



IX. ANÁLISIS ESTRATÉGICO GLOBAL DEL TURISMO DE LA Vª REGIÓN DE VALPARAÍSO

INTRODUCCIÓN

A continuación se presenta un análisis estratégico global del turismo de la Vª Región de Valparaíso, que es resultado del análisis de la información obtenida por los especialistas del equipo de trabajo de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. La información que se ha privilegiado para este análisis ha sido la obtenida directamente en terreno que permitió tener una interacción con la comunidad representada por sus autoridades políticas, líderes del empresariado, organizaciones sociales y culturales, profesionales y coordinadores turísticos de cada una de las treinta ocho comunas de la región.

Siguiendo el procedimiento acordado con SERNATUR se realizó un análisis estratégico global, regional y temático en cada una de las provincias de la región. Para ello se realizó un ejercicio de Análisis Estratégico FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas), y que se diagramó de la forma en que se presenta en el Gráfico adjunto.

Se identificaron las fortalezas y debilidades del territorio que pueden influir en el logro del objetivo que es el desarrollar un turismo sustentable para la región, en base a las potencialidades y limitaciones que se validaron por intermedio de talleres de trabajo con las comunidades locales y provinciales. Asimismo, se identificarán las oportunidades y amenazas del contexto externo que también pueden influir en los riesgos y desafíos que se deberá enfrentar, considerando la información contenida en los planes de desarrollo local, municipales, sectoriales, etc., en la oferta institucional, como programas nacionales, instrumentos, fondos sociales, planes reguladores, etc., y las características nacionales e internacionales del contexto local y regional.

DISEÑO METODOLÓGICO PARA EL ANÁLISIS ESTRATÉGICO

OBJETIVO Desarrollo Turístico Sustentable	FORTALEZAS 1)..... 2)..... n)..... (Internas)	DEBILIDADES 1)..... 2)..... n)..... (Internas)
OPORTUNIDADES 1)..... 2)..... n)..... (Externas)	POTENCIALIDADES	DESAFIOS
AMENAZAS 1)..... 2)..... n)..... (Externas)	RIESGOS	LIMITACIONES

El análisis tanto regional como provincial se ha concentrado en las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que se han considerado más relevantes para el logro del objetivo general y específicos planteados en los términos de referencia del presente estudio. Identificadas las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas se realizó un análisis interrelacionado que nos permitió caracterizar las potencialidades, desafíos, riesgos y limitaciones y por lo tanto tener una visión prospectiva del diagnóstico.

Esta visión prospectiva del diagnóstico nos permitirá formular los objetivos estratégicos que orientarán las estrategias y acciones necesarias para asegurar un desarrollo turístico sustentable y sostenible.

1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO GLOBAL DE LA REGIÓN

FORTALEZAS

- Alta accesibilidad con una amplia cobertura de la red vial y conexión internacional (Mendoza). Las nuevas redes de infraestructura vial concesionada, crean cercanía a los mercados de la macro zona central, especialmente Santiago, y a su infraestructura internacional (aeropuerto). Esta nueva infraestructura esta asociada a un amplio expediente de vías patrimoniales, con condiciones de "camino pintorescos".
- Condiciones excepcionales de clima, diversidad de paisajes y oferta turística que permite definir una variada gama de productos turísticos asociados a la Cordillera de Los Andes (deportes de nieve y actividades de montaña), turismo rural asociado a los valles y cordillera de la costa (ecoturismo,

- agroturismo, viñas, entre otros), turismo cultural (de ciudades, religioso, arqueológico), sol y playas, congresos y eventos artísticos y culturales.
- Presencia de áreas naturales y culturales de carácter patrimonial y monumental, reconocidas y valoradas turísticamente, a nivel nacional e internacional, como el Parque Nacional de Isla de Pascua declarado Patrimonio de la Humanidad (1995), Archipiélago de Juan Fernández, declarado Reserva de la Biosfera, y Parque Nacional La Campana, asociado a la ruta turística de Darwin.
 - Territorios de la región asociados a Patrimonios Culturales de la Humanidad como Isla de Pascua y La Literario de repercusión internacional como son los casos de Neruda, Mistral, Huidobro, Parra, entre otros.
 - Diversidad de territorios que aseguran una oferta integral del borde costero, desde áreas urbanas complejas a localidades rurales en proceso de crecimiento, pasando por los tradicionales balnearios de costa, con un número importante de playas y balnearios habilitadas todo lo cual es reflejo de una Cultura marítima arraigada que se expresa turísticamente en atractivos como las caletas de pescadores, y su enogastronomía asociada.
 - Riqueza cultural precolombina representada en Museos (de Historia Natural de Valparaíso, Sociedad Fonck Viña del Mar, Concon, Quintay, Casablanca, Quillota, la Ligua, San Antonio).
 - Marcas de reconocimiento nacional e internacional como Isla de Pascua, Robinson Crusoe, Valparaíso, Festival de la Canción de Viña del Mar, Neruda en Valparaíso e Isla Negra.
 - Cuenta con planta turística para definir una variada gama de destinos turísticos asociados a productos como nieve, montaña, rural, cultural, religioso, arqueológico, viñas, playas, cruceros, congresos y eventos artísticos y culturales.
 - La región de Valparaíso presenta diversos establecimientos de Educación Superior de reconocimiento nacional e internacional de la calidad de los servicios que entregan: Universidades, Centros de Formación Técnica e Institutos Profesionales, varios de los cuales imparten carreras enfocadas al tema turístico (gastronomía, hotelería, alimentación, entre otras).

