GOBIERNO REGIONAL DE LOS LAGOS

Acción de Futuro

FORMULACIÓN Y ELABORACIÓN DE LA POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO DE LA REGIÓN DE LOS LAGOS

2015

INDICE

1/ ANTECEDENTES DE LA POLITICA TURISMO EN LA REGIÓN DE LOS LAGOS 4

2/ METODOLOGÍA 10

3/ OBJETIVOS 13

4/ BREVE PANORÁMICA DEL TURISMO EN CHILE.....14

4.1/ ORIENTACIÓN AL MERCADO 15
4.2/ ORGANIZACIÓN DEL DESTINO..... 18
4.3/ DESARROLLO COMPETITIVO..... 20
4.4/ POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL 24

5/ LA REGIÓN DE LOS LAGOS Y EL TURISMO.....26

5.1/ PRESENTACIÓN DE LA REGIÓN DE LOS LAGOS 26
El Sistema de Áreas Protegidas de Chile 28
5.2/ EL TURISMO EN LA REGIÓN DE LOS LAGOS..... 42
5.2.1/ Las actividades de turismo en la Región de Los Lagos 42
5.2.2/ La institucionalidad: agentes clave, inversión y coordinación 45
Agentes Clave..... 45
Seremi Economía, Fomento y Turismo..... 46
Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR..... 46
Corporación de Fomento - CORFO 48
Servicio de Cooperación Técnica - SERCOTEC 49
Seremi Medioambiente..... 51
Ministerio de Obras Públicas – MOP..... 52
Corporación Nacional Forestal - CONAF..... 54
Corporación Nacional de Desarrollo Indígena - CONADI..... 54
Instituto de Desarrollo Agropecuario - INDAP..... 55
Servicio Nacional del Adulto Mayor SENAMA 57
Inversión en Turismo desde la Administración Pública..... 59
Coordinación Institucional 70
5.2.3/ Capital Humano 71
Mercado Laboral 73
Formación y Capacitación 76
Oferta formativa 78
Demanda formativa 81
Problemática en el ámbito de la formación, capacitación y mundo laboral 82

5.2.4/ La demanda turística 85
5.2.5/ Análisis de la Oferta 96
5.2.6/ Turismo Cultural y Patrimonial 100
El patrimonio agrícola – SIPAM Chiloé 103
El patrimonio natural 104
5.2.7/ El turismo a nivel comunal 107
La oferta turística en las comunas 107
Planificación Turística a nivel municipal 115
La información turística 115
Iniciativas Turísticas a nivel municipal 119
Inversión en turismo a nivel municipal 121
5.2.8/ Infraestructura y Conectividad 123
Zonas especiales 127
5.2.9/ Cómo se promociona la región 129

6/ EL TURISMO EN EL MUNDO. TENDENCIAS INTERNACIONALES 133

6.1/ INTRODUCCIÓN 133
6.2/ UN SECTOR EN CRECIMIENTO EN UN CONTEXTO GLOBAL 135
6.3/ TURISMO SUSTENTABLE 137
6.4/ NUEVAS TECNOLOGÍAS E INCORPORACIÓN DE LAS TIC 141
6.4.1/ La incorporación de las TIC en el Turismo 141
6.4.2/ Nuevas Tecnologías en Turismo 142
6.4.3/ Nuevas tendencias en comercialización: Compartir Experiencias: las redes sociales 144
6.5/ UNA DEMANDA MÁS SOFISTICADA Y COMPLEJA: DESTINATARIOS Y TIPOLOGÍA DE ACTIVIDADES 145
6.5.1/ Nuevos perfiles de turistas: los destinatarios de la oferta de servicios 145
6.5.2/ Tipología de actividades 148
6.5.2.1. Turismo deportivo y de aventura 149
6.5.2.2. Turismo gastronómico 150
6.5.2.3. Turismo cultural y patrimonial 151
6.5.2.4. Turismo de naturaleza 151
6.5.2.5. Turismo de salud, bienestar y calidad de vida 152
6.5.2.6. Turismo rural 153
6.5.2.7. Turismo de crucero 154
6.5.3/ Nuevos servicios de alojamiento para responder a la demanda 154

7/ ANÁLISIS DE TRES CASOS DE DESTINOS COMPETIDORES: ARGENTINA, CANADÁ, NUEVA ZELANDA 157

7.1/ INTRODUCCIÓN 157
7.2/ ARGENTINA 161
7.2.1/ Orientación a mercado 162
7.2.2/ Organización del destino 164
7.2.3/ Desarrollo competitivo 165
7.2.4/ Posicionamiento internacional 168
7.3/ CANADÁ 170
7.3.1/ Orientación a mercado 170
7.3.2/ Organización del destino 175
7.3.3/ Desarrollo competitivo 176
7.3.4/ Posicionamiento internacional 176
7.4/ NUEVA ZELANDA 178
7.4.1/ Orientación a Mercado 178
7.4.2/ Organización del destino 179
7.4.3/ Desarrollo competitivo 181
7.4.4/ Posicionamiento Internacional 182

8/ CONCLUSIONES 184

BIBLIOGRAFIA 189

FUENTES ESTADÍSTICAS Y DOCUMENTALES 189
PÁGINAS WEB CONSULTADAS 192

ANEXO ESTADÍSTICO 194

1/ CORRELACIÓN DE ACTIVIDADES DE TURISMO SEGÚN CLASIFICACIÓN OCDE Y SERVICIO DE IMPUESTOS INTERNOS. 194
2/ CADENA DE VALOR DEL SECTOR TURISMO 198
3/ DETALLE DE LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES DE LA CADENA DE VALOR 204
4/ ESTADÍSTICAS COMUNALES 207
5/ ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS TURÍSTICOS 210
6/ INVERSIÓN REGIONAL EN TURISMO Y COMERCIO EN EL PERÍODO 1990-2014 212

1/ ANTECEDENTES DE LA POLITICA TURISMO EN LA REGIÓN DE LOS LAGOS

La formulación de la Política Regional de Turismo e Imagen Región de Los Lagos surge de la necesidad de formular un conjunto de principios que orienten la institucionalidad pública y genere pautas al sector privado, así como también motivar un diálogo interinstitucional. El Gobierno Regional de Los Lagos a través de la División de Planificación es quien asume el liderazgo no sólo de la elaboración de la Política Regional de Turismo, sino también de impulsar el diálogo institucional entre los principales actores involucrados en el sector turismo en Los Lagos.

De la Estrategia Regional de Desarrollo se desprenden la Política Regional de Zonas y la Política Regional de Turismo de la Región de Los Lagos. En ambas, el turismo es un sector priorizado y en ambas se destacan ámbitos de actuación para este conjunto de actividades.[1]

Asimismo, la Política Regional de Turismo contempla el horizonte fijado en el nivel nacional, considerando la Ley de Turismo 20.423, la Estrategia Nacional de Turismo de Chile, la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento y los Programas Estratégicos de Turismo, en sus niveles, nacional y mesoregional.

En la ***Estrategia Regional de Desarrollo***, el turismo es uno de los sectores clave. "*La propuesta que se presenta tiene como ejes de Desarrollo Regional, lograr al 2020 una Región con mayor cohesión e integración social, donde la generación del conocimiento es la base para alcanzar el desarrollo;* ***los sectores económicos relevantes*** *agropecuario, pesca y acuicultura y* ***turismo,*** *alcanzan los objetivos del desarrollo a través de la competitividad regional con énfasis en la inclusividad y crecimiento sustentable; potenciar un desarrollo local pertinente con identidad regional, respetando su forma de vida y sus expresiones culturales; aspirar al desarrollo regional incorporando los criterios de gestión sustentable y cuidado del medio ambiente; y promover la profundización de la*

[1] Se contará también con el Plan para el desarrollo turístico de la Región de Los Lagos de SERNATUR cuando este se haga público.

democracia, la articulación y asociatividad de los distintos actores Públicos - Privados, para generar una visión compartida de los objetivos de desarrollo regional"[2]

En la ***Estrategia Regional de Innovación 2014-2019*** el turismo cuenta con medidas específicas, tales como:

- Medida 1.3: Apoyo a proyectos turísticos que integren actividades complementarias de otros sectores de actividad.
- Medida 2.3. Apoyo al desarrollo de nuevos productos turísticos vinculados a la naturaleza que incorporen la historia y la cultura regional.
- Medida 5.2. Imagen de marca regional

Señalar, que la ***Política Regional de Zonas Aisladas*** contribuirá a la mejora de las infraestructuras, la accesibilidad y la conectividad, lo que a su vez propiciará al desarrollo de productos turísticos.

Estrategias y Políticas Regionales	Líneas de actuación
Estrategia Regional de Desarrollo Región de Los Lagos 2009-2020	Cuatro criterios estratégicos: capital humano, construcción social del territorio, integración regional y competitividad sustentable. Las líneas estratégicas son: Desarrollo humano y calidad de vida Comunidad pluricultural Competitividad regional Democracia y gobernabilidad regional Sustentabilidad regional
Plan Regional de Gobierno 2014-2018. Región de Los Lagos	Eje: Región Potencia Alimentaria y Turística Sustentable En el marco de este eje, se trabajará en poner en valor la arquitectura y la gastronomía; promover el turismo científico potenciando los sitios arqueológicos, respetando las costumbres e identidad cultural; conservar y proteger la biodiversidad; preservar la fauna silvestre con especial atención en el avistamiento de aves; incentivar la pesca recreativa y deporte aventura, respetando la normativa vigente y el cuidado del medio ambiente.
Estrategia Regional de Innovación, Región de Los Lagos 2014-2020	Incorporación de Valor Agregado a las actividades productivas para la mejora de la productividad y la competitividad. Diversificación de las actividades productivas en base a los recursos y el saber hacer regional, mediante la incorporación de innovación. Articulación de la Oferta Regional de Conocimiento y Tecnología Formación y capacitación de profesionales y técnicos Herramientas para un sistema regional de innovación dinámico, estable y

[2] Estrategia regional de Desarrollo de la Región de Los Lagos 2009-2020.

Estrategias y Políticas Regionales	Líneas de actuación
	colaborativo.
Política Regional de Zonas Aisladas	Construir un plan de accesibilidad de mediano plazo para las zonas aisladas, priorizando comunas y localidades a intervenir integralmente con acciones multisectoriales Incorporar un enfoque que permita la movilidad de las personas y carga de manera asequible, seguro para toda la población en igualdad de condiciones Definir la viabilidad de proyectos en infraestructura básica para las localidades aisladas, que faciliten en progreso social y económico de su población Definir un enfoque que considere la movilidad de las personas con necesidades especiales, mujeres y niños Replantear la proximidad de servicios de educación y salud integral a las personas que viven en localidades aisladas.

La ***Estrategia Nacional de Turismo de Chile*** tiene como visión "*Al 2020, Chile será reconocido como un destino turístico de clase mundial, siendo admirado y conocido por poseer una oferta atractiva, variada, sustentable y de alta calidad*"[3]

Se considera que el turismo es una de las industrias que crece más rápidamente y que tiene un importante potencial de crecimiento. A nivel nacional ha pasado a ser una actividad relevante, que en el año 2010 aportó el 3,23% del PIB nacional. Asimismo, se considera al turismo como medio para conservar el medio ambiente, el patrimonio histórico y la identidad cultural.

La Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento fue aprobada en Mayo 2014[4]. Es una política integral que contiene un conjunto de instrumentos que tiene como objetivo la transformación productiva y la diversificación de la economía chilena. Representa el nuevo marco estratégico para la mejora de la competitividad chilena y la diversificación de las actividades económicas que reduzca la dependencia de la explotación de los recursos naturales.

El ***Plan Nacional para el Desarrollo Turístico Sustentable 2014- 2018***, es un instrumento de planificación de corto y mediano plazo, que se enmarca en una visión de largo plazo, expresada en el Programa de Gobierno

[3] Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020
[4] Ministerio de Economía (2014): Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento. Santiago de Chile.

2014-2018. La ***principal finalidad*** del Plan es la identificación de iniciativas de inversión y de acciones claves para el desarrollo turístico sustentable de 80 destinos turísticos distribuidos a lo largo de Chile al año 2018, ello en concordancia también con los objetivos de desarrollo sustentable del país.

Derivados de la Agenda, están los programas que gestiona CORFO, los ***Programas Estratégicos (PE) de Especialización Inteligente***, que se orientan a proveer los bienes públicos necesarios para remover los obstáculos al crecimiento asociados al bajo nivel de desarrollo, diversificación y sofisticación de algunas industrias, y a invertir en el capital social y en una institucionalidad que garantice visión de largo plazo.

Estos programas tienen tres niveles: el nacional, en el que se va a desarrollar el PE de Turismo Sustentable, el Mesoregional, en el que en materia de turismo incluye a la Región de Los Lagos, Ruta Escénica Parques Nacionales, Lagos y Volcanes, y el nivel regional, en el cual en materia de turismo no hay ninguno previsto en la Región de Los Lagos.

Estrategias y Políticas Nacionales	Líneas de actuación
Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020	Promoción: internacional, nacional, inversión en promoción, información Sustentabilidad: gestión sustentable, sustentabilidad turística del territorio, integración de las comunidades Inversión y competitividad: desarrollo de la oferta, infraestructura, competitividad Calidad y Capital humano: calidad del producto o servicio, desarrollo del capital humano, conciencia turística Inteligencia de mercado: recoger y analizar cifras que permitan tener un conocimiento cuantitativo del turismo en el país
Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento	1. Inversiones estratégicas y planes de desarrollo sectoriales. 2. Infraestructura para el nuevo desarrollo. 3. Financiamiento y apoyo a la gestión de las PYMEs. 4. Impulso al emprendimiento y la innovación. 5. Eficiencia en la regulación y en la oferta de servicios públicos. 6. Mejores mercados. 7. Nueva Institucionalidad.
Programas Estratégicos	Turismo Sustentable Ruta Escénica Parques Nacionales, Lagos y Volcanes

En el marco de la política también se va a tener en cuenta la ***Declaración de Zonas de Interés Turístico*** (ZOIT). Las zonas de interés turístico son *territorios comunales, intercomunales o determinadas áreas dentro de ésos que tengan condiciones especiales para la atracción turística y que requieran medidas de conservación y una planificación integrada para promover las inversiones del sector privado*"[5]. La declaración de un lugar como ZOIT conlleva la prioridad en materia de ejecución de programas y proyectos públicos que fomenten la actividad turística, así como la asignación de recursos para obras de infraestructura y equipamientos necesarios para desarrollar el sector.

Condiciones para participación en el proceso de declaración de Zona de Interés Turístico

1. Considerar en la actualidad al turismo como actividad fundamental del desarrollo económico regional.
2. Tener condiciones especiales para la atracción turística, como por ejemplo, la presencia de atractivos turísticos naturales y/o culturales, singularidad de paisaje o belleza escénica.
3. Reconocer la presencia de elementos (naturales y/o culturales) que cuenten con un alto valor simbólico para la comunidad y que además sean capaces de atraer flujo de visitantes y turistas.
4. Contar con oferta (registrada en el registro nacional de servicios turísticos de Sernatur) y demanda turística actual.
5. Promover un nivel de organización y articulación entre el municipio, comunidad local, actores públicos y privados (ya sean personas individuales o jurídicas), asociadas al turismo.
6. Es importante que los territorios cuenten con respaldo del Gobierno Regional, municipios, organismos de la administración del estado que tengan injerencias en materia turística y organizaciones locales, previo al proceso de actualización o postulación del territorio como ZOIT.
7. Se espera que los territorios postulantes cuenten con un Encargado Municipal dedicado exclusivamente a Turismo, ratificando el compromiso de la autoridad municipal respecto a esta materia.
8. Los territorios deben justificar la coherencia de su propuesta territorial con las políticas de planificación turística regional y nacional.

Fuente: Subsecretaría de Turismo

Caracterización ZOIT Región de Los Lagos

ZOIT	COMUNA	VOCACIÓN TURÍSTICA	ESTADO DECLARATORIA
ZOIT Futaleufú	Futaleufú	Turismo de intereses especiales	En proceso de postulación
ZOIT Cochamó	Cochamó	Turismo de intereses especiales, naturaleza	En proceso de postulación
Angelmó-Tenglo	Puerto Montt	Gastronómico-artesanal-insular	E proceso de postulación
Monte Verde	Puerto Montt	Arqueología	En proceso de postulación
Carretera austral	Puerto Montt	Circuito Borde Costero	Identificada

[5] Subsecretaría de Turismo. Ley de Turismo 20.423 de 2010.

ZOIT	COMUNA	VOCACIÓN TURÍSTICA	ESTADO DECLARATORIA
Correntoso-Chapo	Puerto Montt	Zona de biodiversidad pre-andina – Lago Chapo	Identificada
Eje Alerce	Puerto Montt	Urbano – rural artesanal, maderero y paisajística	Identificada
Borde costero	Puerto Montt	Navegación costera, práctica de deportes náuticos y pesca, sitio arqueológico menores (conchales)	Identificada
ZOIT Castro: 6 áreas	Castro	Patrimonial – rural –insular – marítima	En proceso de postulación
Área ciudad patrimonial	Castro	Patrimonial (palafitos, mercado, feria artesanal, iglesia de Castro (patrimonio de la Humanidad)	En proceso de postulación
Área Nercón	Castro	Costumbrista Iglesia Nercón (Patrimonio de la Humanidad)	En proceso de postulación
Área Humedal de Putemun	Castro	Humedales, reserva de aves playeras, Iglesia patrimonial y fiesta costumbrista	En proceso de postulación
Área de Laguna Pastahue	Castro	Actividades náuticas en sus lagunas	En proceso de postulación
Área Península de Rilán	Castro	Agrícola, humedales, estuario e iglesia patrimonial	En proceso de postulación
Área Islas	Castro	Turismo rural – insular – iglesias patrimoniales	En proceso de postulación

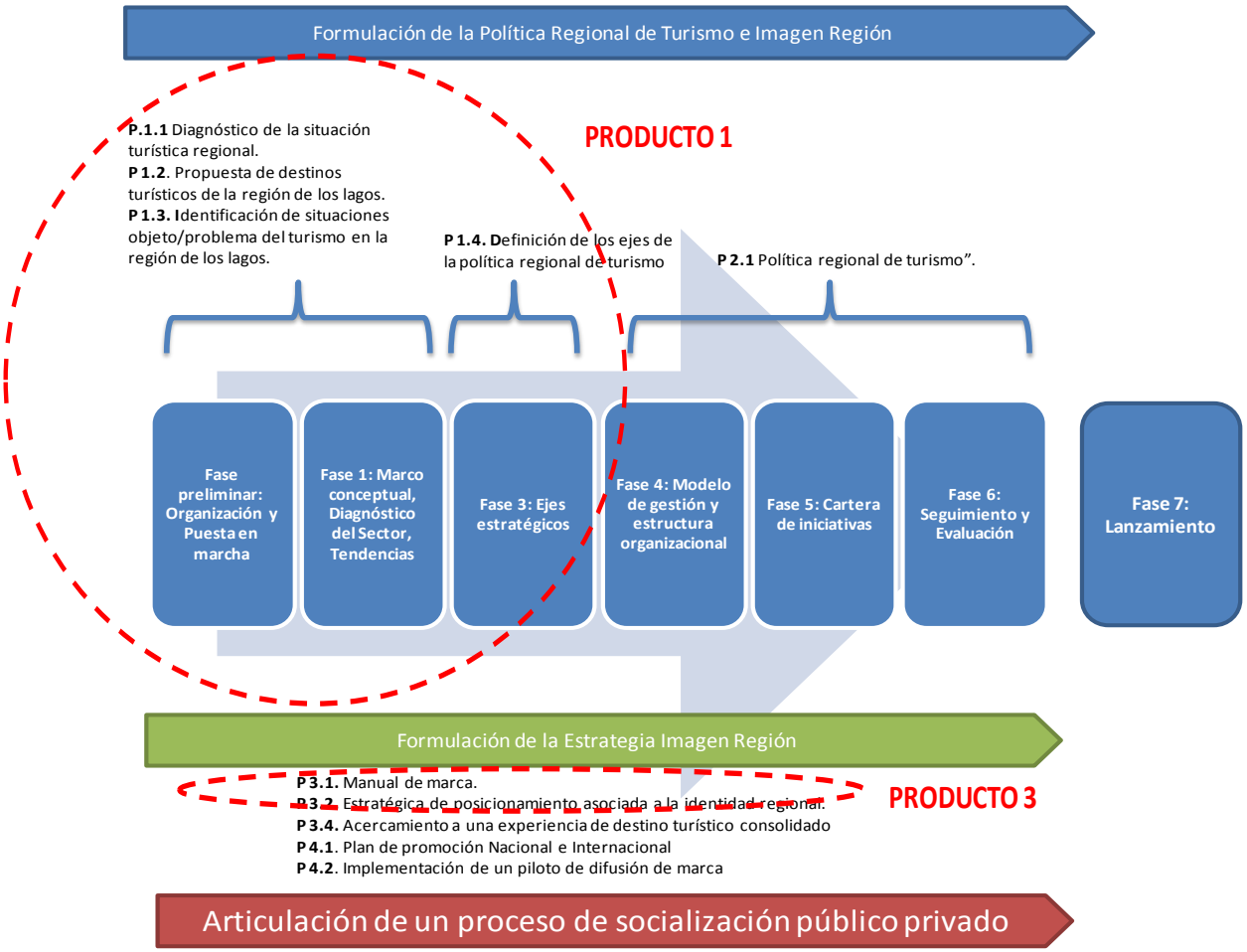
Fuente: SERNATUR

Todo ello, contribuirá a sentar las bases de la Política Regional de Turismo e Imagen de la Región de los Lagos, pero será necesario el consenso regional, así como la coordinación con el nivel nacional, para aunar y maximizar los recursos, evitar duplicidades y solucionar los problemas normativos y de regularización que inciden en el turismo de la Región.

2/ METODOLOGÍA

Este diagnóstico se enmarca en el trabajo de definición de la Política Regional de Turismo e Imagen de la Región de Los Lagos, cuyo objetivo general es "*impulsar un diálogo regional e institucional con el propósito de formular una Política Regional de Turismo e Imagen Región que oriente la inversión y los diversos esfuerzos públicos y privados en torno al desarrollo turístico de la región de Los Lagos*"

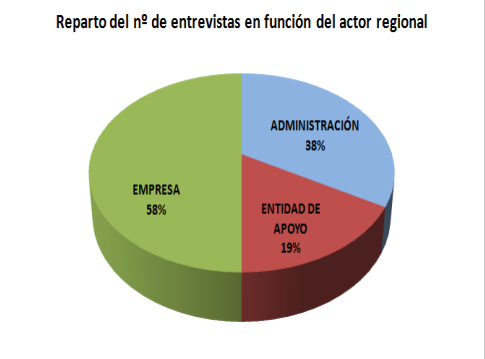
En el siguiente gráfico se presentan las distintas etapas del trabajo de definición de la Política, señalándose la etapa a la que responde este diagnóstico, la primera.



La Metodología se describe de manera detallada en el documento Marco Teórico y Conceptual y Metodología, por lo que en este punto se presenta un breve resumen de la misma. Así, la metodología utilizada se ha basado en el trabajo de *back-office* en base al cual se ha realizado el análisis estadístico y documental. Junto con fuentes e referencia nacionales e internacionales, la principal fuente de información, especialmente la estadística ha sido SERNATUR.

Se ha realizado también un intenso y representativo trabajo de campo en base a entrevistas en profundidad a los actores regionales vinculados al turismo y a talleres de contraste y análisis.

Se realizaron para la elaboración del diagnóstico un ***total de 114 entrevistas, cuyo reparto territorial*** se presenta en el siguiente gráfico. Se debe señalar que existe una alta concentración de actores en la provincia de Llanquihue, por un lado por estar ubicados la mayor parte de los actores públicos y, por otro, por contar con el mayor número de empresas de servicios turísticos formales registrados. Además, se realizaron 10 entrevistas a agentes clave durante la fase de elaboración del documento de la Política.



El número total de entrevistas ha superado el previsto inicialmente (las entrevistas propuestas fueron 72). De ellas, ***57 se han realizado a empresas.***

En total, se han realizado ***diez talleres*** (cinco en la fase de diagnóstico y 5 en la fase de la política) que han recogido las inquietudes de las 4 provincias, con una asistencia total de 260 personas.

Localidad	Nº Asistentes Fase Diagnóstico	Nº Asistentes Fase Política
Puerto Montt	40	30
Osorno	36	24
Futaleufú	28	15
Castro	25	27
Hualaihué	23	22
TOTAL	**152**	**108**

Fuente: Listados de asistencia

Además, se crearon en el marco de la política ***5 comisiones*** para trabajar de manera más específica ciertas problemáticas y necesidades detectadas durante la elaboración del diagnóstico.

- Oficinas municipales de turismo
- Formación, capacitación, laboral
- Medioambiente, salud
- Touroperadores
- Cultura y Patrimonio

El trabajo participativo también se ha llevado a cabo para la construcción de la imagen región. Para ello, se organizaron ***tres paneles de expertos***, se entrevistó de manera personalizada a ***8 agentes clave*** y se presentaron los avances en el diseño de la imagen en los ***5 talleres*** de la fase de elaboración de la política. En todos estos espacios, los participantes aportaron insumos de gran valor para definir la imagen que representará a la región en turismo. Por último, se organizó un ***seminario internacional*** sobre "*Experiencias Internacionales en Políticas de Turismo Sustentable*", al que acudieron más de 80 personas.

3/ OBJETIVOS

El objetivo general del diagnóstico es caracterizar al sector turístico con el fin de que se constituya como el referente para la toma de decisiones público – privadas relativas al sector en la Región de Los Lagos.

El diagnóstico de la situación turística regional constituye el punto de partida del proceso de elaboración de la Política Regional de Turismo e Imagen Región e inicia el proceso de participación y consenso de esta política. En este sentido, el diagnóstico cumple una función primordial, como es alcanzar el consenso en la Región en relación a su situación de partida, en base a la cual se definirá la Política Regional en relación al Turismo.

Concretamente el diagnóstico caracteriza el sector turístico de Los Lagos, desde una doble mirada:

- El ***análisis interno***, en el que se han analizado sus principales problemáticas, potencialidades y capacidades.
- El ***análisis externo***, en el que se han analizado las tendencias internacionales y a los principales competidores y el ***posicionamiento del turismo*** en la Región de Los Lagos, respecto a los mismos.

El documento que se desarrolla a continuación contiene:

- El análisis de tendencias internacionales en materia de turismo,
- Una breve panorámica del turismo en Chile.
- La presentación general de la Región de Los Lagos, y la caracterización del sector como un conjunto de actividades económicas.
- El análisis de la demanda y la oferta turísticas en la Región de Los Lagos.
- El análisis de tres casos de destinos competidores
- Las principales conclusiones

4/ BREVE PANORÁMICA DEL TURISMO EN CHILE

Chile es, con 3,6 millones de turistas en 2013, el séptimo país receptor en el continente americano y el tercero en América del Sur por debajo de Brasil y Argentina (primero y segundo respectivamente)[6].

En Chile, en el año 2013[7] el ***turismo representó el 3,5% del PIB nacional y el 4,2% del empleo total del país***. En el sector trabajaban 293.755 lo que representó en 2013 el 3,8% de los empleos en el país[8]. La Estrategia Nacional de Turismo ha fijado el objetivo de aumentar el peso relativo del Turismo en el PIB al 6% para el año 2020.

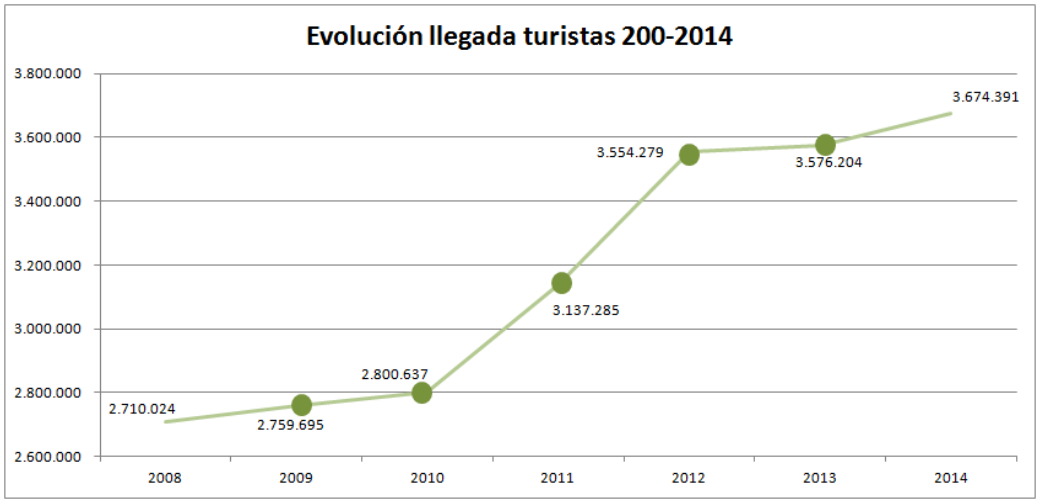
Ya en el año 2013 el país tuvo un ingreso de divisas de US$2.581,1 millones, generado por el gasto que realizaron los visitantes extranjeros en Chile, cifra que incluye un desembolso de US$2.133,6 millones realizado por turistas, 35,1 millones por excursionistas y US$412,4 millones generados por transporte internacional[9]. Esta cifra, "*significa que el aporte del turismo receptivo fue de un 2,9% en el total de exportaciones de bienes y servicios que recibió el país durante el 2013*."[10]

Una característica importante del turismo en Chile es su ***carácter estacional***. "*durante el 2013, solo en los meses de enero, febrero, marzo y diciembre se concentra el 43,8% de los arribos. Asimismo, el 60,5% de las llegadas de turistas se realizaron durante el primer y cuarto trimestre, contrastando con el 39,5% del segundo y tercer trimestre*."[11].

[6] Organización Mundial del Turismo, Panorama del Turismo Internacional, Edición 2014.
[7] OCDE 2014. *Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE* 2014
[8] Sernatur Los Lagos, *Plan de Acción 2011-2012, Sector Turismo. Región de Los Lagos*. Junio 2015.
[9] Sernatur/INE. Informe Anual de Turismo 2013. Publicado en Agosto de 2014.
[10] SERNATUR. *Informe Comportamiento y Perfil del Turismo Receptivo* 2013.
[11] SERNATUR. *Informe Comportamiento y Perfil del Turismo Receptivo* 2013.

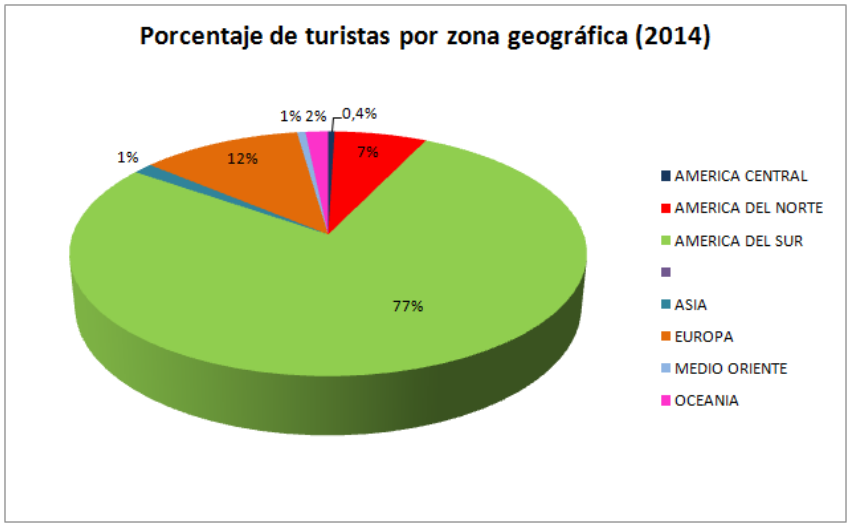
4.1/ Orientación al mercado

La llegada de turistas extranjeros a Chile ha tenido una tendencia positiva en los úlitmos años, aumentado un 36% en el período 2008-2014, tal y como muestra la siguiente gráfica.



