

Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable

Chile

FOTO TURISMO CHILE



Gobierno
de Chile

gob.cl

Ministerio de
Economía,
Fomento y
Turismo

Gobierno de Chile

Subsecretaría
de Turismo

Gobierno de Chile

Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable



Los chilenos y chilenas estamos viajando cada vez más por nuestro país, disfrutando de sus hermosos paisajes y atractivos destinos. Además, en la última década (2004 - 2014), la llegada de turistas extranjeros a nuestro país creció en un 100%.

Sabemos que el turismo constituye una actividad estratégica para el desarrollo del país y es una prioridad dentro de las políticas de Estado. Reflejo de lo anterior es la promulgación de la Ley N° 20.423 el año 2010, y la creación de nuevas instituciones, como el Comité de Ministros del Turismo y la Subsecretaría de Turismo. Ha quedado de manifiesto en el programa de gobierno encabezado por la Presidenta Michelle Bachelet Jeria, en el que se comprometió la elaboración de un plan de desarrollo de destinos turísticos distribuidos a lo largo de Chile, la coordinación de esfuerzos con los actores privados para potenciar sus atractivos y la creación de un fondo nacional para el fomento del turismo, orientado a financiar actividades que potencien su desarrollo, incluyendo la capacitación, la promoción y la innovación.

Estos compromisos gubernamentales quedaron plasmados en la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento, impulsada por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo desde el año 2014. El Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable materializa una de las medidas de la Agenda. Este documento reúne un conjunto de acciones que buscan dar un impulso sustantivo al sector mediante la creación de trabajos de calidad en el ámbito turístico y el desarrollo de competencias en las trabajadoras y trabajadores del sector; acciones de promoción que fortalezcan la visibilidad de la oferta turística; el desarrollo de destinos turísticos y la diversificación de experiencias de viaje para quienes nos visitan o viajan por Chile, por medio de productos y servicios turísticos innovadores, creativos y especializados.

Para financiar las acciones propuestas en este plan se contemplan 100 millones de dólares, que serán ejecutados por la Subsecretaría de Turismo en convenio con otros organismos públicos, en un plazo de cuatro años (2015-2018). Los recursos para financiar las iniciativas propuestas en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable constituyen un hecho inédito e histórico para esta cartera y demuestran la prioridad que tiene para esta administración avanzar en la productividad del sector.

Con estas acciones, esperamos que hacia 2018 el turismo pueda ser reconocido no solamente como un sector relevante para la economía. Queremos que también se transforme en una oportunidad para que miles de chilenos, chilenas y extranjeros disfruten de nuestro país, y que podamos generar una mejor calidad de vida en las comunidades locales, de modo de sentar las bases para que desarrollen todo su potencial en este ámbito.

LUIS FELIPE CÉSPEDES
MINISTRO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO





Como Subsecretaria de Turismo, es un placer presentarles el “Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable”. Éste reúne el trabajo, la intención, los anhelos, la creatividad de muchas personas, organizaciones e instituciones que han desplegado esfuerzos a lo largo de los últimos años, por propiciar que el turismo en Chile alcance un estándar de clase mundial. Sabemos lo que el sector puede aportar al país y que el turismo en sí mismo ofrece la posibilidad de proporcionar felicidad para quienes lo practican, proveer desarrollo para las comunidades y su entorno e impulsar el crecimiento de pequeñas, medianas y grandes empresas. Estamos ciertos que el turismo, desde un enfoque sustentable, es un sector que potencia y visibiliza los territorios integralmente.

Este plan buscará aumentar la presencia de Chile como destino turístico en el mundo, atrayendo a más turistas extranjeros y alentando a nuestros compatriotas para que conozcan y disfruten su país. Se espera impulsar el turismo interno con un enfoque inclusivo, mediante el reforzamiento de los programas Vacaciones Tercera Edad y Gira de Estudios, así como por el establecimiento de un nuevo programa de Turismo Familiar. El plan pretende también desarrollar nuevas y mejores experiencias, incrementar los destinos turísticos con un sello territorial, mejorando al mismo tiempo la calidad de los servicios y las competencias de aquellos que se desempeñan en el sector.

El compromiso de esta administración con el desarrollo turístico de Chile es claro. Estamos conscientes del potencial turístico que presenta nuestro país y de la importancia de concretar un instrumento sectorial, capaz de materializar los lineamientos de política pública para el desarrollo turístico sustentable de los destinos del país. Lo anterior se expresa en nuestro programa de gobierno y determina los pasos que creemos permitirán al sector dar un salto en el desarrollo y acortar las brechas de competitividad que posee.

Con este plan esperamos señalar las acciones concretas que impulsaremos de aquí a 2018. Junto con la necesaria actualización de la Estrategia Nacional de Turismo que contenga una mirada del sector hacia 2030, buscamos también comunicar a la ciudadanía los principales desafíos relacionados con la consolidación del sistema institucional para el desarrollo del turismo en nuestro país, la coordinación de los actores involucrados y la ejecución de los lineamientos de política pública que emanan de la institucionalidad turística.

Nuestra mirada es de presente y futuro. Estamos conscientes de la gran responsabilidad que el desarrollo turístico significa para el país. Por ello, hemos querido identificar las principales oportunidades y en conjunto con el sector privado trabajar a partir de ellas, a fin de dar un salto significativo en el desarrollo sustentable de nuestro territorio y su gente.

JAVIERA MONTES CRUZ
SUBSECRETARIA DE TURISMO

FOTO BANCO DE IMÁGENES SERIAT UR



Índice

Resumen Ejecutivo	9
1. Introducción	11
2. Situación actual del sector turismo	13
3. Objetivo General	21
4. Objetivos Específicos	21
5. Principios	23
6. Delimitación territorial y Componentes del plan	25
6.1 Delimitación territorial	
6.2 Componentes del plan	
» <i>Diversificación de Experiencias</i>	
» <i>Desarrollo de Destinos</i>	
» <i>Fortalecimiento de la Calidad y el Capital Humano</i>	
» <i>Incentivo al Turismo Interno con Enfoque Inclusivo</i>	
» <i>Promoción Nacional e Internacional</i>	
7. Inversión	39
8. Evaluación y Reportabilidad	41



FOTO: TURISMO CHILE

Resumen

SUMMARY

El turismo es uno de los sectores más dinámicos de la economía nacional, aportando en 2014 divisas por más de US\$2.600 millones, si a esto se suma el gasto realizado por chilenos y chilenas que viajan cada año por el país –cerca no a los US\$4.700 millones–, es posible afirmar que el sector genera una cifra superior a los US\$7.300 millones. Pero, además de su contribución económica, es una industria que potencia el desarrollo local, el cuidado del medioambiente y la difusión de una imagen atractiva de Chile en el exterior.

Aprovechar las ventajas competitivas del turismo es un imperativo para Chile. Para ello, el “Plan Nacional de Desarrollo Turís-

tico Sustentable” que surge de la “Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento” impulsada por el Ministerio de Economía y que implica una inversión de US\$100 millones para ejecutar por la Subsecretaría de Turismo en un período de cuatro años, buscará alcanzar el objetivo de:

Impulsar el desarrollo sustentable del sector, mediante acciones en destinos turísticos priorizados del país, que permitan su reconocimiento interno como sector económico relevante y mejoren la posición competitiva de Chile.

Junto a este objetivo, cuatro grandes desafíos, permitirán dirigir, coordinar y gestionar las acciones del plan:

- a. Desarrollar nuevas e innovadoras experiencias turísticas, que consideren elementos culturales e identitarios.**
- b. Incentivar a que más chilenos y chilenas viajen, conozcan y disfruten Chile.**
- c. Captar mayor valor por turista, mediante acciones de mejoramiento de la oferta y su promoción en mercados internacionales prioritarios.**
- d. Fortalecer el desarrollo sustentable de destinos, a partir de un enfoque territorial integrado que promueva la articulación de actores locales y regionales.**

Tourism is one of the most dynamic sectors in the Chilean economy, contributing in 2014 over US\$2.600 million in income. If we consider the spending of Chileans that travel within the country each year, which is close to US\$4.700 million, the total generated by the sector is over US\$7.300 million each year. In addition to its economical contribution, tourism is an industry that drives local development, environmental protection and the projection of an attractive image of Chile internationally.

It is imperative that Chile takes advantage of the competitive benefits that the tourism sector offers. For this reason, the National Sustainable Tourism Development Plan was created. It originates from the Agenda for

Productivity, Innovation and Growth which is driven by the Minister of Economy. With an investment of US\$100 million, distributed over 4 years, for its implementation by the Vice Ministry of Tourism, the Plan aims to achieve the objective of:

Drive the sustainable development of tourism, through actions carried out in priority national destinations, that promote the positioning of tourism as a relevant economic sector and improve Chile's competitive position.