DEBILIDADES

- Falta infraestructura y equipamiento de uso público en sitios de interés turístico, especialmente señalética y equipamiento de urbanización básico, acorde a estandarización de normas internacionales de calidad.
- Baja calificación de las empresas turísticas que se expresa a modo de ejemplo en un número reducido de establecimientos de hospedaje calificados por SERNATUR. Esta situación se corresponde con la baja profesionalización de los Recursos Humanos que trabajan en las empresas turísticas.
- Baja profesionalización de los Recursos Humanos que trabajan en cargos públicos relacionados con el desarrollo turístico, por falta de formación y capacitación turística, especialmente en los organismos que toman las decisiones en el ámbito comunal, lo cual frena una gestión estratégica que permita detectar las oportunidades de inversión, para el desarrollo de la actividad turística de la región.
- Desarrollo Turístico de la región muy concentrado en los productos sol y playas (borde costero), que presentan una marcada estacionalidad, dejando de lado los atractivos de las localidades interiores (turismo rural), debido a la falta de una planta turística de calidad y acorde a sus potencialidades existentes.
- Falta una mayor conciencia turística a todo nivel para valorar los beneficios económicos y sociales del turismo, y trabajar asociativamente entre el sector público y privado.
- Faltan proyectos turísticos emblemáticos que permitan poner en valor la excepcionalidad de los atractivos naturales y culturales de la región. (Hoteles, Restaurantes, Agencias de Viaje de calidad, Mercados de productos del mar, agrícolas, artesanales, Costaneras marítimas y fluviales equipadas, Marina pública, Acuario, Rodoviaros provinciales, entre otros).
- Transferencia Científica y tecnológica al sector turismo lento e incompleto, con insuficiente producción de material didáctico de los atractivos y productos turísticos de la región. Una situación similar se presenta con los principales operadores turísticos del país los cuales están concentrados

en Santiago, y manejan información limitada sobre circuitos turísticos de la región, y la relevancia patrimonial natural y cultural desde la prehistoria, que caracteriza a la Vª región de Valparaíso.

- Faltan circuitos interpretativos y facilidades de acceso a los sitios de interés naturales y culturales, debido a un cierre progresivo de sitios con atractivos naturales, y culturales en parcelas privadas.
- Baja presencia de paquetes turísticos estructurados, con una política de precios clara que facilite la comercialización de los productos de la región.

OPORTUNIDADES

- Desarrollo de inversiones en infraestructura de carácter Binacional que permite una mayor inserción del país y la región en el MERCOSUR.
- Extensión de concesiones de infraestructura vial desde Santiago, que incluyen a ferrocarriles y a los aeropuertos, y que acercan a la región al mercado nacional e internacional, coherente con las tendencias a la movilidad dentro de la Macro región Central.
- Acuerdos de la Mesa de Dialogo sobre el Turismo a nivel nacional, entre los sectores públicos y privados que están involucrados directa e indirectamente en la gestión del desarrollo turístico.
- Tendencia mundial de auge del turismo patrimonial y reconocimiento internacional de Isla de Pascua, especialmente de su prehistoria valorada universalmente, También son reconocidos Valparaíso, en especial ahora que se postula como Patrimonio de la Humanidad y que será Capital Cultural de Chile.
- Condiciones externas ventajosas para el desarrollo del turismo de intereses especiales en lugares como el Archipiélago Juan Fernández, especialmente de su Isla Robinson Crusoe, Cordillera de Los Andes (reconocimiento internacional del Centro de Ski Portillo), la calidad de los vinos chilenos representados en la región por los vinos de Casablanca, Los Perales, y Valle Aconcagua, y de las áreas silvestres protegidas (Parque Nacional de La Campana, Humedal El Yali, entre otros).
- Condiciones externas ventajosas para el desarrollo del Turismo de Cruceros que ha tenido un permanente crecimiento en cantidad y calidad en la ciudad puerto de Valparaíso (habilitación reciente del Puerto de Pasajeros de Cruceros).
- El nivel de conectividad que esta logrando la región, por un lado, infraestructura vial (mediante Programa de Concesiones), junto con eso, Proyecto Metro-Tren Rápido (Santiago - Valparaíso), y la reinauguración del aeródromo de Torquemada.
- Incentivos al ecoturismo que se apoya en la riqueza del patrimonio como es el caso de la construcción del "Sendero de Chile", que en la región privilegia en su primera etapa a comunas de la Cordillera de Los Andes y a la Isla Robinson Crusoe.

AMENAZAS

- Inversiones a gran escala con instrumentos de regulación muy flexibles que no aseguran un desarrollo turístico durable o sustentable.
- Aumento del volumen y densidad de la actividad turística veraniega en áreas de alta fragilidad y sin los controles necesarios.
- Tendencia nacional a privilegiar modas e influencias extranjeras, desvalorizando la identidad y cultura local.
- Que la Oferta Turística de otras regiones supere en calidad, promoción y/o precio a la oferta de la región.
- Que el posicionamiento actual de la actividad turística en la Agenda de Desarrollo Nacional, no logre que el diseño de los Instrumentos de Planificación y Regulación Territorial (urbana-rural) generen un crecimiento y desarrollo territorial acorde con un enfoque de país turístico (Por ejemplo las actuales Políticas y Proyectos de Inversión Inmobiliaria, industrial, usos de suelos, entre otros).