Fuente: Sernatur, Cuadro Estadístico de llegadas de turistas extranjeros al país. (2015)

América del Sur es el principal "cliente" de Chile representando en 2014 el 77% del turismo en el país. Europa con el 12% y América del Norte con el 7%, son los otros dos mercado principales de Chile.



Fuente: Sernatur, Cuadro Estadístico de llegadas de turistas extranjeros al país (2015)

En número, los principales paises de procedencia de los turistas que llegan a Chile son Argentina, Bolivia y Brasil.

Ranking de los 10 primeros países de procedencia de los turistas (2014)

País	Nº turistas	Porcentaje
ARGENTINA	1.325.503	36%
BRASIL	407.740	11%
BOLIVIA	395.335	10,8%
PERU	343.768	9,4%
EEUU	162.366	4,4%
COLOMBIA	89.092	2,4%
ESPAÑA	75.177	2%
ALEMANIA	70.648	1,9%
FRANCIA	66.616	1,8%
INGLATERRA	44.893	1,2%

Fuente: Sernatur, Cuadro Estadístico de llegadas de turistas extranjeros al país (2015)

Respecto a los ingresos de divisas generados por los turistas, Argentina sigue siendo el principal mercado en cuanto a volumen de ingresos con un aporte del 27%, seguida de Brasil con el 22% y Estados Unidos con el 12%.

Ingreso de divisas por turistas en Chile. Año 2013.

País	Ingreso de divisas por turistas (US$)	Ingreso per cápita (US$)	Permanencia noches
ARGENTINA	468.700.000,00	344	6,5
BRASIL	370.700.000,00	1024	7
EE.UU.	207.100.000,00	1343	15,4
ESPAÑA	126.000.000,00	1771	21,2
ALEMANIA	84.900.000,00	1333	20,1
FRANCIA	78.200.000,00	1285	20,3
COLOMBIA	77.700.000,00	908	16,6
PERÚ	73.200.000,00	221	5,4
INGLATERRA	48.900.000,00	1187	15
BOLIVIA	47.800.000,00	125	4,1
AUSTRALIA	46.800.000,00	1041	9,6

País	Ingreso de divisas por turistas (US$)	Ingreso per cápita (US$)	Permanencia noches
CANADÁ	46.300.000,00	1506	17
MÉXICO	45.100.000,00	1171	14,4

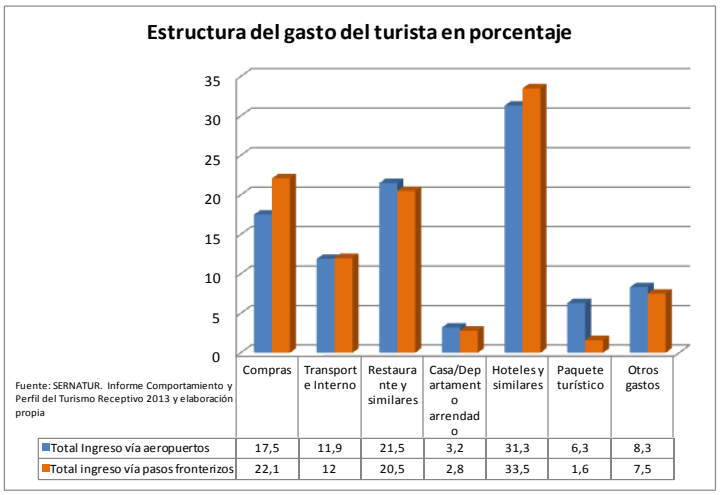
Fuente: SERNATUR. Informe Comportamiento y Perfil del Turismo Receptivo 2013.

El cálculo del ingreso per cápita por turista[12], muestra que los países cuyo ingreso per cápita se sitúa entre los 1.700 y los 1.000 US$ son los países europeos, Canadá, Estados Unidos, México, Brasil y Australia.

Colombia se sitúa los 900 US$, mientras que Argentina, Perú y Bolivia no superan los ingresos promedio (567,64 US$).

Asimismo, los países emisores con mayor ingreso de divisas per cápita son también los que registran una mayor permanencia de noches.

Como se observa en la siguiente tabla, la mitad del gasto de los turistas se destina a alojamiento y alimentación. Las compras también presentan un peso importante, especialmente en los turistas que llegan a través de los pasos fronterizos.



Fuente: SERNATUR, Informe comportamiento y perfil del turismo receptivo 2013.

[12] Para este cálculo se ha dividido el monto de ingreso de divisas por el número de llegadas.

4.2/ Organización del Destino

Chile es un país muy diverso en donde se puede encontrar desde el desierto más árido del mundo hasta glaciares, campos de hielo y la Antártida, lagos, volcanes, cordillera, cultura, historia, gastronomía, folclore, etc. Esta diversidad facilita la realización de diversos tipos de turismo y actividades:

Tipo de turismo	Actividades
Deportes y Aventura	Cabalgatas, canopy, ciclismo, montañismo, parapente deportes aeronáuticos, pesca, rafting, regatas, sandboard, sky y snowboard, surf y deportes náuticos, trekking
Naturaleza	Avistamiento de aves, flora y fauna, overland, parques y reservas naturales, playas, zoológicos
Cultura y Patrimonio	Arqueología, destinos históricos, edificios y monumentos, iglesias, museos, paleontología, pueblos originarios, tradiciones costumbristas
Astronomía	Observación de los cielos
Bienestar y Relax	Cruceros, resorts, termas y spas
Vida Urbana	Casino, compras, entretención nocturna
Vinos y Comida	Gastronomía típica de Chile, rutas del vino
Turismo de negocios	Convention Bureau

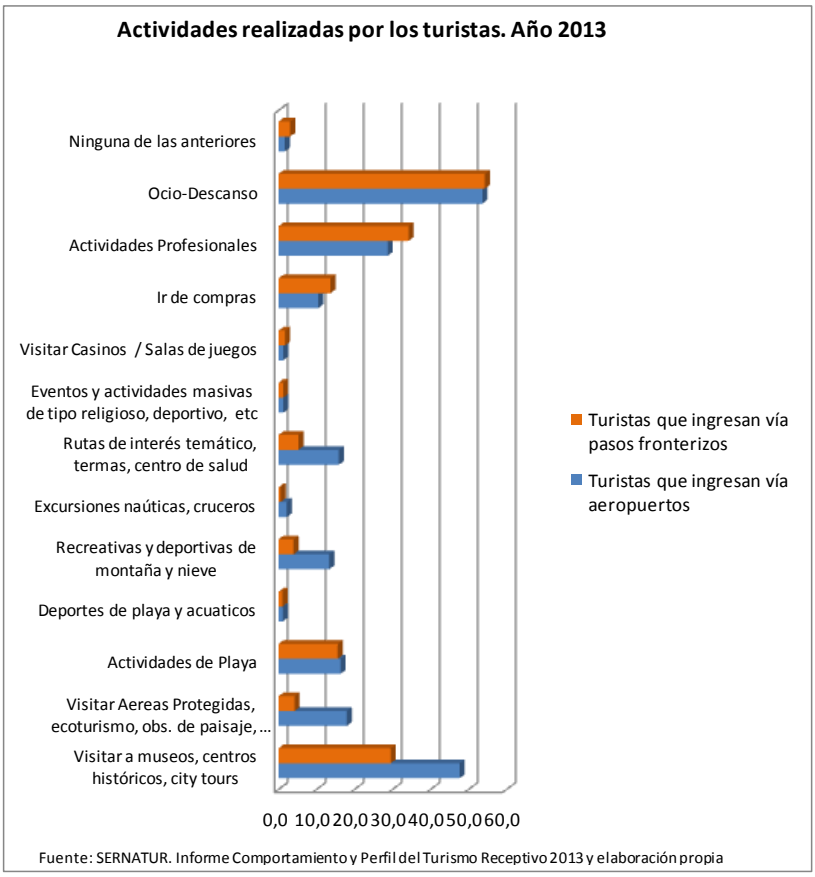
Fuente: Chile travel

Los turistas que llegan a Chile vienen para el ocio y el descanso y en menor medida para realizar actividades profesionales. Las actividades culturales, de contacto con la naturaleza y salud son las preferidas de los turistas que ingresan por vía aérea, mientras que las compras, la montaña y la nieve y la playa son las preferidas por los turistas que ingresan vía los pasos fronterizos.

DÓNDE IR EN CHILE

- Desierto de Atacama
- Santiago, Valparaíso y alrededores
- Lagos y Volcanes
- Patagonia (Los Ríos, Los Lagos, Aysén y Magallanes)
- Islas

Fuente: Chile travel



Los destinos más visitados por los turistas que llegan a Chile se presentan en la siguiente tabla, destacando la región Metropolitana y sus alrededores, y Valparaíso y Viña del Mar.

Ranking de destinos visitados por los turistas que llegan a Chile. Año 2013

Ranking destinos visitados	Turistas que ingresan vía aeropuertos	Turistas que ingresan vía pasos fronterizos
Santiago y alrededores (Cajón del Maipo, Isla de Maipo, Talagante, Melipilla y otros)	88,2	88,4
Valparaíso - Viña del Mar	41,0	29,1
Centros Invernales (Farellones, Valle Nevado, Portillo, Termas de Chillán, etc.)	9,9	2,8
Otros sectores costeros de la Región de Valparaíso	6,6	6,3

Ranking destinos visitados	Turistas que ingresan vía aeropuertos	Turistas que ingresan vía pasos fronterizos
Valle de la Luna - San Pedro de Atacama - Geyser del Tatio	6,6	0,9
Puerto Montt - Puerto Varas - Parque Nac. Pérez Rosales - Lago Llanquihue	6,5	1,3
Pucón - Villarrica - Lican Ray - Caburga	5,2	1,7
Otras (Rancagua, Isla Juan Fernandez, Tierra del Fuego, Puerto Williams, etc.)	5,1	3,0
La Serena – Coquimbo	5,0	3,6
Punta Arenas	4,3	0,5
Torres del Paine - Puerto Natales	4,0	0,1
Antofagasta - Calama	3,4	1,6
Concepción, área costera del Bío - Bío	3,3	2,1
Valdivia sector costero de Corral	2,5	0,6
Isla de Chiloé	2,0	0,5
Iquique – Salitreras – Pica – Matilla	2,0	0,7
Isla de Pascua	1,8	0,1
Valle del Elqui - Vicuña	1,7	0,5
Osorno y alrededores	1,5	0,7
Costa de Pichilemu - Constitución	1,4	0,6
Arica	1,3	0,6
Carretera Austral - Futaleufú - Palena	0,8	0,1
Putre – Lago Chungará	0,3	0,0

Fuente: SERNATUR. Informe Comportamiento y Perfil del Turismo Receptivo 2013

4.3/ Desarrollo Competitivo

El crecimiento del turismo en Chile y su cada vez más significativa importancia en la economía del país, llevó a la promulgación de la ***Ley de Turismo*** 20.423 en el año 2010 y a la creación de la ***Subsecretaría de Turismo***, dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo en 2011. La propia ley de turismo establece que el turismo es una actividad estratégica "*prioritaria dentro de las políticas de Estado, por lo que éste deberá promoverla de modo armónico e integral, impulsando su*

crecimiento sustentable en conformidad con las características de las regiones, comunas y localidades del país".

> La presente ley tiene por objeto el desarrollo y promoción de la actividad turística, por medio de mecanismos destinados a la creación, conservación y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales
>
> Ley de turismo 20.423

Asimismo, la Ley 20.423 define la creación de una nueva entidad, el Comité de Ministros de Turismo, que tiene como función "*asesorar al Presidente de la República en la fijación de los lineamientos de la política gubernamental para el desarrollo de la actividad turística*".

Integrantes Comité de Ministros de Turismo

- Presidente: Ministro de Economía, Fomento y Turismo
- Ministro de Obras Públicas
- Ministro de Vivienda y Urbanismo
- Ministro de Agricultura
- Ministro de Bienes Nacionales
- Ministro Presidente de la Comisión Nacional del Medio Ambiente
- Presidente del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

La ley de turismo también define y establece la normativa para las Zonas de Interés Turístico (ZOIT) y el desarrollo turístico en las Áreas Silvestres Protegidas.

La propia ley establece la creación de la Subsecretaría de Turismo que entró en funcionamiento el 1 de enero de 2011. La subsecretaría está encargada de elaborar planes, programas y proyectos para el fomento, promoción y desarrollo del turismo en Chile[13].

Por su parte, la Estrategia Nacional de Turismo define los 5 pilares en los que se va a trabajar en la industria turística en el horizonte del 2020.

Estrategia Nacional de turismo 2012-2020

Pilares	Líneas de Acción
Promoción	▪ Posicionamiento de la marca "Chile" basado en Experiencias ▪ Profundización del marketing a cliente final en mercados prioritarios

[13] www.subturismo.gob.cl

Pilares	Líneas de Acción
	▪ Cobertura hacia mercados no tradicionales con potencial ▪ Posicionamiento de nuevos destinos y productos ▪ Posicionamiento de Chile como destino para eventos y turismo de negocios ▪ Posicionamiento de Chile entre sus habitantes ▪ Coordinación de la promoción de Chile en el exterior ▪ Aumentar la cobertura y profundidad de la promoción internacional ▪ Información turística de calidad y valor agregado ▪ Infraestructura para la entrega de información y material de apoyo ▪ Plataformas digitales para potenciar la promoción de Chile y su oferta turística.
Sustentabilidad	▪ Prácticas sustentables en turismo ▪ Responsabilidad Social Empresarial ▪ Desarrollo turístico sustentable en Áreas Silvestres Protegidas del Estado ▪ Desarrollo turístico en Áreas Protegidas Privadas ▪ Declaración de Zonas de Interés Turístico (ZOIT) ▪ Evaluación ambiental del turismo y paisaje ▪ Promoción de la oferta turística cultural ▪ Desarrollo y comercialización de la oferta de turismo rural ▪ Integración de los pueblos originarios
Inversión y competitividad	▪ Desarrollo de nuevos destinos y productos turísticos integrados ▪ Rutas turísticas Chile ▪ Infraestructuras de transportes ▪ Señalización vial ▪ Accesibilidad a personas con discapacidad y movilidad reducida ▪ Atracción de inversiones turísticas ▪ Instrumentos de fomento a la inversión e innovación ▪ Estacionalidad y turismo social ▪ Conectividad y competitividad aérea ▪ Competitividad de cruceros ▪ Plan Nacional de Seguridad Turística ▪ Facilitación de entrada/salida del turista extranjero a/de Chile ▪ Turismo municipal
Calidad y Capital Humano	▪ Normas de calidad turística ▪ Promoción y fomento del sello de calidad turística ▪ Inspección del sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos ▪ Protección al consumidor ▪ Mesa de capital humano ▪ Certificación de competencias laborales ▪ Programa de conciencia turística
Inteligencia de Mercado	▪ Estadísticas del sector turístico ▪ Modelos predictivos ▪ Registro de prestadores de servicios turísticos ▪ Estudios de turismo y valoraciones económicas de destinos ▪ Seguimiento de marca país

Pilares	Líneas de Acción
	▪ Medición de avances de la estrategia

El ***diálogo público-privado*** en el sector se articula a través de FEDETUR[14] (Federación de Turismo de Chile) que es la principal entidad que aglutina al sector privado y que trabaja junto al Estado las políticas públicas y normativas que permitan desarrollar el potencial turístico en Chile *salvaguardando y poniendo en valor los recursos y atractivos naturales y culturales con que cuenta el país y que son la base de esta industria, asegurando la sustentabilidad y el éxito comercial del turismo a largo plazo.* Forman parte de FEDETUR varias Cámaras regionales de turismo y comercio, Corporaciones de turismo, asociaciones gremiales de turismo y empresas privadas.

Objetivos Estratégicos FEDETUR

Promoción
Reivindicar la acción conjunta público-privada y exigir el financiamiento necesario para una promoción turística potente en Chile y en el extranjero
Desarrollo
Promover la excelencia y el desarrollo sustentable del turismo
Posicionamiento
Posicionar al turismo para que las autoridades lo reconozcan como sector prioritario para el país
I+D
Analizar la evolución del turismo internacional y liderar la difusión de sus resultados y su adaptación a la realidad de Chile
Fomento
Fomentar la práctica masiva del turismo por todos los chilenos
Representatividad
Representar ampliamente a la industria

Asimismo, existen dos iniciativas de cooperación transfronteriza entre la Región de Los Lagos con la República Argentina, como son el Comité de Integración Transfronterizo de la Región de Los Lagos Chile-Argentina y la Red Turística Bioceánica NorPatagonia.

El Comité de Integración Transfronterizo de la Región de Los Lagos Chile-Argentina[15] incluye las provincias de Neuquén, Río Negro, Chubut, la

[14] www.fedetur.org
[15] Difrol-Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. Comité de Integración Chile-Argentina

ciudad de Bahía Blanca y las cuatro regionales colindantes de Chile: Bio Bio, Araucanía, Los Ríos y Los Lagos. Este comité es el resultado de una iniciativa conjunta entre Argentina y Chile con el principal objetivo de promover un proceso de integración mediante el tratamiento bilateral de temas que estimulen y faciliten el intercambio regional comercial, cultural y social. Entre los grandes temas del Comité se encuentra el turismo. Por su parte la Red Turística Bioceánica NorPatagonia[16] incluye la provincia de Osorno y las provincias de Neuquen y Río Negro en Argentina. Esta ruta tiene como finalidad el desarrollo sustentable de los territorios que la integran y su objetivo es trabajar en una mayor integración para consolidar un destino turístico común.

4.4/ Posicionamiento internacional

La subsecretaría de turismo tiene asignada como función la formulación y ejecución de la Política de Promoción de Turismo[17]. La ley de turismo prevé la creación de un Consejo Consultivo de Promoción Turística cuyo objetivo será *"asesorar y colaborar con el Comité, a través de la Subsecretaría de Turismo, en la formulación de la Política Nacional de Promoción del Turismo, tanto a nivel nacional como internacional".*

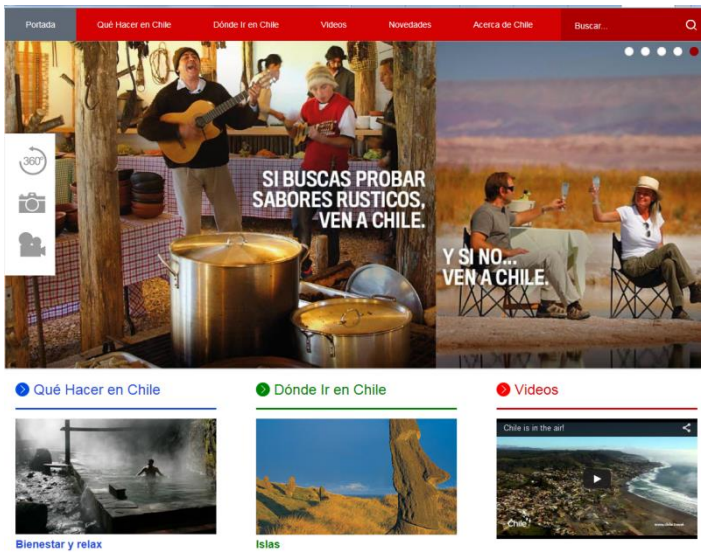
> El Estado impulsará, por intermedio de sus organismos, una imagen del país tanto en el territorio nacional como en el exterior, que promueva sus atractivos de carácter patrimonial, natural, cultural y cualquier otro con valor turístico, que conduzca a la inserción de Chile en los mercados internacionales

Fuente: Ley de Turismo

Por su parte, SERNATUR también tiene asignado entre sus objetivos estratégicos la "*...alinear y potenciar las acciones de promoción y difusión de los productos turísticos y destinos, con el fin de generar el crecimiento de la industria turística"*. Este objetivo se desarrolla principalmente a través de la participación en ferias internacionales.

Chile Travel es el sitio web oficial del turismo en Chile y en él se puede encontrar información sobre las actividades y destinos turísticos de Chile.

[16] Universidad Santo Tomás. Noticias
[17] Ley de Turismo



A nivel público-privado, la Corporación sin fines de lucro ***Turismo Chile*** promueve Chile y sus destinos turísticos en los mercados internacionales, desarrollando planes de promoción de acuerdo a la estrategia de marketing del país. La corporación trabaja en base a 3 áreas: turismo recreativo, turismo reuniones y desarrollo de proyectos regionales.

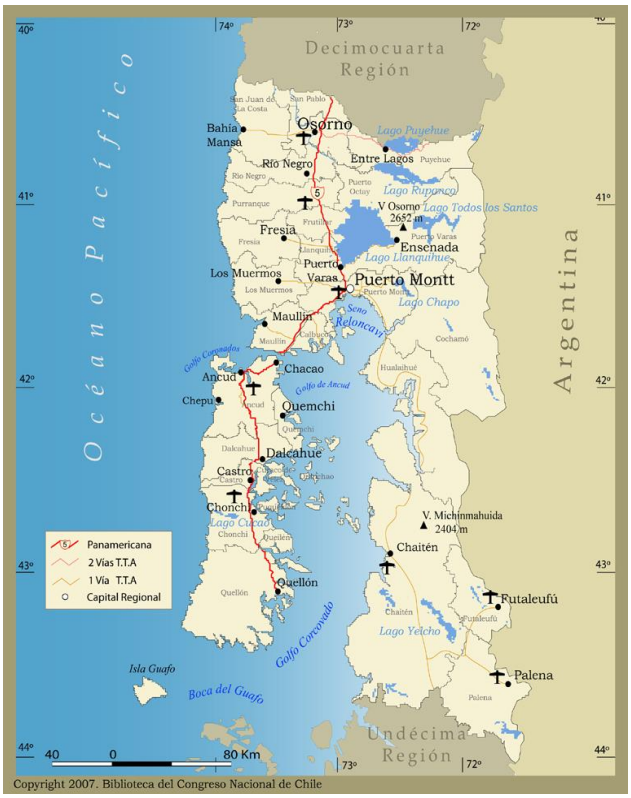
Principales funciones Turismo Chile

1. Diseñar la estrategia de promoción turística internacional.
2. Implementar el Plan de Acción para la promoción turística internacional.
3. Administrar los fondos públicos destinados a promoción internacional.
4. Levantar financiamiento privado nacional e internacional para el desarrollo de campañas de promoción.
5. Desarrollar proyectos regionales de promoción, sumando sinergias con países vecinos en la apertura de mercados lejanos.
6. Organizar eventos internacionales (ferias, workshops, roadshows, otros)
7. Coordinar viajes de promoción turística (press trips, fam trips)
8. Producir material promocional y comunicacional necesario para el cumplimiento de las acciones

Fuente: www.chiletourism.travel

5/ LA REGIÓN DE LOS LAGOS Y EL TURISMO

5.1/ Presentación de la Región de los Lagos



http://siit2.bcn.cl/nuestropais/region10

Datos Generales

La Región de Los Lagos, está situada entre los paralelos 40°13' y el 44°3' de latitud Sur y entre las coordenadas 74°49' a 71°34' de Longitud W. Sus 48.584,5 Km2 ***(6,7% de la superficie de Chile continental)*** de superficie se dividen administrativamente en cuatro provincias:

- Osorno
- Llanquihue
- Chiloé
- Palena.

Según el censo del año 2002, la Región cuenta con ***716.739 habitantes, que representan el 4,7%*** de la población nacional. [18]

Las ciudades de Puerto Montt con 175.938 habitantes y Osorno con 145.475 habitantes, concentran el 45% de la población de la Región.[19]

La Región de Los Lagos, cuenta con ***2.736.33, 1 has., de bosque nativo, que representan el 20% del total*** del bosque nativo del País.

[18] Fuente: INE
[19] Fuente: INE

En el año 2013 la Región tuvo un ***Producto Interior Bruto de 2.636.346 millones de pesos, que representaba el 2,5% del total del país***, ocupando el puesto número 10 en el ranking de regiones chilenas en base a su aporte al PIB nacional. El PIB per cápita en ese mismo año fue de 2.108.982 pesos. [20]

Tabla resumen de participación de la Región de Los Lagos en el conjunto del país.

Región de Los Lagos	Porcentaje respecto al total del País
Superficie	6,7%
Población	4,7%
Bosque Nativo	20%
PIB	2,5%

Fuente: http://www.intendencialoslagos.gov.cl/geografia.html, INE, Banco Central, extraído de Observatorio Regional de Los Lagos. SUBDERE

Naturaleza

La Región de Los Lagos cuenta con recursos naturales como volcanes, lagos, ríos, glaciares, canales, termas y fiordos. En definitiva, es una región de "*tierra, agua y fuego*"[21]

Como se recoge en la siguiente tabla, el 58% del uso de la tierra son los bosques, que a su vez representan el 17% del total de bosques del país. Asimismo, sus zonas de nieve y glaciares son el 8% del total del país.

Nº Hectáreas y reparto porcentual del uso de la tierra

Uso de la Tierra. Año 2011	Nº Has.	% en Total de la Región	% en Total del País
Áreas urbanas e industriales	8.769	0,18	3,5
Terrenos Agrícolas	8.253	0,2	0,2
Praderas y Matorrales	1.172.355	24,3	5,9
Bosques	2.795.921	57,9	16,8
Humedales	57.310	1,2	1,2
Áreas desprovistas de	181.648	3,8	0,7

[20] Fuente: Banco Central, extraído de Observatorio Regional de Los Lagos. SUBDERE
[21] Expresión recogida en las entrevistas.

Uso de la Tierra. Año 2011	Nº Has.	% en Total de la Región	% en Total del País
vegetación			
Nieves y Glaciares	360.213	7,5	8,4
Otros	242.877	5,0	15,1

Fuente: CONAF. Extraído del Observatorio regional de SUBDERE

El Sistema de Áreas Protegidas de Chile

Chile cuenta con un importante patrimonio natural y una extraordinaria biodiversidad. Esta riqueza natural y los diversos ecosistemas existentes en el país se protegen a través de una serie de instituciones y normas. Por un lado, el ***Sistema Nacional de Áreas Silvestres del Estado*** (SNASPE) administrado por CONAF y que cubre algo más del 20% del territorio continental (en los últimos años se están realizando esfuerzos en la creación de parques marinos, reservas marinas y áreas marino-costeras protegidas de múltiples usos). Además, existe un conjunto de ***Áreas Protegidas Privadas*** (APP) que constituyen una herramienta para cubrir los vacíos de protección de ecosistemas especies y funciones ecológicas. Algunos estudios señalan que un 65% de la propiedad de la tierra fuera de las áreas protegidas del Estado, es privada[22].

Por tanto, la participación privada es relevante en el diseño y despliegues temprano de un Sistema Nacional Integral de Áreas Protegidas Públicas y Privadas (SNAP) terrestres y marinos.

El Sistema Nacional de Áreas Silvestres – SNASPE, tiene en la actualidad 101 unidades, distribuidas en 36 parques nacionales, 49 reservas nacionales y 16 monumentos naturales que cubren aproximadamente el 20% del territorio nacional.

PARQUE NACIONAL: área generalmente extensa, donde existen diversos ambientes únicos o representativos de la diversidad biológica natural del país, no alterada significativamente por la acción humana, capaces de autoperpeturase y en que las especies de flora y fauna o las formaciones geológicas, son de especial interés educativo, científico o recreativo. Los objetivos del parque son la preservación de muestras de ambientes naturales, de rasgos culturales y escénicos asociados a ellos; la continuidad de los procesos evolutivos, y en la medida compatible con lo anterior, la realización de

[22] Ministerio del Medio Ambiente, Diagnóstico y Caracterización de las Iniciativas de Conservación Privada en Chile), 2013

actividades de educación, investigación y recreación.

RESERVA NACIONAL: área cuyos recursos naturales es necesario conservar y utilizar con especial cuidado, por la susceptibilidad de éstos a sufrir degradación o por su importancia en el regustado del bienestar de la comunidad. Tiene como objetivo la conservación y protección del recurso suelo y de aquellas especies amenazadas de flora y fauna silvestre, a la mantención o mejoramiento de la producción hídrica y la aplicación de tecnologías de aprovechamiento racional de éstas.

MONUMENTO NATURAL: área generalmente reducida, caracterizada por la presencia de especies nativas de flora y fauna o por la existencia de sitios geológicos relevantes desde el punto de vista escénico, cultural o científico. Su objetivo es preservar el ambiente natural, cultural y escénico, y en la medida que sea compatible con ello, desarrollar actividades educativas, recreacionales o de investigación.

