

PROGRAMA ESTRATÉGICO MESOREGIONAL ENOTURISMO CHILE

SECTOR: Turismo

ETAPA DE IMPLEMENTACIÓN: 1er trienio

SITIO WEB: www.enoturismochile.cl

TWITTER: @ChileEnoturismo

INSTAGRAM: @enoturismochile



I. Contexto

Este Programa trabaja en el desarrollo y fortalecimiento del Enoturismo en Chile de manera integral, promocionando y difundiendo el sector a nivel nacional e internacional, ofreciendo una propuesta atractiva, innovadora, competitiva y sustentable, fomentando la constante mejora en la calidad del servicio y ofreciendo las mejores herramientas de conocimiento a la industria. Todo esto a través de una gobernanza participativa e integradora, público-privada, que permite tomar decisiones de forma consensuada.

Paralelamente busca impulsar la innovación, calidad y sofisticación como factores estratégicos que contribuyan al desarrollo de productos enoturísticos competitivos en cada una de las regiones. Para ello, el Programa trabaja en fortalecer las capacidades empresariales y de capital humano, para una mejor gestión de productos asociados al turismo del vino, inteligencia de mercado, innovación y competitividad.

II. Visión

El enoturismo en Chile será al 2027 una actividad imperdible para los turistas nacionales y extranjeros, con una oferta integrada, diversa, sustentable, de calidad y representativa de cada territorio, capaz de incrementar las visitas y capturar un mayor gasto por turista, impactando positivamente en el desarrollo de los valles vitivinícolas e incrementando así los ingresos del país.

III. Metas



IV. Brechas priorizadas

- 1. Falta de identidad del producto
- **2. Escasa diversificación y sofisticación de la oferta enoturística.**
- 3. Falta de señalética y problemas de conectividad
- **4. Bajo desarrollo y certificación del capital humano asociado al sector**
- 5. Desconocimiento del perfil del enoturista
- **6. Ausencia de estrategia de promoción y comercialización Enoturismo**
- 7. Dificultades para la comercialización
- **8. Ausencia de un sistema de inteligencia de mercado**
- 9. Desconocimiento de la sustentabilidad aplicada al enoturismo.
- **10. Bajos niveles de calidad y sustentabilidad en la oferta**
- 11. Bajo nivel de asociatividad del sector
- **12. Falta de coordinación público-privada y de sinergias interregionales**

V. Ejes de trabajo

Integración de Destinos Enoturísticos. En línea con TRANSFORMA TURISMO, ENOTURISMO CHILE buscará el desarrollo de destinos enoturísticos integrados, sustentables, conectados y en red como entorno necesario para darle mayor competitividad a los productos enoturísticos y en consecuencia a las empresas que participan en la cadena de valor.

Diversificación de Experiencias. Trabajar en el desarrollo de productos enoturísticos en torno a otras experiencias turísticas y recursos específicos de cada destino enoturístico, buscando mayor vinculación con el territorio.

Mercado. Abordar el mercado en un entorno competitivo, globalizado, con turistas cada vez más informados y demandantes, hace necesario y urgente establecer alianzas de trabajo más eficientes de colaboración público-privada, incrementando los esfuerzos en promoción, mejorar y ampliar los canales de comunicación e implementar sistemas que permitan monitorear las opiniones, gustos y preferencias de los turistas actuales y potenciales, como a su vez, el impacto del programa en el sector.

VI. Hoja de Ruta



VII. Principales iniciativas

Desarrollo y gestión de productos enoturísticos para Chile

Elevar los niveles de innovación, calidad y sofisticación del producto enoturístico chileno como factor clave para elevar la competitividad y de mayor valor añadido, aplicado a los 3 ámbitos que conforman la experiencia enoturística. Algunas de las medidas a poner en marcha:

- Definición del Relato sobre Chile País Vitivinícola y Enoturístico
- Planes de apoyo a la estructuración, desarrollo y sofisticación de productos enoturísticos
- Programas de apoyo a la creación, fortalecimiento y consolidación de empresas en el ámbito del enoturismo.
- Programa de atracción de inversiones a zonas o destinos enoturísticos

Estado de Avance:

- En Licitación la Estrategia de posicionamiento del Enoturismo en Chile, Campaña de difusión con foco en el mercado nacional. Considera la definición y estructuración del relato base del enoturismo en Chile con elementos de diferenciación por valle; Concepto creativo y plan de medios
- Desarrollo de talleres regionales en la macrozona para la definición de relatos a partir de elementos de diferenciación territorial.