POTENCIALIDADES

(Se establecen relacionando las fortalezas y oportunidades existentes)

- Gran cantidad de atractivos naturales no explotados que pueden ser valorados para el desarrollo del turismo de intereses especiales. Presencia de recursos naturales con valoración turística (sitio SNASPE: Parque Nacional La Campana); territorios saludables: Olmué, Limache, Ocoa, Rautén, La Palma.
- Existen proyectos de desarrollo turístico (Ejemplo: Marina; Borde Costero, tren andino, etc.).
- Esfuerzos por mejorar la promoción de la región (SERNATUR, Gobierno Regional y algunos Municipios) en los mercados de demanda nacional e internacional.
- Importancia creciente del concepto de calidad de vida, y de valorar el turismo rural en la región.
- Inversiones en el agro; nuevas tecnologías en la agricultura; turismo rural; y Posibilidad de complementar los planes de turismo específico (rural, urbano) con exhibiciones precolombinas de Museos.
- Existencia de sitios arqueológicos de carácter monumental con fama internacional, de alto interés en el marco del auge del turismo patrimonial. Lo cual se complementa con las posibilidades de implementar redes provinciales de museos, con el objeto de abordar el traspaso de información, planes conjuntos de difusión, educación, turismo e investigación.
- Parques Nacionales como el de Pascua declarado Patrimonio de la Humanidad (1995), y Juan Fernández declarado Reserva de la Biosfera, y La Campana, potencian el interés en materias de conservación del patrimonio ambiental, permiten un mejor acceso a Proyectos internacionales para estudio, promoción y puesta en valor turística de sus sitios.
- Se concentra en la región un porcentaje de planta turística de alta calidad lo que permite armar paquetes turísticos atractivos para el mercado potencial nacional e internacional.
- Valparaíso, capital Cultural de Chile debe beneficiarse de su cercanía y accesibilidad a Santiago, principal distribuidor de los flujos turísticos de carácter nacional. Junto con Viña del Mar, Valparaíso debería asumir con propiedad el rol de Centro de Desarrollo Turístico Regional.

DESAFÍOS

(Se establecen relacionando las debilidades y oportunidades existentes)

- Mejorar la competitividad del sector turístico regional, generando alianzas entre el sector público y privado, que permita adoptar una imagen única para dar mayor fuerza al posicionamiento de la región, con acciones conjuntas de Marketing, que permitan una mejor información, promoción, y comercialización de los productos turísticos de la región.
- Crear un programa permanente de conciencia turística en la población que permita clarificar los roles en el desarrollo turístico, de los empresarios, autoridades regionales y comunales, y la comunidad en general.
- Realizar planes y programas de turismo cultural para operadores turísticos poco formados en los aspectos patrimoniales de carácter natural y cultural.
- Poner en valor los recursos arqueológicos frágiles, con equipamiento y accesos apropiados.
- Crear las condiciones para educar, y capacitar a actores o agentes turísticos informados de la región, para permitir un servicio de alto interés turístico patrimonial, nacional e internacional.
- Crear Circuitos interpretativos relacionados con la gran riqueza y variabilidad patrimonial (nacional e internacional).
- Es necesario consolidar una oferta estructurada al nivel de los mercados emergentes y que presentan alta potencialidad como es el caso del turismo de cruceros, turismo patrimonial cultural, turismo patrimonial natural, turismo de viñas, etc. Por ejemplo, desarrollar una infraestructura turística en torno a la industria vitivinícola del Valle de Casablanca, adecuada a las necesidades de un turismo de alto estándar.

RIESGOS

(Se establecen relacionando las fortalezas y amenazas existentes)

- Enfrentar una demanda que la región no sea capaz de acoger de manera adecuada.
- No ser capaces de articular una oferta turística clara, atractiva, y competitiva, con productos de calidad y acordes a los perfiles de demanda del mercado nacional e internacional.
- Alto riesgo de deterioro del patrimonio natural y cultural, (arqueológico y arquitectónico) debido a su propia fragilidad y a la escasa implementación y puesta en valor.
- No mejorar a corto plazo la calidad de los servicios e infraestructura turística, y no diversificar la oferta de servicios, lo cual traería como consecuencia una pérdida de presencia en los mercados nacionales e internacionales. La alta cantidad de servicios turísticos informales, lleva a bajar los precios a aquellos que cumplen con las exigencias legales para poder competir, lo cual va en desmedro de la calidad que éstos puedan ofrecer y en definitiva sobre la imagen del destino.
- Masificar aún más la actividad turística de sol y playa, producto de la estacionalidad muy marcada del turismo regional, lo cual tiene el riesgo de bajar la calidad de los servicios ofrecidos.

LIMITACIONES

(Se establecen relacionando las debilidades y amenazas existentes)

- Ausencia de una normativa y de incentivos que regulen y estimulen la calidad en los principales servicios turísticos de la región.
- La falta de experiencia en los empresarios de la región para emprender acciones y trabajo asociativo podrían limitar las acciones que se requieren del sector (puesta en valor del patrimonio natural y cultural, educación, capacitación, reinversión, marketing), para asegurar un desarrollo turístico sustentable de la región.
- La falta de profesionalización y alta rotación de coordinadores o encargados del turismo en el ámbito de los municipios y de los servicios públicos relacionados con el turismo de la región, puede limitar los controles y fiscalizaciones que se requieren para asegurar la calidad de los servicios ofrecidos por la región.
- El desconocimiento de las potencialidades de los atractivos turísticos por parte de los diversos actores del desarrollo turístico de la región, puede limitar su puesta en valor y el impacto turístico en el desarrollo local.
- Las falencias en el proceso educacional sobre aspectos patrimoniales naturales y culturales, que son fundamentales para la planificación y el desarrollo de una cultura del turismo patrimonial de la región, pueden limitar la adecuada orientación e información de la población al turista nacional e internacional.
- El insuficiente conocimiento por parte de los empresarios de los mecanismos de fomento productivo puede limitar el inicio o mejora de la actividad turística que desarrollan.

2. FUNDAMENTOS DE LA ESTRATEGIA REGIONAL DE DESARROLLO

La formulación del Plan Maestro de Desarrollo Turístico se ha caracterizado por el proceso participativo a nivel territorial (localidades, comunas, y provincias) y de búsqueda de consenso entre los actores sociales de la Región (sector público y privado).

