo en Chile, cumpliendo con las metas ambientales. Por supuesto, un impacto positivo en la calidad de vida de los habitantes de esos territorios que se espera.

- El caso de la Isla de Pascua

Chile y Francia se unen para fortalecer Manejo Sustentable de los Recursos Naturales en Isla de Pascua.

Con el fin de fortalecer el manejo sustentable del patrimonio natural de Isla de Pascua, se firmó recientemente un convenio de cooperación y asistencia técnica entre Chile y Francia.

En la firma de los documentos participaron el Director Ejecutivo de la Corporación Nacional Forestal (CONAF), y el representante en Chile del ONFI.

Esta es una cooperación específica en Isla de Pascua con un monto inicial de € 59,138 a través Airbus y administrado por CONAF, para dar cumplimiento a las actividades realizadas por el proyecto en un primera fase a finales de junio 30, 2011. Existe un compromiso formal para mantener este intercambio con el aporte de nuevos fondos recurrentes entre 2011 y 2016.

Además, hubo la firma de un acuerdo marco de cooperación y asistencia técnica entre las dos instituciones. Su objetivo es establecer un mecanismo de apoyo para el intercambio en otras materias que sean apropiados y en el interés de CONAF ONFI. El Director Ejecutivo de CONAF, expresó su compromiso de continuar con esta iniciativa la mejor manera.

Refiriéndose a los trabajos que se realizarán en la Isla de Pascua, dijo que para el buen desempeño de estas actividades se han previsto agrupar en tres áreas principales: la restauración de la cubierta forestal y la biodiversidad, la mejora de la gestión sostenible gestión del flujo y el turismo y el fortalecimiento de la educación y concientización ambiental.

Por su parte, el Embajador de Francia dijo que uno de los aspectos más destacados del acuerdo es el objetivo de contribuir al desarrollo sostenible en la isla, al tiempo que expresó el deseo de fortalecer la participación efectiva de la comunidad llegar a un acuerdo.

En este sentido, los planes se llevan a cabo para la participación de las organizaciones locales de la Isla de Pascua, a través la firma del acuerdo por el Gobernador y el Presidente del Comité de Desarrollo de Isla de Pascua.

El apoyo principal para alcanzar este acuerdo es la opinión favorable de la fase piloto de este proyecto (2006-2010) con los miembros del "Comité de Trabajo", dirigido por CONAF y representantes de instituciones locales involucradas (CODEIPA, CONAF CONADI, SAG, COR)

Por lo tanto una serie de acuerdos del Gobierno de Chile con la Unión Europea. La Unión Europea está profundamente invertido en los proyectos del gobierno chileno y los apoya.

2.2.3 Criticas del Turismo Sustentable

2.2.3.1 El turismo sostenible no resuelve los problemas ambientales causados por el transporte

El crecimiento sostenido del turismo internacional es un triunfo de la globalización, gracias a la caída de los precios de transporte para largas distancias (transporte en autobús turístico, y el aire, en particular). Esto hace que varios tipos de daños al medio ambiente. El turismo aumenta el consumo de combustible mediante la generación de nuevos desplazamientos.

Turismo sostenible depende todavía de los medios tradicionales de transporte a pesar de algunos esfuerzos que a su vez, emiten demasiado CO₂. Por lo tanto, el ecoturismo es aún una escala demasiado pequeña en comparación con los medios de transporte.

2.2.3.2 El turismo sostenible es una utopía o realidad?

El turismo sostenible, la extensión del desarrollo sostenible, aplicado al sector turístico se ha convertido en un concepto en auge, así como el ecoturismo, el turismo responsable, justo, ético o responsable. Pero ¿qué significa el turismo sostenible a largo plazo, que algunos medios de comunicación de interés para el público en general?

Hay alrededor de estos conceptos, la confusión debido a la ignorancia de lo que es, sin embargo la primera en la actividad económica mundial, el turismo.

Detrás de las palabras son el turismo sostenible en el norte de la voluntad que no sacrifica en cualquier negocio, el beneficio a corto plazo a los mejores precios. Pero también los pueblos del Sur a la espera de nuevos informes que la dominante dominada les impone por mucho tiempo. Ahora que los países del Norte son el desarrollo industrial, ¿por qué en pleno auge del Sur elija otra evolución?

Por lo tanto un problema en la aplicación del turismo sostenible en el mundo.

