

TALLER DE DISCUSIÓN: ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO

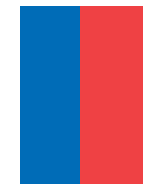
Subsecretaría de Turismo



**Gobierno
de Chile**

ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO

Agenda



8:30 - 8:45	Acreditación
8:45 - 9:00	Palabras de bienvenida Subsecretaria de Turismo Jacqueline Plass W.
9:00 - 9:30	Presentación: Metodología de trabajo realizado por la Subsecretaría
9:30 - 9:45	Instrucciones de trabajo
9:45 - 10:10	Brainstorming líneas de acción
10:10 - 10:30	Agrupación líneas de acción
10:30 - 10:50	Coffee Break
10:50 - 11:10	Priorización líneas de acción (estrellas)
11:10-11:50	Descripción y desarrollo principales líneas de acción
11:50 - 12:00	Cierre



ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO

Levantamiento de estudios



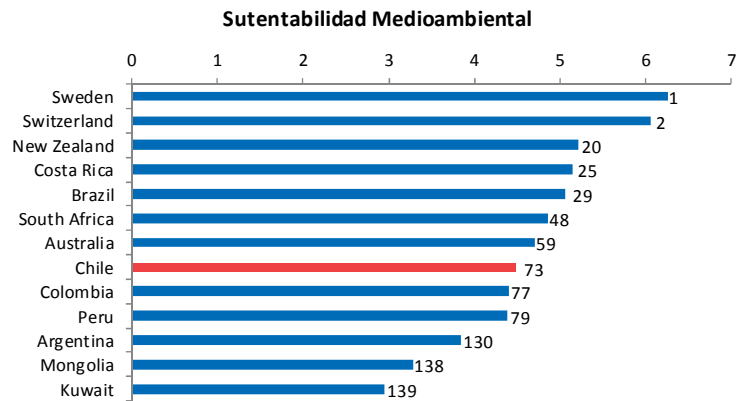
Estudios



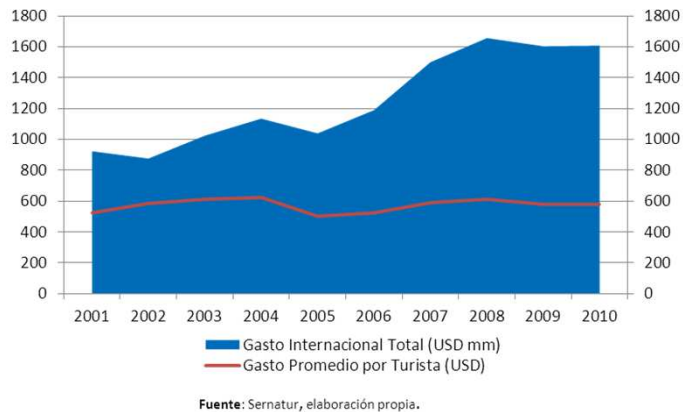
- Estudio de Competitividad del Sector Turismo, The Boston Consulting Group, año 2007.
- Informe de la Comisión Turismo y Viajes, Grupo Tantauco, año 2009.
- The Travel & Tourism Competitiveness Report, World Economic Forum, año 2011.
- Estudio de Tipificación de la Demanda Turística Real de Chile, Sernatur, años 2010-2011.
- An End-to-End Strategy for Tourism in Chile" McKinsey & Company.
- OECD Tourism Trends and Policies, 2010.
- 2010 Country Brand Index, Future Brand.
- Adventure Tourism Development Index, año 2010.
- Policy and Practice for Global Tourism,
- 2do comité de ministros del turismo.
- Estudio de flujos de demanda interna, Sernatur, año 2010
- Presentación para la comisión de turismo, Sernatur, año 2010
- Presentación para el DUOC.
- Estrategia de contenidos del portal internacional de Sernatur.
- Presentación sobre turismo cultural.
- Acta de entrega protocolar del Sernatur, año 2010.
- Programa de fomento al Turismo, Sernatur - BID
- Política Pública Sector Turismo, Enero 2010 - Depto. de Estudios Ministerio de Economía
- OECD Tourism Trends and Policies, 2010
- Ley de Turismo.
- Levantamiento de Perfiles Ocupacionales Críticos y Desarrollo de Material Formativo para el Clúster de Turismo de Intereses Especiales (Octubre 2009)
- Institucionalidad Pública en el Sector Turismo, 2007
- Proyecto país Colegio de Ingenieros de Chile, Etapa III 2010-2025.
- New Zealand Tourism Strategy 2015.
- Plan de Turismo Español Horizonte 2020.