Los procesos involucrados en la formulación del Plan de Turismo comparten los siguientes rasgos principales de la Estrategia Regional de Desarrollo actualmente vigente:

- Su obligada referencia a una visión de largo plazo.
- Su propósito integrador a nivel regional e internacional, en la búsqueda de armonizar propuestas y potenciarlas entre sí.
- Su flexibilidad y versatilidad para adaptarse a los cambios ocurridos en el entorno socio cultural, político y económico en el contexto nacional e internacional.
- Su carácter de instrumento de negociación con los diferentes actores sociales que intervienen en el desarrollo de la región.
- Además de las responsabilidades gubernamentales relativas al turismo en que se considera su desarrollo como una obligación social, en que la recreación y el descanso como derechos primordiales para la realización de la persona, permiten la oportunidad de integración cultural, social y económica a nivel interno y externo.

En este contexto, el Plan Maestro de Turismo apoya operativamente el postulado que la Región de Valparaíso se constituya en el “**Portal de la zona central del Cono Sur de América**”. Esto se logrará mediante el aprovechamiento de las ventajas comparativas que le otorgan su localización central y una adecuada infraestructura de transporte que convertirán a la región en la puerta de entrada, permanencia y salida privilegiada de visitantes y del comercio de bienes procedentes del mercado de la Macrozona Central de Chile, del Área Interregional Bioceánica y de los países de la Cuenca del Pacífico. Este escenario potenciará la producción de bienes y servicios asociados al aumento del comercio y el turismo.

Dado que la región debe propender a la maximización de su crecimiento económico basado en el uso sustentable de sus recursos naturales y culturales, la actividad turística de la región deberá basarse, en el fortalecimiento de las capacidades productivas y en el mejoramiento integral de los recursos humanos e institucionales, generando una oferta diversificada y competitiva con producción limpia orientada principalmente al mercado mundial globalizado, favoreciendo el desarrollo de potencialidades y oportunidades regionales y el acceso de la población regional al empleo y a la satisfacción de sus necesidades de consumo y recreación.

El mercado de mayor influencia regional está formado por el Área Interregional Bioceánica, la Macro Región Andina Central y la Macrozona Central de Chile, desde donde se origina la principal demanda turística nacional e internacional.

El Área Interregional Bioceánica comprende desde los estados brasileños de Sao Paulo, de Paraná, Santa Catarina y Río Grande del Sur, el interior de Paraguay, las provincias Argentinas de Santa Fe y Córdoba y retomando su curso en la desembocadura del Río de la Plata con Uruguay y Buenos Aires. El Atlántico se une al Pacífico a través de un corredor Bioceánico que comprende las regiones V, VI y Metropolitana de Chile y las provincias de San Luis, San Juan y Mendoza de Argentina, considerados como aliados estratégicos en especial Mendoza, lugar de paso obligado de los flujos turísticos por vía terrestre hacia Chile.

Lo anterior nos lleva a pensar como un eje de desarrollo al corredor Bioceánico o eje Internacional del MERCOSUR, el cual conforma un sistema activo que responde a procesos en que las distintas comunidades que participan de él, deben tener la capacidad de ofertar oportunidades para su desarrollo,

que no sólo depende de iniciativas particulares sino también de las voluntades coordinadas en pro de su gestión.

Comprende una zona de alta densidad de población activa con posibilidades y oportunidades de revalorización local para aquellas comunidades que históricamente se encuentran al margen del desarrollo, siempre que exista la responsabilidad de los gobiernos locales para integrarse al proceso que conlleva el Corredor, en que la actividad turística adquiere gran relevancia, para lo cual se requiere de la implementación de políticas de reconversión para sus estructuras económicas que le permitan competir y salvaguardar los valores culturales propios de la identidad local y de gran importancia para el turismo.

Asimismo, es necesario definir e implementar Planes de Desarrollo para las áreas fronterizas, con criterios comunes para abordar el tema medioambiental, de riesgo y de ordenamiento territorial que lleven a una planificación coherente.

En resumen, el presente esquema integrado de desarrollo, se conformará con la estructura vial a través de una malla jerarquizada que potencie la actividad productiva, turística y de servicios que tiene la Región de Valparaíso, en el marco del desarrollo de la Macro Zona Central de Chile (Regiones V, VI, VII y Región Metropolitana de Santiago) y con la Macro Región Andina Central.

El rol fundamental de los Servicios Públicos involucrados, a través del ejercicio de este desafío, debe ser el generar un ámbito favorable para la creatividad empresarial y las inversiones que se deriven, y crear un conjunto de condiciones que faciliten, catalicen y promuevan el desarrollo del turismo mediante un sistema coherente de instrumentos y una acción coordinada de instituciones públicas y privadas. Asimismo, el impulso al crecimiento y diversificación de la actividad turística, debe desarrollarse en un marco de sustentabilidad y conservación del medio ambiente, para que ello no se convierta en un obstáculo al desarrollo económico, tanto las políticas sectoriales y territoriales deberán incorporar en su planificación las variables ambientales en torno al paisaje Urbano – Patrimonial y Rural de todo el territorio regional.

En función de lo anterior, la Estrategia de Desarrollo Regional en su componente turístico determinó la ejecución del “Plan Maestro de Desarrollo Turístico, V Región de Valparaíso” que canaliza la gestión del SERNATUR hacia aquellas medidas tendientes a lograr el posicionamiento competitivo de la Región en el concierto internacional de países turísticos, desarrollando el turismo interno, fortaleciendo la coordinación del sector, disminuyendo la estacionalidad y modernizando el acceso a la información turística. Para ello, se considera además la Agenda del Turismo, producto de un importante esfuerzo público-privado, por el cual la actividad turística se ha instalado como un tema relevante de la agenda nacional y regional, constituyéndose en uno de los pilares del desarrollo socio-económico.