El turismo sostenible es reconocido por todos, sólo queda más de teoría que práctica.

Además, se sigue en la dominación Nord Sud, una relación totalmente desventajosa para ellos porque no entiendo muy bien el interés del turismo sostenible cuando puede implementar un turismo convencional que promover su desarrollo.

2.2.3.3 El turismo sostenible, una teoría, pero en la práctica?

La cooptación, etiquetas, cartas recomendaciones ambiciosas verificable circuitos financieros incontrolables ... amplia gama de intenciones generosas se desarrolla en el pequeño mundo del turismo responsable. Sin una comunicación y medios de aplicación en proporción a la comunicación no se traduce concretamente en el campo.

La conclusión es que el turismo responsable debe ser tan responsable como su pantalla.

Por último, el ecoturismo incluye el desarrollo de productos turísticos muy especializados, en detrimento de una visión holística de la ecología, que es demasiado simplista, y que se utiliza simplemente como una nueva oportunidad de inversión.

2.2.3.4 El efecto Zoo

Una de las consecuencias de la presencia de los turistas que son más perjudiciales para las comunidades locales. Este fenómeno es probablemente causado por el impacto de la comercialización de los tradicionales rituales culturales, como la observación de las ceremonias religiosas, esto se llama el efecto zoológico, es decir, cuando no hay interacción entre visitantes y visitados.

Los turistas en realidad no siguen los rituales, ya que no se trata como puede ser el de la comunidad. Por lo tanto, puede perjudicar a las creencias de la comunidad y los rituales pierden sus valores.

2.2.3.5 Agencias de turismo en realidad no están de acuerdo

Como hemos visto, el turismo sostenible es un activo para la publicidad del turismo de agencias. Todavía hay algunas razones para no unirse al tour operadores en este enfoque:

- Temen que su compromiso humanitario se percibe como una herramienta de publicidad
- Creen que su estructura es demasiado joven ahora para participar en este enfoque

- Creen que sus clientes no los necesita para empezar a hacer donaciones para proyectos
- No saben a cual organismo oficial tienen que devolver cantidades de datos. No tienen ni los contactos ni los detalles de las agencias apropiadas.

Esto se debe a la mentalidad de los turistas que no han cambiado totalmente. Son sobre todo una ventaja comercial, que en realidad los viajes organizados que se centran en el turismo sostenible.

2.2.3.6 Precio de este tipo de Turismo

Por un turismo sostenible, el turismo en el marco del concepto de desarrollo sostenible tiende a ser un turismo de élite que, en nombre del respeto por el medio ambiente mantiene barreras entre las clases sociales del medio humano mediante el aumento de la tasa permanece con el fin de "preservar la exclusividad", sin tener en cuenta los valores sociales del desarrollo sostenible.

Por lo tanto, el turismo sostenible no puede llegar a todos las clases de turista, siguen siendo caras y afecta únicamente a la elite que puede pagar. Todo el mundo no tiene acceso al turismo verde.

Esto se explica por el hecho de que el turismo sostenible es nuevo, es de gran ayuda para la comercialización. Pero, además, utilizar sólo la infraestructura con el medio ambiente

es caro para la propia agencia. Si bien hay ayuda estatal, pero no son muy consistentes con la de la depreciación de este tipo de turismo. Por ejemplo, para evitar la distorsión del paisaje, se necesita menos gente en la escena, y luego organizar varios viajes en el día de varios grupos pequeños, en lugar de un autobús. Lo que es mucho menos rentable.

2.2.3.7 Un Turismo de masas “Verde”

Así que hemos visto, que el turismo sostenible es a menudo una publicidad de los activos. Una gran cantidad de teoría sino de práctica, los turistas tienden a ir a las agencias de cerca de la ecología, pero sigue siendo turistas consumidores. Turismo sostenible tiende a convertirse en un turismo de masas “verde”, que permite a los turistas sentirse bien durante su estancia en el consumo turístico.

2.2.3.8 Cambio de Mentalidad de los Turistas

Las actitudes no están cambiando tan rápidamente como podemos esperar. La demanda sostenible se debe tomar en cuenta con precaución en la actualidad. Esto plantea un problema en el desarrollo del turismo sostenible.