Fuente: CONAF

Dentro de las SNASPES, la Región de Los Lagos cuenta con 3 reservas nacionales, 6 parques nacionales y 2 monumentos naturales, que se describen en la siguiente tabla.[23]

Recurso Natural	Descripción	Principales atractivos	Visitantes 2015*
Reserva Nacional Lago Palena	Creada el año 1965. Servicios: entorno natural, donde los visitantes pueden apreciar y fotografiar la flora y fauna existente. Acceso difícil, a caballo o por vía aérea.	Bosque, lagunas, casquetes de hielo, lago	…
Reserva Nacional Futaleufú	Creada en 1998. Servicios: miradores y senderos Acceso: camino de ripio	Flora, fauna, miradores a valles y bosques de ciprés, senderos, flora y fauna	560
Parque Nacional Vicente Pérez Rosales	Servicios: trekking, áreas de camping y merienda, posibilidad de alojamiento, alimentación, venta de souvenir, artesanías, etc. Buen acceso	Bosque nativo, montañas, Lago Todos los Santos, Volcán Osorno, Saltos de Petrohué, lagunas	290.910
Parque Nacional Puyehue	Servicios: trekking, centros educativos, miradores, senderos, áreas de merendar, áreas de acampar, cabañas, hostería, piscina techada y al aire libre.	Bosque nativo, termas, lagos, lagunas, ríos, pesca, volcanes, saltos	53.089
Reserva Nacional Llanquihue	Creada en 1912 Servicios: primeros auxilios, venta de alimentos y Carabineros de Chile. Además de contar con diferentes concesiones que ayudan a la actividad turística	Bosque, flora y fauna, volcán Calbuco	3.241

[23] http://www.conaf.cl/?s=a&region=los-lagos&parques=

Recurso Natural	Descripción	Principales atractivos	Visitantes 2015*
	del sector.		
Parque Nacional Hornopirén	Trekking, excursionismo por los senderos. En sectores cercanos al parque hay servicios como: primeros auxilios venta de alimentos teléfono público. Accesible	Bosque nativo, senderos, paisaje, lagunas, pesca	1.844
Parque Nacional Corcovado	Observación flora y fauna Accesible		…
Parque Nacional Chiloé	Cuenta con áreas de merienda, áreas de acampar, senderos de excursión, miradores y refugios rústicos. Lugares para excursión, observación de flora y fauna, para tomar fotografías, paseos en bote, pesca deportiva, entre otras actividades. Accesible	Bosque Verde, Paisaje, vegetación lagos, ríos, pesca, playa	32.795
Parque Nacional Alerce Andino	Excursionismo Acceso camino de ripio	Bosque nativo, lagos, lagunas, ríos, senderos, flora y fauna	12.380
Monumento Natural Lahuen Ñadi	Senderos y observación flora y fauna	Alerces, laguna, flora y fauna	1.641
Monumento Natural Islotes de Puñihuil	Infraestructura de servicios básicos. Accesible camino ripio	Islotes de origen volcánico, caleta de pescadores, aves marinas y pingüinos, navegación	1.093

Fuente: http://www.conaf.cl/?s=a&region=los-lagos&parques= y SERNATUR

*Datos de los tres primeros meses del año (enero-febrero-marzo)

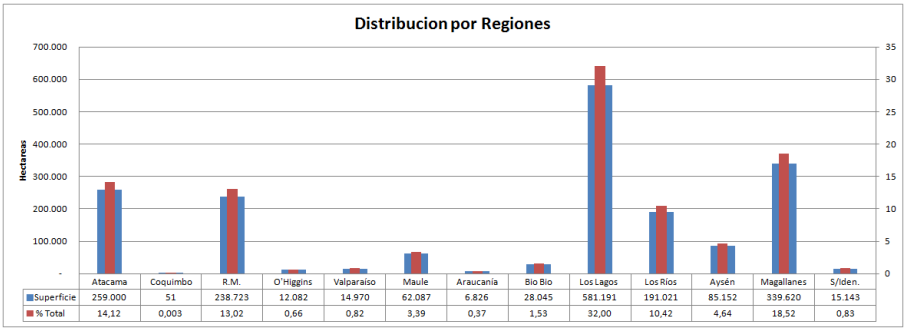
Además, de la Áreas Silvestres Protegidas, existen en Los Lagos varios Áreas Protegidas Privadas (APP):

Provincia de Osorno	Red de Parques indígenas Mapu Lahual: ▪ Parque Juan Melillanca ▪ Parque Pedro Loy Cumilef Huaiquian ▪ Parque Gilberto Cumilef Quintul ▪ Parque Pichi Mallay ▪ Parque Manquemapu

Provincia de Llanquihue	Parque Katalapi Termas de Sotomo Parque Tagua Tagua
Provincia de Chiloé	Estación Biológica Senda Darwin Parque Ahuenco Parque Tantauco Parque Tepuhueico
Provincia de Palena	Parque Pumalín Parque Tagua Tagua Patagonia Sur de California

Fuente: www.reservasnaturales.cl

El siguiente gráfico muestra la distribución de las Áreas Protegidas Privadas (APP) por Región y se puede apreciar cómo Los Lagos es la región con mayor superficie de APP del país.



Fuente: Reservas Naturales

Aproximadamente, el 30% del territorio regional está "protegido" por áreas del Sistema Nacional de Áreas Protegidas Públicas y Privadas (SNAP)

Las Personas

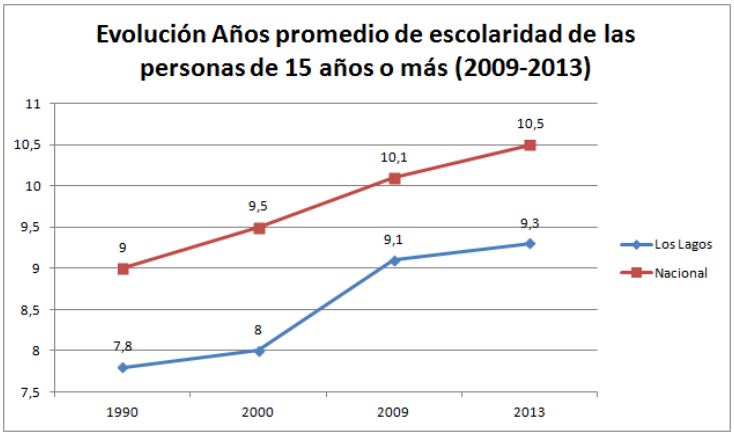
El mercado laboral en la Región de Los Lagos es similar al promedio país, con una tasa de desocupación un punto más alto en Los Lagos y con menores tasas de ocupación y participación lo que supone un ***menor nivel de incorporación al mercado laboral.***

Tasas de ocupación, desocupación y participación en el mercado de trabajo. Año 2011

Año 2011	Tasa de ocupación	Tasa de Desocupación	Tasa de Participación
Región de los Lagos	49	11	55
País	50	10	56

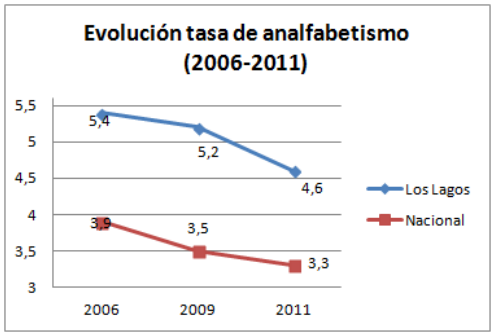
Fuente: www.reportes comunales bcn.cl

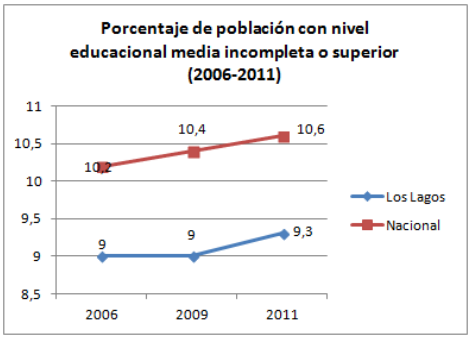
En el ***ámbito educativo***, la Región de Los Lagos cuenta con un promedio más bajo en años de escolaridad que el promedio nacional, tal y como se aprecia en el siguiente gráfico.



Fuente: CASEN, Encuesta de caracterización socioeconómica nacional, Enero 2015. Datos 2013

En cuanto al ***analfabetismo***, éste ha disminuido en casi un punto en el período 2006-2011 aunque sigue situado en niveles superiores al promedio del país. Asimismo, el ***nivel educacional es más bajo que el promedio país***, el análisis de la población mayor de 18 años con educación media incompleta o inferior en el período 2006-2011 es superior al correspondiente a la población de la misma edad a nivel país





Fuente: Resultados Regionales Encuesta Casen 2011, Región de Los Lagos. Observatorio Ministerio de Desarrollo Social.

La ***cobertura*** de la educación presenta diferentes niveles de avance según el tipo de estudio. En la tabla puede apreciarse como la cobertura en general muestra niveles similares en la Región de Los Lagos y en el promedio país, siendo ligeramente superior en la educación media y situándose 7 puntos por debajo en el caso de la educación superior.

Cobertura de la Educación	Los Lagos			País		
	2006	2009	2011	2006	2009	2011
Preescolar	30,9	36,5	40,4	36,9	37,4	43,5
Básica	93,2	92,9	92,9	92,4	93,2	92,8
Media	66,8	66,7	71,8	71,6	70,7	72,2
Superior	22	20,2	25,7	27,5	29,1	33,3

Fuente: Resultados Regionales Encuesta Casen 2011, Región de Los Lagos. Observatorio Ministerio de Desarrollo Social.

En relación al indicador de ***pobreza***, y a pesar del crecimiento económico experimentado por el país y, en concreto, por la Región de Los Lagos en los últimos años, todavía existe una importante desigualdad social con índices de pobreza relativamente altos y por encima de la media nacional en el caso de la pobreza extrema.

Los datos de pobreza muestran que en la región el nivel de pobreza ha disminuido considerablemente en el período 2006-2013 pasando del 29,3% al 17,6%[24]. No obstante sigue manteniendo niveles superiores a los registrados a nivel país. En cuanto a la pobreza multidimensional[25] la Región de Los Lagos también presenta niveles superiores a la media del país. En este caso en 2013, el factor "trabajo" fue el que tuvo una peor contribución a la pobreza multidimensional con un 30,8%, seguido de la educación con un 29,8%, la vivienda con un 28,2% y la salud contribuyó en un 11,2%

[24] Resultados Regionales Encuesta Casen 2011: Región de Los Lagos (últimos datos, versión octubre 2013)

[25] La medición de la pobreza multidimensional permite identificar de mejor manera la situación de pobreza a partir de las carencias en diversos indicadores que son parte de dimensiones básicas del bienestar. En el caso de Chile estas dimensiones básicas son educación, salud, trabajo y seguridad social y vivienda. (Casen 2013, Situación de la Pobreza en Chile).

Porcentaje de personas en situación de pobreza (2006-2013)

Pobreza en las personas	Región de Los Lagos				País			
	2006	2009	2011	2013	2006	2009	2011	2013
Pobreza extrema (según ingresos)	13,1	10,1	9,5	5,7	12,6	9,9	8,1	4,5
Pobreza (según ingresos)	29,3	29	27	17,6	29,1	25,3	22,2	14,4
No pobres	70,7	71	73	82,4	70,9	74,7	77,8	85,6
Pobreza Multidimensional	…	34,6	29	26,1	…	27,5	24,3	20,4

Fuente: CASEN 2013 Situación de la Pobreza en Chile Observatorio del Ministerio de desarrollo social.

Una situación especial es la de las mujeres en situación de pobreza cuyo porcentaje aumentó en el período 2006-2011 en casi un punto porcentual pasando del 14,6% al 15,7%, al igual que el porcentaje de jefas de hogar que ha pasado del 27,2% en 2006 al 34,9% en 2011[26].

En relación a las ***brechas de género***, se aprecia en la región una importante diferencia entre hombres y mujeres con respecto a los principales indicadores económicos así con respecto al promedio país.

Tasas de participación, ocupación y desocupación, 2014

Región	Población 15 años y más		Tasa de participación		Tasa de ocupación		Tasa de desocupación		Ingreso promedio mensual de la ocupación principal	
	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H
Los Lagos	342,8	355,9	48,7%	73,2%	46,2%	71%	5,2%	3%	288.657	354.340
Total	7.179,7	6.939	48,4%	71,6%	45,1%	67,3%	6,9%	6%	344.021	469.107

Fuente: INE, Enfoque estadístico, Género y empleo, mayo 2015

Las actividades económicas

La ***acuicultura*** constituye la primera actividad económica de la Región siendo, la segunda productora a nivel internacional de salmón y la tercera de chorito (el 75% de las ventas de especies acuáticas de cuerpo en agua dulce

[26] Resultados Regionales Encuesta Casen 2011: Región de Los Lagos (últimos datos, versión octubre 2013)

corresponden a la Región de Los Lagos). Además, es la primera productora a nivel nacional del sector pecuario (carne y leche).

También destacan las actividades de servicios y la industria manufacturera no metálica (incluye procesamiento y conservación de alimentos) por su aporte al PIB regional.

En términos de competitividad la Región ocupa una posición intermedia en el ranking de regiones chilenas, ocupando en 2012 el 8º puesto según el ICORE[27] avanzando tres puestos en relación al año 2011. En este ámbito tres factores importantes se sitúan por debajo de la media nacional: resultados económicos, personas e infraestructuras.

Posición de las Regiones en cada dimensión del ICORE 2012

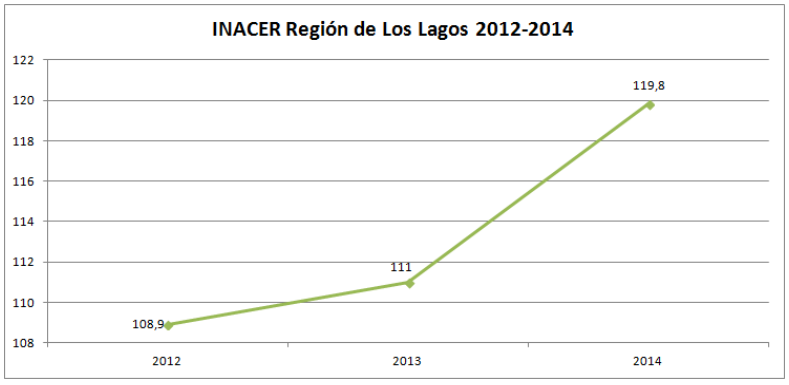
Región	Ranking	Persona	Gestión empresarial y calidad del empleo	Innovación-Ciencia y Tecnología	Infraestructura y capacidad	Entorno económico y financiero	Inversión Pública y seguridad	Inserción Comercial
Tarapacá	5	8	3	12	8	4	5	11
Antofagasta	2	3	1	4	6	2	8	3
Atacama	7	6	13	15	10	5	3	5
Coquimbo	9	5	7	11	7	10	14	10
Valparaíso	4	2	6	5	1	7	13	2
O'Higgins	12	14	12	14	9	8	4	8
Maule	13	12	14	10	5	13	6	9
Bio-Bio	10	4	11	6	13	12	10	4
Araucanía	15	11	10	9	15	15	12	13
Los Lagos	**8**	**13**	**4**	**8**	**11**	**9**	**9**	**7**
Aysén	6	15	8	13	4	6	1	15
Magallanes y Antártida	3	9	2	7	3	1	2	6
Metropolitana	1	1	9	1	2	3	15	1
Los Ríos	11	10	5	2	12	14	11	14
Arica y Parinacota	14	7	15	3	14	11	7	12

Fuente: ICORE 2012. Centro de Estudios en Económica y Negocios

[27] El Índice de Competitividad Regional (ICORE) es elaborado por el Centro de Estudios de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo y es un indicador que buscar reflejar las diferencias relativas a las condiciones estructurales de las regiones chilenas que influyen en la competitividad de cada región.

Por otro lado, existen en la región una serie de actividades productivas que a pesar de tener un pequeño peso en el conjunto del PIB regional cuentan con ***potencial de crecimiento y diversificación productiva.*** Energías renovables (eólica, solar, biogás, mareomotriz, etc.), cultivo de berries y hortalizas (zanahoria, lechuga, alverjas, betarraga), producción de ganado ovino, diversificación acuícola (algas, moluscos, centolla, etc.).

El ***Índice de Actividad Económica*** (INACER) también ha experimentado una evolución positiva en el período 2012-2014, tal y como se muestra en la siguiente gráfica:



Fuente: Indicador de Actividad Económica Regional (INACER), INE Los Lagos.

El reparto del PIB regional según actividades económicas, que se presenta en la siguiente tabla muestra la importancia del sector servicios en la Región. Se debe señalar, el aporte del 10,3% de las actividades de comercio, restaurantes y hoteles, muy vinculadas al turismo.

Reparto del PIB regional según actividades económicas

PIB por actividades económicas (Año 2011)	Tasa participación en la Región	Tasa de participación en el País
Servicios Personales	15,7	3,5
Servicios financieros y Empresariales	12,1	1,5
Industria Manufacturera	10,7	2,3
Transportes y Comunicaciones	10,6	3,7
Comercio, restaurantes y Hoteles	10,3	2,3
Construcción	10,0	3,4
Demás actividades	31,5	

Fuente: Banco Central, extraído de Observatorio Regional de Los Lagos. SUBDERE

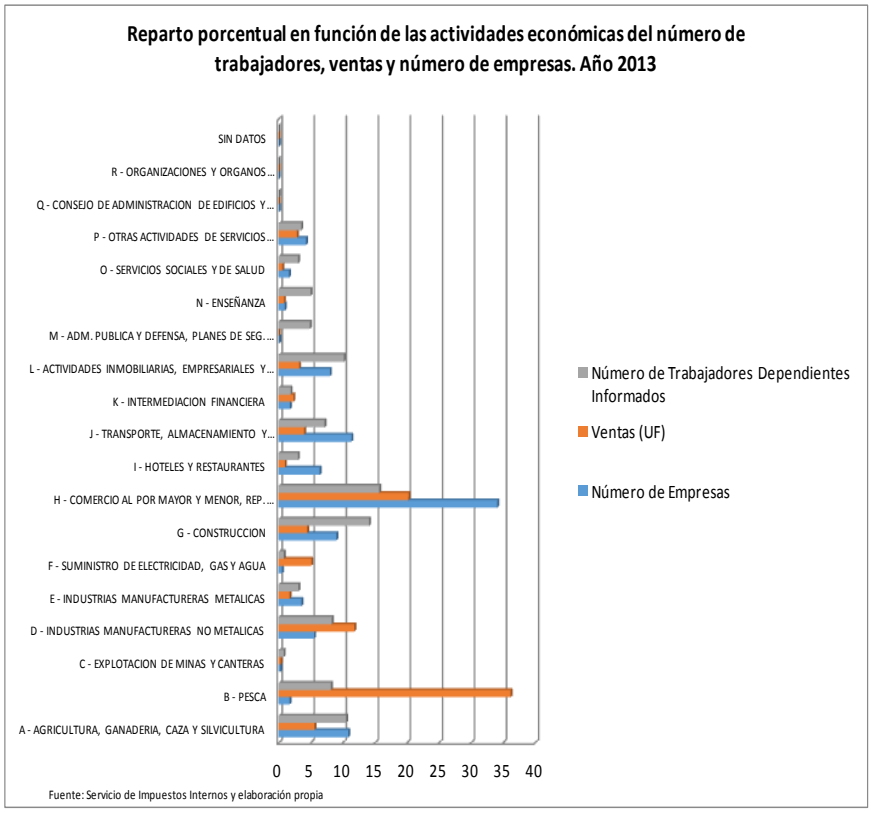
La importancia de la acuicultura queda reflejada en el índice de especialización en el que la Región destaca en Pesca.

Índice de Especialización

Índice de Especialización	Promedio 2010-2014
Pesca	6,49
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	1,4
Administración Pública	1,18
Transportes, almacenaje y comunicaciones	1,12
Industrias Manufactureras	1,12
Enseñanza	1,03

Fuente: Observatorio Regional SUBDERE

En la siguiente tabla se recogen las actividades económicas en función del número de empresas, las ventas y los trabajadores. La pesca destaca en ventas, debido a las actividades de acuicultura, el comercio, las industrias manufactureras no metálicas y la ganadería, son las principales actividades.



En las actividades económicas con mayor volumen de ventas destacan ***la pesca***, que integra las actividades de explotación de cultivos de peces y productos del mar, servicios relacionados, es decir, la ***acuicultura,*** concretamente la salmonicultura y la mitilicultura, que representan el 96,7% de las ventas del rubro pesca y el 35% del total de ventas de la Región de Los Lagos.

La Pesca Artesanal

La Región de Los Lagos es la principal región pesquera del país con el 9,9% del desembarco total de pesca artesanal y unos 25.000 pescadores contabilizados dentro de las 4 categorías reconocidas en el registro (pescador artesanal, buzo mariscador, recolector de orilla y armador) lo que supone el 27,8% del total del país.

El desembarque de la pesca artesanal en Los Lagos está constituido principalmente por recursos bentónicos (algas, moluscos, crustáceos y otras especies).

La pesca artesanal es un sector con una fuerte crisis económica debido a la sobreexplotación de recursos y al incremento en el número de actores. Para solucionar esta situación, se han llevado a cabo diferentes actuaciones con un bajo impacto.

El Programa Territorio Pesquero, es una nueva iniciativa que busca promover el desarrollo sostenible de la pesca artesanal en la Región y que busca dar soluciones integrales más allá del tema productivo, diversificando la actividad pesquera a través de otra serie de actividades como puede ser el turismo.

Fuente: Gobierno Regional de Los Lagos, Territorio Pesquero.

En el rubro de agricultura, ganadería, caza y silvicultura destaca la ***crianza de animales*** que representa el 66% de las ventas del rubro (principalmente ganado bovino) y los ***cultivos en general y la horticultura*** (papas, berries, hortalizas, producción de frutales, miel, betarraga, zanahoria, alverjas) que tienen un peso relativo en las ventas del rubro del 20%.

Producción agrícola

- Dentro de la Región de Los Lagos, la provincia de Chiloé cuenta con una extraordinaria riqueza en papas. Existen 286 especies de papas chilotas. En la región, se cultivan alrededor de 10.000 hectáreas de papa y hay unos 19.000 agricultores de los que entre 2.000 y 3.000 son grandes productores y tienen un promedio de 10 hectáreas por productor. Además, las papas chilotas cuentan con el sello de origen SIPAM
- La miel es también un producto con gran potencial ya que Los Lagos junto con la región de Los Ríos produce el 80% de la miel que se consume en el país, generando algo más de 45 millones de dólares al año.
- Las principales hortalizas que se cultivan en Los Lagos son zanahoria, betarraga, alverjas y lechugas. A esta actividad se dedican unos 20.000 agricultores que utilizan tecnología de invernadero.

Fuente: ODEPA, Centro de educación y tecnología Chiloé, Papas nativas de Chiloé. Conservación y mejoramiento participativo. Reproducción a través de semillas botánica

En el rubro Industrias manufactureras no metálicas, el 45% de sus ventas corresponde a la ***elaboración de productos de molinería***, almidones y

productos derivados del almidón, y el 37% a la ***producción, procesamiento y conservación de alimentos***.

En el rubro, comercio al por mayor y menor, reparación vehículos automotores/enseres domésticos, el 24% de sus ventas corresponden a la ***venta al por mayor de materias primas agropecuarias***, el 17% a la venta al por mayor de otros productos y el 12% al comercio al por menor de otros productos nuevos en almacenes especializados.

Las Empresas

En la región de Los Lagos se ubican 51.155 empresas, que representan el 5% del total nacional, el 2,66% de las ventas nacionales y el 3,34% de los trabajadores del país.

Peso relativo de la Región de Los Lagos en el conjunto nacional en número de empresas, ventas y trabajadores. Año 2013

Año 2013	Número de Empresas	Ventas (UF)	Número de Trabajadores Dependientes Informados
X REGION LOS LAGOS	51.155	513.366.453	290.804
Total Nacional	1.014.482	19.329.832.369	8.709.993
Porcentaje X REGION LOS LAGOS sobre el total Nacional	5,04	2,66	3,34

Fuente: Servicio de Impuesto Internos y elaboración propia

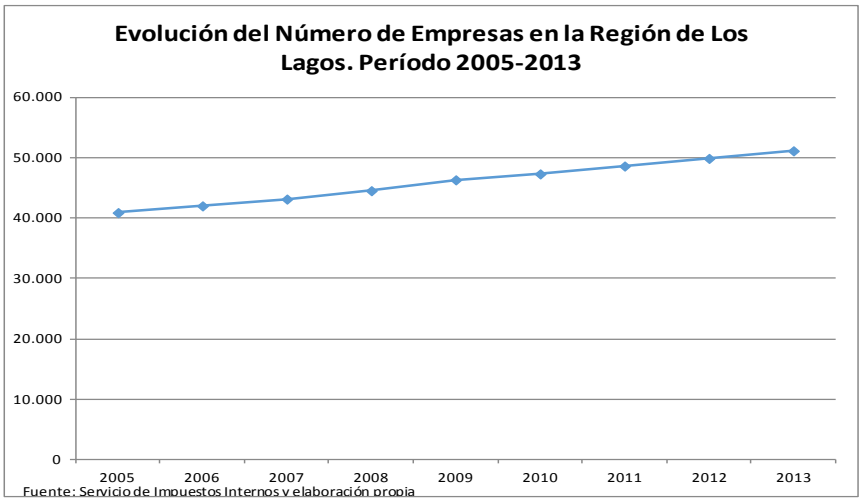
Si bien el número de empresas de menor tamaño, (micro y pequeñas) es importante, el 81%, su peso en las ventas es bajo aunque representan casi el 40% de la fuera laboral de la región. No obstante, son las grandes empresas las que registran el 75% de las ventas y estas grandes empresas emplean a uno de cada tres trabajadores de la Región.

Reparto porcentual de las empresas en función de su tamaño. Año 2013.

Tamaño de las Empresas[28]. Año 2013	Reparto porcentual del Número de Empresas	Reparto porcentual de las Ventas	Reparto porcentual del Número de Trabajadores Dependientes Informados
SIN VENTAS	12,71	0,00	4,33
MICRO	68,07	3,57	11,00
PEQUEÑA	16,50	11,61	28,18
MEDIANA	1,99	9,34	20,13
GRANDE	0,73	75,48	36,37

Fuente: Servicio de Impuesto Internos y elaboración propia

El número de empresas ha seguido una evolución positiva en la Región, pasando de 40.921 empresas en el año 2005 a las 51.151 mencionadas.[29]

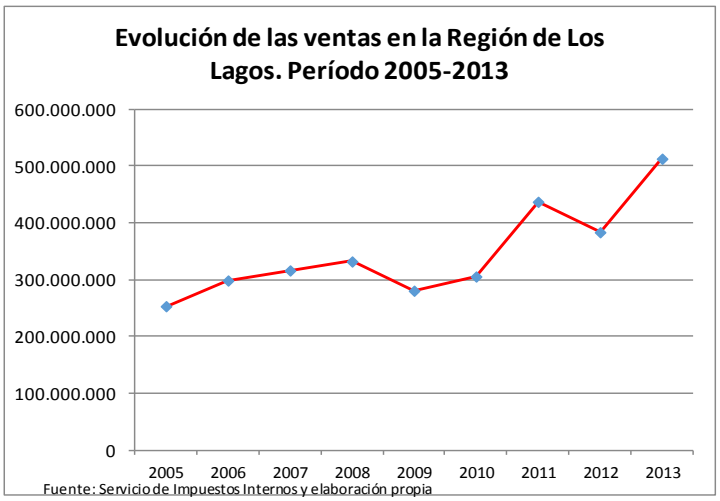


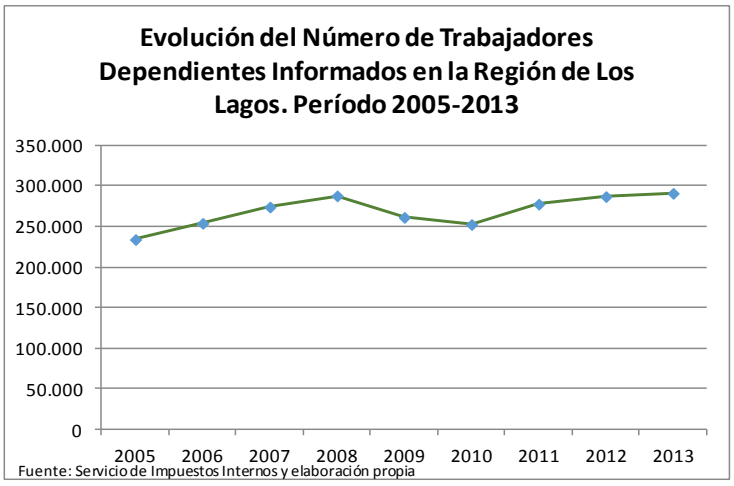
[28] El tamaño de una empresa se clasifica en los siguientes rangos, en base al cálculo de las ventas anuales de un contribuyente:

- SIN VENTAS corresponde a contribuyentes cuya información tributaria declarada, no permite determinar un monto estimado de ventas.
- MICRO 0,01 UF a 2.400 UF.
- PEQUEÑA 2.400,01 UF a 25.000 UF.
- MEDIANA 25.000,01 UF a 100.000 UF.
- GRANDE Más de 100.000,01 UF

[29] Fuente: Servicio de Impuestos Internos

La crisis del virus ISA en el año 2009, es visible en la evolución de las ventas y de los trabajadores. Si bien, en el período considerado 2005-2013 la tendencia es positiva en ambos indicadores, en los años 2009 y 2010 se rompió el ciclo alcista, para iniciarse la recuperación en el año 2010. ***Esta crisis evidenció la importancia de diversificar la economía regional y de incorporar valor agregado a sus actividades productivas.***





5.2/ El Turismo en la Región de Los Lagos

5.2.1/ Las actividades de turismo en la Región de Los Lagos

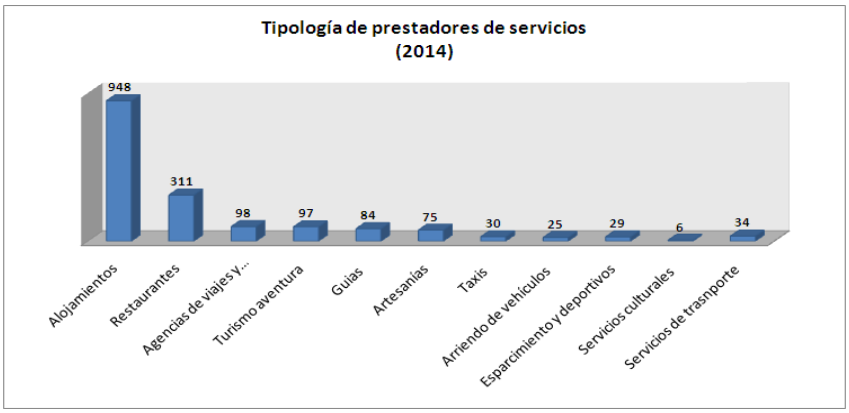
Las empresas que desarrollan las actividades incluidas en el sector turismo[30] representan el 12,53% del total de empresas de la Región, el 2,72% de las ventas y el 7,27% de los trabajadores. Estos datos reflejan una baja productividad de las empresas turísticas y un tamaño inferior a la media nacional.

Peso de las actividades de turismo en el total regional

Año 2013	Número de Empresas	Ventas (UF)	Nº Trabajadores Dependientes Informados
X REGION LOS LAGOS	51.155	513.366.453	290.804
TOTAL TURISMO	6.411	13.975.970	21.136
Porcentaje Turismo total Región	12,53	2,72	7,27

Fuente: Servicio de Impuestos Internos y elaboración propia

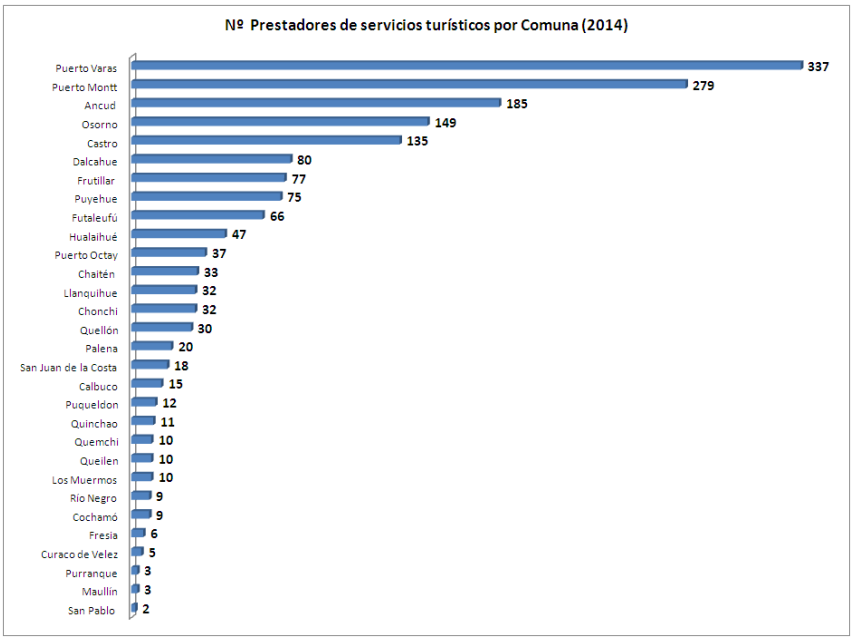
En relación los prestadores de servicios turísticos, la región cuenta con 1.737 prestadores de servicios registrados en SERNATUR, de los cuales 33 cuentan con el sello Q de calidad y 21 de los alojamientos turísticos, están certificados con el sello S de sustentabilidad.



Fuente: SERNATUR

[30] En anexo se adjunta la correspondencia entre las actividades clasificadas por la OCDE en el ámbito de turismo y la clasificación seguida por el servicio de impuestos internos.