3. FUNDAMENTOS DE LA AGENDA DEL TURISMO

Producto de un importante esfuerzo público-privado, el turismo se ha instalado como un tema relevante de la agenda nacional, al mismo tiempo que en la región de Valparaíso.

Los principales avances de la Agenda del Turismo son los siguientes.

CREAR INSTANCIAS DE COORDINACIÓN Y PARTICIPACIÓN PÚBLICO-PRIVADAS

Comité de Ministros para el Turismo, creado mediante Instructivo Presidencial N° 002, de fecha 01 de julio de 2002, con los objetivos de:

- Coordinar los esfuerzos públicos para el área del turismo;
- Impulsar conjuntamente el desarrollo de proyectos turísticos;
- Eliminar obstáculos burocráticos que desincentivan la inversión en la industria.

Lo integran los Ministros de Economía, quien lo preside; Relaciones Exteriores; Defensa Nacional; Planificación y Cooperación; Educación; Obras Públicas, Transportes y Telecomunicaciones; Salud; Vivienda y Bienes Nacionales; y Agricultura.

Como instancia operativa del Comité, el mismo Instructivo Presidencial crea el Comité Ejecutivo del Sector Turismo, integrado por el Subsecretario de Economía, quien lo preside, y los Subsecretarios de Obras Públicas; Vivienda y Urbanismo; Bienes Nacionales; y Marina; el Vicepresidente Ejecutivo de CORFO; y los Jefes de Servicio de CONAMA; CONAF; PROCHILE y SERNATUR.

El secretario ejecutivo de ambas instancias es el Director Nacional de SERNATUR.

CONSEJO ASESOR DE TURISMO, CREADO POR RESOLUCIÓN N°717, DE FECHA 17 DE JULIO DE 2002, DEL SERVICIO NACIONAL DE TURISMO, CON EL FIN DE:

- Efectuar el seguimiento de la Agenda del Turismo.
- Intercambiar visiones y análisis del acontecer turístico.
- Canalizar propuestas e inquietudes del sector privado.

Este Consejo lo preside el Director Nacional de SERNATUR y lo conforman representantes de la Comisión Especial para el Desarrollo del Turismo de la Cámara de Diputados; Asociación Chilena de Municipios Turísticos; Fundaciones Chile y EuroChile; Concesionaria SCL del aeropuerto internacional AMB de Santiago; Consejo Superior de Turismo de Chile, CONSETUR; Asociación Chilena de Empresas de Turismo, ACHET; Asociación Chilena de Empresas Mayoristas y Representantes de Turismo, ACHMART; Asociación Chilena de Gastronomía, ACHIGA; Asociación de Turismo Aventura, CATA; Federación Gremial de la Industria Hotelera y Gastronómica de Chile, HOTELGA; y Corporación de Promoción Turística de Chile, CPT.

A nivel regional, esta coordinación ha favorecido la constitución de Comités público-privados y de Mesas de Turismo en la mayoría de las regiones del país.

INCREMENTAR LOS PRESUPUESTOS PÚBLICOS PARA LA PROMOCIÓN INTERNACIONAL

Se aumentó sobre un 100% los fondos públicos para la promoción internacional turística, realizada a través de la Corporación de Promoción Turística de Chile, CPT, lo cual permitió:

- Realizar 60 acciones promocionales en el exterior. El promedio anual hasta el 2001 era de 20 acciones.
- Invitar a Chile a 80 periodistas internacionales, que representan a más de 200 medios de comunicación, para conocer nuestros productos turísticos. El año 2001 la cifra fue de 30 periodistas.
- Realizar campañas a público final del destino Chile, por primera vez desde el inicio de la ejecución del Plan de Marketing, en los mercados de España y Brasil.
- Abrir Oficinas de Información y Marketing Turístico en las Embajadas de Chile en Madrid y Washington.

SE DEFINIÓ LA IMAGEN DE CHILE TURÍSTICO

En un trabajo conjunto con la Corporación de Promoción Turística, se diseñó la imagen de Chile que comprende el eslogan y el isotipo de la marca Chile Turístico.

Para la definición de los elementos característicos del destino Chile, se efectuó un estudio internacional que permitió obtener la "huella digital" de la imagen turística nacional y concluir que nuestro posicionamiento en el mercado externo, se relaciona con el turismo de intereses especiales, destacándose fundamentalmente la naturaleza. Ello ha permitido avanzar en la concreción de una estrategia y marca única de promoción internacional, que contribuyan a la competitividad turística de nuestro país.

FORTALECER LA CORPORACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE CHILE, CPT

Se incrementó el número de socios de esta Corporación en un 40% de enero de 2002 a febrero de 2003. Asimismo, crecieron las empresas representadas de 233 a 495, en igual período.

Se promovió la incorporación de un amplio espectro de instituciones: municipios, cámaras y corporaciones, además de empresas. Entre ellas, Municipalidades de Iquique y Puerto Montt; Cámara de Turismo de Isla de Pascua; Corporaciones de Desarrollo de Arica y Valdivia; Corporación de Turismo de Puerto Varas y Corporación del Vino.

IDENTIFICAR ÁREAS PRIORITARIAS DE DESARROLLO TURÍSTICO EN CHILE

Se definió el Chile Turístico, instrumento que, al interior de cada una de las regiones del país, identifica áreas turísticas sobre la base de indicadores estándares. La información está contenida en un sistema de cartografía digitalizada, a partir de septiembre de 2002.