Por ejemplo, una encuesta realizada en Francia, que viajan alrededor del mundo en Turismo Sustentable:

- 28% de los franceses dicen que saben que el término "turismo sostenible"
- 69% de los franceses dicen que saben que el término "turismo responsable"
- 88% de los clientes a encontrar el enfoque francés "turismo sostenible" interesante

Todavía no es una gran mayoría, sino que tiende a evolucionar. A continuación podemos ver que los franceses siguen siendo preparados para el turismo.

Por ejemplo:

- 68% de los franceses están dispuestos a concentrarse en un destino para la ecología
- El 86% están dispuestos a adoptar un comportamiento ecológico de los consumidores en el lugar de residencia
- 68% están dispuestos a optar por un modo de transporte menos contaminantes
- 56% está dispuesto a centrarse en un alojamiento con una etiqueta ecológica.

Así que incluso si una pequeña parte de un turismo sostenible, podemos ver que la mentalidad tiende a moverse hacia un turismo más ecológico.

Además los turistas se pueden agrupar en tres grandes grupos:

- El primero es la gente que toma conciencia del desarrollo sostenible representan una gran mayoría de la población objetivo
- La segunda es la de los jóvenes en el comportamiento de las transnacionales no muy conscientes del turismo sostenible, sino que han integrado el desarrollo sostenible de la conducta en la vida cotidiana. Ellos son el futuro

- Y, finalmente, el tercer grupo representa las expectativas de mayores y más distantes hacia el turismo sostenible.

Por lo tanto, podemos ver que la mentalidad ha cambiado. Esto es lo positivo. Ahora también podemos plantear el problema es que no ha cambiado lo suficiente, y hay una pequeña proporción de turistas que se aprovechan del turismo sostenible.

2.2.3.9 El problema del Litio

El litio es uno de los recursos mas codiciado del mundo. Las principales reservas de Chile se sitúen en la región de Atacama.

En efecto, el Salar de Atacama, ubicado a 55 kilómetros al norte del turístico pueblo de San Pedro, no sólo es el tercer mayor salar del mundo. El lugar también concentra cerca del 40% de las reservas mundiales de un metal clave para el desarrollo tecnológico: el litio. ¿La razón? Si antes la mayoría de las baterías eran elaboradas de níquel cadmio, hoy el litio se ha posicionado como una alternativa mucho más limpia y eficiente.

Todavía el litio no es concesible en Chile es decir que si alguien tiene una pertenencia minera puede explotar todos los minerales que encuentre, salvo el litio. La minería del litio se desarrolla actualmente a través de pertenencias mineras de la Corfo, que tiene

contratos de explotación con privados. Pero éstos son periódicos, y establecen límites al mineral que se puede extraer.

Así desde los años 80 se extrae litio del desierto de Atacama pero hoy en día la demanda es todavía mas importante lo que podría hacer cambiar las cosas para acceder a una liberalización de este recurso.

Pues, las asociaciones de defensa del medio ambiente empiezan a preocuparse por un problema de sobreexplotación del salar.

El salar de Atacama es una de las regiones mas preservada y salvaje de Chile que usa muy intensamente el turismo sustentable: es decir no se han construido grandes hoteles y infraestructuras que dañan el medio ambiente. Así, la intensa explotación del salar podría dañar su imagen mundialmente apreciada, que todavía sigue sobre la lista de posibles futuros sitios clasificados como patrimonio mundial de la humanidad según la UNESCO.

Pero por otro lado la explotación de gran escala del salar podría resultar como una fuente de finanzas importante para los ejecutivos, las empresas, la región y el gobierno. Podría ser también una manera de atraer y asociarse con grandes empresas multinacionales reconocidas por estar a la vanguardia al nivel de la investigación.

Entonces el caso del litio en Atacama surge como un dilema entre, de manera general, la globalización y la salvación del medio ambiente. Pero Chile no es el solo país involucrado en este problema. En efecto Bolivia y Argentina quedan presentes en el debate con sus diferentes visión. Así por ejemplo Bolivia, al nivel medio ambiental podría sufrir de una degradación del salar de Uyuni primer recurso turístico del país. Una solución podría ser de controlar la producción de litio pero incrementándola y controlando el impacto sobre el medio ambiente.