Besides this main objective, the actions of the plan will be guided, coordinated and managed in accordance with the following specific objectives:

- a. Develop new and innovative tourism experiences that include elements strongly associated with the Chilean culture and identity.**
- b. Encourage more Chileans to see, travel and enjoy Chile.**
- c. Increase the tourism expenditure per capita, by improving the tourism offering and its promotion in the main international markets.**
- d. Strengthen the sustainable development of destinations, through an integrated territorial perspective that brings together local and regional interested parties.**

1 / Introducción

El turismo en Chile es un sector económico con alto potencial de crecimiento. Las regiones ofrecen atractivas y variadas posibilidades. Entre el mar, la cordillera, el desierto por el norte, y la Antártica por el sur, Chile deslumbra a quienes lo visitan, con paisajes prístinos y exuberantes. Esta riqueza natural se combina con un patrimonio cultural que mezcla múltiples tradiciones. Todos estos atractivos, unidos a la calidez y creatividad de su gente, permiten ofrecer experiencias únicas.

Durante el primer mandato de la Presidenta Michelle Bachelet¹, fue promulgada la Ley N° 20.423, que crea una nueva institucionalidad para el desarrollo del turismo, con el fin de reconocer la actividad como un sector económico estratégico y abordar las brechas, potencialidades y oportunidades que lo caracterizan. Este nuevo marco institucional contempló la creación de un Comité de Ministros del Turismo y de la Subsecretaría de Turismo, así como la asignación de nuevas atribuciones al Servicio Nacional de Turismo como órgano ejecutor de la política pública.

Adicionalmente, el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, dentro de la “Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento”, ha definido al turismo como “sector estratégico”, al considerarlo un área económica de alto potencial, materializándose una inyección de recursos que contribuyen a aumentar la productividad de las empresas vinculadas a la actividad y el desarrollo de las comunidades y territorios. Así, se dispone de US\$100 millones para el período 2015-2018, cuyo fin será el diseño e implementación de un “Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable”².

Tanto los recursos disponibles como la institucionalidad existente ofrecen una gran oportunidad para impulsar las acciones que consoliden al turismo como un sector económico relevante, y que impacte la economía local de las distintas regiones del país.

La relevancia del sector no sólo es en el ámbito económico, éste también contribuye a la equidad a través de la promoción, para que distintos segmentos de la población puedan disfrutar del patrimonio natural y cultural de Chile, activando alternativas en los territorios para desarrollar su potencial, favoreciendo el emprendimiento y la innovación.

Mejorar la posición competitiva de Chile como destino a nivel mundial, requerirá sacar provecho de manera sustentable a los recursos turísticos naturales y culturales existentes en el país, además de trabajar coordinadamente –sector público y privado–, de modo de potenciar los productos y servicios turísticos que Chile ofrece al mundo.

La ejecución del plan entre el 2015 y 2018, se llevará a cabo a través de acciones conjuntas con distintos servicios, estableciendo convenios de transferencias con los ejecutores. Además se establecerán convenios de programación con las regiones involucradas, con el objeto de enriquecer la intervención turística en cada destino.

¹ PRIMER PERIODO DE GOBIERNO PRESIDENTA MICHELLE BACHELET 2006-2010.

² “AGENDA DE PRODUCTIVIDAD, INNOVACIÓN Y CRECIMIENTO”, MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO, GOBIERNO DE CHILE, PÁG. 12.



FOTO TURISMO CHILE, MAURICIO ZUNIGA



FOTO TURISMO CHILE

2 Situación actual del sector turismo

El turismo en el mundo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), en los últimos sesenta años la actividad turística ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndola en uno de los sectores económicos de más rápido crecimiento a nivel global. En la actualidad, el turismo constituye, directa e indirectamente, un 9% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial y genera 1 de cada 11 empleos³.

Otro indicador que da cuenta del dinamismo del sector es el aumento sostenido de las llegadas de turistas internacionales. A nivel mundial, éstas ascendieron a 1.087 millones en 2013, lo que equivale a un incremento de 5% respecto de 2012, año que ya había mostrado un incremento de un 4,1% en relación a 2011. En tanto, las cifras preliminares de llegadas de turistas internacionales correspondientes al 2014 se incrementaron en un 4,4%, alcanzándose un total de 1.135 millones⁴.

En el caso de las Américas –territorio que abarca el 22% de los viajes del mundo–, si se consideran los efectos indirectos del turismo, se tiene que a nivel continental, éste representa un 8,6% del PIB de la región y contribuye con el 9,3% del empleo⁵. Durante 2014 las cifras de la Organización Mundial del Turismo muestran que los ingresos por turismo internacional se incre-

La importancia en cifras del turismo a escala mundial



FUENTE: PANORAMA OMT DEL TURISMO INTERNACIONAL, VERSIÓN 2015.

mentaron en US\$10.000 millones respecto del año anterior, alcanzando un total de US\$274.000 millones. A nivel subregional, es destacable que el Caribe, América Central y América del Sur hayan mostrado un crecimiento más rápido de sus ingresos en términos relativos, registrándose en todas ellas un aumento del 5%⁶.

Los intereses de los turistas han ido cambiando con el paso de los años: históricamente, existía preferencia por destinos consolidados o tradicionales, mientras que en la actualidad hay una tendencia

creciente por nuevas experiencias en destinos considerados exóticos o cuyo desarrollo turístico es incipiente. Así, por ejemplo, Asia y el Pacífico han mostrado crecimientos superiores a Europa en años recientes.⁷

En el mismo sentido, el turismo de intereses especiales ha tenido un importante crecimiento y se ha diversificado, generando mercados de nicho como el ecoturismo o el turismo aventura y aumentando la oferta de otros, como el de cruceros o spas⁸.

3 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2014). PANORAMA OMT DEL TURISMO INTERNACIONAL.

4 FUENTE: [HTTP://WWW2.UNWTO.ORG/ES](http://www2.unwto.org/es).

5 WORLD ECONOMIC FORUM (2013). THE TRAVEL & TOURISM COMPETITIVENESS REPORT 2013.

6 [HTTP://WWW2.UNWTO.ORG/ES](http://www2.unwto.org/es).

7 ESTUDIOS DE COMPETITIVIDAD EN CLÚSTER DE LA ECONOMÍA CHILENA. SECTOR TURISMO, 3 DE JULIO 2007. THE BOSTON CONSULTING GROUP. PÁG. 11.

8 ESTUDIOS DE COMPETITIVIDAD EN CLÚSTER DE LA ECONOMÍA CHILENA. SECTOR TURISMO, 3 DE JULIO DE 2007. THE BOSTON CONSULTING GROUP. PÁG. 22.

El turismo en Chile

Chile como un actor en el contexto mundial, aporta de acuerdo a cifras de la OMT, un 0,3% de las llegadas internacionales y un 0,2% del gasto internacional en turismo. En los últimos años se ha transformado en un importante sector productivo, aportando divisas cercanas a los US\$2.500 millones en 2014⁹.

En 2013 se estimó que el turismo representó en forma directa un 3,2% tanto del PIB como del empleo¹⁰. De forma análoga a lo ocurrido a escala mundial, ambas cifras también aumentan si se consideran los

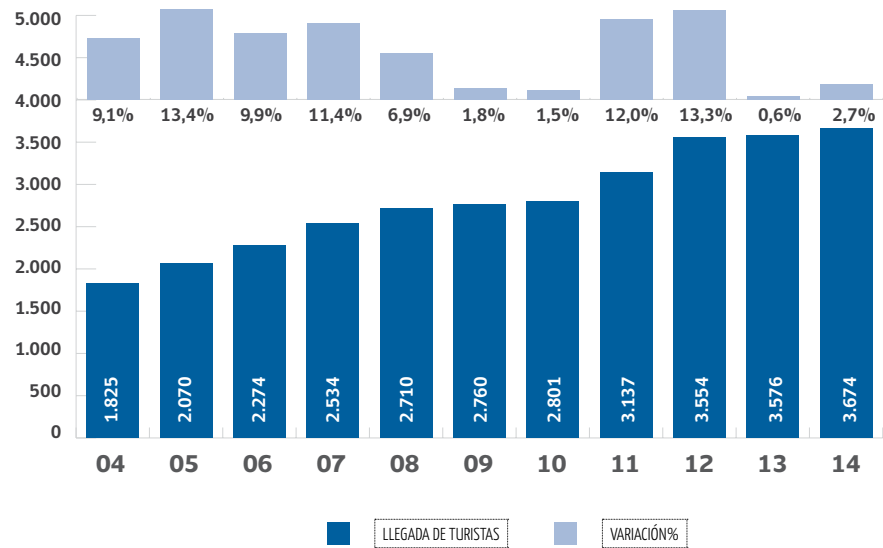
efectos indirectos del turismo: el impacto en el PIB aumenta a un 8,6% y la contribución al empleo a un 8,2%¹¹.

Si a esto se suma el gasto realizado por chilenos y chilenas que viajan cada año por el país –cercano a los US\$4.700 millones–, es posible afirmar que el sector genera una cifra superior a los US\$7.300 millones. En relación al aumento de llegadas de turistas internacionales al país, ésta se incrementó prácticamente en un 100% entre 2004 y 2014¹².

GRÁFICO 1

Llegadas de turistas y variación porcentual (%) respecto del año anterior (2004-2014)

FUENTE: SERVICIO NACIONAL DE TURISMO (2015).