CREAR UN SISTEMA NORMATIVO DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

En un proyecto conjunto de SERNATUR y HOTELGA, ejecutado por el Instituto Nacional de Normalización, INN, fue aprobada la nueva norma genérica de "Calificación y Clasificación de Tipos de Alojamiento Turístico".

En el mes de marzo de 2003, SERNATUR, en conjunto con HOTELGA, ACHET, CONSETUR, CATA, entre otras entidades representativas de la industria, presentará al Fondo de Desarrollo e Innovación, FDI, de CORFO, un proyecto de desarrollo de un sistema normativo específico referido a:

- Servicios de alojamiento turístico.
- Servicios de organizadores de actividades de turismo aventura.
- Certificación y acreditación de guías de turismo.
- Aumentar los Recursos y Destinos del programa "Vacaciones Tercera Edad".

Se incrementó en un 71 % los recursos públicos destinados al Programa, lo cual permitirá crecer de 10.000 a 20.000 beneficiarios.

Se aumentó los destinos, sumando a los ya existentes (La Serena - Coquimbo, Viña del Mar-Valparaíso y Valdivia), las ciudades de Arica e Iquique.

ESTUDIAR INICIATIVAS LEGISLATIVAS PARA EL TURISMO

Proyecto de Ley de Pesca Recreativa

Durante el año 2002, el Ministerio de Economía, junto a la Subsecretaría de Pesca, SERNAPESCA, SERNATUR y representantes del sector privado, elaboraron un Proyecto de Ley que resguarda los recursos hidrobiológicos y asegura la sustentabilidad de la pesca deportiva con fines turísticos. Este proyecto fue dado a conocer públicamente por el Ministro de Economía en enero del 2003.

ESTABLECER INDICADORES DE DESARROLLO SOSTENIBLE

SERNATUR diseñó un modelo de aplicación de indicadores de desarrollo sostenible para el turismo, utilizando como base la metodología planteada por la Organización Mundial de Turismo, OMT, el que se pondrá en marcha en destinos turísticos prioritarios durante el año 2003. Esta aplicación requerirá, necesariamente, de la participación de los gobiernos regionales, municipios, universidades y sector privado, entre otros.

IMPULSAR EL DESARROLLO TURÍSTICO EN ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS

SERNATUR y CONAF elaboraron una Estrategia de Desarrollo Ecoturístico de Áreas Silvestres Protegidas, que comprende:

- La identificación de las 40 áreas silvestres de mayor interés turístico.
- La definición de un modelo básico de intervención turística.
- La participación del sector privado.
- Este año, SERNATUR y CONAF, crearán un Comité de Desarrollo Turístico de Áreas Silvestres Protegidas, al cual se deberán integrar, al menos, representantes del Ministerio de Bienes Nacionales, CONAMA, y del sector privado.

CREAR UN SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

SERNATUR cuenta con una nueva página web: www.sematur.cl y www.chileturistico.cl, que contiene los principales recursos y servicios turísticos de nuestro país. Su versión en inglés se realizará durante el año 2003, evaluándose posteriores traducciones a otros idiomas.

Se inauguró el Centro de Información Telefónica, "call center", línea 600 SERNATUR, ó 600-73762887, que proporciona información turística, con costo de llamada local, desde cualquier punto de Chile.

Se integró a la Intranet de SERNATUR a las 23 Oficinas de Información Turística a lo largo del país, lo que permite homogeneizar y actualizar la información en forma inmediata.

POTENCIAR LA DIMENSIÓN TURÍSTICA DEL PROYECTO SENDERO DE CHILE

Para SERNATUR, es fundamental transformar el Programa Sendero de Chile, liderado por CONAMA, en un "producto turístico-país" de alcance internacional, como el "Trekking más largo de la tierra".

PROMOVER EL TURISMO INTERNO

CAMPAÑA DE VERANO DE TURISMO INTERNO

Entre los meses de noviembre y diciembre de 2002, se realizó la campaña "VIVA CHILE. VACACIONA EN CHILE. CHILE ES TUYO Y OTROS LO CONOCEN MEJOR", que incluyó elementos gráficos de vía pública en el Gran Santiago y publicidad en radios de cobertura nacional.

Esta campaña fue reforzada para destinos específicos por parte de algunas regiones del país.

PROGRAMAS DE TURISMO PARA NUEVOS SEGMENTOS

Se avanzó en el diseño de un proyecto de vacaciones para trabajadores y sus familias. Durante el 2003, se finalizará una propuesta de programa para este segmento.

En turismo juvenil se publicó una guía de turismo joven, en conjunto con e INJUV, y se trabajó en un proyecto específico para este grupo. El 2003 se continuará elaborando propuestas orientadas a los jóvenes.

4. VISIÓN DEL TURISMO REGIONAL

LA Vª REGIÓN DE VALPARAÍSO SE HA CONSOLIDADO Y POSICIONADO COMO EL PRINCIPAL DESTINO TURÍSTICO NACIONAL E INTERNACIONAL DE CHILE DURANTE TODO EL AÑO, CON UNA GRAN ACCESIBILIDAD Y DIVERSIDAD DE PRODUCTOS QUE VALORAN SUS EXCEPCIONALES ATRACTIVOS NATURALES Y CULTURALES.

EL ALTO NIVEL ALCANZADO POR LOS CENTROS DE EDUCACIÓN SUPERIOR, Y TÉCNICO PROFESIONAL EN TURISMO, EL FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD PÚBLICA Y PRIVADA, Y SUS NIVELES DE ASOCIATIVIDAD EN LOS ÁMBITOS NACIONAL, REGIONAL, PROVINCIAL Y COMUNAL, Y LA NORMATIVA VIGENTE ASEGURAN LA CALIDAD DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS.