2.2.3.10 Estudio de Casos

2.2.3.10.1 Consecuencias del Dakar

El rally-raid Dakar fue creado en 1979 y su primer itinerario era flechado entre Paris y Dakar, capital del Senegal. Este rally siguió desplegándose todos los años durante las 3 primeras semanas de enero. Pero en 2008, pocos días antes la salida, se cancelo el rally por causas de terrorismo y amenazas en los países africanos inicialmente previsto de cruzar por la carrera.

En esta época, la comunidad ecologista triunfaba de la cancelación de este evento que moviliza mas de 750 vehículos a través paisajes totalmente vírgenes.

Pero el año siguiente, el recorrido se traslado hacia America Latina con Chile y Argentina. La primera reacción fue un gran placer por parte del gobierno chileno y del

Sernatur de acoger un evento famoso como el Dakar que genera una gran fuente de dinero y de turistas. Además el Dakar sostiene una imagen de marca valorizada del país acogedor a nivel internacional. En definitiva era una publicidad gratuita al internacional para el turismo chileno y sus infraestructuras.

Pero por otro lado, el Dakar es una carrera que cruza los paisajes preservados y el medio ambiente con una descarga de carbono importante y un daño del medio ambiente. Tras el paso de la primera edición del Dakar se identificaron diversos problemas de naturaleza arqueológicos en Chile. Así por ejemplo según un arqueólogo chileno Rolando Ajata López “Una evaluación realizada por el Consejo de Monumentos Nacionales de Chile (CMN), efectuada tras el paso del rally Dakar 2010, permitió comprobar que de 111 sitios arqueológicos visitados el 47% de ellos sufrieron algún tipo de daño en su integridad. Los tipos de sitios intervenidos corresponden a huellas troperas de caravanas de camélidos prehispánicas que cruzaron el desierto hace miles de años atrás; a materiales culturales, sitios habitacionales, estructuras prehispánicas y talleres líticos prehispánicos; a huellas de carretas, senderos de animales de tiempo histórico, campamentos y lugares de explotación de minerales asociados con la explotación del salitre, entre otros.

El mismo Consejo señala que las medidas de mitigación implementadas no fueron efectivas y que esta situación no se debiera repetir para el 2011.”

Este ejemplo que es el Dakar nos muestra muy bien las contradicciones posibles al nivel turístico y ambiental. Así por ejemplo el Sernatur sostiene el turismo sustentable pero por otro lado sostiene el Dakar. Son dos formas de ver que los intereses de organismo como el Sernatur son de toda manera promover todos los tipos de turismo y no tener un punto de vista único.

2.2.3.10.2 El proyecto Hydroaysen

Este tema que es Hydroaysen es un acontecimiento de actualidad. HidroAysén es un polémico y controvertido proyecto que contempla la construcción y operación de cinco centrales hidroeléctricas, dos en el río Baker y tres en el río Pascua, ubicadas en la región de Aysén, en el sur de Chile.

El complejo tendría una potencia instalada de 2.750 MW y una capacidad de 18.430 GWh de energía media anual, cuya inversión se estima en unos US\$ 3.200 millones, constituyéndose como el proyecto energético más importante que se haya estudiado en ese país hasta la fecha. Según la empresa responsable, al año 2020, el proyecto podría cubrir el 21% de la demanda del Sistema Interconectado Central (SIC). La construcción del proyecto contempla una línea de transmisión que transportará la energía desde la región de Aysén hasta Santiago, para ser inyectada al SIC mediante una línea de corriente continua que posee un tramo submarino entre las comunas de Chaitén y Puerto Montt.

El proyecto fue aprobado el 9 de mayo de 2011 por autoridades del Gobierno de Sebastián Piñera. La decisión fue tomada por 11 consejeros, de los cuales 10 fueron votos a favor y sólo 1 fue abstención. Dicha decisión fue repudiada por un elevado porcentaje de la ciudadanía chilena. Diversas huelgas se desarrollaron en todo el país luego de conocerse la noticia. Los principales detractores esperan iniciar acciones legales en contra del proyecto, y han asegurado que se masificarán las protestas organizadas.

Al nivel ambiental se estima que el proyecto Hidroaysén inundaría 5900 ha de reservas naturales, y movilizaría alrededor de 5000 trabajadores, nacionales o extranjeros. Para interconectar las distintas represas con el Sistema Interconectado Central (SIC), por su parte, se requerirían de 3000 km de extensión de tendido eléctrico.