9 SERNATUR 2014. INFORME CUENTA PÚBLICA.

10 WWW.TTC.ORG TRAVEL AND TOURISM IMPACT 2014 CHILE.

11 WORLD ECONOMIC FORUM (2013). THE TRAVEL & TOURISM COMPETITIVENESS REPORT 2013.

12 SERNATUR, 2015.



De los 3 millones 674 mil 391 turistas provenientes del extranjero que ingresaron a Chile en 2014, más de dos tercios provienen de América Latina. Argentina continúa siendo el principal mercado emisor del país, con más de 1,4 millones de llegadas en

2014. Otros mercados, como Brasil y Estados Unidos –que presentan un elevado nivel de gasto en nuestro país–, han consolidado su aporte en llegadas y divisas.

GRÁFICO 2

Principales países emisores de llegadas de turistas / Cifras según país de residencia 2014

FUENTE: SERVICIO NACIONAL DE TURISMO (2015). TURISMO RECEPTIVO.

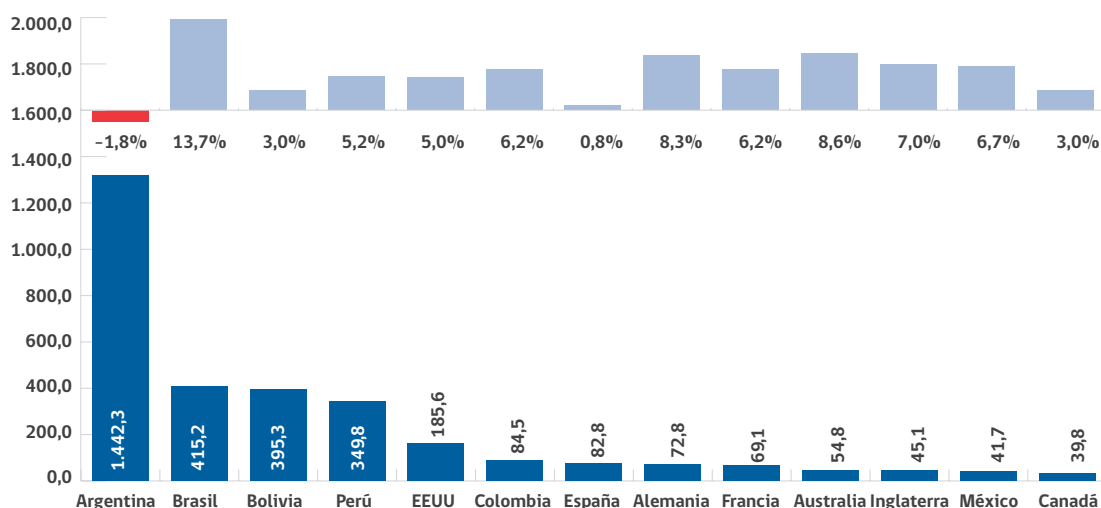
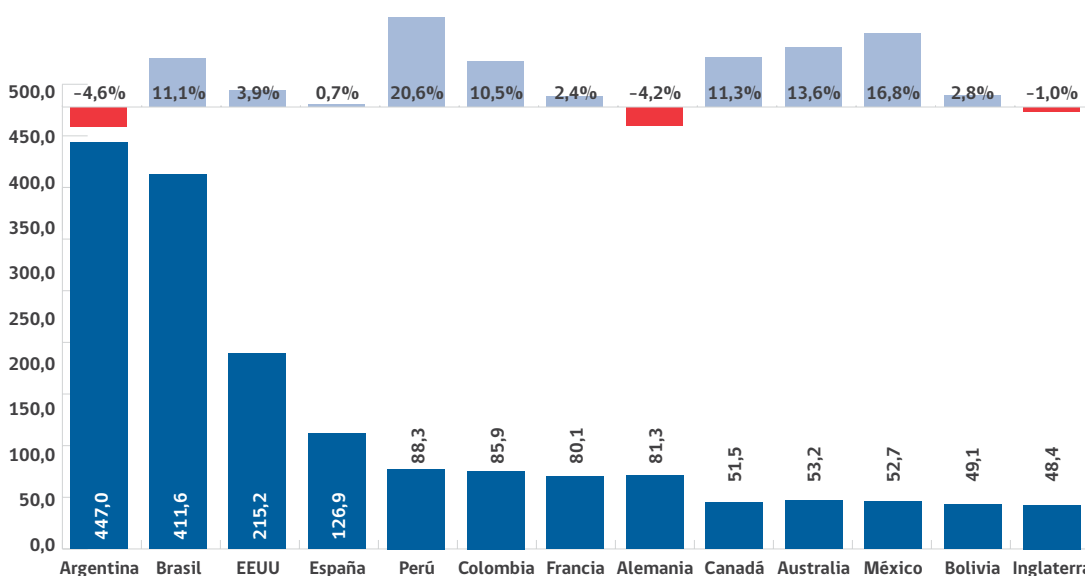


GRÁFICO 3

Principales países emisores en ingresos de divisas (cifras según país de residencia)

FUENTE: SERNATUR (2015). TURISMO RECEPTIVO.



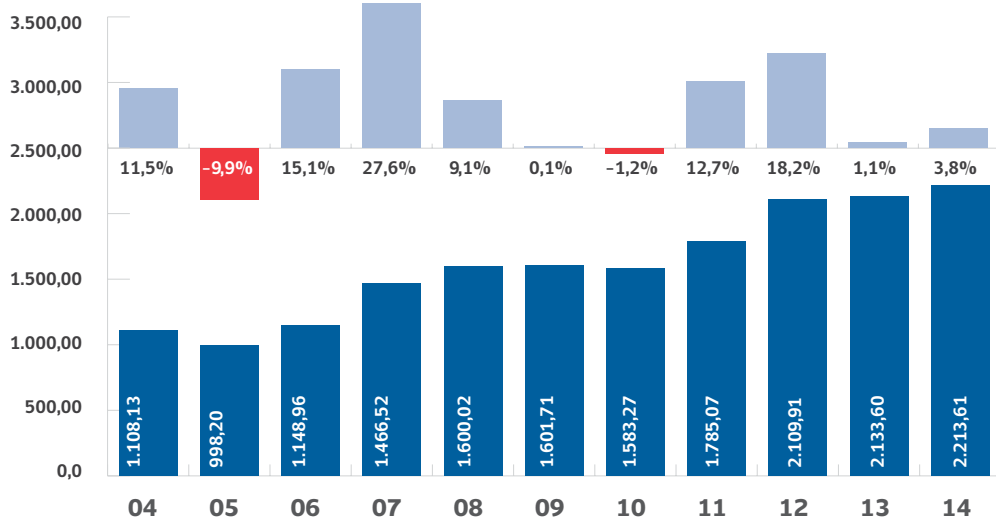
Sin embargo, a pesar de que Chile presenta buenas cifras en términos de llegadas internacionales, no logra crecer significativamente en atraer a turistas de larga distancia, quienes generalmente representan un mayor aporte de divisas.

De los mercados regionales, Argentina es responsable del 39% de las llegadas de visitantes a Chile. El mercado brasilero se destaca por sus aportes en llegadas en un 11% y especialmente en divisas en un 19%, al igual que el mercado europeo en su conjunto¹³.

GRÁFICO 4

Ingreso y variación anual de Divisas

FUENTE: SERVICIO NACIONAL DE TURISMO (2015).



Respecto del comportamiento del turismo interno¹⁴, éste se practica con una marcada estacionalidad, en períodos tradicionales de vacaciones. En cuanto al motivo del viaje, considerando todos los medios de transporte, un 62,8% lo hizo por “vacaciones y descanso”, un 29,5% por “visita a familiares y amigos”, un 2,1% viajó por “negocios/trabajo”, y un 5,6% por “otros mo-

tivos”. Se estima que anualmente ocurren más de 22 millones de viajes de turismo interno, de los cuales el 42% de ellos son en alta temporada, generando un gasto de US\$4.750 millones durante el año.

En Chile, el turismo ocupa el séptimo lugar en las exportaciones de bienes tradicionales. En 2013, el aporte del turismo re-

ceptivo representó el 3,4% del total de las exportaciones de bienes, el 20,2% del total de las exportaciones de servicios y el 2,9% del total de las exportaciones de bienes y servicios de la economía¹⁵.

¹³ CIFRAS SERNATUR 2015.