LA ACTUALIZACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN Y ORDENAMIENTO DEL TERRITORIO, FACILITAN LA LOCALIZACIÓN DE INVERSIONES TURÍSTICAS EN LA REGIÓN Y UNA GESTIÓN DEL DESARROLLO ESTRATÉGICA Y SOSTENIBLE, CON FUERTE IMPACTO POSITIVO SOCIO ECONÓMICO Y CULTURAL PARA LA POBLACIÓN Y ALTOS NIVELES DE COMPETITIVIDAD PARA TODA LA REGIÓN.

5. MISIÓN REGIONAL

EL SERVICIO NACIONAL DE TURISMO, DIRECCIÓN REGIONAL, ES EL ORGANISMO PÚBLICO DEL ESTADO CHILENO, DEPENDIENTE DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y RECONSTRUCCIÓN, QUE PROPONE LA ESTRATEGIA DEL SECTOR PÚBLICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO REGIONAL, Y EN ESTE MARCO DEFINE Y EJECUTA SU PLAN DE ACCIÓN, TENIENDO COMO MISIÓN: “ORIENTAR EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA Vª REGIÓN DE VALPARAÍSO, ESTIMULANDO LA COMPETITIVIDAD Y LA TRANSPARENCIA DEL MERCADO TURÍSTICO”.

POR SU PARTE EL GOBIERNO REGIONAL “PROPENDE AL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA REGIÓN PARA MEJORAR LAS CONDICIONES DE VIDA DE LA POBLACIÓN REGIONAL, BASADO EN UN PRINCIPIO DE EQUIDAD SOCIOECONÓMICA Y GEOGRÁFICA, Y FAVORECER AL DESARROLLO ECONÓMICO EN LA REGIÓN BASADO EN UN PRINCIPIO DE SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL”.

6. PROPUESTA DE LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

Los objetivos hacia los cuales se orienta la gestión turística de la región de Valparaíso, entre los años 2004 – 2014, se enmarcan en los siguientes principios de desarrollo.

Posicionar el turismo regional en el mercado nacional e internacional, en el marco de un desarrollo sustentable.

Consolidar una cultura turística de la región basada en su patrimonio natural y cultural.

Diversificar la oferta turística de la región, impulsando las actividades turísticas poniendo en valor la base del patrimonio turístico natural y cultural de la región y con las otras actividades económicas de la región.

Mejoramiento de la calidad de los servicios y productos turísticos que caracterizan el destino regional.

Mejorar los transportes y las redes de infraestructuras para una mayor conectividad de la región.

Aumentar la competitividad del destino regional.

Empujar la demanda nacional e internacional por el destino regional.

Fortalecimiento de la Institucionalidad Turística Regional.

Facilitar la ejecución del Plan Maestro de Turismo Regional, considerado como un instrumento apropiado para el ordenamiento de la actividad turística regional, que permita compatibilizar su crecimiento y desarrollo con otros sectores de la economía, conservando los recursos naturales y culturales de la Región de Valparaíso.

7. PROPUESTA DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

POLÍTICAS ORIENTADAS A PROMOVER EL DESARROLLO DEL TURISMO EN ÁREAS SILVESTRES PROTEGIDAS EN EL CONTEXTO DEL DESARROLLO SUSTENTABLE

- Promover el desarrollo del turismo en áreas silvestres protegidas en el contexto del desarrollo sustentable.
- Incorporar a la comunidad local en el desarrollo del turismo de áreas naturales.
- Gestionar la puesta en valor y protección del patrimonio frente al interés por el turismo asociado a espacios naturales y rurales.
- Ordenar los espacios rurales en función del desarrollo turístico.
- Aprovechar la diversidad del patrimonio natural y calidad ambiental de la región para el desarrollo del ecoturismo.
- Mejorar la implementación ecoturística tanto al interior de las áreas silvestres, como en el entorno de éstas.
- Promover la integración de grupos especiales de la población a proyectos ecoturísticos resolver los conflictos que restringen un adecuado desarrollo del turismo ligado al medio ambiente.
- Salvaguardar los ecosistemas naturales, sociales, culturales, y económicos, de manera que el desarrollo turístico no provoque consecuencias negativas en los habitantes locales.

MEDIDAS PARA DESARROLLAR UN TURISMO ARQUEOLÓGICO SUSTENTABLE. ENFRENTANDO LA PUESTA EN VALOR Y PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO FRENTE AL INTERÉS POR EL TURISMO ARQUEOLÓGICO

- Desarrollar un turismo arqueológico sustentable. Enfrentar la puesta en valor y protección del patrimonio frente al interés por el turismo arqueológico.
- Desarrollar el rol educativo y turístico de los Museos.
- Mejorar la entrega del servicio turístico en el aspecto patrimonial.
- Aprovechar la existencia de un patrimonio arqueológico que reviste interés para el turismo.

MEDIDAS TENDIENTES A CONSOLIDAR LOS ATRACTIVOS DEL PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO, URBANÍSTICO Y RURAL FORTALECIENDO EL SENTIDO DE PERTENENCIA Y LAS CAPACIDADES LOCALES

- Consolidar los Atractivos del Patrimonio Arquitectónico y Urbanístico, y fortalecer el sentido de pertenencia y las capacidades locales. (La consolidación apunta al reconocimiento y protección de todos los atractivos culturales de la región en conjunto con una apropiada gestión de los mismos).
- Promover el Patrimonio en la imagen regional.