Análisis de estudios

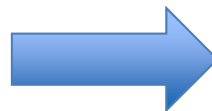


W11



S7

Informe Tantauco: “Bajos niveles de dominio de idiomas extranjeros”



T31



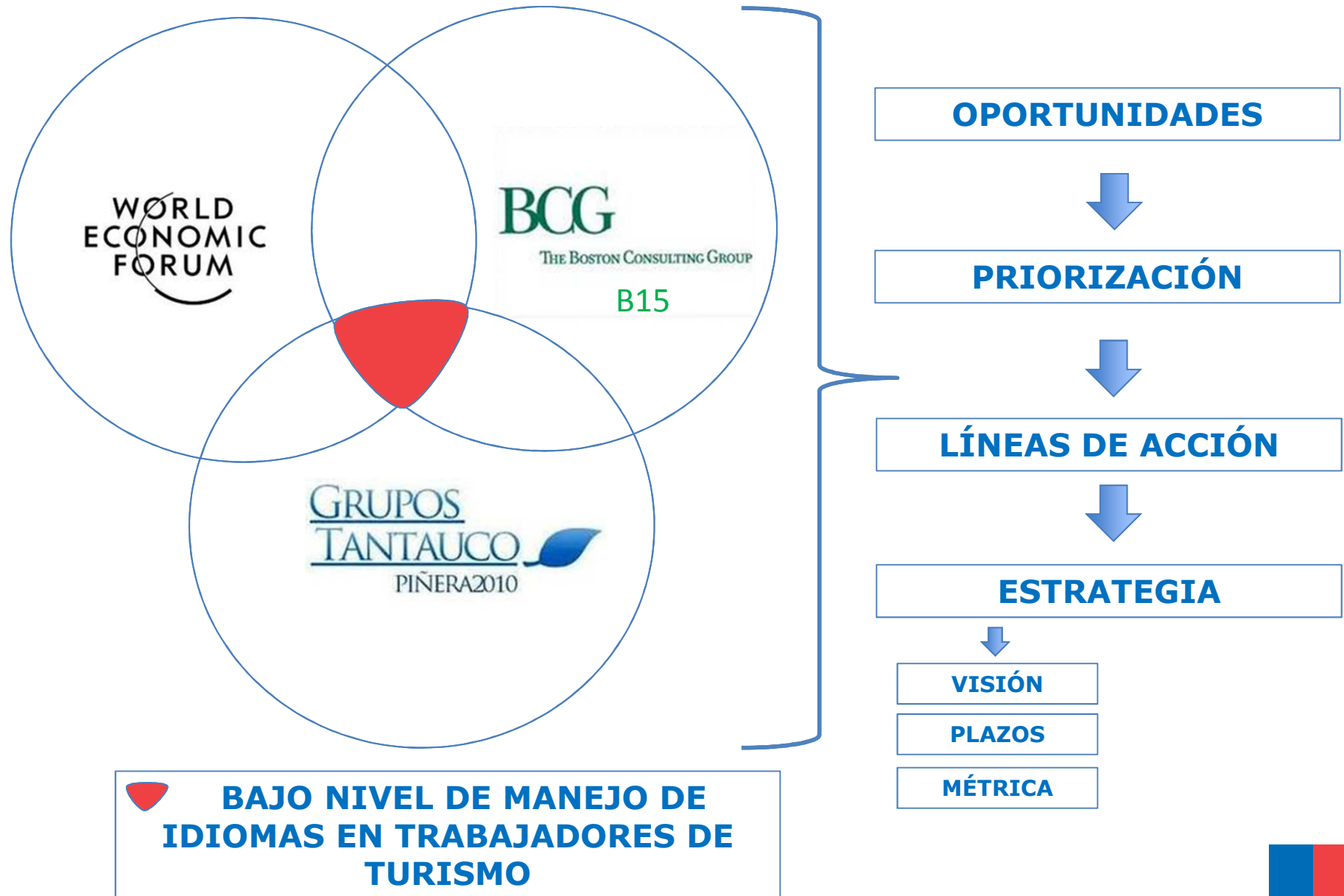
Análisis estudios



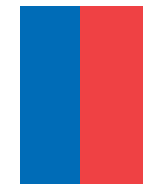
•	B1		W1	
•	B2			
•		T20	W3	
•			W22	D4
•	B37	T30		D17



Análisis de brechas/Cruce de estudios



Diagnóstico

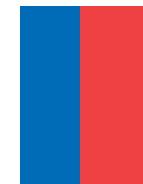


CO11	•Hoy en día , el turista interno (nacional) no presenta fidelidad con el producto Chile y prefiere viajar a otro país por diversos motivos (facilidad , estatus, busca de sol y playa, relación precio/calidad, conectividad y ofertas entre otros)	Posicionamiento	Promoción
B10	•Monto actual de fondos invertidos en promoción es inferior al de países comparables que compiten en los mismos mercados de origen, lo cual impide el crecimiento de volumen y gasto/visita de turistas en Chile.	Inversión	
T10	•Operadores turísticos emisivos tienen poco conocimiento de la oferta turística de Chile	Información	
T27	•Falta una fuente de información de la industria fiable, actualizada y abierta a todo el mundo	Investigación de Mercado	Inteligencia de Mercado
B11	• Insuficiente nivel de conocimiento de la demanda. Sistemas de informática actuales tienen deficiencias que afectan negativamente el desarrollo de la demanda y oferta.	Sistemas de Información	
T1	•Es indispensable avanzar en el desarrollo sustentable de la actividad turística	Gestión sustentable	Sustentabilidad
B31	• Diseño de mecanismos de fiscalización de cumplimiento de estándares medioambientales	Certificación/Distinción	
T11	• Problema del calentamiento global	Medioambiente	
T20	•Escasísimo desarrollo turístico en las áreas silvestres protegidas	Áreas silvestres	