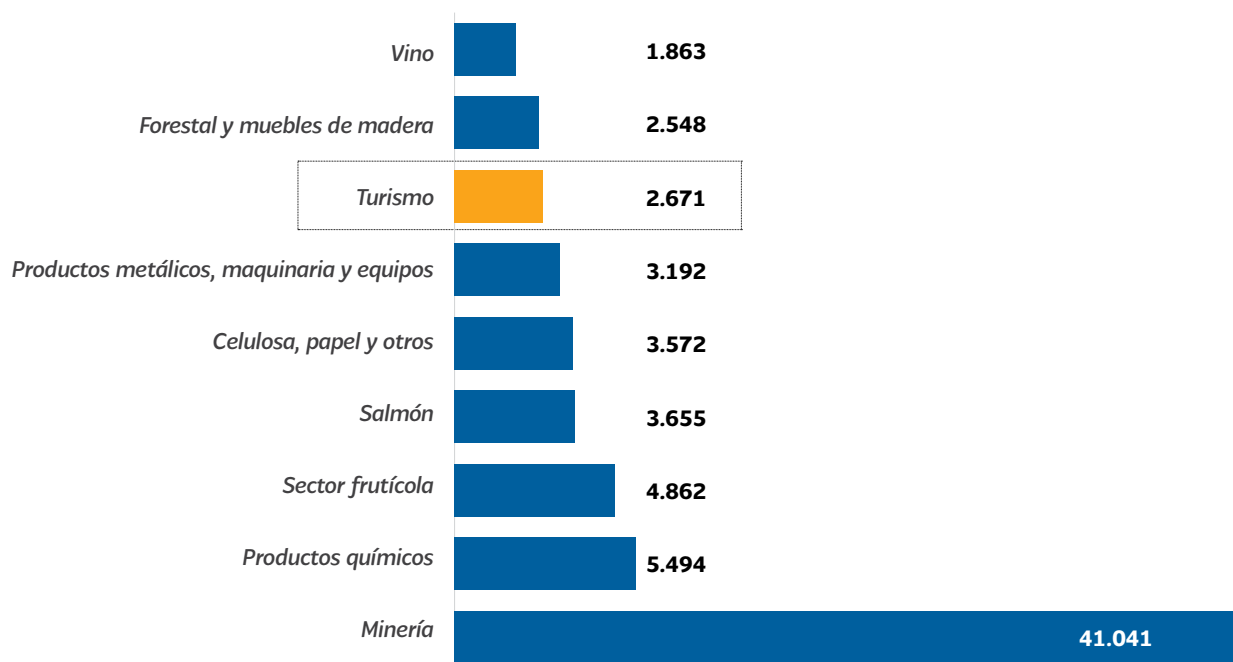
¹⁴ “MEDICIÓN Y COMPORTAMIENTO DEL TURISMO INTERNO” 2012.

¹⁵ COMPORTAMIENTO Y PERFIL DEL TURISMO RECEPTIVO 2013. SERNATUR.



GRÁFICO 5

Exportación de bienes tradicionales y turismo (cifras en millones de dólares)



FUENTE: BANCO CENTRAL DE CHILE, BALANZA DE PAGOS 2014

Desafíos para el turismo en Chile

Junto con ser un sector cuya importancia económica se ha consolidado en el tiempo, el turismo presenta una serie de características favorables que hacen de su fomento un objetivo de alto interés para Chile: contribuye a modificar la matriz económica del país y ayuda a la protección del medioambiente, al ser un sector que reúne industrias no extractivas; genera trabajo, pues es intensivo en mano de obra, especialmente de mujeres y jóvenes, e incentiva el emprendimiento y la innovación. Asimismo,

fortalece la identidad nacional y local, favorece la integración regional y fomenta la protección del patrimonio natural y cultural.

Es importante recalcar que Chile destaca por tener un patrimonio natural con gran potencial de desarrollo, así como recursos culturales valiosos, entre ellos seis sitios declarados Patrimonio de la Humanidad. Además, el país se caracteriza por tener normas y reglamentos propicios para el desarrollo del sector de viajes y turismo, una economía abierta a la inversión extranjera y a los acuerdos de servicios aéreos, requeri-

mientos de visados con escasas restricciones, entre otras. Asimismo, cuenta con un adecuado nivel de seguridad y una infraestructura turística mejorada¹⁶.

El "Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable" permitirá proporcionar foco, claridad y gradualidad al desarrollo del sector, medir sus avances, articular los distintos agentes públicos y privados, con el objetivo de incrementar y multiplicar los impactos positivos en el corto plazo.

¹⁶ "EL G20 RECONOCE POR PRIMERA VEZ QUE LOS VIAJES Y EL TURISMO SON UN MOTOR DE CRECIMIENTO ECONÓMICO Y SE COMPROMETE A TRABAJAR EN LA FACILITACIÓN DE LOS VIAJES", [HTTP://MEDIA.LINWTO.ORG](http://media.linwto.org).

INDUSTRIA DEL TURISMO EN CHILE

US\$7.300

MILLONES

(FUENTE SERNATUR)



AGENDA DE PRODUCTIVIDAD INNOVACIÓN Y CRECIMIENTO



turismo sector estratégico



LEY 20.423

SISTEMA INSTITUCIONAL PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO

COMITÉ DE MINISTROS DEL TURISMO

SUBSECRETARÍA DE TURISMO

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO

CONSEJO CONSULTIVO DE PROMOCIÓN



DELIMITACIÓN TERRITORIAL



COMPONENTES DEL PLAN



Ejecución del plan

83 DESTINOS TURÍSTICOS

- » DIVERSIFICACIÓN DE EXPERIENCIAS
- » DESARROLLO DE DESTINOS
- » FORTALECIMIENTO DE LA CALIDAD Y EL CAPITAL HUMANO
- » INCENTIVO AL TURISMO INTERNO CON ENFOQUE INCLUSIVO
- » PROMOCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL

En Chile ocurren 22 millones



DE VIAJES DE TURISMO INTERNO GENERANDO UN GASTO DE **US\$4.750 millones** DURANTE EL AÑO.

¿Por qué viajan los chilenos por Chile?

- 62,8% lo hizo por vacaciones y descanso
- 29,5% por visita a familiares y amigos
- 2,1% viajó por negocios/trabajo
- 5,6% por "otros motivos".

"MEDICIÓN Y COMPORTAMIENTO DEL TURISMO INTERNO" 2012.

Datos de Interés

ARGENTINA TIENE UNA POSICIÓN GRAVITANTE YA QUE ES RESPONSABLE DEL 39% DE LAS LLEGADAS DE VISITANTES A CHILE.

DESTINOS CON PRODUCTO SIMILAR



Argentina, Perú, Nueva Zelanda y Australia
REALIZAN IMPORTANTES INVERSIONES EN PROMOCIÓN

RECURSOS POR
US\$ 100
MILLONES

PARA FINANCIAR EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE

PERÍODO 2015-2018

CHILE COMPARTE EL CONCEPTO DE

turismo sustentable

QUE PLANTEA LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO.

Concepto que integra las variables ambientales, sociales y económicas.

Llegada de turistas

2004 = 1.825.000

2014 = 3.674.000



FOCALIZACIÓN TERRITORIAL

PERMITIÓ IDENTIFICAR, DELIMITAR Y CLASIFICAR DESTINOS PRIORIZADOS



Los destinos fueron clasificados según el índice de intensidad de la actividad turística, en las siguientes clases:

Consolidados, potenciales o emergentes.