Por comuna, Puerto Varas (337) y Puerto Montt (279) se sitúan a la cabeza de prestadores de servicios formalizados, lo que supone entre ambos el 35% del total de prestadores de servicios.

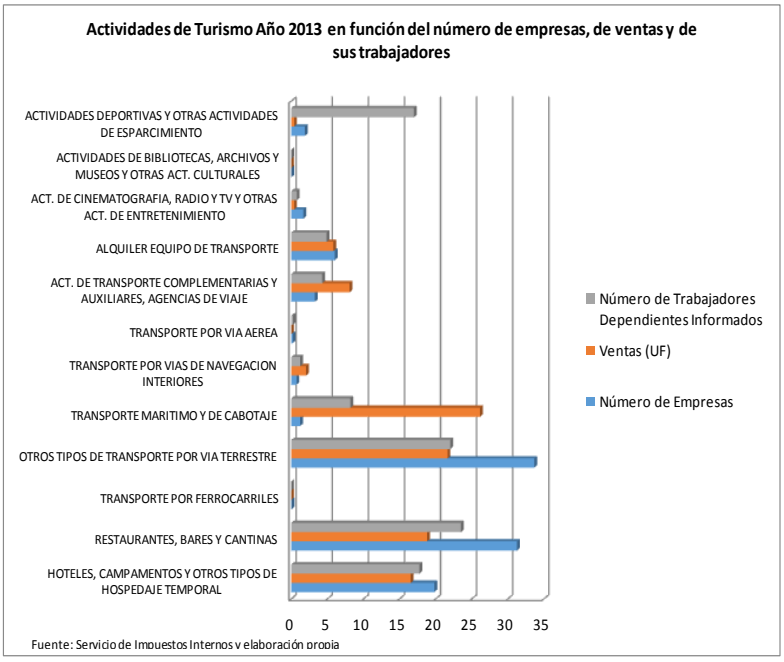


Fuente: SERNATUR

El desglose de estas actividades muestra el mayor ***número de empresas*** en las actividades de transporte, alimentación y alojamiento.

Respecto a las ***ventas*** destaca el transporte marítimo y de cabotaje, transporte y alimentación y alojamiento.

En relación a los ***trabajadores*** junto a los anteriores destaca también las actividades deportivas y de esparcimiento.



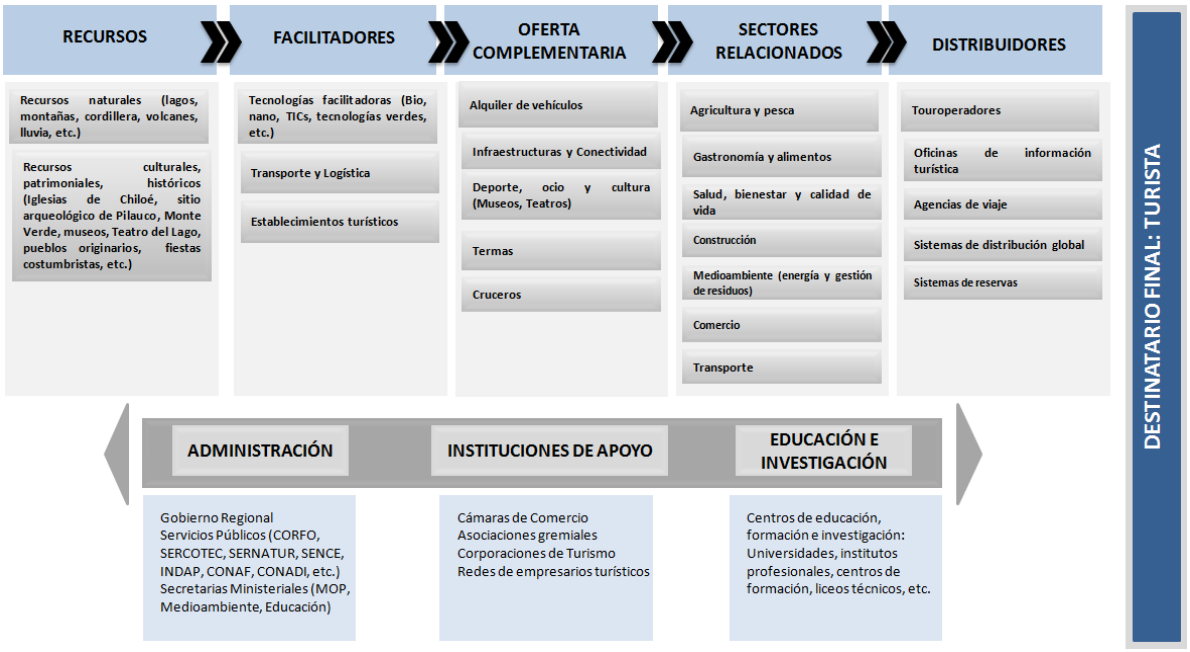
En relación a ***la innovación y las tecnologías*** en las entrevistas realizadas se aprecia un bajo nivel de inserción en las empresas de la región de herramientas TIC como softwares para agilizar procesos, sistemas de posicionamiento, para reservas, etc. Asimismo, aunque la mayoría de las empresas cuentan con una página web, no todas las empresas las utilizan como una herramienta de trabajo. En algunos casos, esta situación se debe a que no hay infraestructura adecuada. Por ejemplo, lugares a los que no llega la línea telefónica y por tanto, no tienen acceso a internet. Asimismo se registran un bajo número de tecnologías verdes (para gestión de residuos, tratamiento de aguas, etc.) o tecnologías para construcción eficiente o tecnologías para la seguridad alimentaria (Tecnologías de envasado, tratamiento y conservación de alimentos) ***Las principales tecnologías son las que se utilizan para temas de eficiencia energética y las energías renovables***.

En la siguiente tabla se presentan las principales tecnologías que se identificaron en el diagnóstico de innovación de la ERI y utilizadas por las empresas de la Región.

Principales tecnologías identificadas en turismo

TIC	Tecnologías Verdes
Aplicaciones para móviles Software para la administración y gestión	Tecnología LED Placas solares para el calentamiento del agua Sistemas constructivos sustentables: edificios bioclimáticos Domótica Modificación de la tecnología de la parrilla para maximizar el calor y minimizar el uso de leña, a la vez que se mejora la forma en que el calor llega a la carne. Sistemas de frío para la conservación de alimentos

La ***cadena de valor*** del sector turismo en la Región de Los Lagos se representa en el siguiente gráfico. Los datos estadísticos que la corroboran están incluidos en el anexo estadístico.



Fuente: elaboración propia

5.2.2/ La institucionalidad: agentes clave, inversión y coordinación

Agentes Clave

Como se ha constado en el análisis de las actividades turísticas, existe una amplia diversidad de actores regionales privados. Este hecho también se produce en relación a los actores públicos vinculados al sector turismo y que se presentan a continuación.

El ***Gobierno Regional*** de Los Lagos es el encargado de impulsar el desarrollo económico, cultural y social de la región. Para ello, ejerce la administración de la región, liderando la planificación, coordinando la inversión pública y financiando iniciativas que contribuyan al desarrollo sustentable, armónico y equitativo de la región, sus territorios y habitantes[31]. En consecuencia con la misión del gobierno, el GORE Los Lagos ha impulsado la formulación de la Política Regional de Turismo a través de su

[31] www.goreloslagos.cl

División de Planificación. Asimismo, tal y como señala en su misión desempeña un papel importante a través de líneas de apoyo y financiación como por ejemplo, el FNDR (Fondo Nacional de Desarrollo Regional).

Es también competencia del Gobierno Regional la articulación de los diferentes servicios públicos ubicados en la región. En este sentido, y en el marco de la formulación de la Política Regional de Turismo, desde el GORE se ha trabajado con los principales servicios públicos que tienen intervenciones en turismo y que se enuncian a continuación.

Seremi Economía, Fomento y Turismo

El Seremi de Economía preside el Comité de Ministros Regional del Turismo cuyo objetivo es "*coordinar al sector o vinculante, bajo lineamientos de la Ley de Turismo, Política Regional de Turismo, con un modelo de trabajo intersectorial y multisectorial, impulsando el turismo desde los diferentes ámbitos y en coordinación*"[32]. El enfoque de este Comité se orienta a la generación de infraestructura, conectividad intermodal y equipamiento para el desarrollo de las personas y el territorio de manera integrada.

Del Seremi de Economía dependen los servicios públicos de CORFO, SERCOTEC y SERNATUR lo que confiere a esta entidad un rol relevante en el ámbito del emprendimiento y turismo.

Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR

SERNATUR (Servicio Nacional de Turismo) es la entidad pública especializada en el ámbito del turismo, mientras que el resto de entidades públicas aborda aspectos específicos del turismo.

SERNATUR se creó en 1975 debido al desarrollo que estaba teniendo la actividad turística en el país. El objetivo era investigar, planificar, fomentar, controlar, promover y coordinar la actividad turística de Chile. En la actualidad, Sernatur es el "*organismo encargado de promover y difundir el*

[32] SERNATUR, Antecedentes Región de Los Lagos

desarrollo de la actividad turística de Chile"[33]. La Dirección Nacional está ubicada en la ciudad de Santiago.

Misión institucional

Ejecutar la Política Nacional de Turismo mediante la implementación de planes y programas que incentiven la competitividad y participación del sector privado, el fomento de la oferta turística, la promoción y difusión de los destinos turísticos resguardando el desarrollo sustentable de la actividad, que beneficien a los visitantes, nacionales y extranjeros, prestadores de servicios turísticos, comunidades y al país en su conjunto.

Fuente: www.sernatur.cl

Los programas con que cuenta SERNATUR son[34]:

- Calidad Turística
- Programa Gira de Estudio
- Programa Vacaciones Tercera Edad
- Turismo Mujer
- Programa de Fomento al Turismo
- Programa de Promoción Internacional
- Programa de Turismo Sustentable
- Programa de Turismo Municipal
- Programa de Conciencia Turística

A nivel regional, SERNATUR cuenta con oficinas en todas las regiones a las que les corresponde "*orientar, coordinar e incentivar las actividades del sector público y privado para el desarrollo del sector turístico. Además, deben difundir y promocionar en el territorio nacional como en el extranjero, las atracciones y valores turísticos de la región"*[35]. En la Región de Los Lagos, además, cuenta con 4 oficinas provinciales.

En Los Lagos, SERNATUR impulsa un ***turismo de intereses especiales*** y desarrolla su misión en base a 4 ejes basados en los pilares que establece la Estrategia Nacional de Turismo:

Eje	Descripción
Promoción	El objetivo es difundir y posicionar los productos turísticos regionales en los mercados priorizados (Norteamérica, Europa, Australia, Brasil, Argentina, regiones chilenas) a través de actuaciones como la realización de un plan de medios, asistencia a ferias internacionales, etc.

[33] www.sernatur.cl
[34] www.sernatur.cl
[35] http://www.sernatur.cl/oficinas/direcciones-regionales

Eje	Descripción
Desarrollo de producto turístico	El objetivo es poner en valor elementos como identidad local, tradiciones, gastronomía, proteger y destacar el patrimonio cultural e histórico y esto unido a la creciente tendencia en turismo responsable y sustentable que favorece el desarrollo local.
Poner en valor (infraestructura pública habilitante)	Creación de las condiciones básicas de accesibilidad a áreas, circuitos y atractivos naturales y culturales, para conformar productos, como también otorgar una mayor movilidad de los visitantes. Se necesita una mayor inversión en infraestructura y una prestación de servicios de calidad.
Calidad y capital humano	Este eje va dirigido a solucionar la baja calidad de la oferta turística, falta de formalización y organización empresarial que afecta a una gran cantidad de prestadores de servicios turísticos de la región.

Fuente: SERNATUR Los Lagos

Corporación de Fomento - CORFO

La Corporación de Fomento busca mejorar la competitividad y la diversificación productiva del país, a través del fomento a la inversión, la innovación y el emprendimiento, fortaleciendo, además, el capital humano y las capacidades tecnológicas para alcanzar el desarrollo sustentable y territorialmente equilibrado.

Aunque no tiene un programa específico para al sector turismo, varios de sus instrumentos apoyan proyectos en el ámbito del turismo como un PDP[36] para paso andino y, especialmente, los ***nodos en turismo***[37]:

- Nodo Territorio Camino Real como DestinoTurístico
- Nodo Puerto Montt Destino Turísticos
- Nodo Lago Llanquihue hacia un destino sustentable
- Nodo Sipam-Chiloé
- Nodo Fortalecimiento del destino turístico costero del territorio Patagonia Verde: Cochamó, Hualaihué, Chaitén.
- Desarrollo de rutas para el turismo de intereses especiales TIE en el territorio Patagonia Verde.
- Nodo Gastronómico de Chiloé

[36] Programa de Desarrollo de Proveedores – PDP para el fortalecimiento de la cadena de valor de un producto o servicio apoyando el desarrollo de las empresas proveedoras, con la finalidad de mejorar o mantener la competitividad del producto o el servicio en el mercado.

[37] El Programa de Nodos para la Competitividad tiene como objetivo generar y articular redes entre emprendedores/as y micro y/o pequeñas empresas, impulsando la colaboración entre pares, y la vinculación con actores relevantes de la industria y con las fuentes de información y conocimiento, contribuyendo así a mejorar su innovación y competitividad. Los nodos tienen un coste de 40 millones de pesos al año. El 20% debe aportarlo el beneficiario (con aporte en dinero y en horas de profesionales).

- Nodo de productos turísticos diferenciados en Osorno
- Nodo de emprendimientos sustentables en áreas protegidas
- Nodo Fortalecimiento de la competitividad de la oferta turística de la Región de Los Lagos, mediante el desarrollo de una oferta de calidad orientada al mercado de las personas con movilidad reducida y con discapacidad de Los Lagos
- Nodo Mejoramiento Competitivo Requerimientos de Mitigación de Efectos del Volcán Calbuco para el Turismo Sustentable de Intereses Especiales de Pesca Recreativa, Región de Los Lagos

En turismo CORFO cuenta con el ***Programa Estratégico Mesoregional (PEM)*** de la Ruta Escénica Parques Nacionales, Lagos y Volcanes, que incluye a las regiones de La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos y cuyo objetivo es *"posicionar la red de rutas escénicas «parques nacionales, lagos y volcanes» como un destino turístico de naturaleza y cultura de nivel mundial, con especial énfasis en el desarrollo y fortalecimiento de productos y servicios turísticos de naturaleza y cultura, alineados a las tendencias del mercado mundial de turismo de naturaleza*[38].

Además, tiene el ***Programa de Fomento a la Calidad – FOCAL*** cuyo objetivo es "*apoyar a las empresas en el mejoramiento de la productividad y competitividad, a través de un incentivo en la implementación y certificación de normas técnicas de sistemas de gestión y de productos o protocolos reconocidos por CORFO como habilitantes para acceder a mercados más sofisticados o de exportación"*[39]. A través de este Programa se cofinancian con un 75% a los prestadores de servicios turísticos para que puedan certificarse en el Sello Q y Sello S de Sernatur.

Servicio de Cooperación Técnica - SERCOTEC

El Servicio de Cooperación Técnica, SERCOTEC, es un servicio público dedicado a apoyar a las micro y pequeñas empresas y a los emprendedores que busca mejorar las capacidades y oportunidades de emprendedores, emprendedoras y de las empresas de menor tamaño para iniciar y aumentar sustentablemente el valor de sus negocios.

[38] CORFO, PER Mesoregional. Ruta Escénica Parques Nacionales, Lagos y Volcanes. Noviembre 2014.
[39] www.corfo.cl

SERCOTEC no cuenta con programas específicos para el turismo, sin embargo, los emprendedores turísticos sí pueden acceder a los programas de capital semilla[40] y capital abeja[41]. Los programas de SERCOTEC deben focalizarse en las líneas de las estrategias regionales y, en la actualidad, un tercio de los proyectos están enfocados en turismo.

A través del instrumento CRECE[42], se están financiando 5 proyectos en el ámbito turístico: turismo paleontológico, turismo cultural, el camino real, turismo de intereses especiales y turismo sustentable. A través del programa REDES también se financia una ruta turística entre Chiloé y Palena, y un proyecto de turismo comunitario. El programa JUNTOS, por su parte, financia 2 proyectos turísticos. Por último el programa de Fortalecimiento de la MIPE turística de la Región de Los Lagos, financiado a través de un FNDR, ofrece capacitación y asistencia técnica a empresas turísticas.

Programa de Fortalecimiento de la MIPE Turísticas

Este programa desarrolla 4 líneas de trabajo con el objetivo de mejorar la calidad y la diversidad de la oferta turística regional[43]:

1. Fortalecer la gestión de la industria a través de un trabajo público-privado y gremial.
2. Mejorar la gestión y el desarrollo empresarial a través de la incorporación de competencias y habilidades en los micro y pequeños empresarios/as (cursos y seminarios)
3. Potenciar la gestión interna, productiva, comercial y/o de servicios en MIPES de la industria a través de la asesoría empresarial, individual o grupal (asesorías empresariales)
4. Apoyar a las empresas de la industria que se encuentren en etapa de crecimiento y consolidación de sus negocios para capturar o desarrollar oportunidades reales de negocio y/o mejorar su productividad.

Fuente: SERCOTEC

En la región de Los Lagos el 9,34% de presupuesto público de 2015 se destina a proyectos de turismo[44].

[40] Capital Semilla es un fondo concursable de convocatoria regional que apoya la puesta en marcha de nuevos negocios con oportunidad de participar en el mercado. Cofinancia un proyecto de negocio, incluidas acciones de gestión empresarial e inversiones en bienes necesarios para cumplir el objetivo del proyecto.
[41] Capital Abeja es un capital semilla liderados por mujeres.
[42] Es un subsidio no reembolsable destinado a potenciar el crecimiento de las micro y pequeñas empresas o su acceso a nuevas oportunidades de negocio. Apoya la implementación de un plan de trabajo, que incluye acciones de gestión empresarial (asistencias técnicas, capacitación u otros) para el fortalecimiento de competencias de los empresarios y empresarias, así como el financiamiento de inversiones.
[43] Programa de Fortalecimiento de la MIPE Turística de la Región de Los Lagos, Llamado 2015. SERCOTEC.
[44] SERCOTEC, “Instrumentos con focalización en turismo” Gerencia de Programas, mayo 2015.

Presupuesto en Turismo Región de Los Lagos

Instrumento	Focalización Sectorial	Focalización Territorial	Presupuesto aprobado 2015 (miles)
Crece	Turismo de intereses especiales; paleontológico, patrimonial y sustentable)	Provincia de Llanquihue	248.000
Formación L2	Turismo Patrimonial, comunitario y su promoción	Provincia de Chiloé	18.000
Promoción	Turismo,	Regional	3.500
Redes	Turismo originario y rutas	Provincias de Chiloé y Palena	10.000
Juntos	Turismo	Regional	76.627

Fuente: SERCOTEC "Instrumentos con focalización en turismo" Gerencia de Programas, mayo 2015.

Seremi Medioambiente

Es el órgano encargado de diseñar y aplicar las políticas, planes y programas en materia ambiental, así como en la protección y conservación de la diversidad biológica y de los recursos naturales renovables e hídricos, promoviendo el desarrollo sustentable, la integridad de la política ambiental y su regulación normativa[45]. Este rol es fundamental para la actividad turística en la Región de Los Lagos, ya que la conservación del medio ambiente y el desarrollo sustentable son dos elementos básicos en el marco de la Política de Turismo que busca desarrollar un turismo sustentable y de naturaleza.

El Ministerio de Medio Ambiente cuenta con un Consejo Consultivo a nivel nacional y regional formado por representantes de universidades, ONGs, y organizaciones comunitarias. En la Región de Los Lagos este Consejo Consultivo está formado por el Seremi de Medioambiente, la Universidad de Los Lagos, la Universidad Austral de Chile, la Fundación Sendero de Chile, Fundación San Carlos de Huinay, Armasur, Federación de Salud de Osorno. Esta entidad trabaja en tres áreas:

1. Asesoramiento con respecto al relleno sanitario
2. Plan de descontaminación de la atmósfera en Osorno

[45] http://portal.mma.gob.cl

3. Turismo sustentable en donde se trabajó en primer lugar en la clarificación del concepto de sustentabilidad y se analizó el trabajo de Sernatur en este ámbito.

Además, en la Región de Los Lagos, la Comisión Nacional de Medio Ambiente elaboró la *Estrategia Regional para la conservación y utilización sostenible de la biodiversidad* de la Región de Los Lagos[46].

Objetivo General

Conservar la biodiversidad y promover el uso sostenible de los recursos, así como distribuir en forma justa y equitativa los beneficios y costos derivados

Líneas Estratégicas

1. Protección y conservación
2. Conocimiento y manejo de la información
3. Diversificación del uso

En la actualidad hay tres leyes pendientes de aprobación en el Parlamento que impulsarían la conservación del patrimonio natural y del medioambiente en Los Lagos: la política de protección de glaciares, la ley de reciclaje y el sistema de biodiversidad.

Ministerio de Obras Públicas – MOP

La falta de infraestructuras y los problemas de accesibilidad en algunas zonas de la región han sido dos de los problemas identificados durante la fase de diagnóstico. Por ello, la articulación de la Política Regional de Turismo con la planificación de la inversión del MOP es relevante de cara a la mejora de estas problemáticas.

Inversiones

Las inversiones previstas por el MOP para 2025 y que favorecen al turismo en la región, tienen que ver con:

- Plan del Borde Costero (20 proyectos en Chiloé y 12 en la provincia de Llanquihue)
- Borde costero San Pablo / Río Bueno
- Doble Vía Puerto Montt – Pelluco
- Apertura de nuevo paso internacional con Argentina (Paso el León)
- Mejora del problema de comunicación del aeropuerto de Chana en Chaitén
- Proyecto de ampliación del aeropuerto de Mocopulli para la instalación de una cinta corredera.

[46] Esta estrategia se elaboró en 2002 y en la actualidad está en proceso de actualización. En la estrategia se definen 15 sitios prioritarios que se enumeran en el apartado 5.2.6 *Patrimonio cultural y patrimonial.*

- Trabajos para la apertura y asfalto de la carretera Las Lomas que uniría Puerto Varas y el aeropuerto El Tepual.
- Construcción del Puente de Chacao que unirá Chiloé con el continente y obras anexas
- Costanera de Castro

Fuente: MOP

El MOP cuenta con Planes Especiales que dan respuesta a necesidades de infraestructura de un territorio que involucra a una o más regiones, o de aspectos temáticos específicos. En la Región de Los Lagos hay 4 planes en ejecución:

- Plan de conectividad Austral (territorio de Los Ríos, Los Lagos, Aysén y Magallanes)
- Plan Chiloé
- Plan Red Interlagos (incluye a La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos)

La Dirección de Arquitectura del MOP está encargada de la conservación de la edificación pública para favorecer la competitividad y el mejoramiento de la calidad de vida. Dentro de esta Dirección se encuentra el departamento de Patrimonio que "*gestiona declaratorias de monumentos nacionales, formula proyectos de inversión en las regiones, genera instancias de convocatoria al sector privado, realiza talleres y seminarios de capacitación y elabora acciones y material de difusión*"[47].

Programa Puesta en Valor del Patrimonio

Este programa busca proteger y poner en valor los bienes patrimoniales (edificaciones, conjuntos urbanos o sitios) declarados Monumentos Nacionales, o en proceso de serlo, de prioridad nacional o regional, de modo que generen beneficios socio-económicos que contribuyan al desarrollo sustentable.

La inversión del Programa en la Región de Los Lagos es del 4.886.535 (millones de pesos) para los siguientes proyectos:

- Conservación casa Pauly de Puerto Montt - 492.500 (M$)
- Desarrollo del instructivo para zona típica de Puerto Varas – 65.974 (M$)
- Restauración y mejoramiento del entorno al Campanario Compañía de Jesús de Puerto Montt – 29.673 (M$)
- Rehabilitación del Molino Machmar – 69.677 (M$)

Además, el programa ha propiciado la formulación de proyectos que fortalecen rutas o sistemas patrimoniales y culturales como los Sistemas de Fortificaciones de la Región de Los Lagos

Fuente: Departamento de Patrimonio Arquitectónico. Dirección de Arquitectura – MOP.

[47] Dirección de Arquitectura, Ministerio de Obras Públicas www.arquitecturamop.cl

Corporación Nacional Forestal - CONAF

Es una corporación privada con financiamiento estatal y con funciones públicas que se encargan de la administración forestal. Tiene representación en todas las regiones.

Su objetivo es contribuir al manejo sustentable de los bosques nativos, formaciones xerofíticas y plantaciones forestales mediante las funciones de fomento, fiscalización de la legislación forestal-ambiental y la protección de los recursos vegetacionales, así como a la conservación de la diversidad biológica a través del Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas, en beneficio de la sociedad.

Están a cargo de la conservación de las áreas protegidas en las que se desarrollan actividades turísticas. CONAF facilita las visitas de los turistas a través de la gestión, del mantenimiento de senderos, baños, la educación ambiental, etc.

CONAF, aunque no tiene programas específicos en fomento productivo, trabaja muy de cerca con SERNATUR y también tienen una alianza con CONADI para la tramitación de los derechos del agua a las comunidades indígenas.

Asimismo, CONAF cuenta con iniciativas vinculadas al turismo en las Áreas Protegidas, facilitando las visitas de los turistas a través de la gestión, mantenimiento de senderos o la educación ambiental. En los Parques Nacionales, el principal objetivo es la conservación del parque, por tanto, de cara a la actividad turística, se define entre todos los actores implicados, qué sector del parque puede ofrecerse al turismo y con qué intensidad, por ejemplo, las zonas de uso primitivo, sólo pueden utilizarse como senderos[48].

Corporación Nacional de Desarrollo Indígena - CONADI

La Corporación Nacional de Desarrollo Indígena tiene como misión promover, coordinar y ejecutar la acción del Estado en favor del desarrollo integral de las personas y comunidades indígenas, especialmente en lo económico, social y cultural y de impulsar su participación en la vida

[48] Información obtenida de las entrevistas mantenidas con la institución.

nacional, a través de la coordinación intersectorial, el financiamiento de iniciativas de inversión y la prestación de servicios a usuarios y usuarias.

Conadi y Sernatur tienen firmado un convenio para el desarrollo del Programa de Desarrollo Productivo Indígena en la Región de Los Lagos dirigido a emprendedores con proyectos de fomento al turismo indígena y con el objetivo de mejorar la calidad de la oferta turística en los territorios indígenas.

Premio Ecuatorial

La comunidad Manquemapu (Purranque) obtuvo en 2014 el Premio Ecuatorial, un reconocimiento del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. La Iniciativa Ecuatorial es una alianza que reúne a las Naciones Unidas, gobiernos, la sociedad civil, empresas y organizaciones comunitarias, destinada a promover soluciones de desarrollo sostenible para la gente, la naturaleza y las comunidades resilientes.

El trabajo realizado por esta comunidad, ha generado importantes logros que permiten mostrar al mundo lo que se está realizando en este sector rural de la comuna de Purranque.

Fuente: PNUD

Es de destacar, asimismo, la Red de Parques Indígenas Mapu Lahual inaugurada por la asociación indígena Mapu Lahual en 2005. Esta red tiene como objetivo conservar el bosque nativo y preservas las tradiciones y costumbres huilliches. Además, ayuda a generar alternativas de empleo e ingreso para las familias de las comunidades a partir del turismo, artesanías y otras actividades compatibles con la conservación[49].

Instituto de Desarrollo Agropecuario - INDAP

El Instituto de Desarrollo Agropecuario, dependiente del Ministerio de Agricultura, tiene por objetivo promover el desarrollo económico, social y tecnológico de los pequeños productores agrícolas y campesinos, con el fin de contribuir a elevar su capacidad empresarial, organizacional y comercial, su integración al proceso de desarrollo rural y optimizar al mismo tiempo el uso de los recursos productivos.

En el ámbito del turismo INDAP cuenta con un programa desde 1995 para apoyar el turismo rural como una actividad complementaria a la agricultura. Este programa no tiene destinado presupuesto, sino que canalizan los recursos de asistencia técnica, recursos del GORE, etc.

[49] Territorio Indígena Mapu Lahual www.reservasnaturales.cl

Uno de los principales problemas con el turismo rural es la falta de formalización. La formalización del turismo rural pasa por la flexibilización y las excepciones. Si se sensibiliza se podrían hacer excepciones, podría ser a través de la agenda de gobierno que dice que hay que poner de relieve lo local, que debe ser el principal actor para la recuperación de lo local, de las tradiciones.

Conseguir la patente conlleva una serie de requisitos y el principal tiene que ver con salud. Se podrían generar instrumentos entre los servicios públicos para poder facilitar la formalización del turismo rural.

Fuente: Comité de gestión de la Política Regional de Turismo

La finalidad del Programa de Turismo Rural es *"generar las condiciones de apoyo para promover acciones de asesoría, capacitación y promoción de los emprendimientos de los usuarios o potenciales usuarios que se dedican a este rubro"*[50]. Este programa apoya a pequeños agricultores en el desarrollo y consolidación de emprendimientos que ofrezcan servicios turísticos (alojamiento, restauración y/u oferta complementaria) Los objetivos de este programa son:

- Diversificar e incrementar los ingresos de las pequeñas producciones agrícolas
- Ayudar a la generación de nuevas alternativas de empleo en el ámbito rural, considerando especialmente el trabajo del joven y la mujer rural.
- Desarrollar las capacidades de las empresas de familias campesinas para la identificación y gestión de iniciativas de turismo rural.
- Fomentar la integración de la oferta de turismo rural entre las empresas familiares campesinas dedicadas a esta actividad.

El Programa de Turismo Rural en la Región de Los Lagos

La Región de Los Lagos ha participado en este programa desde sus inicios, siendo Chiloé la provincia más antigua y más exitosa en el desarrollo del turismo rural. En la Región el Programa desarrolla 4 líneas:

1. Asesorías técnicas: el objetivo es instalar en cada provincia una asesoría técnica para impulsar la formalización del sector.
2. Fondo de capacitación en diferentes áreas centrado entre otras cosas, en la formación en habilidades blandas que ayuden al desarrollo del negocio.
3. Financiamiento para mejora la calidad y seguridad de los establecimientos turísticos. El financiamiento es a través de programas propios del INDAP y también se complementa con recurso del Gobierno Regional a través de 3 convenios:
    a. Provincia de Palena
    b. Regional
    c. Provincias de Osorno y Llanquihue (asesorías técnicas)
4. Promoción a través de la guía regional de turismo rural.

En Los Lagos el INDAP tiene un catastro de unas 300 personas, pero atiende a unas 167 en estos momentos. Su objetivo es alcanzar los 200 usuarios formalizados.

Fuente: Entrevista INDAP

[50] http://indap.gob.cl/programas/turismo-rural

Servicio Nacional del Adulto Mayor SENAMA

SENAMA se crea hace 12 años como un servicio público, funcionalmente descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuya principal tarea es contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas mayores del país.

SENAMA cuenta con un programa de turismo social para personas vulnerables mayores de 60 años[51]. Este programa permite acceder a adultos mayores vulnerables a espacios de recreación y esparcimiento. La actividad consiste en una jornada de un día donde se realizan actividades de convivencia, recreativas en distintas provincias. Para ello, buscan lugares adecuados con accesibilidad, que les permitan movilizarse, como pueden ser las termas de Puyehue. Asimismo, están trabajando en una política para la eliminación de barreras arquitectónicas.