B16	• Gasto por día por debajo del de países competidores, debido principalmente a una insuficiente oferta de actividades.	Desarrollo de oferta	Fortalecimiento a la Competitividad
A2	•Programa de vacaciones tercera edad y gira de estudios para romper con la estacionalidad de la demanda turística	Estacionalidad	
T21	•Pasos fronterizos poco expeditos	Fomento competitivo	
B20	• Insuficiente desarrollo de planta e infraestructura para recibir creciente demanda de turistas.	Infraestructura	
T25	•Recursos para fomento de la inversión privada y mejora de la competitividad insuficientes	Fomento	Inversión
W24	•Medida en que las regulaciones sobre la inversión extranjera directa la incentivan o desincentivan	Políticas Públicas	
B28	• Brechas de relación precio / calidad de planta y servicios turísticos con efectos negativos en la experiencia de los turistas.	Calidad del producto/servicio turístico	Calidad
D35	•Categorización inadecuada de algunos hoteles. Percibidos de menor calidad respecto a lo que indican (opinión basada en relación a sus propios países). “De repente te dicen cuatro estrellas y no corresponde al nivel que te indican”.	Fiscalización/Certificación	
T19	•Mala percepción nacional de Turismo (Falta conciencia turística, buen trato al visitante, etc.)	Conciencia Turística	
AT9	•Programas de capacitación para proveedores de turismo aventura como guías, traductores y ecolodge.	Capacitación	



ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO

BRECHAS



Ranking de Competitividad Turística WEF 2011

	Ranking			
	2011	2009	2008	2007
Suiza	1	1	1	1
Australia	13	9	4	13
New Zeland	19	20	19	14
Costa Rica	44	42	44	45
Brasil	52	45	49	59
Chile	57	57	51	45
Sudáfrica	66	61	60	62
Argentina	60	65	58	64
Perú	69	74	70	81
Colombia	77	72	71	72