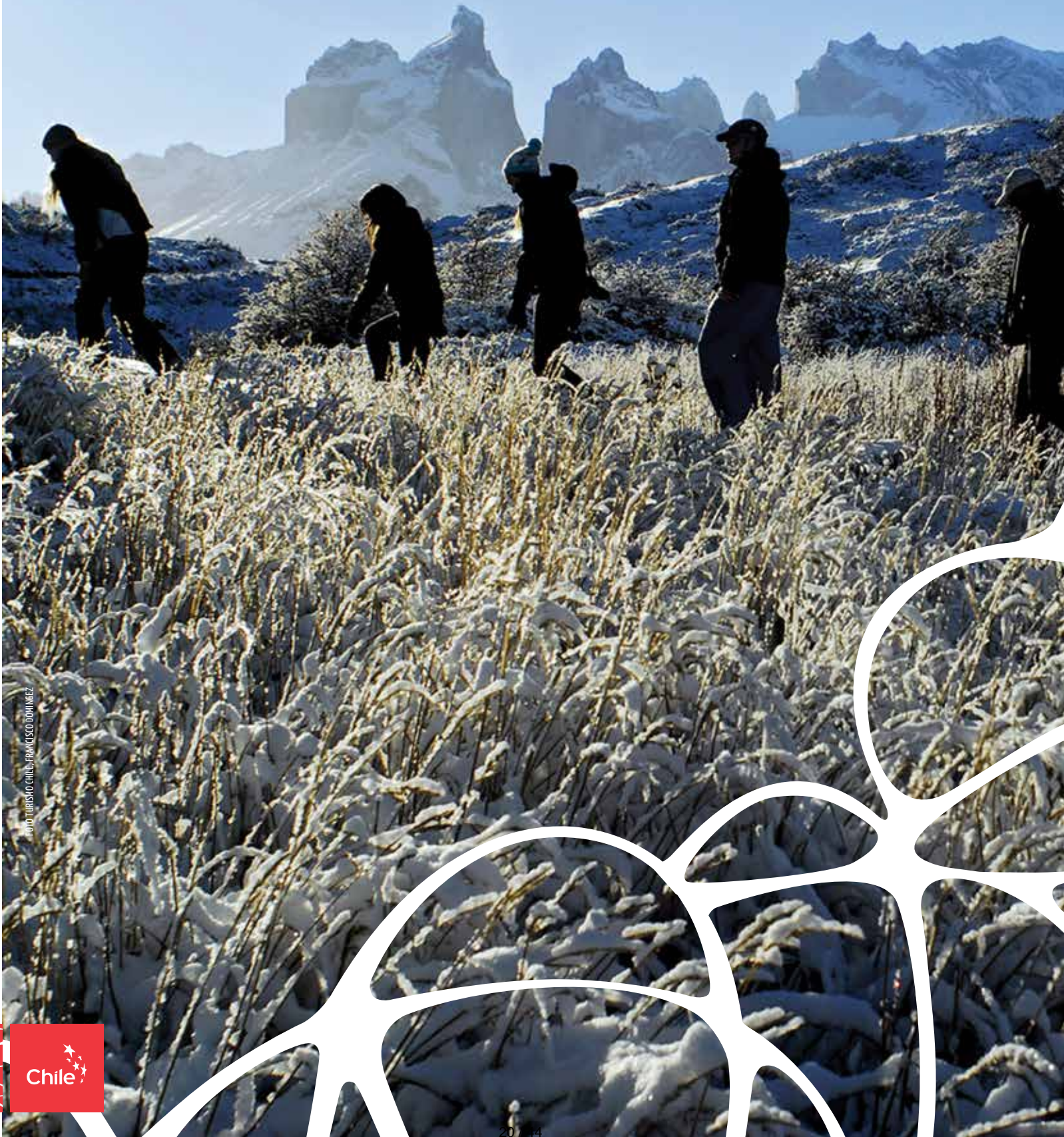


PHOTO: TURISMO CHILE, FRANCISCO DOMÍNGUEZ

3 / Objetivo General

Impulsar el desarrollo sustentable del sector, mediante acciones en destinos turísticos priorizados del país, que permitan su reconocimiento interno como sector económico relevante y mejoren la posición competitiva de Chile.

4 / Objetivos específicos

- a. *Desarrollar nuevas e innovadoras experiencias turísticas, que consideren elementos culturales e identitarios.*
- b. *Incentivar a que más chilenos y chilenas viajen, conozcan y disfruten Chile.*
- c. *Captar mayor valor por turista, mediante acciones de mejoramiento de la oferta y su promoción en mercados internacionales prioritarios.*
- d. *Fortalecer el desarrollo sustentable de destinos, a partir de un enfoque territorial integrado que promueva la articulación de actores locales y regionales.*



FOTO FUNDACIÓN IMAGEN CHILE, CRISTÓBAL GONZALEZ

5 Principios

Se identifican cuatro principios transversales para el desarrollo del sector; los que orientan las distintas acciones contempladas en el plan.

a. Sustentabilidad

Chile comparte el concepto de turismo sustentable que plantea la Organización Mundial del Turismo, OMT¹⁷, en el sentido de que la sustentabilidad es un concepto que integra las variables ambientales, sociales y económicas, implicando el equilibrio entre el desarrollo de los ecosistemas con foco en el turismo y su vulnerabilidad, de modo de asegurar a las generaciones futuras su existencia y disfrute.

Las acciones contempladas en el plan considerarán los criterios definidos por la OMT para los tres ámbitos de la sustentabilidad¹⁸. Estos son:

- » Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- » Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales, arquitectónicos, sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y el respeto intercultural.
- » Asegurar actividades económicas viables a largo plazo, que contribuyan a la reducción de la pobreza y cuyos beneficios socioeconómicos, - tales como oportunidades de empleo estable, obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades locales-, sean distribuidos equitativamente.

b. Focalización territorial

Dado que el turismo como actividad se desenvuelve en un espacio geográfico, en el que las variables de naturaleza, infraestructura, base económica, vida cultural e historia definen su nivel de desarrollo, las acciones contempladas promoverán territorios que cumplen la condición de destino turístico, con el fin de generar un turismo con identidad local.

c. Inclusión y equidad

En coherencia con lo señalado en el programa de gobierno, el plan busca enfrentar la desigualdad, permitiendo mayores niveles de equidad, igualdad de oportunidades y derechos para los chilenos y chilenas.

¹⁷ SEGÚN LA OMT, SDT.UWTO.ORG/ES/CONTENT/DEFINICION, LA DEFINICIÓN DE TURISMO SUSTENTABLE ES: "EL TURISMO QUE TIENE PLENAMENTE EN CUENTA LAS REPERCUSIONES ACTUALES Y FUTURAS, ECONÓMICA, SOCIALES Y MEDIO AMBIENTALES, PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE LOS VISITANTES DE LA INDUSTRIA, DEL ENTORNO Y DE LAS COMUNIDADES ANFITRIONAS."

¹⁸ ADAPTADO DE SDT.UWTO.ORG/ES/CONTENT/DEFINICION.

Este principio a través del plan, buscará facilitar especialmente el acceso de las micro y pequeñas empresas, a los programas e instrumentos de fomento¹⁹, a la vez , fortalecerá el acceso al turismo de más chilenos y chilenas -de distintos segmentos de la población- con el fin de que puedan conocer y disfrutar Chile, sus tradiciones, cultura y atractivos naturales. Finalmente, impulsará el mejoramiento de las competencias de las personas que se desempeñan o quieren trabajar en el sector incorporando un enfoque que promueva el acceso de las mujeres a mejores condiciones de empleabilidad.

d. Articulación de actores

El turismo como sector productivo es desarrollado en gran medida por actores privados que se despliegan vinculados a los territorios y que cuentan con organizaciones gremiales de representación territorial (cámaras de turismo, asociaciones de empresarios) y sectorial (asociaciones de trabajadores y asociaciones y federaciones de empresarios y empresarias de distintos rubros). La industria se caracteriza por estar fragmentada y compuesta por micro, pequeñas y medianas empresas.

Del mismo modo, las instituciones públicas vinculadas al sector son muchas y con muy distintas competencias y énfasis. Para crecer y desarrollarse, el turismo en Chile, requiere la acción colaborativa y coordinada de los distintos actores del sector público y privado. Para aprovechar las oportunidades e impulsar el crecimiento y competitividad se hace necesario dialogar y desarrollar una visión compartida del sector y sus desafíos entre los distintos actores.

¹⁹ IBID PÁG. 69.



FOTO FUNDACIÓN IMAGEN CHILE, CRISTÓBAL COBREA

6 / Delimitación territorial y Componentes del plan

6.1 Delimitación Territorial

CONTEXTO GEOGRÁFICO



CARTOGRAFÍA DESARROLLADA EN BASE A
INFORMACIÓN DE: SERNATUR Y CONAF.

Con el fin de lograr un mayor impacto en la ejecución de este plan, se realizó un proceso de delimitación territorial, que permitió identificar y clasificar, según su estado de desarrollo, 83 destinos turísticos.

A continuación, se presentan los destinos turísticos y su relación con Zonas de Interés Turístico y Áreas Protegidas, en mapas divididos por macro regiones.

Para ello se llevó a cabo, en conjunto con las direcciones regionales de Sernatur, un proceso de focalización territorial, que permitió identificar, delimitar y clasificar, según su estado de desarrollo, los destinos priorizados. Éstos fueron clasificados según el índice de intensidad de la actividad turística²⁰, en las siguientes clases: consolidados, potenciales o emergentes.

²⁰ EL ÍNDICE DE INTENSIDAD TURÍSTICA CORRESPONDE A UN ANÁLISIS FACTORIAL QUE CONSIDERA 27 VARIABLES RELACIONADAS CON TURISMO, DE ACUERDO A METODOLOGÍA ELABORADA POR LA SUBDIRECCIÓN DE ESTUDIOS DEL SERVICIO NACIONAL DE TURISMO 2014.

Delimitación Territorial



©SERVIATUR Y TURISMO CHILE

LEYENDA

- CIUDADES PRINCIPALES
- DESTINOS TURÍSTICOS
- PARQUE NACIONAL
- ZONA DE INTERÉS TURÍSTICO (ZOIT)

ÍNDICE DE INTENSIDAD TURÍSTICA

- 0 - 10
- 10 - 12.5
- 12.5 - 15
- 15 - 20
- 20 - 30
- 30 - 40
- 40 - 50
- 50 - 60
- 60 - 100







*EL TRAZADO DE LOS LÍMITES DE ESTOS MAPAS TIENEN CARÁCTER PRELIMINAR, NO OFICIAL.