ACTIVIDADES ECONÓMICAS CONEXAS AL TURISMO, USOS DE SUELOS E INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN URBANA Y ORDENAMIENTO DEL TERRITORIO

- Promover las ventajas comparativas de la actividad agrícola para incentivar el turismo rural, integrando los sistemas de vida del campo a la actividad turística del territorio.
- Promover las ventajas comparativas de la actividad agropecuaria para incentivar el agroturismo, integrando los diversos sistemas de la actividad como la Agrícola, Ganadería, Floricultura y Vitivinicultura, entre otras, a la actividad turística del territorio.
- Promover las ventajas comparativas de la actividad pesquera artesanal para incentivar un turismo cultural de borde costero asociado a la enogastronomía y la actividad turística acuática y subacuática.

- Promover las ventajas comparativas de la actividad portuaria, especialmente la relacionada con el turismo de cruceros para incentivar el desarrollo de servicios turísticos orientados a la demanda de este importante sector.
- Promover las posibilidades de relacionar la actividad de la mediana y pequeña minería a una actividad turística de turismo cultural.
- Coordinar a los servicios de seguridad de cada comuna con el objeto de mantener las ventajas comparativas de la región en cuanto a seguridad y salubridad factores de alta sensibilidad para la actividad turística.
- Fomentar la asociatividad del sector comercio especialmente con el turismo cultural asociado a los centros y localidades urbanas.
- Fomentar la asociatividad en las Universidades de la región con el desarrollo sustentable de la actividad turística, especialmente en los procesos de investigación, formación y comunicación.

MEDIDAS ORIENTADAS A MEJORAR (OPTIMIZAR Y TRANSPARENTAR) LA CANTIDAD Y CALIDAD DE LA OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN DE VALPARAÍSO

- Optimizar y transparentar la oferta de servicios Turísticos de la región de Valparaíso. (2004-2006).
- Establecer un Sistema Normativo para la Calidad de los Servicios Turísticos.
- Fomentar a la Capacitación en los Servicios Turísticos.
- Fomentar la calidad de los productos y servicios ofrecidos al visitante.

MEDIDAS TENDIENTES A PROFUNDIZAR Y COMPLEMENTAR EL SISTEMA DE TRANSPORTE Y DE REDES DE INFRAESTRUCTURA DE LA REGIÓN

- Profundizar y complementar la red de infraestructura vial de la Región.
- Redefinir y confeccionar señalización turística adecuada para la región de Valparaíso.
- Confeccionar nomenclador y catalogo de "Equipamientos turísticos".

MARKETING TURÍSTICO DEL DESTINO V REGIÓN DE VALPARAÍSO

- Aumentar el flujo de turistas nacionales e internacionales.
- Aumentar el gasto y la estadía media del turista.
- Promover e incentivar la conciencia turística entre la población, y en especial entre los agentes involucrados en la actividad turística (marketing interno).
- Disminuir la estacionalidad.
- Posicionar nacional e internacionalmente el destino turístico de la V región de Valparaíso.

FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD REGIONAL DEL TURISMO

- Participación de SERNATUR en la toma de decisiones de políticas regionales de desarrollo.
- Incorporar el Plan Maestro de Turismo en el Diseño, ejecución y seguimiento de Políticas públicas.
- Descentralizar planificación, ejecución y evaluación de programas y políticas de desarrollo turístico hacia los municipios.
- Implementar a nivel regional el sistema de información turístico diseñado por el plan maestro (SIGTUR) Se debe comprender como el resultado de un esfuerzo regional, comprometiendo al gobierno regional en la designación de recursos para asegurar los servicios de su implementación y gestión, y el traspaso de información permanente por parte de SEREMIS, servicios y municipios.
- Implementar en el ámbito comunal el sistema de información turístico diseñado por el plan maestro.

- Perfeccionar el recurso humano de SERNATUR y de los Municipios, y del funcionamiento organizacional con el objeto de Profesionalizar la Gestión Turística Comunal en la Vª Región de Valparaíso.
- Fomentar la innovación y la cooperación en la gestión turística.
- Promover la incorporación de temas referentes al turismo en los planes de estudio de los niveles educacionales básico y medio, fortaleciendo de esta manera la participación de la ciudadanía en los temas turísticos que se desarrollen en la región.
- Apoyar el desarrollo y difusión de las carreras de nivel profesional y técnico que se relacionen con el turismo, a través de la realización de seminarios, cursos, talleres u otras actividades que favorezcan la formación integral de los estudiantes con el fin de formar profesionales capacitados.
- Incentivar el tratamiento de los temas turísticos en las instituciones de educación superior, sean estas públicas o privadas, logrando de esta forma que los estudios e investigaciones referidos al Turismo sean desarrollados en el ámbito profesional.
- Acrecentar las prácticas participativas y organizacionales de la comunidad en torno a la toma de decisiones sobre el desarrollo turístico de sus territorios, a través de la difusión de los temas turísticos dentro de los actores relevantes de la sociedad civil y representantes de las organizaciones sociales.
- Incrementar la participación en la toma de decisiones sobre el desarrollo turístico y en instancias de diálogo social, fortaleciendo así el desarrollo de políticas turísticas más cercanas a los intereses reales de la comunidad.
- Participar de la comunidad en el diseño y seguimiento de políticas turísticas de la región.
- Implementar programas de capacitación específicos orientados a mejorar las competencias y habilidades laborales de los trabajadores y trabajadoras en actividades laborales asociadas al turismo permanente o de carácter temporal en ciudades balnearias.
- Promover y apoyar la actividad turística microempresarial, implementando programas de capacitación específicos y aumentando la participación en programas existentes.
- Aumentar del nivel de instrucción de las personas empleadas en el sector turismo, difundiendo más eficazmente los programas existentes y elaborando material educativo que considere características sociales y culturales particulares.

Finalmente el Plan Maestro de Turismo Vª Región de Valparaíso se traduce en una visión de futuro (2014), en ocho objetivos estratégicos y 405 acciones para consolidar la visión