Según estudios acerca del emplazamiento de las centrales, así como de los recorridos necesarios para transportar los materiales necesarios para su construcción, el proyecto afectaría a 6 parques nacionales, 11 reservas nacionales, 26 sitios prioritarios de conservación, 16 humedales y 32 áreas protegidas privadas. Además, se verían intervenidas 6 comunidades mapuche, cuatro de las comunas de Toltén, una de Lautaro y otra de Victoria.

Parte de la muralla de la central Baker 2 pasaría por el Parque Nacional Laguna San Rafael, causando daños ambientales irreversibles.

Por fin, este proyecto sería dañino para una región como Patagonia que sigue siendo salvaje y natural y acogedora de un turismo sustentable de calidad.

CAPITULO 3 : CONCLUSIONES

Desde varios años, el concepto de turismo sustentable se instaló en Chile. Este país con su gran diversidad de recursos y cultural se inscribe como país propicio a la acogida de este tipo de turismo.

Por eso, al nivel estatal se aprovechó de esta ventaja para desarrollar esta forma de turismo y facilitar su implementación al nivel regional.

Al nivel privado, es una importante cantidad de empresas que surgieron para beneficiar de la nueva cantidad de turistas listos para descubrir Chile de manera diferente.

Tras implementadas las infraestructuras se crearon grandes campañas publicitarias y de comunicación a través del mundo para promover los beneficios del turismo sustentable en Chile. Esta fase comunicativa se exportó hacia las principales zonas metas que son Europa y los Estados Unidos con las visitas de comité de Sernatur con el fin de acercarse de los países metas.

Pero el turismo sustentable todavía esconde críticas y limitaciones. En efecto se puede pensar que este nuevo tipo de turismo solo es de moda como toda la apariencia « verde » que se dan las empresas, o esconde un turismo de masa verde. En definitiva el turismo verde de toda manera mejora la condición de vida de los locales y lleva al turismo una parte humana.

Al final La industria esta avanzando poco a poco para hacer cambiar las mentalidades de los turistas para que aprovechen de todos los lugares mas lindos quitándose la imagen de consumidores.

BREVE BIBLIOGRAFIA

- Enciclopedia Wikipedia : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Chili>
- Fundación de la Casa de la Paz : <http://www.casadelapaz.cl/>
- Sernatur : <http://www.sernatur.cl/programa-de-turismo-sustentable>
- Prochile : <http://rc.prochile.cl/>
- UNESCO : <http://www.unesco.org/new/es/unesco/>
- Instituto Nacional de Estadísticas <http://www.ine.cl/home.php>
- Informe nacional sobre estadísticas del turismo INE
- Diversos periódicos para artículos: Ouest France, Le Monde, L'équipe, Le Figaro
- NaturaVox: <http://www.naturavox.fr>

ANEXOS

Anexo 1: tablas de la comercialización de proyectos 2.2.1.3 :

Gráfico 2: "Antigüedad de las Unidades de Negocio"

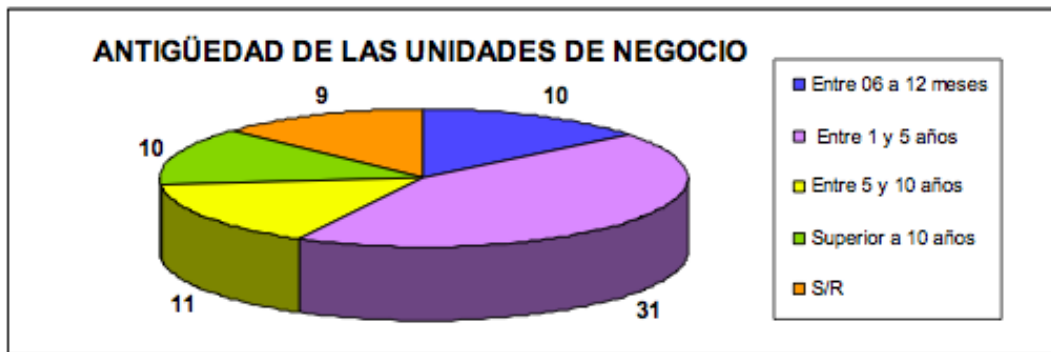


Gráfico 3: "Ubicación de Empresas de Turismo Cultural"