© SERENATUR Y TURISMO CHILE

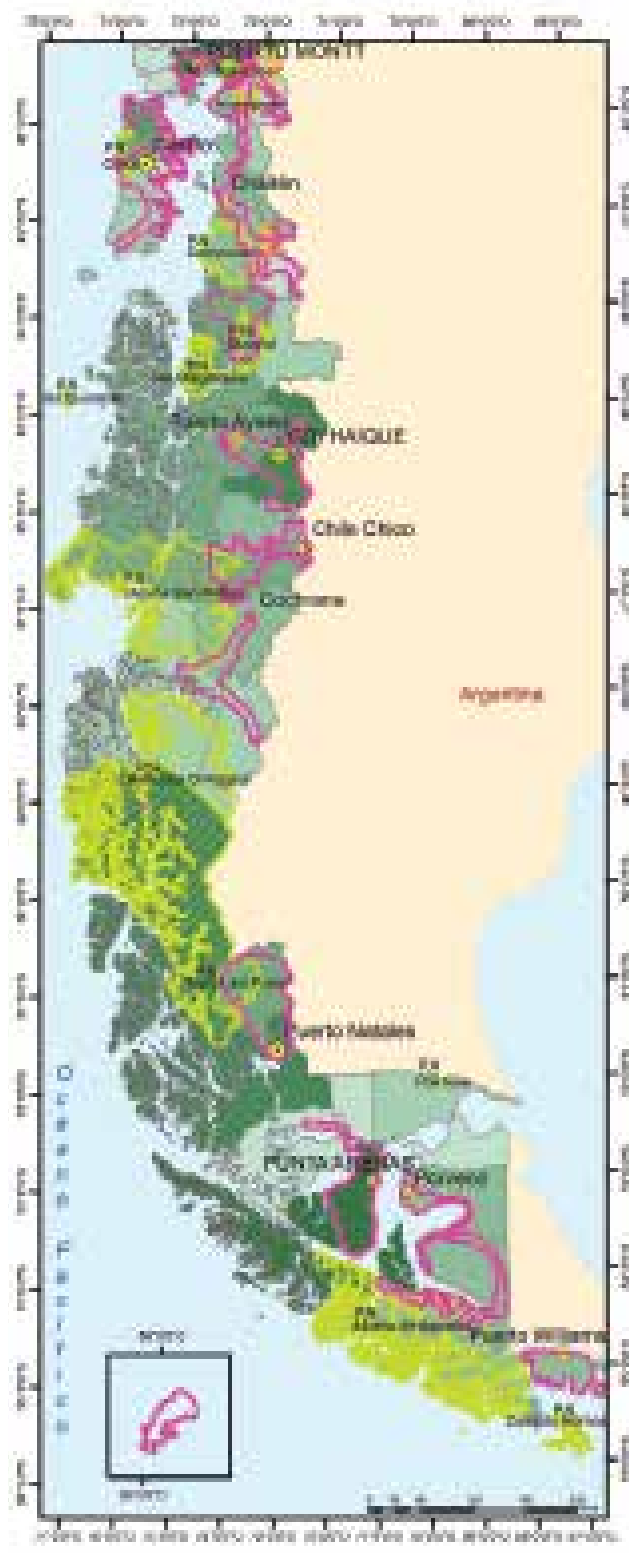
LEYENDA

-  CIUDADES PRINCIPALES
-  DESTINOS TURÍSTICOS
-  PARQUE NACIONAL
-  ZONA DE INTERÉS TURÍSTICO (ZOIT)

ÍNDICE DE INTENSIDAD TURÍSTICA





-  0 - 10
-  10 - 12.5
-  12.5 - 15
-  15 - 20
-  20 - 30
-  30 - 40
-  40 - 50
-  50 - 60
-  60 - 100

*EL TRAZADO DE LOS LÍMITES DE ESTOS MAPAS TIENEN CARÁCTER PRELIMINAR, NO OFICIAL.












©SERVIATUR Y TURISMO CHILE

LEYENDA

-  CIUDADES PRINCIPALES
-  DESTINOS TURÍSTICOS
-  PARQUE NACIONAL
-  ZONA DE INTERÉS TURÍSTICO (ZOIT)

ÍNDICE DE INTENSIDAD TURÍSTICA

-  0 - 10
-  10 - 12.5
-  12.5 - 15
-  15 - 20
-  20 - 30
-  30 - 40
-  40 - 50
-  50 - 60
-  60 - 100



*EL TRAZADO DE LOS LÍMITES DE ESTOS MAPAS TIENEN CARÁCTER PRELIMINAR, NO OFICIAL.

El resultado de lo anterior se complementó con la identificación de brechas que afectan la competitividad turística en cada uno de los destinos, lo que permitió caracterizar y priorizar un conjunto de iniciativas que se estructuran en torno a cinco componentes, constituidos a su vez por un número variable de líneas de acción.

Estos componentes son:

- » ***Diversificación de experiencias***
- » ***Desarrollo de destinos***
- » ***Fortalecimiento de la calidad y el capital humano***
- » ***Incentivo al turismo interno con enfoque inclusivo***
- » ***Promoción nacional e internacional***

6.2 Componentes

6.2.1 Diversificación de Experiencias

Actualmente, las preferencias de los turistas a la hora de planificar sus viajes no sólo incluyen conocer los lugares y visitar sus atractivos, sino también nuevas experiencias que les permitan conectar con emociones que a su vez generen recuerdos memorables.

Los turistas hoy presentan requerimientos cada vez más específicos como, por ejemplo, preocupación por lo social y lo ambiental, aumento en el número de personas que viajan en forma individual, mayor deseo de experimentar vivencias alejadas de las grandes ciudades, vacaciones multigenera-

cionales y uso intensivo de la tecnología en cada fase del viaje. El plan busca desarrollar una oferta de experiencias innovadoras con un contenido diferenciador, auténtico, que pone en valor el patrimonio en conexión con la comunidad local.

Línea de acción 1 Desarrollo turístico sustentable en áreas protegidas

Potenciar el desarrollo turístico en áreas protegidas, a través de la puesta en valor de su patrimonio natural y cultural, la entrega de productos y servicios turísticos con altos estándares de sustentabilidad y calidad. Para ello se desarrollará un trabajo coordinado con instituciones vinculadas a las áreas protegidas, entre otras, el Ministerio Medio del Ambiente, el Ministerio de Bienes Nacionales y la Corporación Nacional Forestal (CONAF).

Acciones específicas

- » Diseñar e implementar infraestructura habilitante en zonas de uso público en las áreas protegidas seleccionadas.
- » Fortalecer las condiciones habilitantes para el desarrollo del turismo sustentable en las áreas protegidas seleccionadas mediante la coordinación con actores claves y el desarrollo de herramientas, estándares y programas que permitan impulsar este tipo de desarrollo turístico.
- » Implementar diversos mecanismos de interpretación del patrimonio natural y cultural que resalten los objetos de protección de las áreas seleccionadas mediante la elaboración de soportes diversos y dispositivos que permitan potenciar la experiencia de los visitantes.
- » Coordinar acciones que permitan la incorporación de las comunidades locales en la comercialización de productos y servicios turísticos compatibles y complementarios de las experiencias que se ofrecen en las áreas protegidas seleccionadas, a modo de contribuir en la mejora de la calidad de vida de estos actores locales.
- » Diseñar y articular diversos mecanismos para que el turismo contribuya en la conservación de la biodiversidad en las áreas protegidas seleccionadas.

RESERVA CERRO CASTILLO



P.N. LA CAMPANA



P.N. PAN DE AZÚCAR



P.N. RADAL SIETE TAZAS



FOTOS © SER NATUR



Línea de acción 2 **Desarrollo de nueva oferta de productos turísticos**

Diversificar la experiencia turística disponible en el territorio nacional mediante la ampliación de la oferta de servicios basados en líneas temáticas transversales que nos permitan ser más competitivos y destacar la oferta diferenciadora de nuestro país. La coordinación con instituciones: Corporación Nacional Forestal, Gobiernos Regionales, Servicio Nacional de Turismo, Corporación de Fomento a la Producción, Corporación Nacional de Desarrollo Indígena, Servicio de Cooperación Técnica, Empresa de los Ferrocarriles del Estado y otros, son imprescindibles para la consecución de esta línea de acción.

Acciones específicas

- » Articular estrategias de intervención con estándares de calidad y sustentabilidad en líneas temáticas de alto potencial, tales como: turismo de naturaleza en áreas protegidas, turismo indígena, turismo astronómico y científico, turismo en patrimonio ferroviario, enoturismo, turismo náutico, turismo de negocios y turismo deportivo.
- » Articular los Programas Estratégicos con sello regional (PER), financiados por la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) con los lineamientos del plan para que contribuyan sinérgicamente a mejorar la competitividad de los productos turísticos.

INDICADORES DEL COMPONENTE

- » Número de áreas protegidas con desarrollo de nueva oferta y servicios.
- » Número de nuevas experiencias turísticas desarrolladas durante el periodo 2015-2018.

6.2.2. Desarrollo de destinos

Chile posee en el ámbito internacional una oferta consolidada en destinos turísticos como son: Santiago, Valparaíso, San Pedro de Atacama, Isla de Pascua y Patagonia, territorios que concentran la mayor parte de las preferencias de quienes visitan el país. A nivel nacional, la actividad se desarrolla principalmente en destinos de playa como son las regiones de Coquimbo y Valparaíso, seguido por la zona de Araucanía Lacustre, Los Ríos y Los Lagos.

El plan busca fortalecer los destinos consolidados, así como impulsar nuevos destinos con potencial turístico y establecer diferentes acciones según la etapa de desarrollo en que se encuentran. Las principales iniciativas del plan apuntan a acortar brechas de competitividad en ámbitos tales como: infraestructura habitante, inversión privada, marketing, asociatividad, creación de empresas, innovación, calidad y capital humano, etc. Para el logro de este objetivo se requiere una estrecha articulación

con otros organismos del Estado que, a través de su accionar, tienen alto impacto en el turismo, entre ellos el Ministerio de Obras Públicas, Subsecretaría de Desarrollo Regional, Corporación de Fomento a la Producción, Servicio de Cooperación Técnica y Servicio Nacional de Turismo. Asimismo, la articulación contempla la vinculación con actores relevantes del destino, como son las comunidades locales, municipios, asociaciones, gremios del sector y prestadores de servicios turísticos, entre otros.