Beneficiarios

El programa se dirige a personas mayores que viven en hogares o establecimientos de larga estadía sin fines de lucro. También pueden viajar quienes participan en el Programa Vínculos o viven en condominios sociales para adultos y otros adultos mayores que están en condiciones de vulnerabilidad. Las municipalidades seleccionan a los beneficiarios de acuerdo a los criterios definidos en SENAMA.

Fuente: www.senama.cl

La entidad cuenta con un presupuesto de unos 22 millones que resulta insuficiente y solo permite que se beneficien unos 854 adultos mayores. Las personas beneficiarias se seleccionan a través de los programas en los que trabaja SENAMA: programa vínculo, condominios de vivienda protegida, establecimiento de larga estancia.

Servicio Nacional de Capacitación y Empleo – SENCE

El SENCE es un organismo técnico descentralizado y dependiente del Ministerio de Trabajo y Previsión Social. Sus principales objetivos son aumentar la competitividad de las empresas y la empleabilidad de las

[51] Se trabaja con una visión de envejecimiento activo. En los próximos años el 25% de la población chilena estará por encima de los 60 años.

personas, por medio de la aplicación de políticas públicas e instrumentos para el mercado de la capacitación e intermediación laboral, ligados a un proceso de formación permanente[52]. Los programas que SENCE ofrece dirigidos a conseguir este objetivo son:

- Aprendices
- Becas laborales
- Bono empresa y negocio
- Bono trabajador activo
- Formacion para el trabajo
- Mujer trabajadora y jefa de hogar
- Transferencias al sector público
- Certificación de competencias laborales
- +Capaz

Programas SENCE para trabajar en el ámbito de la Política de Turismo e Imagen Región de Los Lagos

En el marco de la PRT se está trabajando junto a SENCE y otras entidades en la definición de un programa piloto para mejorar la formación del capital humano en el ámbito del turismo. De los programas que en la actualidad ofrece SENCE, los dos siguientes son los que tienen una mejor cabida dentro de este programa piloto:

Programa Aprendices: Este programa surge para mejorar la condición laboral de aquellas poblaciones con altas tasas de desocupación, que presentan mayores barreras a la entrada al mundo del trabajo y dificultades por mantenerse en él, sumado a niveles educacionales bajos. Por tanto, el objetivo de este programa es generar empleabilidad al aprendiz y productividad a la empresa y/o sector productivo, a través del desarrollo de competencias que le permiten a la persona llevar a cabo una ocupación. La Región de Los Lagos cuenta con 206 cupos de los 3.567 que se ofertan a nivel nacional (6% del total). El programa apuesta por un tipo de intervención de carácter transversal que además de mejorar las capacidades de empleabilidad de sus usuarios, incentiva su inserción en un puesto de trabajo de carácter dependiente. Dos componentes:

- Bonificación a la formación al interior de la empresa
- Capacitación

Programa certificación de competencias laborales: el objetivo de este programa es facilitar la evaluación y/o certificación de competencias laborales de trabajadores, en los perfiles vigentes del catálogo Chile Valora, entre los que se encuentran “gastronomía, hostelería y turismo”.

+Capaz: este programa tiene el objetivo de apoyar el acceso y permanencia en el mercado laboral de mujeres, jóvenes y personas con discapacidad que se encuentren en situación de vulnerabilidad social, mediante la capacitación técnica, habilidades transversales e intermediación laboral, que favorezcan su empleabilidad. Dentro de los cursos que se ofertan en este programa y que tiene relación con el ámbito del turismo, se encuentran:

- Actividades auxiliares de cocina
- Atención e información turística general
- Auxiliar de línea de servicios gastronómicos
- Barman
- Cocina nacional e internacional
- Garzón/a
- Maestro de cocina

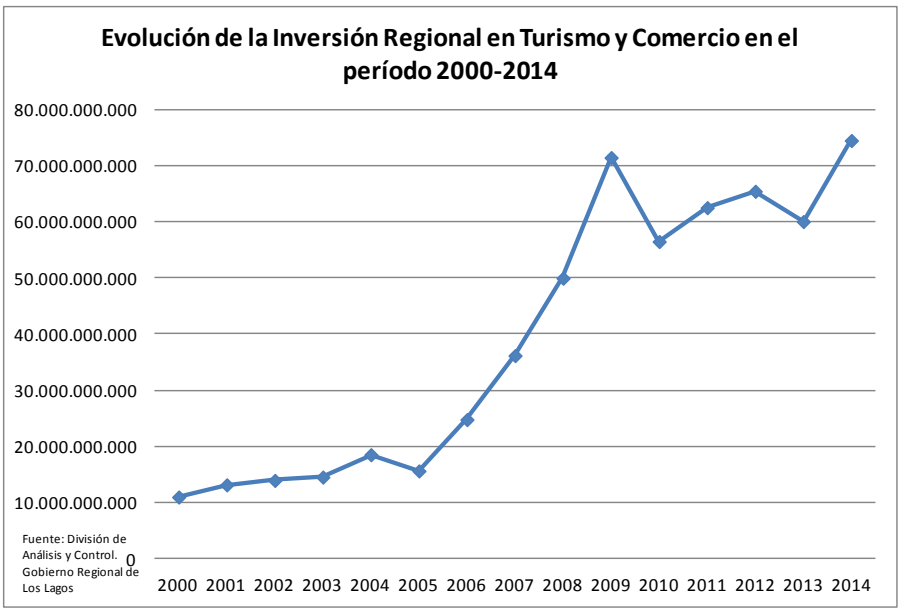
[52] www.sence.cl

- Mucama
- Operaciones básicas de panadería y pastelería
- Recepcionista de recintos hoteleros
- Servicio de asistencia y atención a clientes
- Servicio de banquetería
- Servicio de preparación y despacho de platos preparados
- Actividades de asistencia turística

Fuente: www.sence.cl

Inversión en Turismo desde la Administración Pública

El análisis de la inversión regional en Turismo y Comercio en el período 2000-2014, muestra un crecimiento continuado, salvo el breve retroceso en el año 2010. Es decir, el aporte público a este conjunto de actividades ha aumentado de manera progresiva en los últimos 14 años.



Más del 50% de la inversión regional se ha dirigido a obras e infraestructuras, y a emprendimiento y a artesanía[53] El apoyo a proyectos de

[53] Los conceptos de inversión que se presentan se han compuesto a partir de los conceptos de gasto del FNDR. En anexo se encuentra la clasificación que se ha realizado.

TIC y conectividad, medio ambiente y restauración del patrimonio han recibido ***una menor aportación*** de inversión pública.
En ***Obras e Infraestructuras*** (42,71% de la inversión total) se han ejecutado proyectos referidos a la conservación y mejora de caminos y senderos, construcción de mercados municipales y ferias artesanales, y construcción de diversas infraestructuras.

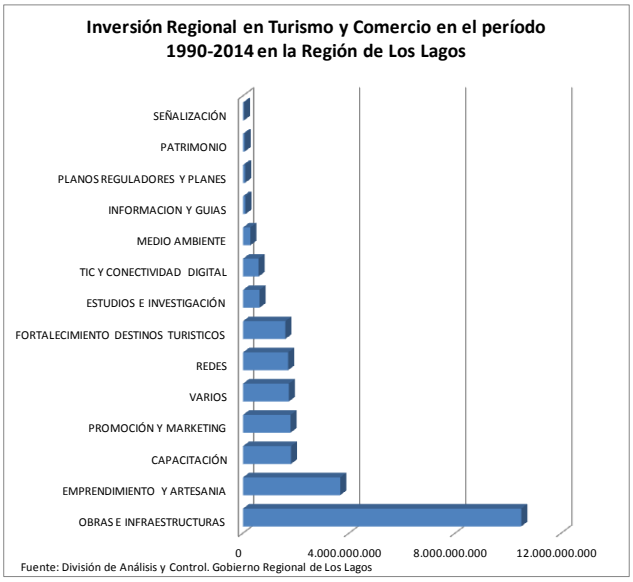
Los proyectos referidos a ***Emprendimiento y Artesanía*** (14,92% de la inversión total), han proporcionado capital semilla, han apoyado a las micro y pequeñas empresas, así como a colectivos específicos como mujeres o personas con discapacidad.

La ***Capacitación,*** que representa el 7,37% del total de la inversión regional se ha centrado sobre todo en la capacitación para la competitividad y la calidad de la oferta turística regional.

La ***Promoción y el Marketing*** (7,3% de la inversión total), ha apoyado programas de difusión a nivel internacional, así como programas de marketing para PYME.

Los proyectos integrados bajo el concepto de ***Redes*** (6,93% del total), se han dirigido a las redes de turismo provinciales y a redes de turismo y eco-desarrollo.

Fortalecimiento de destinos turísticos (6,5% del total) se ha orientado a la mejora de las ofertas turísticas y la construcción de rutas de trekking y cabalgatas.

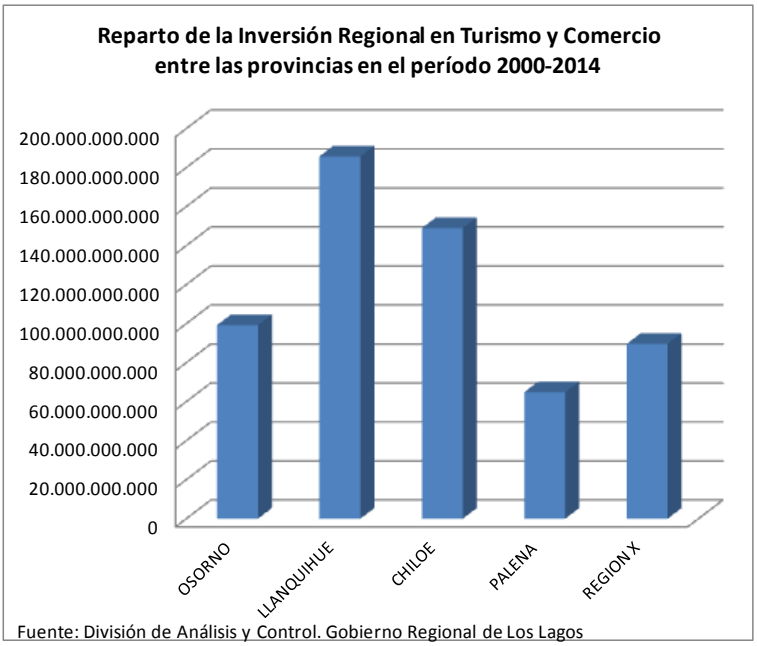


En el último año completo, 2014, la ***inversión realizada en turismo*** desde el Gobierno Regional, ascendió a ***$3.417.410.298*** a través de diferentes fondos (Fondo de Innovación para la Competitividad-FIC, Fondo Regional de Iniciativa Local-FRIL, Programa de Infraestructura Rural para el Desarrollo Territorial-PIRDT, Fondo de Fomento al Desarrollo Científico y Tecnológico-FONDEF o FOMENTO). Por eje de desarrollo, la inversión se centró en Desarrollo Turístico, si bien el apoyo a las TIC fue mayor.

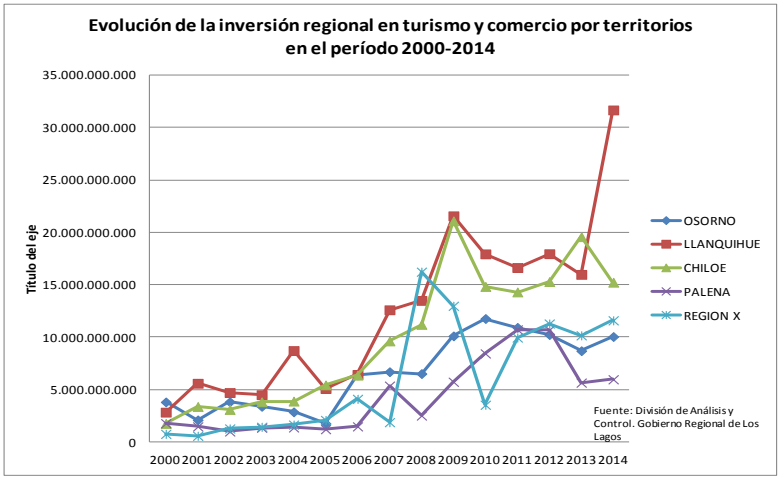
Eje de Desarrollo	Monto Total ($)
Desarrollo turístico	***1.891.906.288***
Transferencia	797.073.264
Tecnología de la Información y Comunicación	442.681.670
TICs, Promoción y desarrollo de productos turísticos	274.631.818
Desarrollo para el turismo	125.000.000
Diversificación y desarrollo de productos turísticos, promoción, infraestructura, capital humano, formalización	119.932.274
Diversificación, Promoción y desarrollo de productos turísticos	82.040.000
Desarrollo turístico urbano	79.283.304
Estudios	44.744.034
Desarrollo de productos turísticos, promoción	1.600.000
Promoción y difusión turística	750.000
Diversificación y desarrollo de productos	250.000

Fuente: Gobierno Regional

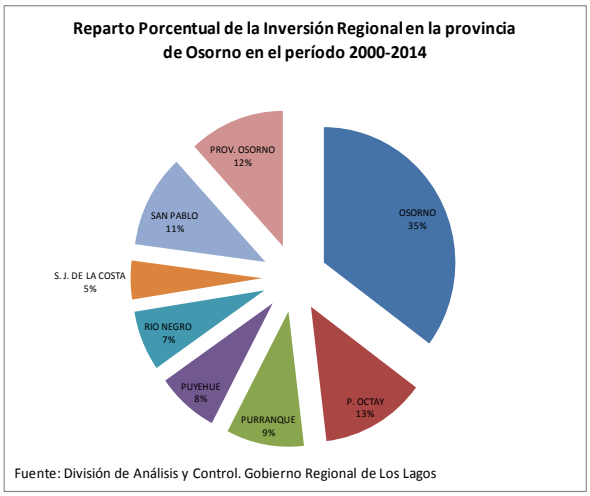
El análisis en función de los territorios muestra la mayor concentración de la inversión regional en las provincias de Llanquihue y Chiloé en el período 2000-2014.



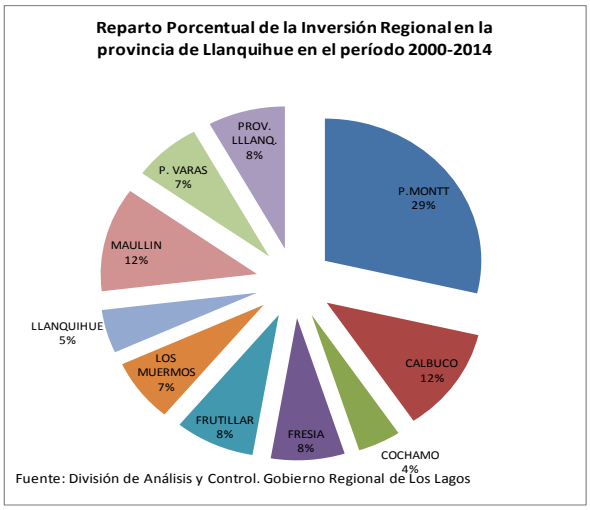
La evolución del reparto territorial de la inversión regional muestra un crecimiento sostenido en todas las provincias, así como de la inversión destinada al conjunto de la Región. Sin embargo, esta evolución no es lineal en ninguna de las cuatro provincias.



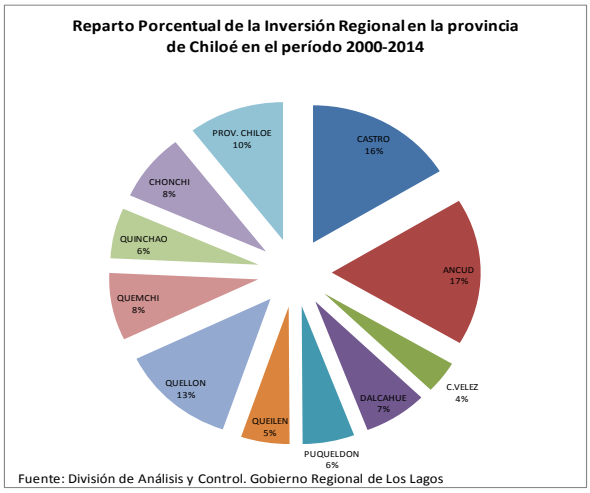
La inversión regional en la ***provincia de Osorno*** se ha concentrado en las comunas de Osorno (35%), Puerto Octay (15%) y San Pablo (11%), que suman el 61% de la inversión regional en la provincia.



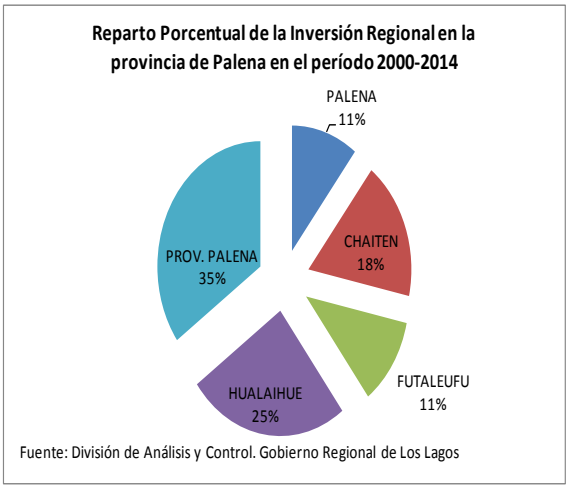
En la ***provincia de Llanquihue,*** Puerto Montt, Calbuco y Maullin, reciben el 53% de la inversión regional.



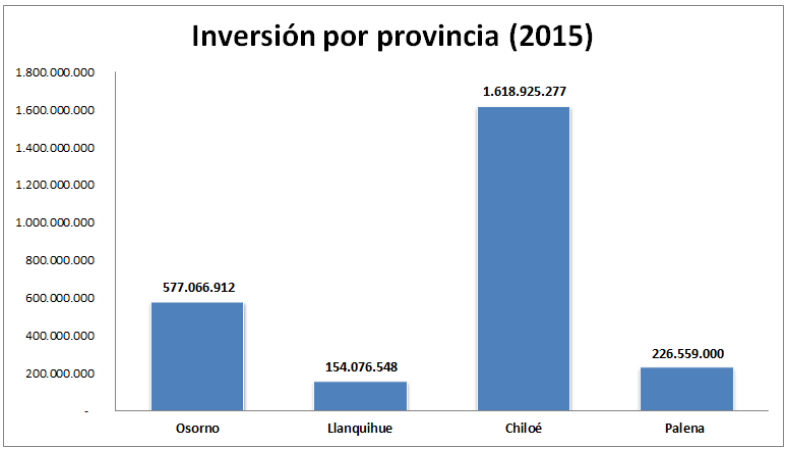
En la ***provincia de Chiloé*** la inversión regional está más repartida, destacando Ancud, Castro y Quellón con el 45% de la inversión regional.



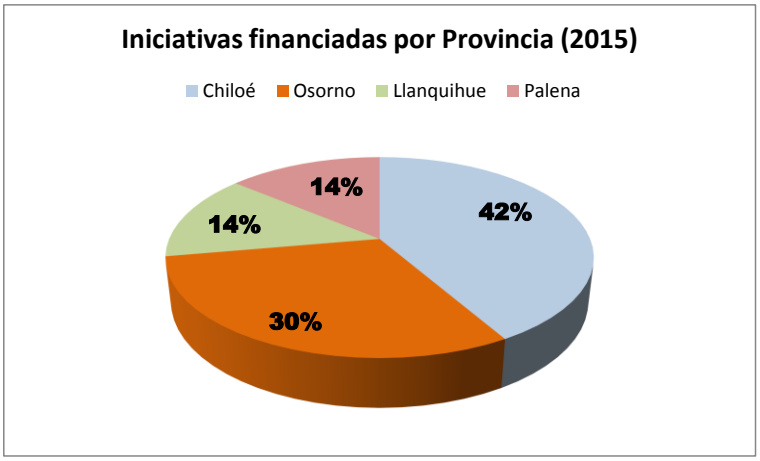
En ***la provincia de Palena***, la inversión para el conjunto de la provincia es la más destacada con un 35%.



En el último año disponible (2015) Chiloé es la provincia donde se han ejecutado más iniciativas y ha recibido, por tanto, una mayor inversión, seguido de la provincia de Osorno.



Fuente: Gobierno Regional



Fuente: Gobierno Regional

Por sectores, en el 2014, el Gobierno Regional invirtió 879.940.459 pesos en proyectos relacionados con turismo a través de los siguientes organismos:

Organismo	Actividad	Costo 2014
CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS	Acceso a la cultura regional (festivales, talleres patrimoniales, etc.)	46.268.535

Organismo	Actividad	Costo 2014
ARTES	Celebración Día del Libro	2.326.654
	Servicio País Cultura	6.063.166
	Día del Cine	2.494.659
SERNATUR	Programa giras de estudios	12.864.840
	Programa Vacaciones Tercera Edad	92.220.833
SENAMA	Programa Turismo Social para el Adulto Mayor	21.877.506
SUBSECRETARÍA DE DESARROLLO REGIONAL	Construcción fogones turísticos sector Aldachildo	19.579.362
	Construcción mirador turístico en villa de Puerto Octay	28.898.723
	Construcción terraza turística costanera Dalcahue	11.454.768
	Mejoramiento acceso oficina de información turística de Puaucho	15.248.411
	Plan de desarrollo estratégico de la Asociación para la Miel, el Turismo y el Medio Ambiente de la Región de Los Lagos.	12.000.000
	Construcción feria turística buenaventura	19.999.600
SERVICIO DE VIVIENDA Y URBANISMO	Construcción parque Hott de Osorno (diseño)	18.672.500
	Construcción plaza temática punta de rieles, los muermos	55.743.000
	Mejoramiento paseo costanero en Entrelagos.a General Lagos	21.209.013
	Construcción plaza avenida norte sur 2/avenida los alerces, Puerto.Mont	209.568.551
	Construcción 1 etapa parque Alberto Hott, Osorno	254.660.338
	Construcción plaza av. Transversal 3/av. 2 oriente Alerce Puerto. Montt	11.540.000
	Mejoramiento de plaza Martin Ruiz de gamboa y mirador a palafitos	1.000.000
	Reposición plaza de armas de Chaitén	16.250.000

Fuente: Gobierno Regional de Los Lagos

Los Servicios Públicos también destinan parte de su presupuesto a proyectos de Turismo que llevan a cabo, generalmente, junto con Sernatur. El presupuesto de estas entidades para el período 2014-2017, se detalla en la siguiente tabla:

Presupuesto de los Servicios Públicos en Turismo (2014-2018)

Entidad Responsable de ejecución	Entidad/es colaboradora/s	Ámbito	Total	2014	2015	2016	2017	2018
SERNATUR	GORE	Promoción	1.398.125.000		903.125.000	311.000.000	185.000.000	
CNCA	Red de Chiloé	Promoción	4.300.000	2.300.000	2.000.000			
INDAP		Promoción	529.600.000	19.600.000	510.000.000			
SERNATUR	GORE / CORE	Diversificación de experiencias	45.000.000		20.000.000	20.000.000	5.000.000	
Fomentar, formalizar y promocionar la oferta turística de Chaitén	GORE / CORE / Programa zonas rezagadas	Diversificación de experienicas	60.000.000		60.000.000			
CORFO	Municipalidades / GORE / Actores públicos y privados relevantes / SENADIS / SERNATUR	Diversificación de experiencias	2.151.550.000	426.550.000	604.400.000	969.900.000	202.000.000	
CNCA	SERNATUR	Diversificación de experiencias	1.000.000	1.000.000				
INDAP		Diversificación de experiencias	460.155.792	69.155.792	45.000.000	170.000.000	176.000.000	
GORE	GORE / CORE	Diversificación de experiencias	198.363.236	13.885.426	184.477.810			
SEREMI MEDIOAMBIENTE (Región de Los Lagos)	GORE, SERNATUR, Municipalidades, Agricultura, Economía, Pesca, Comité Técnico AMCP Lafken Mapu	Diversificación de experiencias	610.300.000		160.300.000	300.000.000	150.000.000	

Entidad Responsable de ejecución	Entidad/es colaboradora/s	Ámbito	Total	2014	2015	2016	2017	2018
	Lahual, Sernapesca,							
SERNATUR	GORE / CORE	Desarrollo de destinos	423.000.000		133.000.000	170.000.000	120.000.000	
CONAF	GORE / Subsecretaria de Turismo / SENADIS / Patagonia Verde / BID turismo / Fondos privados	Desarrollo de destinos	1.474.000.000	10.500.000	130.000.000	100.000.000	100.000.000	
MTT		Desarrollo de destinos	350.000.000	350.000.000				
MOP*	Dirección de Vialidad / Dirección obras portuarias / Agua potable rural	Desarrollo de destinos	215.415.832.700	10.529.514.000	13.854.787.000	20.226.084.000	25.999.816.000	31.493.048.000
GORE	Municipalidades	Desarrollo de destinos	43.830.183.821	8.160.539.831	5.029.243.362	1.275.448.402		
SERNATUR	GORE/CORE	Calidad	380.000.000		230.000.000	90.000.000	60.000.000	
Fomentar, formalizar y promocionar la oferta turística de Chaitén	GORE/ CORE/ Programa Zonas Rezagadas	Calidad	100.000.000		100.000.000			
SERNATUR	GORE	Calidad	170.000.000	170.000.000				
CONADI	GORE	Calidad	200.000.000		200.000.000			
CONADI		Calidad	20.000.000		20.000.000			
CORFO	SERNATUR	Calidad	100.000.000		100.000.000			
INDAP	PIRDT	Calidad	793.500.000	26.500.000	59.166.667	672.000.000	63.333.333	
SERCOTEC	GORE	Calidad	375.000.000	130.038.828	200.000.000	44.961.172		

Entidad Responsable de ejecución	Entidad/es colaboradora/s	Ámbito	Total	2014	2015	2016	2017	2018
SERNATUR	GORE/CORE	Capital Humano	60.000.000		30.000.000	25.000.000	5.000.000	
Fomentar, formalizar y promocionar la oferta turística de Chaitén	GORE / CORE / Programa Zonas Rezagadas	Capital Humano	30.000.000		30.000.000			
SENCE	Mesa Pública	Capital Humano	200.000.000		50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000
TOTAL			269.379.910.549	19.824.583.877	22.740.499.839	24.424.393.574	27.116.149.333	31.543.048.000

*El período de ejecución de la inversión del MOP en algunos de los casos, es 2014-2019

Fuente: SERNATUR Región de Los Lagos, Plan de Acción 2014-2018

Por ámbito, el "desarrollo de destinos", aglutina el mayor porcentaje con el 97% de la inversión total en turismo para el período 2014-2018. Por "entidad responsable de ejecución" es el MOP el servicio público que destina un mayor porcentaje al rubro del turismo con el 80% de la inversión en turismo, seguido del Gobierno Regional de Los Lagos que tiene el 16% de la inversión total.

SERVICIO PÚBLICO RESPONSABLE EJECUCIÓN	TOTAL INVERSIÓN (en pesos)	PORCENTAJE DEL TOTAL DE LA INVERSIÓN
SERNATUR	2.476.125.000	0,91%
CNCA	5.300.000	0,001%
INDAP	1.783.255.792	0,66%
CORFO	2.251.550.000	0,83%
GORE	44.028.547.057	16,30%
SEREMI MEDIOAMBIENTE	610.300.000	0,23%
CONAF	1.474.000.000	0,54 %
MTT	350.000.000	0,13%
MOP	215.415.832.700	79,79%
SERCOTEC	375.000.000	0,14%
SENCE	200.000.000	0,07%
CONADI	220.000.000	0,08%
Fomentar promoción Chaitén	190.000.000	0,07%
TOTAL	**269.379.910.549**	**100%**

Fuente: SERNATUR Región de Los Lagos, Plan de Acción 2014-2018

Coordinación Institucional

El escaso diálogo público-privado ha sido uno de los principales problemas señalados en las entrevistas realizadas para la elaboración del diagnóstico. Sin embargo, a pesar de que queda todavía margen de mejora en la coordinación de los servicios públicos[54], sí que existe entre las entidades públicas iniciativas de coordinación institucional como, por ejemplo, entre SERNATUR y las municipalidades o CONAF, INDAP o SERNAPESCA.

[54] Han existido algunas iniciativas de coordinación como el Programa Chile Emprende y la iniciativa del clúster de turismo. También se creó el piloto nacional de sustentabilidad o el NODO del Lago Llanquihue.

A nivel de ***entidades de apoyo***, existen en la región cierto nivel de asociatividad con diversas asociaciones gremiales, corporaciones de turismo a nivel municipal, comités de turismo, etc., que tienen como principal objetivo promocionar y desarrollar el turismo en sus comunas y favorecer el crecimiento de sus miembros. Sin embargo, estas asociaciones no tienen fuerza por el bajo número de miembros con los que cuentan, aunque sí ***existen esfuerzos público-privados*** como, por ejemplo, el que se lleva a cabo desde la Fundación Plades Frutillar[55] que está implementando el plan de ordenación territorial de Frutillar con un eje en turismo, el "Nodo Lago Llanquihue sustentable" o la asociación de municipios de Chiloé.

La región necesita mayor organización para conseguir un mayor desarrollo turístico. El turismo se vende más como territorio que como comuna

Una de las grandes quejas recogidas en las entrevistas ha sido la ***falta de coordinación institucional***. Existen numerosos proyectos dispersos sin ninguna conexión y que en su mayoría empiezan de cero sin tener en cuenta el trabajo que se había hecho previamente.

No hay un diálogo público-público ni público-privado que ayude a organizar el sector y a dirigir los esfuerzos hacia el mismo objetivo "*todos hacen la guerra por su cuenta"*. Este ha sido el principal reclamo en todos los talleres la descoordinación institucional y la falta de espacios para que los distintos agentes hablen.

5.2.3/ Capital Humano

La baja calificación de quienes trabajan en el sector y la falta de una oferta formativa adecuada son dos de los principales problemas del sector. En especial, existe una importante falta de mano de obra cualificada en el servicio al cliente (garzones, mucamas, recepcionistas, etc.).

Las principales necesidades formativas identificadas a través de las entrevistas son:

- Conocimiento de idiomas (inglés)
- Mejoramiento del servicio al cliente
- Formación para gestores de establecimientos turísticos

En este ámbito también se ha señalado la repetición continua de los mismos cursos formativos.

[55] El proyecto busca trabajar coordinadamente con las 4 comunas del lago, los servicios públicos y empresarios para generar el primer destino turístico sustentable del país.

El capital humano es el principal motor del desarrollo económico de un territorio y este desarrollo será mayor cuanto mayor sea la calificación y formación de su capital humano. El nivel de formación facilita la inserción en un mercado laboral cada vez más exigente y mejora los niveles de productividad que ayudan a mantener la ventaja competitiva del territorio y a integrarse en la economía mundial.

Precisamente, la educación y la formación es uno de los puntos débiles de la región de Los Lagos y, de Chile en su conjunto. Esta debilidad se manifiesta en los indicadores de competitividad, remuneración, pobreza y calidad de vida. Una sociedad que forma a su capital humano es una sociedad que quiere mejorar su calidad de vida[56].

Definición Capital Humano

Reserva de saberes, destrezas y competencias para la generación de conocimientos que puedan sustentarse en el tiempo y que permitan potenciar todos los aspectos del desarrollo.