Ranking País
Chile # 31

	RANKING
REGLAS DE POLÍTICA Y REGULACIÓN	12
SEGURIDAD DEL PAÍS	27

	RANKING
DESARROLLO SUSTENTABLE DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	73
PRIORIDAD DE LA AUTORIDAD HACIA EL SECTOR	66
INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	68
PERCEPCIÓN NACIONAL DE TURISMO	73

Fuente: WEF, ranking de competitividad turística año 2011



Conclusión aspectos generales



- Chile se encuentra bien evaluado en ciertos aspectos estructurales del país que no se relacionan directamente con el sector turismo, como las reglas de política y regulación o la seguridad.
- Chile se encuentra mal evaluado es aspectos ligados directamente al sector turismo como la afinidad por el mismo y la priorización que el gobierno le da a la industria, pero también es deficiente en aspectos no relacionados directamente como higiene y salud.



Resumen diagnóstico de Promoción



- **Posicionamiento:** Deficiente posicionamiento internacional de nuestra marca país. No se han logrado comunicar adecuadamente las ventajas de Chile como destino turístico.



Resumen diagnóstico de Promoción



- **Posicionamiento:** Deficiente posicionamiento internacional de nuestra marca país. No se han logrado comunicar adecuadamente las ventajas de Chile como destino turístico.
- **Inversión:** Insuficiente inversión en promoción turística, bajo los niveles de nuestros competidores. Esto impide el crecimiento del volumen y el gasto/visita de turistas en Chile.
- **Información:** Poco conocimiento de la oferta turística de Chile y escasa información disponible sobre el país, tanto para turistas como para tour operadores y agencias.



Resumen diagnóstico de Calidad

- **Capacitación:** Bajo nivel de capacitación del personal que trabaja en turismo, en especial existe un mal manejo de idiomas extranjeros.



Fuente: Estudio de tipificación de la demanda real turística de Chile, Sernatur.

Resumen diagnóstico de Calidad



- **Capacitación:** Bajo nivel de capacitación del personal que trabaja en turismo, en especial existe un mal manejo de idiomas extranjeros.
- **Calidad Producto/Servicio Turístico:** Tenemos una brecha importante en nuestra relación precio/calidad que nos deja en desventaja frente a nuestros competidores.
- **Conciencia Turística:** Falta desarrollar aspectos de carácter cultural que nos permitan mejorar nuestra percepción de la importancia del turismo y de esta forma, el trato a los visitantes.
- **Fiscalización/Certificación:** Falta implementar una certificación adecuada de los servicios turísticos y una normativa que controle los estándares de calidad.



Resumen diagnóstico de Inversión



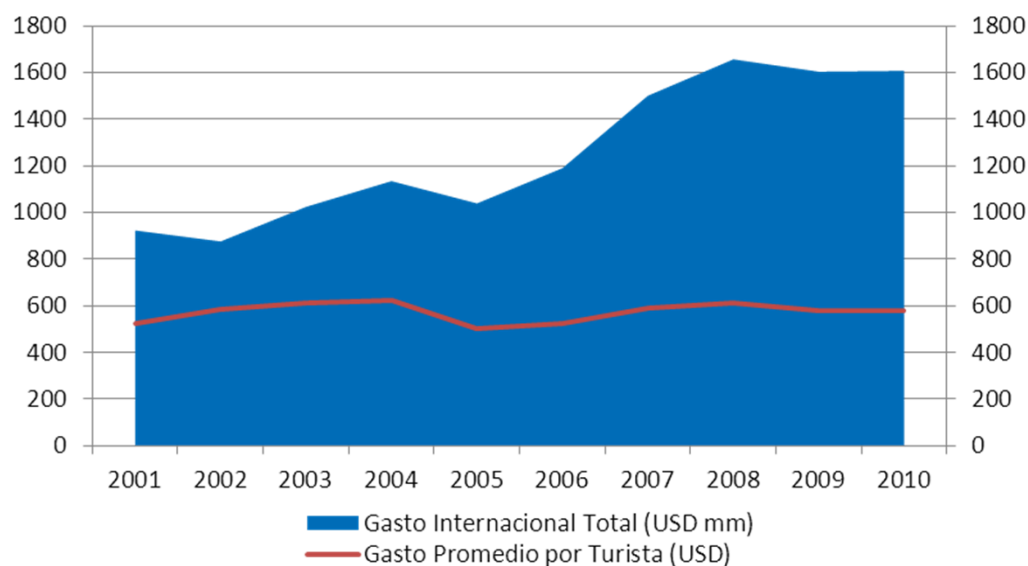
- **Fomento:** Insuficientes recursos y herramientas de fomento para el sector. Dificultades para acceder a dichas herramientas desincentivan el desarrollo de proyectos turísticos.
- **Políticas Públicas:** Falta de políticas públicas que impulsen la inversión privada extranjera y nacional en la industria del turismo. Particular lentitud y dificultad en procesos de adjudicación. Mejorar difusión de políticas de inversión.