Línea de acción 1 Desarrollo de Zonas de Interés Turístico (ZOIT)

Fortalecer la articulación público-privada con enfoque territorial en destinos que disponen de condiciones especiales para la atracción de flujos turísticos, a través de la gestión de Zonas de Interés Turístico.

Acciones específicas

- » Impulsar la actualización de ZOIT declaradas con anterioridad a la Ley N° 20.423 bajo la nueva normativa, mediante la convocatoria de diversos actores locales, especialmente los municipios y direcciones regionales del Servicio Nacional de Turismo, entre otros.
- » Impulsar la postulación y desarrollo de nuevas ZOIT en territorios comunales o intercomunales que posean condiciones especiales para la atracción turística.
- » Realizar acciones tendientes a fomentar el desarrollo sustentable de las ZOIT ya declaradas por medio de la ejecución de programas y proyectos públicos.

Línea de acción 2 Habilitación de infraestructura para el turismo

Articular los planes de infraestructura pública con los desafíos del sector turismo en los territorios focalizados, con el fin de impulsar un desarrollo integral en los destinos.

Acciones específicas

- » Elaborar planes y programas para el desarrollo de infraestructura que mejore la competitividad turística a nivel de destinos, en coordinación con el Ministerio de Obras Públicas
- » Ejecutar un plan de mejoramiento de señalización turística, en coordinación con el Ministerio de Obras Públicas.
- » Definir estándares para el diseño de obras de infraestructura pública de apoyo al desarrollo turístico, en coordinación con el Ministerio de Obras Públicas.



Línea de acción 3 Impulso al desarrollo de destinos turísticos

Implementar acciones que permitan cubrir brechas de competitividad en destinos turísticos, por medio de la articulación de actores e instrumentos de fomento disponibles.

Acciones específicas

- » Aplicar herramientas de mayor focalización para destinos que requieren un impulso y gestión en su desarrollo a través de la aplicación de un Instrumento de Fomento Integrado (IFI).
- » Liderar y coordinar la ejecución de acciones que permitan disminuir brechas de competitividad en destinos turísticos.

Línea de acción 4 Fortalecimiento de la articulación de actores

Vincular a los diversos actores, tanto del mundo público como privado, a nivel nacional, regional y local para la generación de un trabajo conjunto y coordinado que permita optimizar la competitividad del sector en los destinos.

Acciones específicas

- » Crear redes de coordinación de organismos públicos en torno a acciones contempladas en el desarrollo de destinos considerados en el plan.
- » Promover la asociatividad y representatividad del turismo a nivel regional y/o nacional.
- » Elaborar y desarrollar una agenda temática con las organizaciones gremiales del turismo a nivel nacional de mediano y largo plazo.
- » Promover el desarrollo de actores regionales y municipales en temáticas de turismo en sus territorios a través de la construcción de una agenda de trabajo conjunta entre la institucionalidad turística y el mundo municipal.
- » Coordinar las distintas instituciones que interactúan con los y las turistas con el fin de mejorar su experiencia a través de la simplificación y fluidez de las formalidades aplicadas en su ingreso, permanencia y egreso.

INDICADORES DEL COMPONENTE

- » Porcentaje de ZOIT atendidas a través del plan.
- » Porcentaje de destinos con diseño o implementación de infraestructura turística a través del plan.
- » Porcentaje de destinos con intervención de Instrumento de Fomento Integrado (IFI) implementados.
- » Grado de implementación de agendas de trabajo con actores del sector público y privado.

6.2.3. Fortalecimiento de la calidad y el capital humano

La calidad de los servicios turísticos es un factor ampliamente valorado por los visitantes, tanto en lo referido a las competencias y habilidades del capital humano que se desempeña en el sector, como también en el conjunto de los satisfactores que van a cumplir con sus expectativas. Por ello, los estándares, las condiciones de seguridad y la capacitación en la industria son tan relevantes.

El plan busca apoyar iniciativas de capacitación laboral, mediante el desarrollo de competencias para quienes trabajan en el sector, así como también el apoyo en el desarrollo de capacidades en la gestión de servicios turísticos.

Entre las medidas a implementar, se busca incentivar la preferencia y valorización por parte de la industria a servicios turísticos

que adopten medidas de calidad, tanto a nivel de certificación como de buenas prácticas. Por otra parte, a nivel de capital humano se busca dar un salto cuantitativo y cualitativo en la preparación y certificación de los profesionales que se desempeñan en el sector turismo.

Línea de acción 1 **Calificación del recurso humano del sector turismo**

Mejorar la competitividad del sector con trabajadores altamente capacitados, que entreguen valor en su desempeño, y contribuir al cierre de las brechas entre las competencias que tengan los profesionales del sector y los requerimientos de la industria.

Acciones específicas

- » Asegurar la pertinencia y calidad de las mallas académicas que forman a técnicos y profesionales del sector, en conjunto con los prestadores de servicios turísticos: universidades, centros de formación técnica, institutos profesionales, liceos técnicos, y organismos internacionales.
- » Aumentar la capacitación para los trabajadores del sector, en conjunto con las instituciones correspondientes.
- » Aumentar la capacitación en planes formativos de oficios y certificar las competencias de los trabajadores, poniendo esta última en valor para el empleador e incentivarlo a la contratación de personal que cuente con ella.

Línea de acción 2 **Certificación de servicios turísticos**

Generar herramientas para que las empresas mejoren su competitividad a través de la adopción de estándares técnicos o protocolos complementarios de éstos, ya sea de calidad, sustentabilidad o seguridad, entre otros, de manera de facilitar el acceso a mercados de mayor gasto y más exigentes.

Acciones específicas

- » Adecuar normas técnicas, mediante la incorporación de elementos de gestión transversal a los diferentes tipos de servicios y la adaptación a la realidad de los prestadores de servicios turísticos.
- » Mejorar el proceso de certificación, incorporando directrices que aseguren adecuados procesos de auditoría y calificación de auditores, así como de la función efectuada por consultores de apoyo al proceso.
- » Implementar herramientas de financiamiento para los distintos procesos.



Línea de acción 3 **Buenas prácticas de gestión de calidad**

Desarrollar herramientas de mejora en la gestión, que sean de fácil adecuación tanto a su tipo de prestación como a las características territoriales y culturales donde está emplazado el servicio turístico.

Acciones específicas

- » Implementar un sistema que entregue herramientas de buenas prácticas a grupos de micro y pequeñas empresas, transversal a todo tipo de servicios turísticos.
- » Materializar transferencia tecnológica de herramientas de mejora en la gestión para micro y pequeñas empresas.
- » Difundir y capacitar sobre el sistema al sector.

Línea de acción 4 **Promoción y valorización de la certificaciones de calidad y protocolos de sustentabilidad**

Aumentar la valorización de los servicios turísticos acogidos al sistema y de empresas con equipos profesionales preparados, como elemento diferenciador en la toma de decisión de los y las turistas.

Acciones específicas

- » Generar instancias de priorización que den valor al sistema de calidad y sustentabilidad a través de la coordinación inter organismos.
- » Generar un plan de marketing y efectuar campañas de promoción que incentiven la preferencia por empresas con Sello de Calidad y Sustentabilidad.
- » Lograr reconocimiento multilateral a nivel regional de los sistemas de certificación.
- » Elaborar estudios de percepción de la calidad, recursos humanos y normativas legales del sector.

INDICADORES DEL COMPONENTE

- » Número de horas de capacitación en distintos aspectos del turismo.
- » Número de servicios turísticos certificados.
- » Número de empresas beneficiadas por el programa de buenas prácticas.
- » Porcentaje de aumento de la satisfacción del turista.

6.2.4. Incentivo al turismo interno con enfoque inclusivo

Este componente contribuye a abordar la capacidad ociosa estacional que presentan los establecimientos de alojamiento en diversos destinos turísticos distribuidos a lo largo del país, mediante el impulso al turismo interno a través del fortalecimiento e incorporación de segmentos de la población con dificultades de acceso a la actividad turística.

De esta manera, el plan avanza en la eliminación de barreras al acceso, que permitan la práctica del turismo a distintos segmentos de la población por la vía de articular una oferta atractiva de destinos y servicios turísticos, junto con el apoyo focalizado a ciertos grupos de la población.

Mediante distintos programas se facilitará el acceso a familias vulnerables, jóvenes estudiantes de enseñanza media de colegios municipales, particulares subvencionados y adultos mayores para beneficiarse de los aspectos sociales, psicológicos y culturales que ofrece el turismo.

Línea de acción 1 Turismo familiar

Favorecer el acceso de familias chilenas vulnerables al turismo, a través de un programa de turismo social que co-financie viajes en distintas épocas del año para las familias de menores ingresos, con énfasis en aquellas con mujeres jefas de hogar.

Acciones específicas

- » Implementar el Programa de Turismo Familiar, que prioriza familias con mujeres jefas de hogar.
- » Complementar el Programa Turismo Familiar con recursos a nivel regional.

Línea de acción 2 Gira de Estudio y Vacaciones Tercera Edad

Contribuir a aminorar la marcada estacionalidad de la ocupación de los establecimientos de alojamiento en Chile a través de la promoción y fortalecimiento de los programas Gira de Estudio y Vacaciones Tercera Edad.