Gobierno Regional de Los Lagos. 2009

Dada la importancia del capital humano, especialmente en el sector servicios, se aborda en un capítulo especial en el que se presenta la situación del mercado laboral y la formación y capacitación orientadas en la actividad turística.

[56] Actualización de la Estrategia Regional de Desarrollo. Región de Los Lagos. Informe complementario Capital Humano. 2009

Mercado Laboral

Las personas entrevistadas para la elaboración del diagnóstico, especialmente los centros de formación, señalan la existencia de oportunidades de empleo que existe en el sector y la necesidad de mano de obra cualificada en servicio y atención al cliente. También se ha señalado que el sector permite a los estudiantes poder combinar trabajo y estudio, por lo que resultaría un sector atractivo especialmente para quienes estudian en los liceos técnicos. De hecho, un problema para los centros de enseñanza media técnica es retener a estos jóvenes estudiantes ya que existe una alta demanda por parte de las empresas del sector de personal cualificado.

La empleabilidad es de un 80% de quienes egresan. Muy pocos crean sus propios emprendimientos, en parte porque la universidad no tiene un centro de emprendimiento y esto es un hándicap si se quiere impulsar el emprendimiento.

A pesar de esta oportunidad de empleo, el sector resulta poco atractivo como opción laboral. El desarrollo de una carrera profesional no es evidente dada la temporalidad del empleo y bajo nivel salarial.

En relación a la ocupabilidad del sector, la siguiente tabla muestra que es la actividad turística (principalmente hoteles y restaurantes) tiene una ocupabilidad media-baja, situándose por debajo de actividades como la pesca, la agricultura, la industria manufacturera o el transporte.

Ocupados por rama de actividad económica

Actividad económica	Dic-Feb 2015	Ene-Mar 2014	Jul-Sept 2014	Ene-Mar 2013
Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos	74,29	77,9	71,44	77,78
Industrias manufactureras	53,71	53,3	58,65	54,5
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	52,28	51,4	48,39	50,85
Construcción	37,57	34,52	30,63	33,17
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	30,36	35,27	34,65	34,25
Administración pública y defensa, planes de seguridad social y de afiliación obligatoria	27,67	28,61	25,99	28,83
Enseñanza	27,38	29,73	31,62	30,25
Pesca	22,14	17,08	17,73	18,44
Hogares privados con servicio doméstico	19,13	16,62	22,11	13,83

Actividad económica	Dic-Feb 2015	Ene-Mar 2014	Jul-Sept 2014	Ene-Mar 2013
Hoteles y restaurantes	***17,77***	***13,58***	***13,98***	***13,74***
Servicios sociales y de salud	15,51	15,48	16,55	16,73
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	14,19	12,72	13,14	16,75
Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	11,55	12,13	14,02	7,5
Intermediación financiera	6,05	3,84	4,57	3,08
Suministro de electricidad, gas y agua	4,44	3,59	3,72	1,56
Explotación de minas y canteras	0,22	0,53	0,22	0,21
Organizaciones y órganos extraterritoriales	0,15	0	0	0

Fuente: INE. Informe Empleo Regional. Región de Los Lagos

A pesar de esta situación, la ocupabilidad ha crecido en los dos años que reflejan los datos (desde enero-marzo de 2013 hasta diciembre-febrero de 2015). De hecho, en este último período (diciembre-febrero de 2015) "*hoteles y restaurantes"* ha sido la segunda rama de actividad que más ha crecido en número de ocupados con 4.590 personas más, con una variación anual de 34,8%. En este período, la rama "*hoteles y restaurantes"* ha supuesto el ***4,3% de los ocupados a nivel regional***[57].

La siguiente tabla muestra la situación en la fuerza de trabajo en la población de 15 años y más y por sexo:

Situación fuerza de trabajo Región de Los Lagos

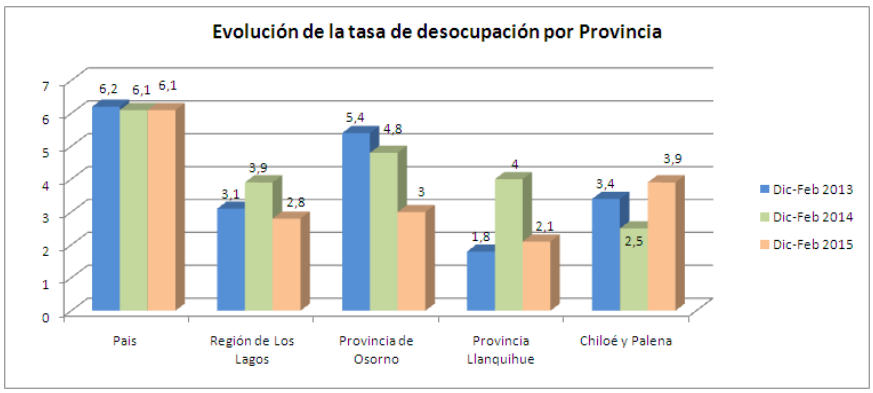
Período	Total población	Total fuerza de trabajo	Tasa desocupación	Tasa participación	Tasa ocupación
Ambos sexos					
Dic-Feb 2015	707,21	426,29	2,8%	60,3%	58,6%
Nov-Ene 2015	705,89	436,06	3,8%	61,8%	59,4%
Dic-Feb 2014	691,62	426,16	3,9%	61,6%	59,2%
Hombres					

[57] Datos del INE. Informe de Empleo Regional. Región de Los Lagos de 31 de marzo de 2015

Período	Total población	Total fuerza de trabajo	Tasa desocupación	Tasa participación	Tasa ocupación
Dic-Feb 2015	360,45	263,48	2,3%	73,1%	71,4%
Nov-Ene 2015	359,75	265,72	3%	73,9%	71,6%
Dic-Feb 2014	352,15	263,18	3,3%	74,7%	72,2%
Mujeres					
Dic-Feb 2015	346,76	162,81	3,6%	47%	45,3%
Nov-Ene 2015	346,15	170,34	5,1%	49,2%	46,7%
Dic-Feb 2014	339,47	162,95	4,7%	48%	45,8%

Fuente: INE Los Lagos, Informe Empleo Regional

La tabla muestra la desigualdad existente entre hombres y mujeres en el mercado laboral, donde las mujeres tienen una menor presencia y también un mayor desempleo que los hombres. En relación a la tasa de desempleo, si bien la región tiene una de las tasas más bajas a nivel país, sí que se aprecia una importante diferencia entre las provincias y especialmente en la provincia de Osorno que es la que cuenta con mayores índices de desempleo, tal y como muestra la siguiente gráfica.

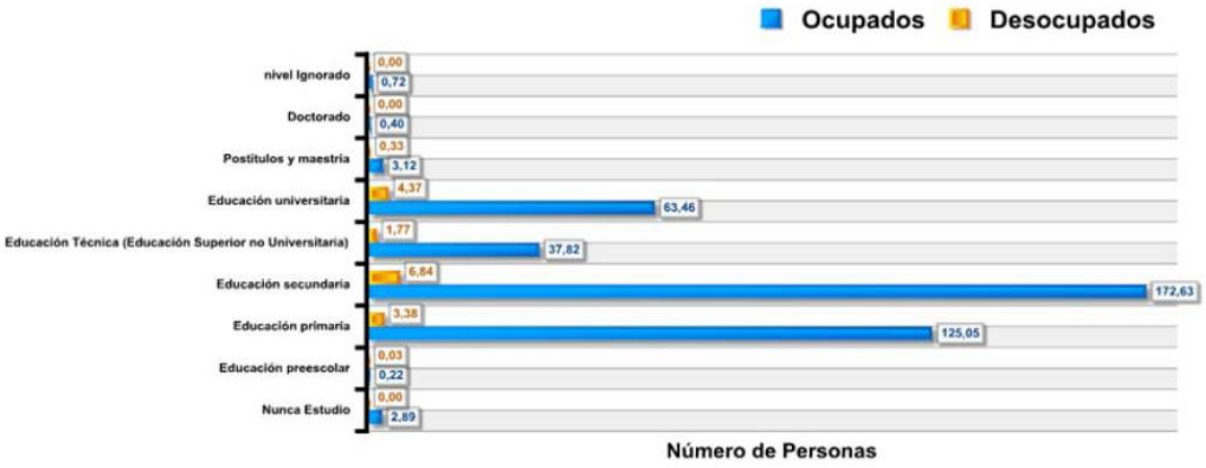


Fuente: INE, Región Los Lagos. Informe Empleo Regional, marzo 2015

Tal y como puede apreciarse en la siguiente gráfica, son los niveles de educación secundaria y primaria los que cuentan con un mayor número de personas ocupadas. Sin embargo, los niveles de doctorado y postítulo y

maestrías y educación universitaria son los que cuentan con un menor número de personas en situación de desempleo.

Nivel educativo de los ocupados y desocupados según CINE[58]



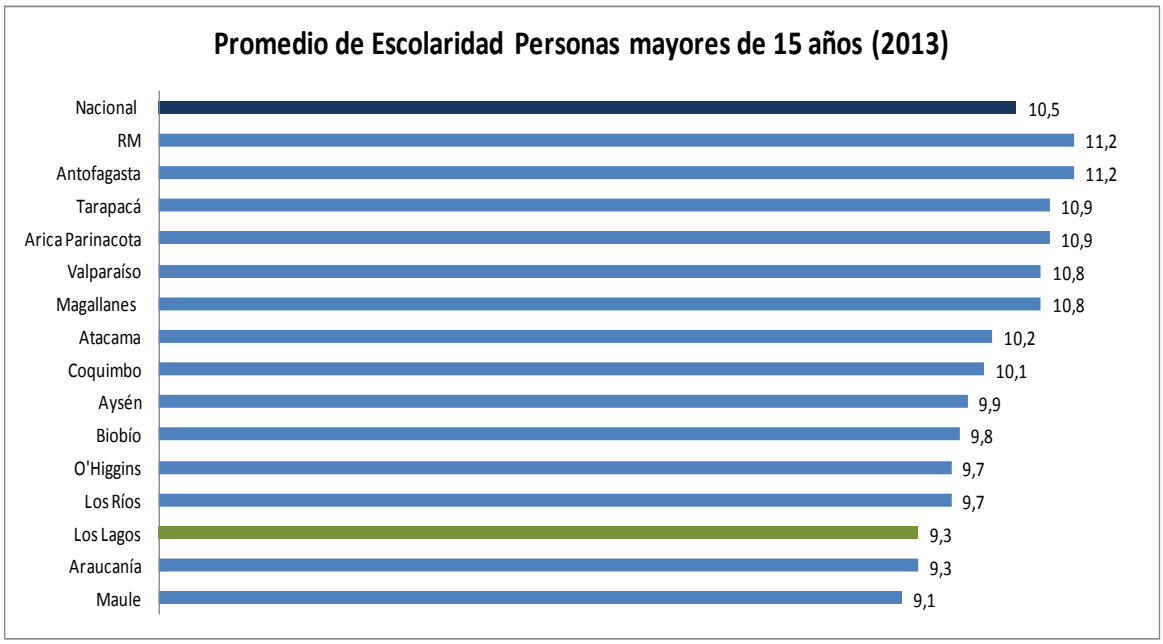
Fuente: Encuesta Nacional de Empleo

Formación y Capacitación

El desarrollo del territorio en la actualidad, está altamente unido a la calificación de sus recursos humanos. Un territorio avanzado necesita personas con conocimiento y destrezas para seguir creciendo.

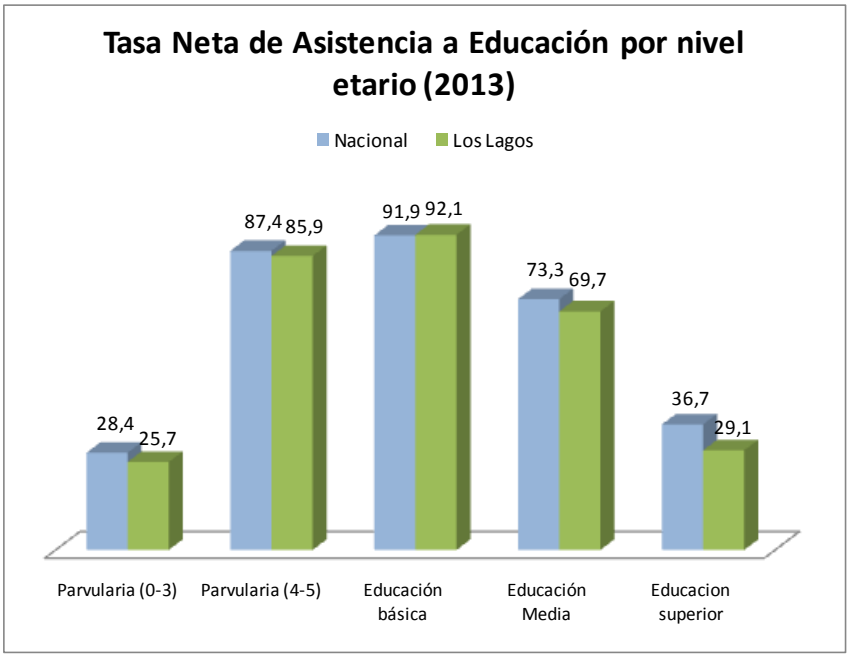
Sin embargo, la formación es una de los principales déficit que tiene la región. La región se sitúa con el 9,3 en uno de los puestos más bajos en relación al promedio de escolaridad que es del 10,5 a nivel nacional[59].

[58] CINE es la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación.
[59] CASEN 2013, Años promedio de escolaridad de las personas de 15 años o más por región. La región de Los Lagos es junto con la Araucanía y el Maule las que tienen un promedio más bajo de escolaridad en todo el país.



Fuente: CASEN 2013

Además, el informe CASEN 2013 muestra que la región de Los Lagos también se encuentra por debajo de la media en asistencia a los centros escolares.



Fuente: Informe CASEN 2013-Educación (Enero 2015)

El sector turismo no es ajeno a este déficit educativo en la región y así ha sido señalado en las diferentes entrevistas y talleres participativos organizados en el marco del proyecto y que se exponen a continuación.

Oferta formativa

En relación a las entidades de formación y capacitación, se cuenta con universidades, institutos profesionales y la capacitación organizada por SENCE en base a la identificación de necesidades en el sector. SENCE imparte la formación a colectivos con problemas de inserción en el mercado laboral y además, junto con Chile Valora proveen la certificados profesionales de la experiencia.

Oferta formativa Superior

Universidad	Carrera	Malla Curricular
INACAP	Hotelería, turismo y gastronomía	▪ Administración turística internacional ▪ Administración de hoteles y restaurantes ▪ Administración gastronómica internacional ▪ Turismo ▪ Hoteles y restaurantes ▪ Gastronomía internacional ▪ Inglés
Universidad Santo Tomás	Técnico en Turismo	▪ Administración de empresas turísticas, ▪ Marketing y comercialización ▪ Comercio electrónico ▪ Desarrollo de productos turísticos ▪ Historia y patrimonio ▪ Geografía ▪ Inglés
	Técnico en gastronomía internacional y tradicional	▪ Fundamento de la gastronomía ▪ Higiene y seguridad alimentaria ▪ Nutrición y tecnología de los alimentos ▪ Administración gastronómica ▪ Desarrollo de habilidades comunicativas ▪ Técnicas de servicio de restaurante, bar y coctelería ▪ Inglés gastronómico

Universidad	Carrera	Malla Curricular
Universidad San Sebastián	Ingeniería en expediciones y ecoturismo (especialidad en navegación)	▪ Conocimientos y vinculación con la industria (economía y empresa turística, emprendimiento, gestión e innovación) ▪ Conocimientos y habilidades propias (inglés, acondicionamiento físico, técnicas de seguridad y supervivencia, orientación, ecología y exploración) ▪ Conocimientos complementarios (geografía, historia, mitos y leyendas, ▪ Especialización profesional ▪ Área formación integral

Fuente: Elaboración propia con información de las páginas web de las entidades.

Asimismo, existen diversos ***institutos profesionales, centros profesionales y liceos técnicos*** que ofrecen formación en turismo:

Oferta Formativa Técnica Superior

ENTIDAD	SEDE	TÍTULO
Instituto Profesional La Araucana	Puerto Montt	Técnico administración de recursos turísticos
INACAP	Osorno	Técnico nivel superior en hoteles y restaurantes Técnico nivel superior en Gastronomía Internacional Profesional administrador de Hoteles y Restaurant
IPROSEC	Osorno	Técnico en nivel superior turismo bilingüe

Fuente: SERNATUR

La educación media técnico profesional congrega a un 45% de los jóvenes en educación media y al 60% de los estudiantes más vulnerables social y económicamente[60] y supone para este nutrido grupo de jóvenes una oportunidad de inserción laboral temprana dada su vinculación con el ámbito productivo.

[60] PNUD, *Estudio de la Educación Técnico-Profesional*, 2013.

Liceos Técnicos

ENTIDAD	SEDE	TÍTULO
Liceo Politécnico Antulafken	Puaucho – San Juan de la Costa	Servicios de turismo
Liceo Las Américas	Entre Lagos	Servicios de Hotelería
Liceo Comercial El Pilar	Ancud	Servicio de turismo
Liceo Politécnico de Castro	Castro	Servicio de turismo
Liceo Rayen Mapu	Quellón	Servicio de alimentación colectiva
Liceo Técnico Profesional agrícola marítimo “bosque nativo”	Puerto Montt	Servicio de hotelería
Liceo comercial Miramar	Puerto Montt	Servicio de hotelería
Liceo Pedro Aguirre Cerda	Puerto Varas	Servicio de turismo
Seminario Conciliar de Ancud	Ancud	Servicio de alimentación colectiva
Liceo Ignacio Carrera Pinto	Frutillar	Servicio de alimentación colectiva
Liceo Hornopirén	Hualaihué	Servicio de turismo
Colegio Técnico Profesional Santa Teresa de Los Andes	Osorno	Servicio de alimentación colectiva
The mission college	Osorno	Servicio de alimentación colectiva
Instituto Inglés Antuquenu	Puerto Montt	Servicio de turismo
Instituto Politécnico María Auxiliadora	Puerto Montt	Servicio de alimentación colectiva
Liceo Benjamín Muñoz Gamero	Puerto Octay	Servicio de alimentación colectiva
Colegio Politécnico Degli Monti	Puerto Varas	Servicio de alimentación colectiva
Liceo Técnico Profesional People help people señor Walter Kaufmann Bauer	Puyehue	Servicio de alimentación colectiva
Liceo Polivalente de Queilen	Queilen	Servicio de turismo
Liceo Polivalente Quemchi	Quemchi	Servicio de alimentación colectiva
Liceo Insular	Quinchao	Servicio de alimentación colectiva
Colegio Técnico Profesional Misión San Juan de la Costa	San Juan de la Costa	Servicio de alimentación colectiva

Fuente: ONG Canales y Mineduc Región de Los Lagos.

El Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE) en el levantamiento de demanda del mercado laboral en diferentes sectores productivos regionales, ha considerado al turismo como uno de los sectores recomendados para focalizar el levantamiento de demandas del mercado laboral señalando que *aunque el sector de hoteles y restaurantes no se presenta como un sector significativo en la generación de empleo a nivel general en la región, si es un sector importante en especial para el segmento de las mujeres"*[61].

En el levantamiento de información quedan definidos los requerimientos sectoriales y en el caso del sector turismo se focalizó en las siguientes ocupaciones:

- Guía Turismo.
- Mucama.
- Barman.
- Garzón.
- Maestro de Cocina.
- Manipulador de alimentos.
- Gestor MYPE

El informe de SENCE señala que *los hoteles se están preparando para certificar estrellas y para esto requieren* ***capacitar en inglés a su personal****. Se requiere personal para relevar el turismo.*

Demanda formativa

La carrera en turismo no es muy demandada[62] y es una carrera exigente lo que hace que los egresados sean pocos, aunque con buena calificación. Es una carrera que tiene salida profesional y existe demanda de profesionales[63], por parte de las empresas de la región. Sin embargo, un

[61] SENCE, "Informe regional para el proceso de levantamiento de demandas del mercado laboral año 2014".
[62] A pesar de que no hay gran demanda de la carrera de turismo (120 estudiantes en la región según las personas entrevistadas), se ha producido un aumento en la matrícula de la formación en gastronomía debido al éxito del programa de televisión "masterchef"
[63] Las entidades formativas han señalado que tienen una gran demanda por parte de las empresas para que les demandan a sus estudiantes para trabajar: *"la escuela se transforma en una gran agencia de colocaciones"*

porcentaje alto no se queda a trabajar en Los Lagos y la región está perdiendo capital humano cualificado[64].

En 2015 se han matriculado en los liceos técnicos 1.184 estudiantes: 657 en 3° medio y 527 en 4° medio[65]. Por provincias, es la provincia de Llanquihue la que concentra el mayor número de centros que ofertan formación en turismo con 10 centros (7 de ellos en Puerto Montt), seguido de la provincia de Osorno con 8 centros, Chiloé cuenta con 7 liceos técnicos que ofrecen formación en turismo y la provincia de Palena solamente tiene un centro en la municipalidad de Hualaihué.

El estudio del PNUD sobre la formación técnica profesional realizado en 2013 señala que los principales usuarios de los liceos técnicos son los jóvenes más vulnerables y con una elevada tasa de deserción en los estudios superiores revirtiendo la situación a nivel de enseñanza media donde los estudiantes de liceo técnico tienen la menor tasa de deserción. Otra de las conclusiones del estudio es la mayor tasa de inserción laboral de quienes estudian en la enseñanza media técnica, un 18,5% más elevada que quienes realizan estudios humanista-científicos.

En relación a la remuneración, son las especialidades vinculadas a oficios industriales las que tienen una mejor remuneración salarial como son mecánica industrial, electricidad, química, construcciones metálicas y mecánica automotriz. Por otro lado, las especialidades en servicios como ***turismo y hotelería***, son de las que tienen una menor remuneración:

- Remuneración promedio en turismo y hotelería 2012 en fue de $284,4, con un 68,3% de tasa de ocupación en 2011
- Remuneración promedio en minería: $531,6 con una tasa de ocupación del 86,8%.
- Remuneración promedio total: $349,8 con una tasa de ocupación del 72,1%.

Aunque las mujeres avanzan más en las trayectorias educacionales y presentan una mayor tasa de acceso a la educación superior y también en la obtención de una titulación, su remuneración salarial es menor que la de los hombres, especialmente en las carreras técnicas

Fuente: PNUD Estudio Inserción Laboral, 2013.

Problemática en el ámbito de la formación, capacitación y mundo laboral

- Falta de conocimiento de idiomas, especialmente inglés,
- Necesidad de formación complementaria (gestión, administración, habilidades blandas)
- Profesionalización del sector
- Precariedad laboral y legislación laboral estricta

[64] Información obtenida de las entrevistas realizadas a las entidades de formación en turismo en el marco del diagnóstico del sector en la región.

[65] Datos obtenidos de la ONG Canales. Se trata de una Organización No Gubernamental de Desarrollo Consejo Empresarial de la Educación, conformada por un equipo multidisciplinario de profesionales, comprometidos con la tarea de fortalecer la educación Técnico Profesional y que contribuye a mejorar la calidad y pertinencia del proceso formativo, en relación a las necesidades económico-productivas de la Macro Zona Sur de Chile. No hay datos de la formación superior.

A pesar de esta oferta, la ***capacitación y formación*** de los recursos humanos es uno de los ***principales problemas señalados como factor que dificulta la competitividad del sector***. La falta de formación es especialmente relevante en el personal de servicio (recepcionistas, camareros, mucamas, etc.). Se ha señalado asimismo, la falta de formación para niveles de gerencia, y en otra serie de competencias que resultan importantes para el sector como son las habilidades blandas y los idiomas. Por otro lado, es muy bajo el porcentaje de personas que trabajan en el sector y que hablen idiomas (inglés, alemán o portugués). En este sentido, es muy importante ***la formación en disciplinas complementarias*** a las materias propias de turismo como gestión o nuevas tecnologías.

Hay que desarrollar una cultura turística entre los privados para que interpreten mejor las expectativas del turista.

No obstante, se están haciendo esfuerzos para paliar esta situación y así, las entidades formativas entrevistadas han señalado que sus mallas curriculares se construyen con los agentes del sector y en base a las necesidades de las empresas, introduciendo nuevas asignaturas como cocina institucional que era una demanda empresarial o incluyendo en el caso de la carrera de gastronomía, formación complementaria en ámbitos como la administración y gestión con el fin de entregar herramientas y competencias a los estudiantes para que puedan gestionar un negocio completo. La razón para poner un mayor énfasis en este tipo de competencias es porque un porcentaje alto de los estudiantes van a poner en marcha sus propios emprendimientos.

Sin embargo, algunas de estas entidades se encuentran en todo el país y sus lineamientos son nacionales, lo puede afectar a la formación y a la especialización del sector a nivel regional. Un ejemplo es la supresión de la carrera de turismo de aventura porque no había demanda a nivel nacional. Sin embargo, se trata de un tipo de turismo de interés para la región y con demanda regional.

En relación al conocimiento de idiomas, ésta es una de las principales demandas de las empresas con respecto a la formación de los estudiantes. En este ámbito, las entidades de formación señalan la ***problemática que supone el aprendizaje del idioma inglés***. Reconocen que supone una dificultad para muchos alumnos y las soluciones a este problema han sido diversas dependiendo de los centros, desde reducir la formación en inglés a un solo semestre, hasta la creación de un centro de aprendizaje para que el

alumno refuerce el idioma o la posibilidad de clases extras de inglés. No obstante, y a pesar de estos esfuerzos, el idioma sigue siendo un escollo.

Otro de los problemas más señalados en las entrevistas en relación a la formación es la ***calificación de la mano de obra.*** En la región no hay formación en servicios para el sector como garzones, mucamas, recepcionistas y esta falta de formación en oficios se ha convertido en un problema importante. Faltan competencias y, en especial, competencias blandas (atención al cliente, trabajo en equipo, proactividad, etc.) En este sentido, comentan que los empresarios deberían sacar un mayor provecho de los cursos de capacitación ofertados por SENCE para el sector.

Esta baja calificación, se debe en parte a que un alto porcentaje de quienes trabajan en el sector están a la espera de un trabajo mejor. Una parte importante de quienes trabajan en el sector no asume que es una profesión. Además está la idea de que "*todo el mundo puede ser un experto en turismo"* y de que es "*un trabajo fácil"* y en el que se puede trabajar sin una calificación especial. Esta falta de calificación lleva también al cierre de empresas del sector ya que, por ejemplo, muchos dueños de restaurantes no conocen el rubro, no saben manejar el negocio y deben cerrar.

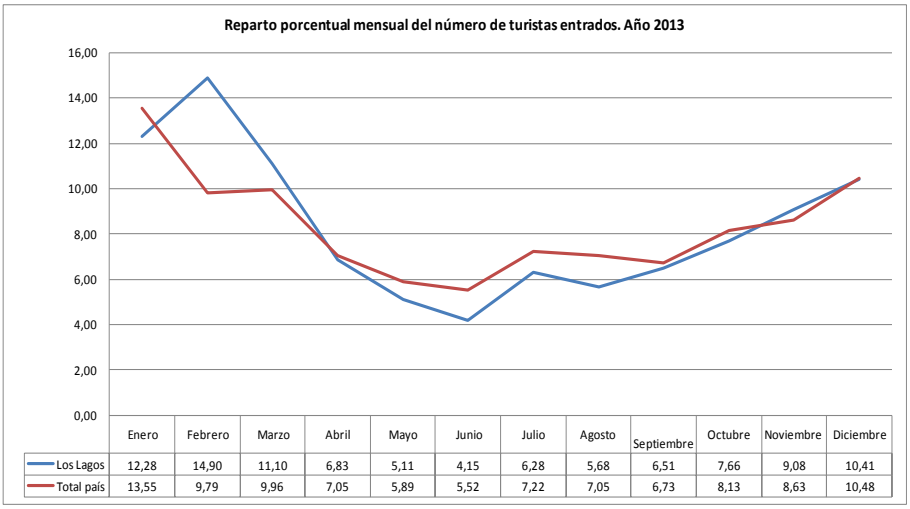
El ***turismo necesita de especialistas*** que dé respuesta a un turista cada vez más exigente e informado y, en la región la mano de obra es cada vez menos cualificada. El turismo es un sector pujante y debe profesionalizarse.

A la ***falta de profesionalización*** se une ***la precariedad del sector*** con bajas remuneraciones y una ***legislación laboral restrictiva*** en relación a los horarios y que no es específica para el sector. Una demanda de las empresas del sector es la falta de actitud de los trabajadores pero esa ***falta de actitud es reflejo de la alta precariedad***, tal y como señalan desde las entidades formativas. Desde su perspectiva, primero los trabajadores deben tener buenas condiciones laborales y un compromiso por parte de la empresa, para que tengan arraigo y compromiso con la empresa. Además, los empresarios compiten entre ellos en la contratación de los recursos humanos y se "*quitan*" a los trabajadores. De cara a evitar esta situación algunas de las personas entrevistadas consideran que se debería crear una Escuela de Turismo para la formación en servicio y atención al cliente.

5.2.4/ La demanda turística

Dado el espectacular entorno natural de la región, el turismo se basa en actividades *outdoor* y de naturaleza en donde destaca sobremanera las visitas a los Parques Naturales de la región. La región también cuenta con condiciones para desarrollar un turismo deportivo con la práctica del esquí en el volcán Osorno o rafting y kayak en Futaleufú. El turismo cultural y patrimonial tiene su representación en la isla de Chiloé con la ruta de las iglesias.

El turismo en la Región se caracteriza por la estacionalidad. El mayor volumen de entrada se registra en los meses de verano (enero y febrero), por lo que el ***problema de la estacionalidad***, común a la mayoría de destinos turísticos y al conjunto del país, también está presente en la región Los Lagos. Además, el descenso en los meses de temporada baja es mayor en la región de Los Lagos, que en el promedio del país. La estacionalidad ha sido identificada por las personas entrevistadas como uno de los principales retos a afrontar ya que en la mayoría de los casos, después de la temporada de verano (enero y febrero) la actividad baja considerablemente, hasta el punto de que algunos establecimientos cierran durante el invierno o se dedican a otras actividades. La falta de una oferta que incluya actividades de invierno, también favorece esta alta estacionalidad del turismo en la región.



	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Los Lagos	12,28	14,90	11,10	6,83	5,11	4,15	6,28	5,68	6,51	7,66	9,08	10,41
Total país	13,55	9,79	9,96	7,05	5,89	5,52	7,22	7,05	6,73	8,13	8,63	10,48

Fuente: SERNATUR. Anuario. Informe Anual 2013 y elaboración propia.

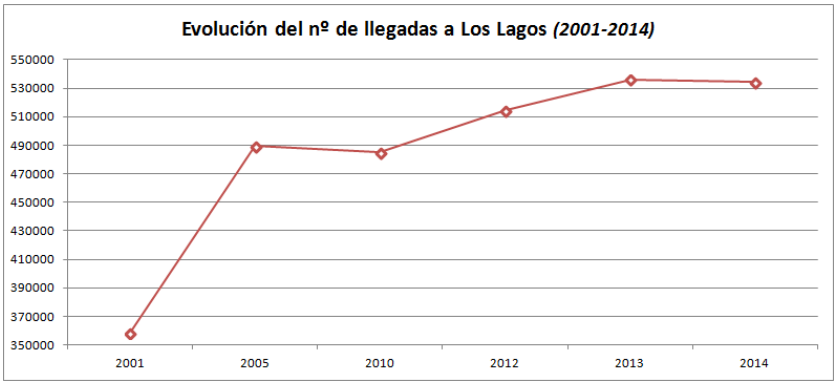
Los datos estadísticos muestran que en la región ***predominan los turistas chilenos***, frente a los turistas extranjeros.