Resumen diagnóstico de Fortalecimiento de la Competitividad



- **Desarrollo de oferta:** Insuficiente oferta de actividades y bajo desarrollo de destinos turísticos afectan negativamente el gasto diarios de los turistas.



Fuente: Sernatur, elaboración propia.



Resumen diagnóstico de Fortalecimiento de la Competitividad



- **Desarrollo de oferta:** Insuficiente oferta de actividades y bajo desarrollo de destinos turísticos afectan negativamente el gasto diarios de los turistas.
- **Infraestructura:** Deficiente desarrollo de infraestructura turística, esta no satisface adecuadamente las necesidades de los turistas. Se debe mejorar la calidad del transporte aéreo y terrestre.
- **Fomento Competitivo:** Alto costo percibido de realizar turismo en Chile e impacto negativo de los impuestos sobre la competitividad. Las Leyes laborales son poco flexibles con las necesidades del sector y existe una baja prioridad del gobierno por la industria turística.
- **Estacionalidad:** Turismo receptivo presenta una alta estacionalidad, disminuyendo las llegadas de turistas en el segundo y tercer trimestre del año.

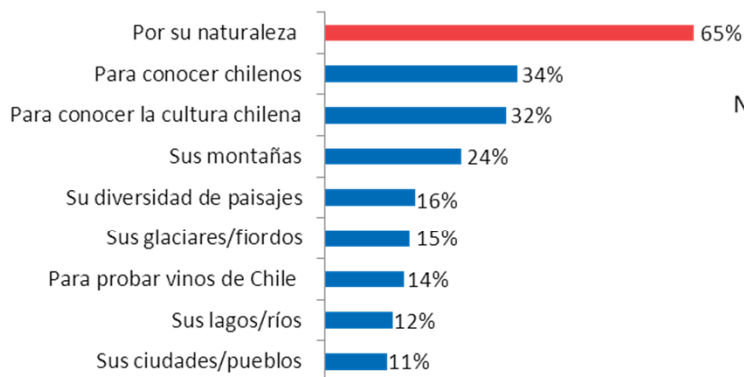


Resumen diagnóstico de Sustentabilidad

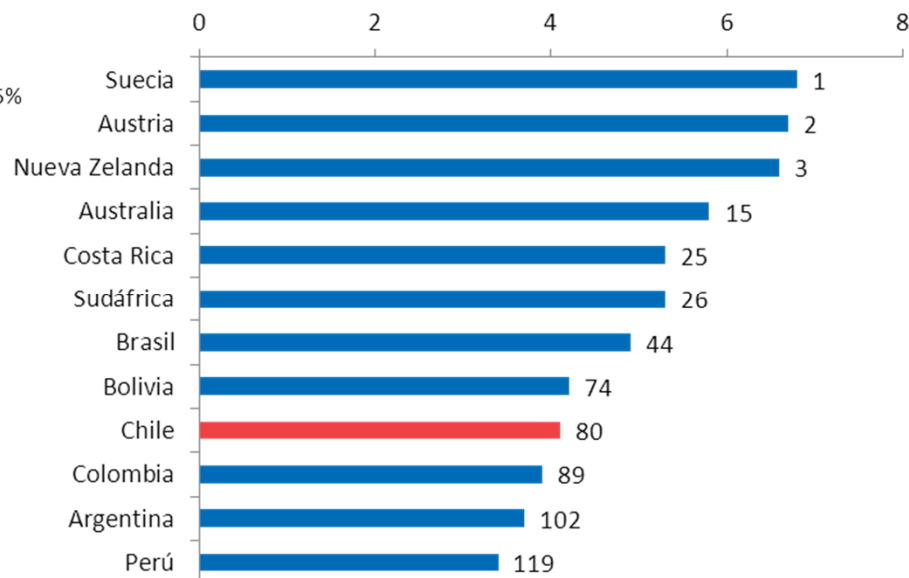


- **Gestión Sustentable:** Falta de políticas que fomenten el desarrollo sustentable de la actividad turística.
- **Áreas Silvestres:** Escaso desarrollo turísticos en áreas silvestres protegidas.
- **Medioambiente:** Avanzar en políticas que resguarden el medioambiente.

Razones más influyentes para decidir venir a Chile



Calidad del Medioambiente



Fuente: World Economic Forum.



Resumen diagnóstico de Sustentabilidad



- **Gestión Sustentable:** Falta de políticas que fomenten el desarrollo sustentable de la actividad turística.
- **Áreas Silvestres:** Escaso desarrollo turísticos en áreas silvestres protegidas.
- **Medioambiente:** Avanzar en políticas que resguarden el medioambiente.
- **Certificación:** Falta de mecanismos de certificación y distinción de la gestión sustentable en la industria turística.



Resumen diagnóstico de Inteligencia de Mercado



- **Investigación de mercado:** Insuficiente nivel de información del sector genera deficiencias en el conocimiento de la demanda y oferta, lo cual se traduce en fallas en la implementación de las estrategias de marketing, generando una segmentación y posicionamiento sub óptimo de nuestra marca país.