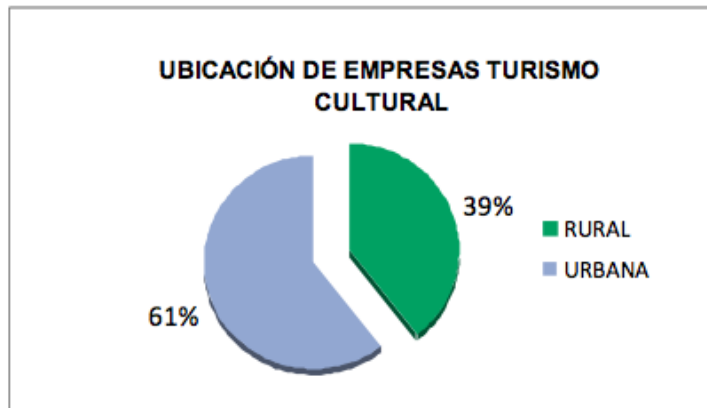


Gráfico 4: "Clasificación de la Unidad de Negocios según su tamaño"

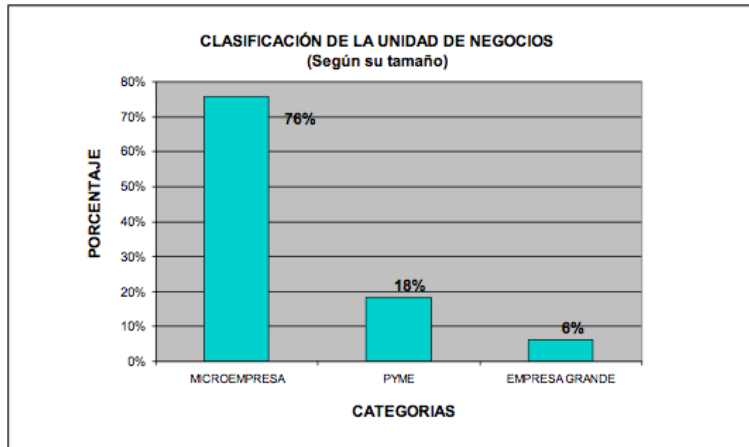


Gráfico 10: "Formación del RRHH"

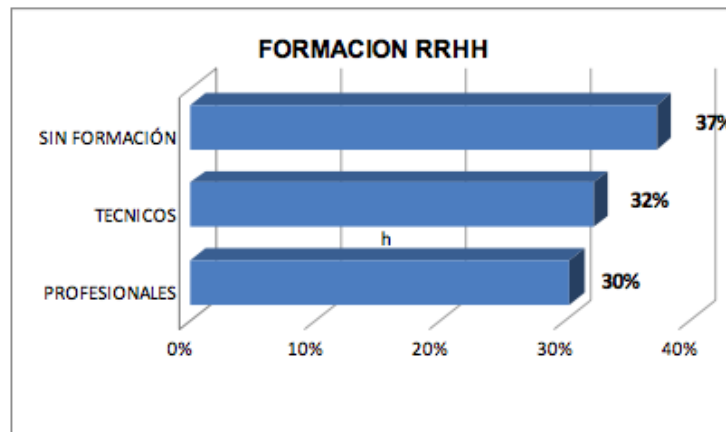


Gráfico 11: "Uso de Tecnología"

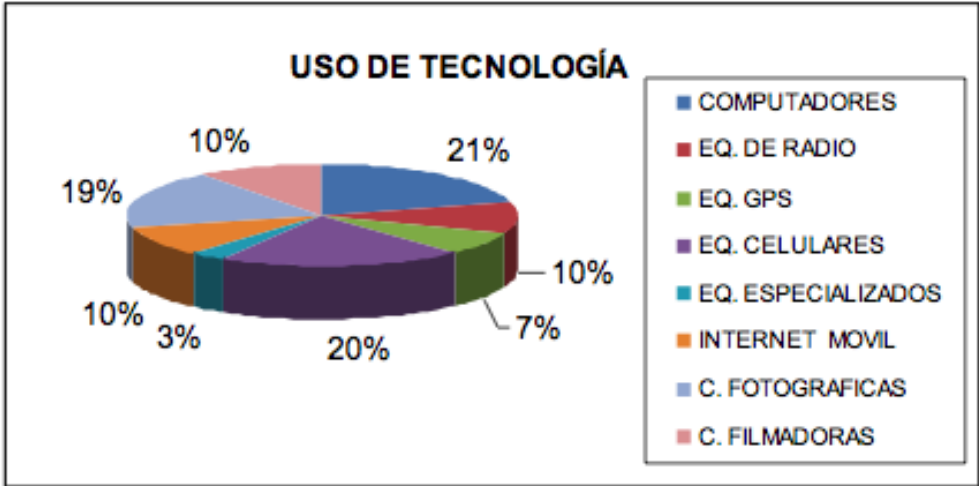


Gráfico 12: "Tipo de Turismo que desarrollan las empresas"