Plan maestro de infraestructura para el enoturismo

Trabajar en forma conjunta entre el MOP, GORES, Municipios y empresas del sector en un Plan de Infraestructura en apoyo al Enoturismo (rutas escénicas, señalética, carreteras, etc.), para los valles en que se desarrolla, puedan ser reconocibles visualmente en su conjunto, por medio de una estandarización que los integre, respetando sus características locales. Considera desarrollar algunas inversiones en el ámbito de la señalización rural y urbana.

Estado de Avance:

- Incorporación del Enoturismo como elemento de priorización para las inversiones públicas en la macrozona del PEM.
- Acuerdo con SST, MOP y Equipo ejecutor, para análisis y priorización de cartera de proyectos MOP 30/30, en base a las necesidades específicas para el desarrollo de los valles enoturísticos. Este análisis será validado y priorizado en los valles con los diferentes actores del sector.

Plan estratégico de marketing y comercialización para enoturismo

Desarrollo de un plan de marketing y comercialización, acompañado de sistema de comercialización para el enoturismo, más eficiente y que sea capaz de integrar a cada uno de los actores de la cadena comercial a través de un sistema que los integre desde sus diferentes roles y servicios. Entre las acciones a poner en marcha destacan:

- Plan de Marketing para Enoturismo tanto a nivel nacional como internacional, coordinado entre todas las entidades que intervienen. Primera fase mercado nacional - año 2018.
- Desarrollar un sistema tecnológico de inteligencia para la captura de información estratégica de la demanda y tendencias del mercado, que apoye a su vez, la difusión y comercialización, mediante distintas herramientas.

Estado de Avance:

- Adjudicación de Chile como sede del Conferencia Mundial de Turismo Enológico de la OMT para el año 2019. Inicio del proceso de selección del destino sede con participación de todos los valles. Selección valle sede por parte de OMT y Subsecretaría de Turismo
- Constitución del Comité Gestor de Promoción
- Licitación la Estrategia de posicionamiento del Enoturismo en Chile: con foco en el mercado nacional. Adjudicada a la Agencia Sangre.

Programa de apoyo a la sustentabilidad y calidad

La medida tiene como objetivos fundamentales:

- Incrementar los niveles de sustentabilidad en zonas vitivinícolas: Mejorar la eficiencia energética y la sustentabilidad de las instalaciones enoturísticas para consolidar una oferta enoturística sustentable de calidad; aumentar el número de bodegas con sello de sustentabilidad, difundir y sociabilizar los beneficios de la sustentabilidad como la implementación de buenas prácticas a través de acuerdos de producción limpia.

Estado de Avance:

- Constitución del Comité Gestor de Sustentabilidad
- Compromiso formal por parte de Vinos de Chile y su Consorcio Tecnológico para desarrollar los estándares de Enoturismo como la cuarta área del Cód. de Sustentabilidad de Vinos de Chile.

VIII. Gobernanza

La GOBERNANZA DE ENOTURISMO CHILE está conformada por 17 entidades privadas, públicas y la academia y su principal objetivo es favorecer la articulación y colaboración entre los actores públicos y privados involucrados en el programa, logrando establecer los mecanismos necesarios para el desarrollo de este sector consolidando un sistema de articulación mesoregional.

Para ello, se estableció una estructura funcional de gestión, que permita acelerar el proceso de desarrollo del enoturismo sustentable en Chile, a través del cumplimiento de la Hoja de Ruta que se ha definido.



INSTITUCIONES QUE CONFORMAN ENOTURISMO CHILE