- **Sistemas de información:** Es necesario elevar la calidad, oportunidad, rapidez y cantidad de la información técnica sobre la industria turística asegurando la fiabilidad de los datos obtenidos.



Resumen brechas



- Deficiencia en la **promoción y el posicionamiento** de Chile como destino turístico.
- Baja **calidad** de los servicios turísticos y deficiente nivel de **capacitación** de empleados del sector.
- Políticas Públicas y mecanismos de **fomento a la inversión** privada insuficientes para incentivar proyectos turísticos.
- La **falta de oferta e infraestructura** turística provocan un debilitamiento de nuestra **competitividad** en la industria.
- Ausencia de políticas que fomenten la **gestión sustentable** de la actividad turística, de manera de resguardar un equilibrio **medioambiental, social y económico**, particularmente en nuestras **Áreas Silvestres Protegidas**.
- **Problemas de calidad, credibilidad y accesibilidad a la información** no permiten tener un adecuado **conocimiento del mercado** lo que se traduce finalmente en fallas en la implementación de las estrategias de marketing.



ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO



OBJETIVO:

Establecer líneas de acción que permitan disminuir/eliminar las brechas mencionadas, aumentando la competitividad del sector y su crecimiento para alcanzar las metas planteadas.

Taller: Dinámica de Trabajo



ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO



NUESTRA INSPIRACIÓN:

VIDEO



ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO

Dinámica de Trabajo



IDEALIZACIÓN

REGLAS:

- No Juzgar
- Fomentar Ideas Descabelladas
- Construir en las Ideas de Otros
- Mantenerse Enfocado
- Buscar Cantidad
- NO HAY IDEAS MALAS!

FASE 1: Brainstorming Líneas de Acción

Material de Trabajo

Objetivo: Plantear todas las líneas de acción posibles

Tiempo: 25 min



ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO

Dinámica de Trabajo



FASE 2: Agrupación líneas de acción

- Clasificar Ideas por Pilar (5 min)
- Agrupar Ideas: (15 min)
- La idea es generar grupos de ideas comunes.

FASE 3: Priorización

- Uso de marcadores
- Tiempo: 20 min

FASE 4: Bajada

- Formularios
- Tiempo: 20 min



Daniel Pardo
Jefe de Gabinete - Subsecretaría de Turismo
dpardo@subturismo.gob.cl
[@danipardol](#)



**Gobierno
de Chile**

www.gob.cl

Gracias