Evolución del número de llegadas de turistas 2001-2013

Llegadas	2001	2005	2010	2012	2013
Nacionales	243.022	332.556	380.091	371.793	387.997
Extranjeros	115.631	157.135	105.048	142.828	148.246
TOTAL	358.653	489.691	485.139	514.621	536.243

Fuente: Anuario Estadística Turismo INE.

En el año 2013 llegaron a Los Lagos 536.223 pasajeros. De estos el 72,2% eran nacionales y el 27,8% extranjeros. La evolución del número de llegadas ha sido positiva en el período 2011-2014 tal y como muestra la siguiente gráfica.



Fuente: Datos del INE. Anuario Estadística Turismo

Una parte importante de los turistas extranjeros llegan a través de los ***cruceros***. En la temporada 2014-2015 (del 20 de octubre al 30 de marzo) llegaron a Puerto Montt 38 naves con un total de 77.394 pasajeros[66].

No obstante, la llegada principal de turistas es a través de los diferentes ***pasos fronterizos*** que conectan la Región de Los Lagos con Argentina y, especialmente, a través del paso de Cardenal Samoré en la provincia de Osorno que ha aumentado en un 31,4% las entradas en el período 2010-2013. El paso por Vuriloche también ha registrado una importante subida de pasajeros con un incremento del 46%. Por el contrario, el paso a través del

[66] EMPORMONTT, Empresa Portuaria de Puerto Montt. www.empormont.cl

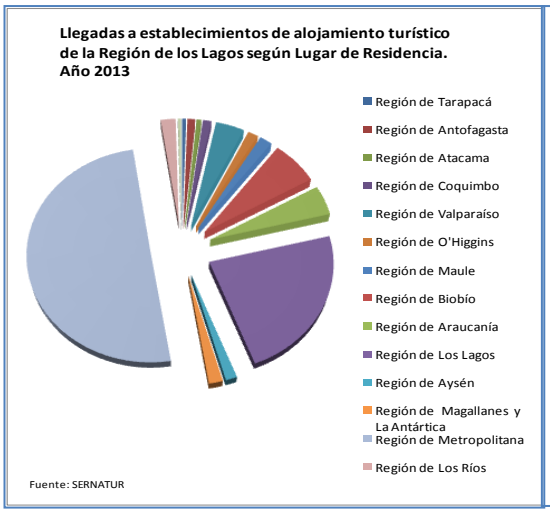
Parque Nacional Vicente Pérez Rosales a través de Peulla ha bajado en el número de pasajeros que cruzan, descendiendo un 13,5% lo que, además indica que la Ruta cruce andino (uno de los productos turísticos más antiguos de la Región con 100 años de antigüedad) ha sufrido también un considerable descenso. Sin embargo, la caída más espectacular la ha experimentado el Paso El León con un 106%.

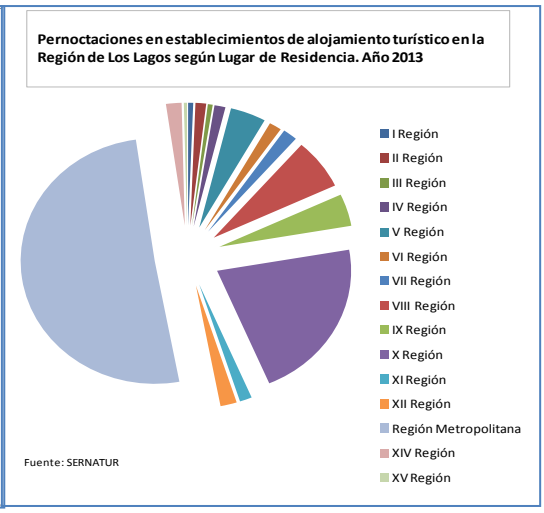
Evolución de las llegadas de turistas por paso fronterizo

Paso Fronterizo	2010	2011	2012	2013	Crecimiento
Cardenal Samoré	146.181	136.874	196.041	213.012	31,4%
Vicente Pérez Rosales (Peulla)	9.697	10.588	8.597	8.540	-13,5%
Futaleufú	28.763	30.479	32.950	33.709	14,7%
Carrenleufu o Palena	6.122	5.753	5.522	5.769	-6,1%
Río Puelo	628	646	826	707	11,2%
Río Manso (Paso El León)	2.019	2.008	969	981	-105,8%
Vuriloche	114	103	96	212	46,2%
TOTAL	**193.524**	**186.451**	**245.001**	**262.930**	**26,4%**

Fuente: Plan de Acción 2014-2018 Sernatur y elaboración propia.

La Región de Los Lagos ***acogió al 8,4% (387.977 llegadas de chilenos) del total nacional*** de las llegadas de chilenos a Establecimientos de Alojamiento Turístico y el 7,6% (657.538 pernoctaciones de chilenos) de las pernoctaciones del conjunto del país.





La Región de Los Lagos recibió al 6,9% (148.246 turistas extranjeros)[67] de los ***turistas extranjeros*** que llegaron a Chile en el año 2013. La región se sitúa en el ***cuarto puesto del ranking de regiones chilenas en recepción de turistas extranjeros***. En relación a las pernoctaciones de turistas extranjeros, Los Lagos ocupa el quinto puesto entre las regiones chilenas con el 5,1% (232.922 pernoctaciones de turistas extranjeros) de las pernoctaciones de turistas extranjeros del conjunto del país.

La Región recibió, en el año 2013, al 8% del total de las llegadas a establecimientos de alojamientos turísticos. Según la procedencia, el 8,4% eran chilenos y el 6,86% extranjeros, en relación al conjunto del País.[68]

En función de las llegadas a alojamientos turísticos de la Región de Los Lagos, se observa que tres de cada cuatro turistas, el 76%, prefiere el hotel.

Reparto porcentual de las llegadas en función del tipo de alojamiento. Año 2013.

Tipo Alojamientos	Total	Porcentaje
Llegadas TOTAL	**536.223**	**100**
Llegadas HOTEL	406.919	75,89
Llegadas RESIDENCIAL	24.636	4,59
Llegadas MOTEL	38.302	7,14
Llegadas APARTHOTEL	19.999	3,73
Llegadas CAMPING (Sitios y Cabañas)		
Sitios	32.028	5,97
Cabañas	14.112	2,63

Fuente: SERNATUR y elaboración propia

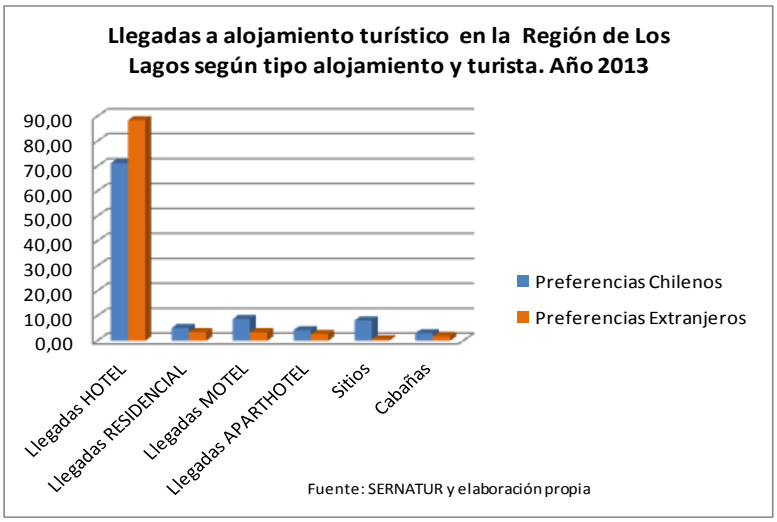
Los turistas chilenos si bien optan en su mayoría (el 71,12%) por los hoteles, muestran un interés mayor que los turistas extranjeros por otro tipo de alojamiento. Así, el 7,14% de los chilenos optan por la opción motel y otro 8,6% por la opción sitios y cabañas.

Los turistas extranjeros eligen claramente el hotel (88,37% de los turistas extranjeros) y en mucha menor medida por el residencial o el motel.

[67] SERNATUR. Anuario. Informe Anual 2013.

[68] Fuente: SERNATUR

La procedencia de estos turistas extranjeros es principalmente ***Brasil (36,78%), Argentina (28,41%), Estados Unidos (7,68% y Alemania (3,30)***[69].



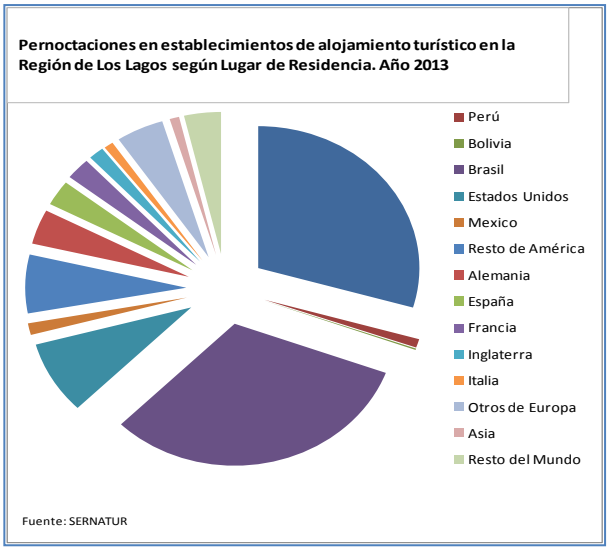
Llegada de pasajeros chilenos y extranjeros a establecimientos de alojamiento turístico de la región de Los Lagos según lugar de residencia. Año 2013

Lugar de procedencia	Total Chile	Total Los Lagos	Porcentaje sobre País	Porcentaje sobre total Extranjeros Región
Chilenos	**4.613.543**	**387.977**	**8,41**	
Del Extranjero	**2.160.642**	**148.246**	**6,86**	**100,00**
Argentina	400.808	42.119	10,51	28,41
Perú	65.333	1.185	1,81	0,80
Bolivia	51.876	163	0,31	0,11
Brasil	453.859	54.531	12,01	36,78
EE.UU.	283.530	11.392	4,02	7,68
México	46.040	2.293	4,98	1,55
Resto de América	205.995	8.672	4,21	5,85
Alemania	78.960	4.898	6,20	3,30
España	90.640	3.385	3,73	2,28
Francia	60.370	3.451	5,72	2,33

[69] Informe anual de Turismo en Chile. INE 2013.

Lugar de procedencia	Total Chile	Total Los Lagos	Porcentaje sobre País	Porcentaje sobre total Extranjeros Región
Inglaterra	46.967	2.129	4,53	1,44
Italia	30.563	948	3,10	0,64
Otros de Europa	118.315	6.126	5,18	4,13
Asia	69.146	1.282	1,85	0,86
Resto del mundo	158.240	5.672	3,58	3,83

Fuente: Informe anual de Turismo en Chile. INE 2013 y elaboración propia



No se disponen de datos a nivel regional sobre las características de los turistas de estos países, pero si existen a nivel nacional, que se utilizan a continuación con el fin de ***orientar el perfil del turista extranjero que llega a la Región de Los Lagos***. Se han seleccionado los cuatro principales países de procedencia de los turistas que llegan a la Región de Los Lagos. Argentina, Brasil, Estados Unidos y Alemania.

Los turistas argentinos son los únicos cuyo ***gasto promedio*** total es inferior a los 1.000 dólares. Los turistas procedentes de EE.UU y Alemania son los que tienen un mayor tiempo de permanencia.

De hecho, como se ha visto en el punto referido al turismo en Chile, los turistas de Europa y Norteamérica son los que efectúan un mayor gasto.

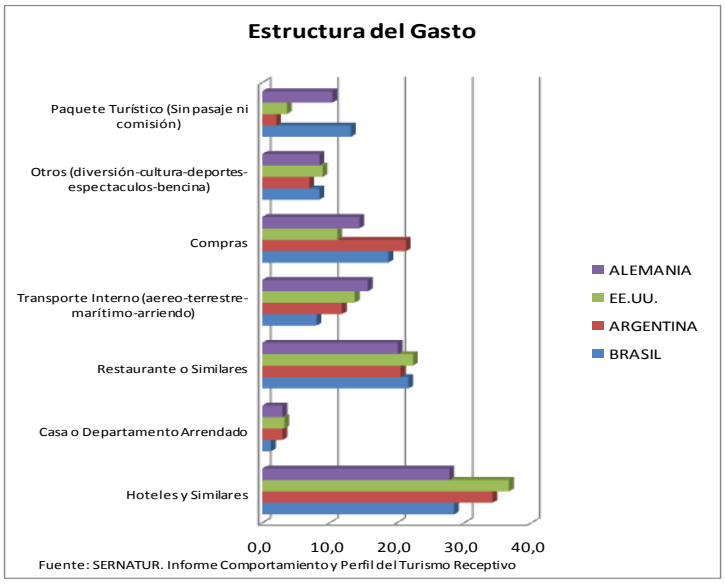
Principales características de los turistas que llegan a Chile por país de origen. Año 2013.

CARACTERÍSTICAS	BRASIL	ARGENTINA	EE.UU.	ALEMANIA
N° de Llegadas de Residentes	317.937	263.002	156.322	45.980
Permanencia Promedio en Chile del Residente en el Extranjero (Noches)	6,9	6,9	15,5	24,5
Gasto Promedio Diario Individual en Chile del Residente en el Extranjero (Dólares)	159,6	96,6	79,5	62,8
Gasto Promedio Total Individual en Chile del Residente en el Extranjero (Dólares)	1.095,1	670,9	1.235,8	1541,1
Ingreso de Divisas (Dólares)	348.185.807	176.444.792	193.187.358	70.859.822

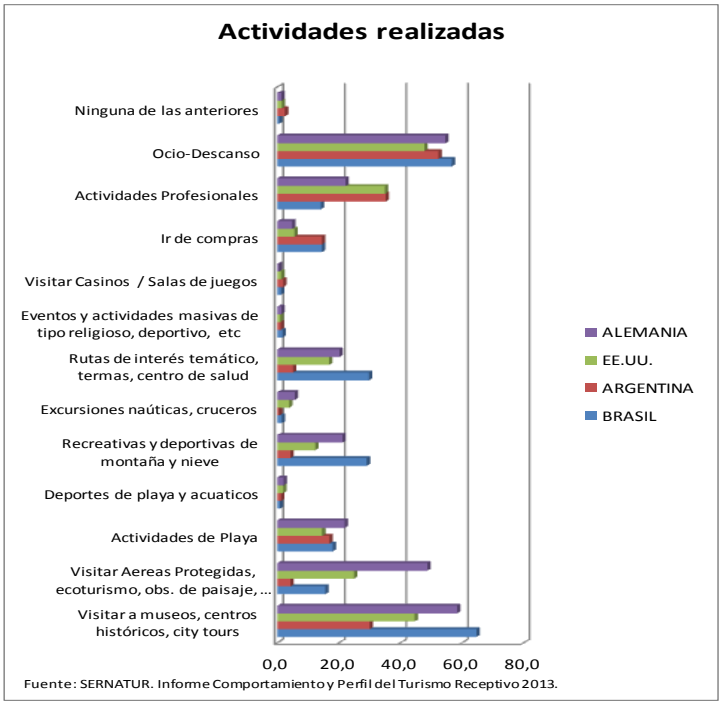
Fuente: SERNATUR. Informe Comportamiento y Perfil del Turismo Receptivo 2013.

En relación a ***la estructura de gasto*** de estos turistas:

- Los procedentes de Brasil gastan más en Hoteles, Restaurantes y paquetes turísticos y las compras también son relevantes.
- Los argentinos prefieren la alimentación, el alojamiento y las compras.
- Los procedentes de Estados Unidos son los que más gastan en alojamiento y restaurantes.
- Los alemanes, destacan en el transporte interno respecto a los demás.



Las ***actividades*** comunes son de ocio y descanso y se visitan los centros culturales y las áreas protegidas. Estados Unidos y Argentina presentan una mayor actividad profesional, mientras que en las compras predominan los argentinos y brasileños.



Los ***lugares de la Región de Los Lagos visitados*** por los turistas extranjeros son los cuatro destinos:

- Osorno y alrededores
- Puerto Montt - Puerto Varas - Parque Nacional Vicente Pérez Rosales - Lago Llanquihue
- Isla de Chiloé
- Carretera Austral - Futaleufú - Palena

Estos lugares de la Región reciben en conjunto.

- El 6% de los turistas que llegan a Chile procedentes del Brasil.
- El 2,6% de los argentinos que llegan a Chile.
- El 14,7% de los procedentes de Estados Unidos
- El 38,8% de los alemanes que llegan al país.

Lugares de Chile visitados por los turistas extranjeros. Año 2103

Lugares visitados	BRASIL	ARGENTINA	EE.UU.	ALEMANIA
Arica	0,3	0,6	1,2	4,4
Putre – Lago Chungará	0,1	0,0	0,3	1,9
Iquique – Salitreras – Pica – Matilla	0,6	0,8	1,9	5,4
Antofagasta - Calama	1,4	1,5	4,1	10,3
Valle de la Luna - San Pedro de Atacama - Géiser del Tatio	4,4	1,1	6,3	27,3
La Serena – Coquimbo	1,3	3,7	6,3	11,1
Valle del Elqui - Vicuña	0,4	0,6	2,3	5,3
Isla de Pascua	1,0	0,2	2,8	3,4
Valparaíso - Viña del Mar	57,0	30,3	38,7	45,2
Otros sectores costeros de la Región de Valparaíso	5,8	7,2	7,3	8,1
Centros Invernales (Farellones, Valle Nevado, Portillo, Termas de Chillán, etc.)	35,5	2,9	3,1	0,8
Santiago y alrededores (Cajón del Maipo, Isla de Maipo, Talagante, Melipilla y otros)	93,5	87,4	84,7	80,5
Costa de Pichilemu - Constitución	0,5	0,7	2,7	2,3
Concepción, área costera del Bío - Bío	1,5	1,8	3,7	7,3
Pucón - Villarrica - Lican Ray - Caburga	3,2	1,8	8,4	19,2
Valdivia sector costero de Corral	0,6	0,6	3,6	10,9
Osorno y alrededores	1,0	0,7	1,9	5,1
Puerto Montt - Puerto Varas - Parque Nacional Vicente Pérez Rosales - Lago Llanquihue	4,3	1,3	8,6	22,1
Isla de Chiloé	0,9	0,5	2,3	8,0
Carretera Austral - Futaleufú - Palena	0,1	0,1	1,9	3,6
Torres del Paine - Puerto Natales	1,1	0,1	7,5	17,9
Punta Arenas	1,4	0,5	8,1	17,5
Otras (Rancagua, Isla Juan Fernandez, Tierra del Fuego, Puerto Williams, etc.)	3,0	2,7	7,2	7,7

Fuente: SERNATUR. Informe Comportamiento y Perfil del Turismo Receptivo 2013.

La mayoría de los turistas independientemente de su procedencia ***acuden a las áreas silvestres*** y en la ***Región optan por alojamientos alternativos*** como las cabañas. Además, 113.966 visitantes extranjeros visitaron el Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas de la Región de Los Lagos, siendo el parque nacional Vicente Pérez Rosales con 88.033 visitas de

extranjeros, el que recibió una mayor afluencia de turistas extranjeros en la Región.

Las ***Áreas Silvestres Protegidas*** de la región de Los Lagos fueron las más visitadas respecto al conjunto de áreas silvestres del país, con 631.151 visitas en 2014[70] donde de nuevo destaca el Parque Nacional Vicente Pérez Rosales, con el 65,8% de las preferencias. La siguiente tabla muestra el número de visitas durante los tres primeros meses de 2015 y se puede ver cómo los turistas extranjeros se concentran sobre todo en el Parque Nacional Vicente Pérez Rosales, mientras que los turistas chilenos, aunque prefieren también este parque, también optan por otros enclaves de la Región.

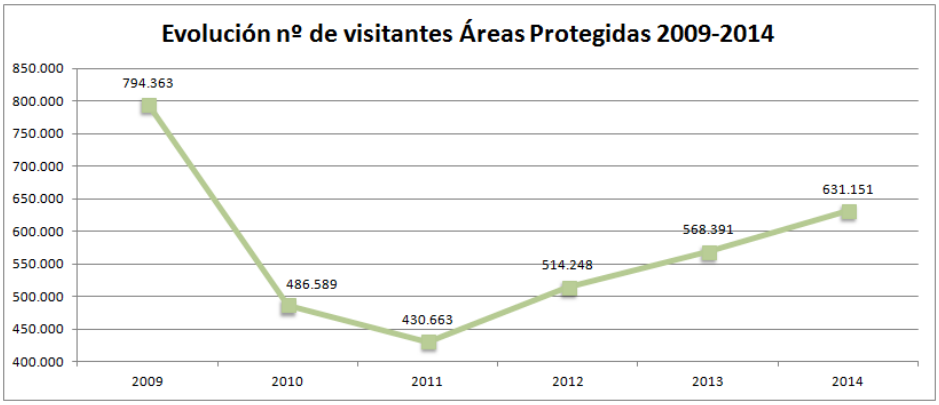
Además de los Parques Naturales del Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas, existen Áreas Naturales Privadas que también son visitadas como el Parque Pumalín en Palena o el Parque Tantauco en Chiloé.

Área Protegida	Chilenos	Extranjeros	Total	Porcentaje
P. N. CHILOE	28.923	3.872	32.795	8,2%
P. N. PUYEHUE	44.786	8.303	53.089	13,3%
P. N. VICENTE PEREZ ROSALES	216.698	74.212	290.910	73%
P. N. ALERCE ANDINO	10.848	1.532	12.380	3,1%
R.N.LLANQUIHUE	2.514	677	3.191	0,8%
M.N ISLOTE DE PUÑIHUIL	912	181	1.093	0,3%
P. N. HORNOPIREN	1.737	107	1.844	0,5%
M.N. LAHUENÑADI	1.111	530	1.641	0,4%
R.N. FUTALEUFU	777	177	954	0,2%
TOTAL REGIONAL	**308.306**	**89.591**	**397.897**	**100**

Fuente: CONAF

La siguiente gráfica muestra la evolución del número de visitantes en las Áreas Protegidas en el período 2009-2014 y en ella se puede ver cómo en los años 2010-2011 se produce un importante descenso en el número de turistas. No obstante a partir de 2012 aprecia de nuevo una tendencia positiva en el número de visitantes.

[70] CONAF, Estadística Visitantes ASP



Fuente: CONAF

Estos datos se confirman a través de las entrevistas personales que se ha realizado para la elaboración del diagnóstico. Se señala además que los estadounidenses, europeos y japoneses llegan principalmente a través de los cruceros. La principal ***motivación***, especialmente entre los extranjeros, es la ***naturaleza y la posibilidad de realizar actividades outdoors***. El viajero chileno realiza más un turismo de sol y playa, principalmente en enero y febrero y muy focalizado en Puerto y Varas y Frutillar (provincia Llanquihue). Según las opiniones recogidas los turistas chilenos suelen visitar la Región durante los meses de verano (principalmente enero y febrero) generando un bajo nivel de gasto y una escasa actividad económica.

Los ***lugares más visitados*** son los parques nacionales y en especial el Parque Nacional Vicente Pérez Rosales que junto con los saltos de Petrohué y Puerto Varas son los lo que más turistas reciben, lo que está provocando una situación de saturación y problemas de hospedaje, servicios y gestión de residuos.

Recursos Naturales de atracción turística

6 Parques Naturales (4 de ellos reserva de la biosfera)[71]

- P.N. Vicente Pérez Rosales
- P.N. Puyehue
- P.N. Hornopirén
- P.N. Corcovado
- P.N. Chiloé
- P.N. Alerce Andino

[71] UNESCO: Las Reservas de Biosfera son "zonas de ecosistemas terrestres o costeros/ marinos, o una combinación de los mismos, reconocidas como tales en un plano internacional en el marco del Programa MAB de la UNESCO". Sirven para impulsar armónicamente la integración de las poblaciones y la naturaleza, a fin de promover un desarrollo sostenible mediante un diálogo participativo, el intercambio de conocimiento, la reducción de la pobreza, la mejora del bienestar, el respeto a los valores culturales y la capacidad de adaptación de la sociedad ante los cambios.

3 Reservas Nacionales (2 son reserva de la biosfera)

- R.N. Lago Palena
- R.N. Futaleufú
- R.N. Llanquihue

2 monumentos naturales

- Lahuen Ñadi
- Islotes de Puñihuil

15 sitios priorizados en la Estrategia de Biodiversidad de Los Lagos

- Ampliación P.N. Chiloé
- Bahía Tic Toc
- Caulín
- Chaiguata
- Complejo Turberas Chiloé Central
- Cordillera de la Costa
- Isla Guafo
- Mar Brava
- Putemún
- Cuenca del río Chepu
- Río Maullin
- Río Puelo
- Regionales y Chiloé
- Islas Butachauques
- Guabún

5.2.5/ Análisis de la Oferta

En relación a la oferta turística, uno de los grandes problemas destacados por las personas entrevistadas ha sido la falta de oferta de actividades turísticas y, en especial, una oferta distintiva de la región: "***hay atractivos, hay infraestructura, hay cosas que hacer, pero no hay una oferta turística apropiada a toda la potencialidad de la región***".

El nivel de ***infraestructura*** es bueno con el aeropuerto de Puerto Montt como segundo aeropuerto del país, el aeropuerto de Castro y el aeropuerto de Osorno, además de una buena red vial. Aunque es necesario seguir desarrollando la infraestructura turística como terminales para buses y sobre todo mantener la infraestructura que ya existe.

Se necesita información. Que el turista llegue informado de lo que hay para satisfacer sus necesidades. Una gran debilidad es el desconocimiento del patrimonio histórico que tienen los habitantes del lugar.

Faltan ***servicios*** para el turismo como transporte, guías,

agencias, y muy especialmente ***información turística***, faltan oficinas de información turística y que cuenten con información adecuada (panelería, información en carreteras, sitios web de parques, etc.) Además, se ha detectado un ***preocupante nivel de desconocimiento de los recursos y atractivos de la región*** y de lo que se ofrece y por parte de quienes trabajan en el sector.

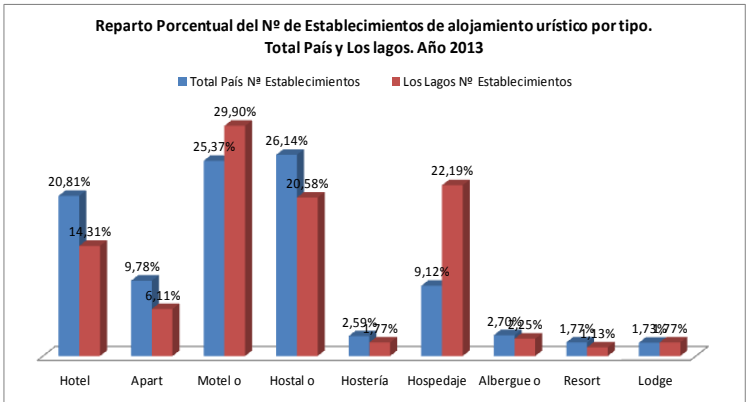
Si bien en términos de acogida de turistas la Región ocupa los puestos entre cuatro y quinto, ***en relación al número de Establecimientos de Alojamiento Turístico es la primera región del país*** con 948[72] establecimientos. Sin embargo, ocupa el segundo puesto, tras Región Metropolitana, en relación a la capacidad de acogida, medida en número de habitaciones (7.643 habitaciones). Asimismo, la región concentra ***el mayor número***, entre las regiones chilenas, de ***establecimientos vinculados a la actividad turística***, 25,3% del total nacional. De las agencias de viaje y tour operadores registrados en SERNATUR, el 9,3% se ubica en Los Lagos.

La Región de Los Lagos cuenta con 33 prestadores de servicios certificados con el Sello Q de calidad turística (5 agencias de viajes y touroperadores, 22 alojamientos turísticos y 6 guías de turismo), siendo Puerto Varas la comuna con mayor número de prestatarios de servicios certificados con 14.

En relación al sello S de sustentabilidad turística, la región cuenta con 21 alojamientos turísticos que han sido certificados. En este caso, la comuna de Castro es la que más alojamientos tiene con esta certificación (5).

Fuente: SERNATUR (diciembre 2014)

Según el tipo de establecimiento en la región ***predominan los moteles o cabañas***, que representan el 30% de la oferta, ***el hospedaje familiar*** (22%) y el ***hostal o residencia*** (20,58%). Como se observa en el gráfico, el total del país presenta un reparto porcentual diferente en el que priman el hostal o residencia, motel o cabañas y hotel.

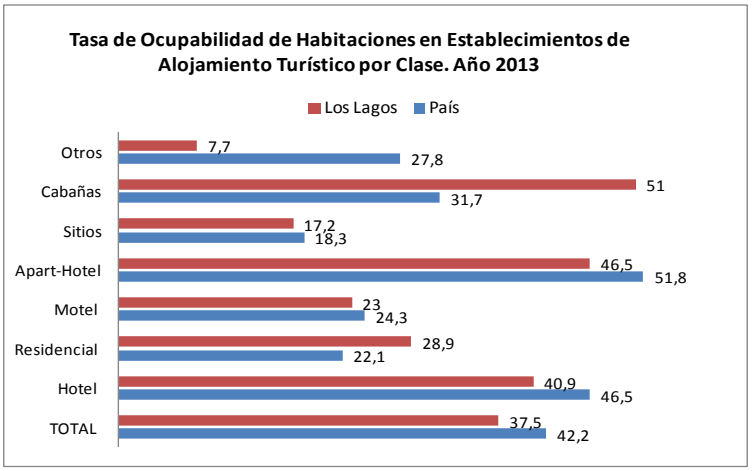


Fuente: SERNATUR. Anuario. Informe Anual 2013 y elaboración propia.

La ***tasa total de ocupabilidad*** en la Región (37,5) ***es inferior al promedio del país*** (42,2). Únicamente las cabañas superan el 50% de ocupabilidad en la Región, seguidos de aparthotel (46,5) y hotel (40,9)

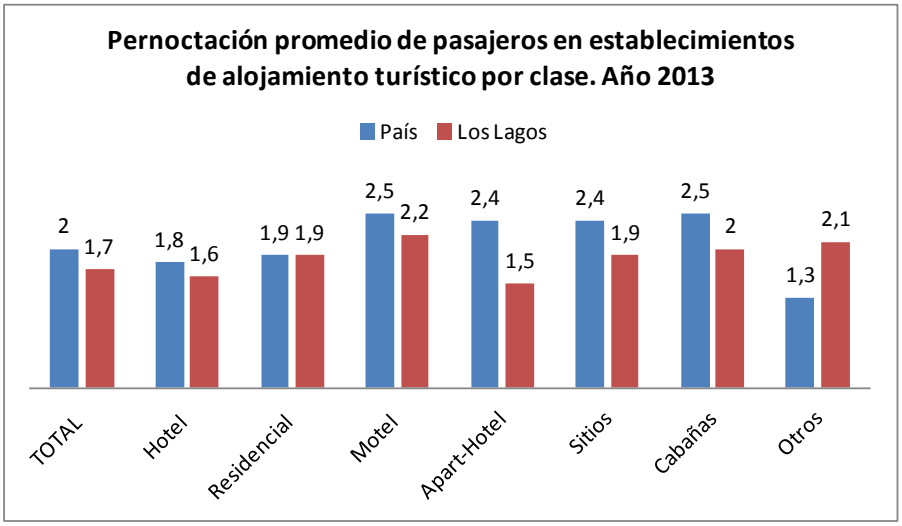
[72] Fuente: Sernatur

La ***oferta aparentemente presenta un cierto sobredimensionamiento***, y ya que aunque la región de Los Lagos cuenta con el mayor número de establecimientos respecto al resto de regiones chilenas tasas de ocupabilidad es inferior al promedio del país.