Acciones específicas

- » Complementar programas con recursos a nivel regional.
- » Fortalecer y coordinar un plan de promoción de los programas a través de los municipios.

INDICADORES DEL COMPONENTE

- » Porcentaje de recursos de nivel regional complementados respecto de los recursos nacionales invertidos en la región.
- » Porcentaje de aumento de la cobertura de los programas de turismo social: adultos mayores y gira de estudios.



6.2.5. Promoción nacional e internacional

La gestión de la demanda del Turismo es un factor clave para el desarrollo del sector. Chile muestra una marcada estacionalidad en la demanda interna, situación que complica a los productos y servicios turísticos del país, en particular aquellos que se encuentran más alejados de los principales núcleos urbanos²¹. De igual manera, la llegada de turistas internacionales se concentra entre los viajeros provenientes desde Argentina, Brasil y en menor medida de Europa y Norteamérica. Promover la demanda significa, aumentar las llegadas de aquellos que ya nos visitan, atraer viajeros de otras latitudes, además de fomentar una mayor estada en Chile, tanto para los y las turistas internacionales como nacionales.

El país debe priorizar una promoción turística enfocada y efectiva, mediante el uso de inteligencia de mercado en turismo, y una planificación estructurada y estratégica. Al mismo tiempo, debe aprovechar sus ventajas competitivas y elementos diferenciadores en gastronomía, vinos, patrimonio cultural, áreas protegidas, playas y escenarios diversos, para atraer turistas, contando una historia atractiva y motivante alrededor de cada una de estas experiencias.

Es esencial conducir acciones de marketing integradas, para profundizar la conciencia sobre Chile, asegurar la consistencia del mensaje a través de la industria, entregando “el mensaje correcto en los

mercados y consumidores correctos”, enfocando las estrategias de promoción en consumidores finales.

Igualmente, se promoverán nuevas posibilidades de acceso a la información, así como tecnología, para mejorar y adaptar aquella existente para quienes visitan el país. Estas acciones deben permitir que los que practican el turismo puedan identificar destinos y planear viajes hacia y dentro de Chile. Asimismo, se espera que estas acciones sirvan para que la industria pueda ir adecuando su oferta a los nuevos requerimientos de los y las turistas.

Línea de acción 1 Desarrollo Plan de Marketing Nacional 2016-2018

Efectuar acciones de promoción y publicidad dirigidas a comunicar e incentivar la demanda de turismo interno por los destinos de Chile.

Acciones específicas

- » Ejecutar un Plan de Marketing Nacional.
- » Consolidar el programa promocional turístico denominado “Chile es tuyo”, dirigido al mercado interno, con el fin de incentivar los viajes recreativos de los chilenos y las chilenas dentro del país, realizando campañas genéricas por temporada.
- » Generar instancias para muestras de destinos nacionales, como vitrina de la oferta.

Línea de acción 2 Desarrollo Plan de Marketing Internacional 2016-2018

Efectuar acciones de promoción y publicidad dirigidas a comunicar e incentivar la demanda del mercado turístico receptivo por los destinos turísticos de Chile.

Acciones específicas

- » Ejecutar un Plan de Marketing Internacional.
- » Crear y ejecutar una campaña genérica a nivel internacional que refleje los atributos diferenciadores y el posicionamiento deseado en los mercados prioritarios y que contribuya a mejorar la competitividad del destino frente a su competencia.
- » Actualizar el sitio web (chile.travel) que incluya un aplicativo dinámico y práctico en su uso, que facilite la planificación de un viaje a Chile.

21. BOSTON CONSULTING GROUP, 2007, PÁG 28.

Línea de acción 3 Fortalecimiento de la inteligencia de mercado en turismo

Fortalecer la inteligencia turística existente sobre el mercado nacional e internacional mediante la generación de información y mejoramiento del acceso de la misma, para una mejor toma de decisiones.

Acciones específicas

- » Realizar estudios para profundizar la información relacionada con el comportamiento de turistas.
- » Actualizar información respecto de las tendencias de mercado.
- » Establecer mecanismos de comunicación con el fin de compartir la información y conocimientos con el sector.

INDICADORES DEL COMPONENTE

- » Porcentaje de aumento de divisas generadas por el turismo receptivo.
- » Porcentaje de aumento de llegadas.
- » Porcentaje de aumento de ingresos generados por el turismo interno.
- » Número de estudios realizados en el ámbito de la inteligencia de mercado.



7 Inversión



26,3%
US\$ 26 millones
Diversificación de experiencias



12,1%
US\$ 12 millones
Desarrollo de destinos



12,4%
US\$ 12 millones
Fortalecimiento de la calidad y el capital humano



9,2%
US\$ 9 millones
Incentivo al turismo interno con enfoque inclusivo**



39,9%
US\$ 40 millones
Promoción nacional e internacional***

Inversión total Us\$ 100 millones

* LOS MONTOS POR COMPONENTE SON REFERENCIALES, LOS QUE PODRÁN AJUSTARSE AÑO A AÑO.

** ESTOS RECURSOS SERÁN COMPLEMENTADOS CON APORTES REGIONALES Y SECTORIALES.

*** COMPLEMENTAN RECURSOS ASIGNADOS MEDIANTE LEY DE PRESUPUESTO AL SERVICIO NACIONAL DE TURISMO PARA LOS PROGRAMAS VACACIONES TERCERA EDAD Y GIRA DE ESTUDIO.

**** COMPLEMENTAN RECURSOS ASIGNADOS MEDIANTE LEY DE PRESUPUESTO AL SERVICIO NACIONAL DE TURISMO PARA EL PROGRAMA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL.



FOTO: NICOLÁS AGUIÑO FUENZALIDA

8 Evaluación y reportabilidad

Una revisión y reportabilidad anual se realizará sobre el “Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable”, ésta será informada a través del sitio web de la Subsecretaría de Turismo. Hay mucho trabajo por hacer para realmente impactar las bases del sector. Se espera que el esfuerzo mancomunado de los distintos actores, instituciones y organizaciones que trabajarán en la ejecución de este plan, contribuyan a lograr las metas desafiantes que se proponen.

COMPONENTE	META
Diversificación de experiencias	<ul style="list-style-type: none"> » 12 nuevas Áreas Protegidas del Estado con puesta en valor para los visitantes: 220 kms. de sendero, 36 kms. de ciclovía, 4 centros de visitantes y 8 nuevos <i>campings</i>, señalética y mejoramiento de servicios en parques, reservas o santuarios. » Estrategia de Intervención implementadas en 7 líneas de productos turísticos, tales como Enoturismo, Turismo de Naturaleza en Áreas protegidas, Turismo Indígena, Turismo Astronómico, Turismo en Patrimonio Ferroviario, entre otros.
Desarrollo de destinos	<ul style="list-style-type: none"> » 12 Zonas de Interés Turístico declaradas para el fomento de la inversión pública y/ privada. » 65 de los 83 destinos turísticos seleccionados con acciones de fomento integrado.
Fortalecimiento de la calidad y capital humano	<ul style="list-style-type: none"> » 700 mil horas de capacitación ejecutadas en temas asociados al turismo para los profesionales, técnicos, además de trabajadores y trabajadoras del sector. » 300 nuevos servicios turísticos certificados.
Incentivo al turismo interno con enfoque inclusivo	<ul style="list-style-type: none"> » 45 mil personas se benefician con el programa Turismo Familiar. » 220 mil adultos mayores viajan con apoyo del Estado. » 100 mil jóvenes van de gira de estudio a través del Programa de Turismo Social.
Promoción nacional e internacional	<ul style="list-style-type: none"> » 18% de aumento de llegadas desde los mercados prioritarios en el período 2015 - 2018. » 25% de aumento de divisas desde los mercados prioritarios en el período 2015 - 2018. » Web www.chile.travel posicionada en los primeros lugares de los motores de búsqueda.

Algunas de las instituciones con las que se trabajará la ejecución del plan son: *Servicio Nacional de Turismo, Ministerio de Obras Públicas, Ministerio de Bienes Nacionales, Corporación de Fomento a la Producción, Ministerio del Medio Ambiente, Empresa de los Ferrocarriles del Estado, Servicio de Coopera-*

ción Técnica, Subsecretaría de Desarrollo Regional, Corporación Nacional Forestal, Consejo de Producción Limpia, Corporación Nacional de Desarrollo Indígena, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Servicio Nacional de Capacitación y Empleo, Instituto Nacional del Deporte, Gremios, Municipios, Gobiernos Re-

gionales, Asociaciones de Trabajadores, Federaciones de Empresas, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Organización Mundial del Turismo, etc.



FOTO: FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE, VALE TABLE



FOTOFUNCIÓN IMAGEN CHILE, CRISTÓBAL CONTRA



Subsecretaría
de Turismo

Gobierno de Chile

Av. Libertador Bernardo O'Higgins N° 1449, Santiago Downtown Torre II , Santiago de Chile.
Código postal: 8340487. Teléfonos: (+56) 224 733 400, (+56) 224 733 860, (+56) 224 733 461.
Oficina de Atención Ciudadana: (+56) 224 733 609.
Fax: (+56) 224 733 401.

<http://www.subturismo.gob.cl/>



Chile