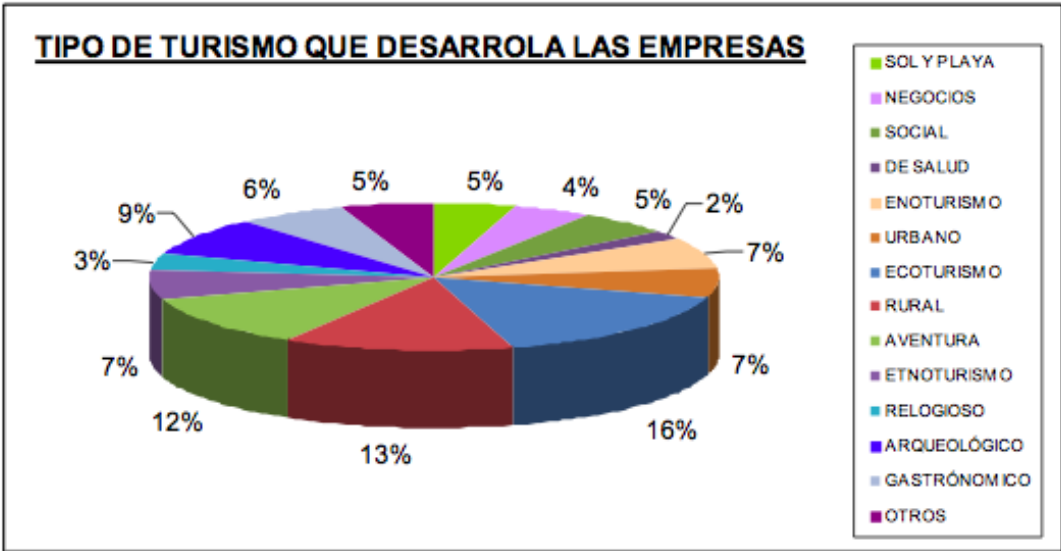


Gráfico 15: "Tipo de Demanda"

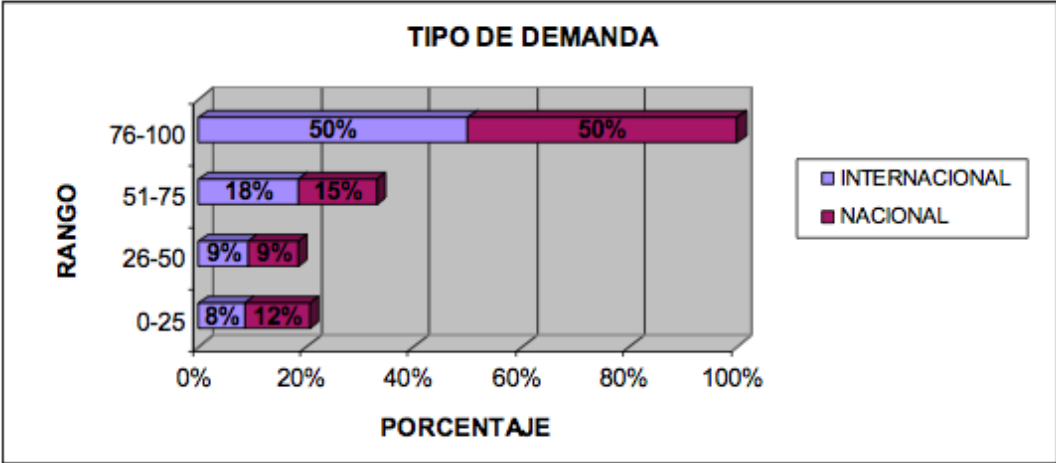


Gráfico 16: "Vinculación con Instituciones de carácter Gubernamental"