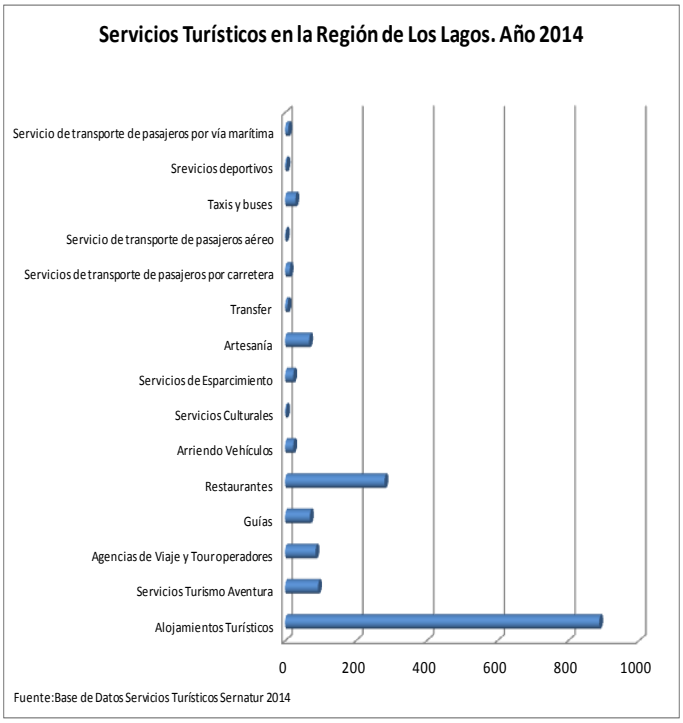


Fuente: SERNATUR. Anuario. Informe Anual 2013 y elaboración propia.

También la ***pernoctación promedio es más baja en Los Lagos*** (1,7) que el promedio país (2), únicamente superan o igualan este promedio en la Región los moteles, cabañas y otros.



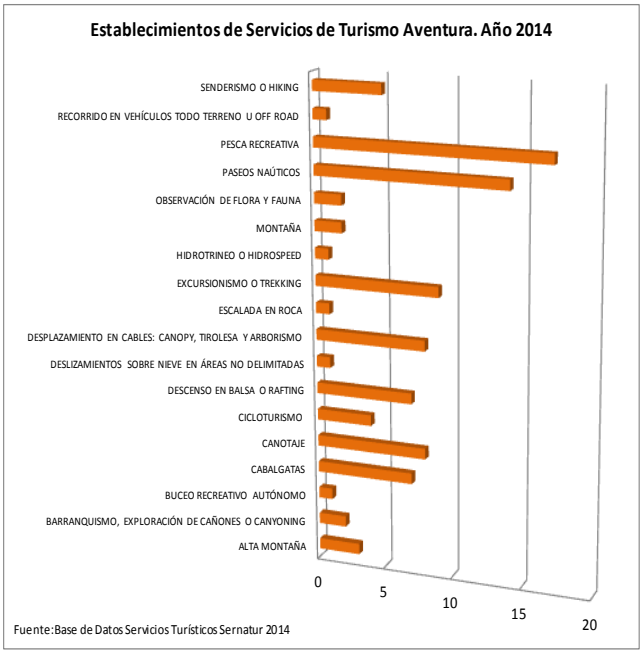
Fuente: SERNATUR. Anuario. Informe Anual 2013 y elaboración propia.



Del total de pernoctaciones, la región representó el 6,7% del conjunto nacional. De las pernoctaciones realizadas por chilenos, la región acogió al 7,5% del total del país, y al 5,11% del total de extranjeros que pernoctaron en Chile. [73]

Los servicios turísticos[74] en la Región son diversos. En número predominan los alojamientos turísticos y restaurantes, si bien la artesanía, las agencias de viaje y touroperadores, junto con los servicios de turismo de aventura, presentan también un número significativo de establecimientos de servicios turísticos.

Concretamente los servicios de ***turismo aventura*** ofrecido son los que se presentan en el siguiente gráfico, destacando, en número de establecimientos, la pesca recreativa, los paseos náuticos, el excursionismo o trekking, el rafting, el canotaje y las cabalgatas.



Señalar que en las entrevistas realizadas se han detectado dos hechos importantes en relación a la ***pesca deportiva, que van en detrimento de su competitividad,*** como son la pesca furtiva y la falta de repoblamiento de los ríos. Ambos conllevan una reducción de la pesca disponible y por tanto el deterioro de este importante recurso.

[73] Fuente: SERNATUR
[74] En Anexo se presenta la tabla con los datos absolutos.

5.2.6/ Turismo Cultural y Patrimonial

El programa de gobierno 2014-2018 otorga una importancia especial a la cultura y el patrimonio como parte de la oferta turística señalando la importancia de desarrollar "*una oferta turística que contenga elementos culturales tradicionales"*. Además, se establece la definición de diversos programas y fondos en el ámbito del patrimonio:

- Programa de Recuperación Regional de Infraestructura Emblemática
- Programa Nacional de sitios, zonas y bienes chilenos declarados patrimonio de la Humanidad (Iglesias de Chiloé)
- Fondo del Patrimonio Cultural material e inmaterial
- Programa de gestión local del patrimonio

El ***turismo cultural y patrimonial*** tiene un papel significativo en la recuperación de las tradiciones locales y en la puesta en valor de la identidad local. Es un tipo de turismo que conecta con la tendencia de ***vivir la experiencia***, ya que la mejor manera para vivir esa experiencia es tener contacto y conocer las comunidades locales, la historia, la cultural y las tradiciones del lugar que se visita.

El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes a través de su política cultural 2011-2016 fomenta el ***turismo cultural*** respetando la diversidad y la conservación del patrimonio cultural de la nación, a través de dos líneas de acción:

1. Promoción del patrimonio cultural tangible e intangible como fin turístico; vinculante con el desarrollo socio-económico regional.
2. Promoción de la articulación institucional pública entre los sectores comprometidos para abordar el desarrollo del sector.

Definición Turismo Cultural y Patrimonial

"Turismo Cultural es aquel tipo de turismo cuya motivación es conocer, vivenciar y comprender el patrimonio cultural y la actividad creativa de una comunidad o grupo social, con los elementos distintivos que la caracterizan y que expresan la identidad de un destino"

Fuente: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

Por su parte, el patrimonio está asociado a la identidad y a los valores sociales. ***La diversidad y valoración del patrimonio y la identidad cultural***

es un factor de desarrollo en el ámbito del turismo, es un elemento que ayuda a reducir la estacionalidad, ya que es un tipo de turismo que puede realizarse en cualquier época del año, y además puede convertirse en una herramienta de sustentabilidad y salvaguardia del patrimonio.

La Estrategia Regional de Desarrollo de Los Lagos 2009-2020 resalta también la importancia de la cultura en el desarrollo del territorio y define esta dimensión de cultura como *las formas de vida de las múltiples identidades y las variadas expresiones culturales de la región, expresadas a través de comunidades étnicas, agrupaciones sociales y del arte, artistas, académicos y representantes de museos y bibliotecas*.

Lineamientos estratégicos de la Estrategia Regional de Desarrollo

1. Fortalecimiento de los elementos de la comunidad pluricultural regional a través del reconocimiento y respeto de identidades y el aporte de éstas en el desarrollo regional.
2. Incorporación, fomento y protección de paisajes culturales en rutas turísticas nacionales e internacionales, que protegen y proyectan las diversidades culturales y medioambientales como cualidades territoriales e identitarias particulares de la Región.
3. Desarrollo y proyección de una imagen de Región, articulando las diversidades culturales en pos de un sistema de vida compartido, que reconoce e incorpora las tradiciones y memorias del pasado, las dinámicas del presente y que se proyecta con pertinencia en el futuro
4. Integración y acercamiento de saberes locales y conocimientos científico-tecnológicos para la diversificación de sistemas productivos, vinculando actores relevantes por medio del reconocimiento de áreas problemas comunes.
5. Fortalecimiento de una infraestructura educacional estratégica para el desarrollo cultural de la región que establezca prioridades, normas institucionales y pautas de trabajo para los profesionales de la administración pública.

Fuente: Estrategia Regional de Desarrollo. Región Los Lagos 2009-2020.

En la región de Los Lagos hay distintos grados de desarrollo del turismo cultural y patrimonial en el que destacan los siguientes elementos[75]:

Sitios culturales y patrimoniales de éxito	▪ Sitio arqueológico de Pilauco ▪ Fortificaciones españolas de Ancud ▪ Las Iglesias de Chiloé (Patrimonio de la Humanidad)
Sitios culturales y patrimoniales con menor desarrollo	▪ Sitio arqueológico de Monte Verde ▪ Los conchales y corrales de pesca que pueden encontrarse en la Isla de Tenglo, la carretera austral, Ilque o la costa del Seno de Reloncaví, ▪ La arquitectura germano-chilota ▪ El bosque fósil de punta Pelluco

[75] Patrimonio e identidad local. Muestra itinerante “Patrimonio Cultural de la Región de Los Lagos” asesorada por el historiador Pablo Fábregas. Reunión con expertos en patrimonio del MOP y el GORE.

Posibilidades de desarrollo de circuitos culturales y patrimoniales	▪ Circuito con demanda nacional e internacional: las fortificaciones y Chiloé ▪ Circuito con potencial nacional: circuito paleontológico ▪ Elementos que contribuyen a diversificar las actividades del turista: colonización alemana, camino real, cementerios Huilliches ▪ Yacimiento arqueológico de Yaco Alto (Calbuco) ▪ Arte rupestre del morro Vilcún (Chaitén)

Sin embargo, y a pesar de esta ***riqueza patrimonial, cultural e histórica de la región***, se aprecia un ***bajo nivel de concienciación*** sobre la importancia de proteger y recuperar este patrimonio. En las entrevistas realizadas a expertos en temas de patrimonio, se ha señalado la debilidad de la legislación en la protección del patrimonio cultural. Así por ejemplo, la declaratoria de un bien cultural se convierte en muchas ocasiones en un problema para los dueños del inmueble porque ven restringida su posibilidad de hacer mejoras en el inmueble, por lo que en algunas ocasiones, pueden llegar a quemar o destruir el inmueble. Tampoco existe en la región empresas constructoras ni, personas con capacitación para llevar a cabo los trabajos de restauración que se requieren[76] como por ejemplo el manejo forestal para la restauración con madera.

> *Lo esencial es que la comunidad valore su patrimonio. Hay una invisibilización de lo local*
> Pablo Fábregas (Historiador)

Arqueología en la Región de Los Lagos

En la Región de Los Lagos existen dos yacimientos arqueológicos de gran importancia: Pilauco en la Provincia de Osorno y Monte Verde en la Provincia de Llanquihue.

El sitio arqueológico de Pilauco fue descubierto en 1986 y se encontraron restos de un gonfoterio adulto y material vegetal. Este yacimiento arqueológico tiene un buen nivel de desarrollo y se ha construido un Parque Pleistocénico que presenta esculturas de la fauna prehistórica. Además, hay un sendero y un mirador que permiten conocer los trabajos que se están llevando a cabo y hay un proyecto para la construcción de un museo.

Por su parte, Monte Verde tienen un menor nivel de desarrollo. Existe en la zona una gigantografía que explica la importancia de este sitio en el que se ha encontrado un asentamiento humano de hace más de 15.000 años. Desde la municipalidad de Puerto Montt se han organizado varias visitas a la zona para dar a conocer este enclave de gran importancia y que ha sido visitado por unas 5.000 personas.

En la actualidad, existe una iniciativa para establecer un circuito arqueológico para la región uniendo ambos yacimientos arqueológicos: Pilauco y Monte Verde que puede convertirse en un producto turístico.

Fuente: Entrevistas personales con expertos de la Región.

[76] Información obtenida de las entrevistas realizadas a los encargados del Programa de Puesta en Valor del Patrimonio del MOP en la Región de Los Lagos.

El patrimonio agrícola – SIPAM Chiloé

El patrimonio cultural puede ser material e inmaterial y dentro del patrimonio inmaterial se encuentra el patrimonio agrícola. La FAO denomina con este término a la iniciativa SIPAM que tiene en Chiloé uno de los proyectos piloto. A través de este programa se apoya la mejora y el desarrollo de capacidades de las comunidades locales y de los pueblos indígenas para reaccionar frente a los cambios ecológicos, económicos y sociales y culturales usando mecanismos endógenos. Por esta razón el programa SIPAM promueve la "conservación dinámica de los sistemas agrícolas vivientes y evolutivos"

Los SIPAM son definidos como "sistemas de uso de la tierra y paisajes remarcables los cuales son ricos en diversidad biológica globalmente significativa, evolucionando desde la co-adaptación de una comunidad con su ambiente y sus necesidades y aspiraciones para un desarrollo sustentable".

SIPAM es una iniciativa de alianza, que apunta a establecer las bases para el reconocimiento global y nacional, la conservación dinámica y el manejo sustentable de los sistemas del patrimonio agrícola y su biodiversidad, sistemas de conocimiento y culturas asociadas.

Fuente: FAO

La ***agricultura de Chiloé*** ha entrado en la iniciativa SIPAM[77]. Las características agroecológicas, la biodiversidad, la cultural rural y el conocimiento tradicional desarrollado por las comunidades locales. Dentro de Chiloé se han seleccionado tres sitios piloto donde se concentran actividades para promover la sustentabilidad social, económica y ambiental a través del mejoramiento de las capacidades locales, el apoyo a las prácticas tradicionales y el fomento de acuerdos institucionales para la promoción del concepto SIPAM en distintos actores locales. Las áreas piloto son la península de Rilán, Comuna de Queilén y la Isla de Quinchao.

[77] El SIPAM Chiloé es implementado por FAO/Roma y ejecutado por MINAGRI, ODEPA, SEREMI de AGRICULTURA Región de Los Lagos y el Centro de Educación y Tecnología, CET con el apoyo de diversas instituciones locales

El patrimonio natural

La diversidad natural y paisajística de la región de Los Lagos ha sido uno de los aspectos más destacados en las entrevistas llevadas a cabo en el marco del presente diagnóstico, así como la falta de conservación de los bosques y las áreas naturales.

Las ***áreas silvestres protegidas*** y, en especial, los Parques Naturales, son uno de los baluartes más destacados de este patrimonio natural y uno de los más destacados atractivos turísticos de la región, siendo el Parque Natural Vicente Pérez Rosales el más visitado a nivel país.

Nº de visitantes a Áreas Silvestres Protegidas (2015)

Unidad SNASPE	Enero	Febrero	Marzo
P.N. Chiloé	10.621	17.955	4.219
P. N. Puyehue	15.433	29.685	7.971
P. N. Vicente Pérez Rosales	112.346	143.084	35.480
P. N. Alerce Andino	4.366	6.361	1.653
R.N.LLANQUIHUE	1.337	1.281	573
M.N Islote de Puñihuil	430	463	200
P. N. Hornopirén	360	1.322	162
M.N. Lahuenñadi	427	730	484
R.N. Futaleufu	377	498	79
TOTAL REGIONAL	145.697	201.379	50.821

Fuente: CONAF Región de Los Lagos.

Las Áreas Silvestres Protegidas cuentan con especies endémicas como es el Alerce, árbol que alcanza los 40 metros de altura y con un crecimiento lento y que puede llegar a vivir entre los 2.000 y 4.000 años. Otras especies de flora son fuinque, botellita, chilchilco, Ñirre, Coigüe de Chiloé, Ciprés de las Guaticas, Tepú y Tineo.

Especies arbóreas que se encuentran en los Bosques Nativos de Los Lagos

El bosque siempre verde se pude encontrar en: Parque Nacional Chiloé (Alerce y Tepú); Parque Nacional Hornopirén; Parque Nacional Alerce Andino (Alerce, Coigue de Magallanes y lenga, Copihue, flor nacional); Parque Nacional Vicente Pérez Rosales (Canelo, Coigüe, Patagua, Olivillo, Ulmo, Tiaca y

Pitra); Reserva Nacional Futaleufú; Reserva Nacional Llanquihue (Tepa, Mañio, Coigüe; Tiacas y Lumas, al interior se encuentra la Quila) ; Monumento Nacional Alerce Costero (Alerce) y Monumento Nacional Lahuen Ñadi (Coigüe y Canelo).

Fuente: PROT. Informe sistema rural de la Región de Los Lagos, 2013

La Selva Valdiviana es otra de las riquezas naturales que se pueden encontrar en Los Lagos. Se trata de un bosque templado lluvioso que contiene un alto porcentaje de especies endémicas y se considera como uno de los puntos con mayor biodiversidad del planeta. Este bosque puede observare en la Reserva Nacional Mocho Choshuenco y se puede destacar el Coigue; Mañio; Canelo; entre otros[78].

Para la protección de este ecosistema se elaboró la Estrategia Regional de la Conservación y Utilización Sustentable de la Biodiversidad de la Región de Los Lagos cuyo objetivo general *es la conservación de la biodiversidad y la promoción del uso sustentable de los recursos, así como la distribución en forma justa y equitativa de los beneficios y costos derivados*. Para ello, se definieron 3 líneas estratégicas:

1. Protección y conservación
2. Conocimiento y manejo de la información
3. Diversificación del uso

Además, se establecieron 15 sititos prioritarios que por sus características en relación a la diversidad del paisaje, la naturalidad, riqueza, representatividad, factibilidad o la presencia de cultivos genéticamente importantes, se consideró de mayor interés su conservación.

- Ampliación P.N. Chiloé
- Bahía Tic Toc
- Caulín
- Chaiguata
- Complejo Turberas Chiloé Central
- Cordillera de la Costa
- Isla Guafo
- Mar Brava
- Putemún
- Cuenca del río Chepu
- Río Maullin
- Río Puelo
- Regionales y Chiloé
- Islas Butachauques

[78] PROT. Informe sistema rural de la Región de Los Lagos, 2013

- Guabún

Fuente: Estrategia regional para la conservación y Utilización sustentable de la biodiversidad, Decima Región De Los Lagos e Informe Final "Sistematización de información territorial ambiental asociada a Sitios Prioritarios para la Conservación de la Biodiversidad de la Región de Los Lagos"

Los ***recursos hídricos*** son asimismo un elemento característico en la región que cuenta con numerosos lagos y ríos provenientes de la alta pluviosidad y del efecto erosivo de los glaciares[79]. Muchos de los ríos y lagos de la región son navegables por lo que se constituyen como un atractivo turístico para la práctica de deportes náuticos y la navegación recreativa. La conservación del recursos hídrico se hace a través de los Planes Directores para la Gestión del Recurso Hídrico elaborados por la Dirección General de Aguas. Estos planes son *instrumentos de planificación indicativa que contribuyen a orientar y coordinar las decisiones público-privadas con el fin último de maximizar la función económica, ambiental y social del agua*[80].

Protección de Glaciares

La Política Nacional de Glaciares reconoce la importancia estratégica para el país de este recurso renovable y establece las principales acciones que se deben llevar a cabo para asegurar una adecuada conservación. En la Región de Los Lagos hay unos 14 glaciares. Entre los más importantes destacan el glaciar ubicado en el Volcán Osorno y la cuenca del Petrohué alberga 3 centros montañosos, el más importante es el Monte Tronador que con 7 glaciares abarca una superficie de 51,04km^2.

Fuente: Actualización ERD, Informe complementario Recursos Hídricos y Energéticos.

Las ***energías renovables*** son también un factor relevante en la conservación medioambiental. Este es un aspecto deficitario en la región de Los Lagos ya que aunque existen esfuerzos e iniciativas de utilización de energías renovables (especialmente placas solares), es todavía incipiente su utilización. Sin embargo, es necesario un cambio en la matriz energética ya que el sector comercial-público-residencial[81] supone el 25% del consumo final de energía y es la leña la principal fuente energética utilizada para cocina y calefacción en este sector (47% del consumo energético total) La electricidad y los combustibles fósiles son también parte importante de la demanda final energética[82].

El consumo de leña es especialmente importante en el sur de Chile donde se estima que representa el 90% de la calefacción. Este tipo de energía tiene un

[79] Actualización ERD, Informe complementario Recursos Hídricos y Energéticos.
[80] Actualización ERD, Informe complementario Recursos Hídricos y Energéticos
[81] El consumo final de energía en Chile está determinado por 4 grandes sectores: transporte, industria, minería y comercial-público-residencial.
[82] Actualización ERD, Informe complementario Recursos Hídricos y Energéticos

significativo impacto ambiental, no sólo por lo que supone de merma del bosque nativo sino también porque la utilización en muchas ocasiones de leña húmeda, provoca altos niveles de contaminación ambiental, como es el caso de la ciudad de Osorno, generando a su vez, un problema de salud pública.

El Programa de Energías Renovables no Convencionales (ERNC) permite apoyar el aumento de la oferta requerida como la seguridad energética. Desde este programa se están llevando a cabo iniciativas para conseguir una mayor utilización de biocombustibles como es el caso de la investigación con papas que desarrolla el INIA-Remehue para evaluar la idoneidad de este tubérculo como fuente de bioenergía[83].

Iniciativas para utilización de Energías Renovables en Los Lagos

Concurso de Emprendimientos Energéticos en la Región para PYMES regionales de SERCOTEC:

- Fabricación de lámparas y luminarias con tecnología LED (Entre Lagos),
- Fabricación de termopaneles (Castro),
- Casas bioclimáticas pre-fabricadas (Castro)
- Biodigestores, biogás y cogeneración Eléctrica (Osorno)

Una iniciativa pionera es el proyecto eólico-diesel de Isla Tac (Archipiélago de Chiloé). Este se enmarca en el Programa de Electrificación Rural (PER) impulsado por la Comisión Nacional de Energía (CNE). El proyecto se encuentra en operación desde octubre del 2000 y corresponde a un sistema híbrido eólico-diesel que consta de dos aerogeneradores de 7.5 kW cada uno, que ha beneficiado a 79 familias y a 3 centros comunitarios de la isla. Réplicas de este proyecto se están impulsando en las zonas de Quenu y Tabón en la comuna de Calbuco

Fuente: Actualización ERD, Informe complementario Recursos Hídricos y Energéticos

5.2.7/ El turismo a nivel comunal

La oferta turística en las comunas

El ***municipio es el principal espacio en el que se desarrolla la actividad turística*** ya que es a donde llega el turista, donde se localizan los servicios turísticos, donde solicita información, donde se aloja y lleva a cabo gran parte de sus actividades de ocio y entretención.

En Los Lagos la comuna de Puerto Varas es la que mayor número de turistas recibe y la que cuenta con mayor capacidad en camas y habitaciones

[83] Ampliación de la ERD, *Opus Cit.*

con el 32,3% de las habitaciones, seguida de Puerto Montt (30%). Sin embargo, respecto a la pernoctación promedio destaca la provincia de Osorno (1,8) y la Provincia de Chiloé (1,7) que superan el promedio regional (1,66). Las comunas de Los Muermos, Frutillar, Puyehue y Puerto Octay superan las dos noches como promedio. En relación a las llegadas de turistas, éstas se concentran principalmente en Puerto Varas que recibe al 44% de los visitantes, seguido de Puerto Montt con el 22,6%, Osorno con el 11,8% y Castro con el 6,7%.

Buena Práctica Comunal: Acuerdo de Producción Limpia Puerto Varas

El día 31 de Julio de 2015, La Asociación Gremial Informatur y el Consejo Nacional de Producción Limpia (CPL) suscribieron un Acuerdo de Producción Limpia (APL) para implementar los principios de sustentabilidad en cerca de 30 mipymes del sector gastronómico, de alojamiento y servicios complementarios de Puerto Varas, incluyendo la cuantificación y medición de la huella de carbono.

El desarrollo del Acuerdo de Producción Limpia "Turismo Sustentable Comuna de Puerto Varas" cuenta con la participación del Ministerio del Medio Ambiente, Gobierno Regional de Los Lagos, Corporación de Fomento de la Producción (Corfo), Seremis de Economía, Salud y Energía de Los Lagos, Servicio de Cooperación Técnica (Sercotec) y Servicio Nacional de Turismo (Sernatur). Tendrá una duración de 18 meses, lapso en que se abordarán temáticas como el mejoramiento de la gestión de los residuos sólidos y líquidos para minimizar el impacto al medio ambiente, a través de alternativas de disminución de la generación, segregación y valorización.

Asimismo, se busca reducir el riesgo sanitario mediante la implementación de procedimientos para obtener alimentos sanos e inocuos, el fomento de la economía local y el mejoramiento de las condiciones de salud y seguridad de los trabajadores, así como la formación de capacidades en materia de Producción Limpia y sustentabilidad.

Paralelamente, el APL incluye requisitos de la Distinción de Sustentabilidad Turística promovida por el Sernatur, lo que implica que aquellas empresas de alojamiento turístico que certifiquen el APL podrán optar a la certificación del "Sello S" en su nivel básico.

Con la incorporación de medidas, prácticas y tecnología de Producción Limpia, que van más allá del cumplimiento de la normativa legal vigente, permitirá aumentar la eficiencia productiva y la competitividad de esta industria que pretende convertir a Puerto Varas en un destino sustentable para el turismo aventura de clase mundial.

Fuente: División de Planificación Gobierno Regional de Los Lagos

Reparto porcentual de las estadísticas de alojamiento turístico según Provincia y Comuna. En la Región de Los Lagos. Año 2013

Provincia y Comuna	Llegadas			Pernoctación			Capacidad- días ofrecida Promedio anual		Pernoctación Promedio
	Total	Chilenos	Extranjeros	Total	Chilenos	Extranjeros	Habitaciones	Camas	
Región de Los Lagos	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**1,66**
Provincia Llanquihue	**67,83**	**63,51**	**79,13**	**65,96**	**61,72**	**77,92**	**66,03**	**60,07**	**1,61**
Puerto Montt	22,58	26,00	13,64	23,09	25,63	15,93	29,99	27,64	1,70
Frutillar	0,73	0,77	0,62	1,18	1,28	0,91	1,53	2,12	2,71
Los Muermos	0,02	0,03	0,00	0,03	0,04	0,00	0,29	0,24	2,31
Llanquihue	0,25	0,33	0,03	0,21	0,27	0,03	1,60	0,00	1,40
Maullín	0,27	0,36	0,02	0,20	0,27	0,01	0,99	1,27	1,26
Puerto Varas	43,99	36,03	64,82	41,24	34,23	61,04	32,30	29,46	1,56
Provincia Chiloé	**11,69**	**14,47**	**4,43**	**11,88**	**14,34**	**4,91**	**17,10**	**16,41**	**1,69**
Castro	6,69	8,49	2,00	6,89	8,51	2,30	8,73	7,41	1,71
Ancud	2,77	3,01	2,14	3,18	3,48	2,34	4,67	5,43	1,91
Chonchi	0,36	0,48	0,06	0,40	0,52	0,04	0,67	1,11	1,81
Dalcahue	0,32	0,41	0,09	0,24	0,30	0,07	0,76	0,96	1,26

Provincia y Comuna	Llegadas			Pernoctación			Capacidad- días ofrecida Promedio anual		Pernoctación Promedio
	Total	Chilenos	Extranjeros	Total	Chilenos	Extranjeros	Habitaciones	Camas	
Región de Los Lagos	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**1,66**
Quellón	1,53	2,06	0,15	1,16	1,51	0,16	2,46	2,50	1,25
Quinchao	0,01	0,02	0,00	0,01	0,01	0,00	0,46	0,34	1,00
Provincia Osorno	**20,42**	**21,97**	**16,37**	**22,12**	**23,90**	**17,11**	**23,54**	**25,76**	**1,80**
Osorno	11,77	12,09	10,93	11,33	11,64	10,46	12,59	11,07	1,60
Puerto Octay	0,61	0,73	0,30	0,83	0,96	0,45	2,33	1,55	2,24
Puyehue	8,04	9,15	5,14	9,97	11,30	6,20	10,08	13,14	2,06
Provincia Palena	**0,06**	**0,05**	**0,08**	**0,05**	**0,04**	**0,06**	**0,65**	**0,60**	**1,37**
Futaleufú	0,02	0,02	0,03	0,02	0,02	0,03	0,33	0,33	1,29
Hualaihué	0,03	0,03	0,05	0,03	0,03	0,03	0,33	0,27	1,44

Fuente: Sernatur * La estadística relacionada con los establecimientos tiene únicamente en cuenta a los Establecimientos de Alojamiento Turístico registrados en SERNATUR, es decir, aquellos establecimientos formalizados.

Las ***preferencias de los turistas*** por el tipo de alojamiento se orientan hacia los hoteles. Si bien, en Palena se constata que el alojamiento residencial es una opción para los turistas que compite con los hoteles.

A nivel comunal, algunas comunas presentan diferencias respecto al patrón de preferencias de los turistas.

- Frutillar: predominan hoteles y moteles.
- Los Muermos es 100% residencial.
- Llanquihue, 100% sitios
- Maullin: motel y camping
- Chonchi, 100% hoteles
- Puerto Octay:motel y camping
- Futaleufu: 100% moteles

Reparto porcentual de las llegadas a alojamiento turístico en la Región de Los Lagos según, tipo alojamiento, Provincia y Comuna. Año 2013

Región, Provincia y Comuna	TOTAL	HOTEL	RESIDENCIAL	MOTEL	APARTHOTEL	CAMPING (Sitios y Cabañas)	
						Sitios	Cabañas
Región de Los Lagos	100	77,94	3,70	6,16	6,41	4,86	0,73
Provincia Llanquihue	100	79,19	3,02	4,97	5,12	7,45	0,24
Puerto Montt	100	68,58	8,40	6,66	15,37	0,45	0,53
Frutillar	100	50,32	0,00	49,68	0,00	0,00	0,00
Los Muermos	100	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Llanquihue	100	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00	0,00
Maullín	100	0,00	0,00	40,32	0,00	42,34	17,34
Puerto Varas	100	86,08	0,31	3,17	0,00	10,44	0,00
Provincia Chiloé	100	78,63	9,34	7,64	0,00	2,86	1,53
Castro	100	78,90	14,44	0,00	0,00	4,37	2,28
Ancud	100	72,19	4,06	21,27	0,00	1,53	0,94
Chonchi	100	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Dalcahue	100	83,00	0,00	17,00	0,00	0,00	0,00
Quellón	100	83,71	0,00	16,29	0,00	0,00	0,00
Quinchao	100	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Provincia Osorno	100	63,38	6,99	14,10	1,27	2,85	11,20

Región, Provincia y Comuna	TOTAL	HOTEL	RESIDENCIAL	MOTEL	APARTHOTEL	CAMPING (Sitios y Cabañas)	
						Sitios	Cabañas
Osorno	100	71,48	11,58	14,26	2,20	0,47	0,00
Puerto Octay	93	0,00	0,00	44,35	0,00	48,74	0,00
Puyehue	100	56,35	0,80	11,57	0,00	2,85	28,43
Provincia Palena	100	56,19	43,81	0,00	0,00	0,00	0,00
Futaleufú	100	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Hualaihué	100	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: SERNATUR y elaboración propia

Respecto a ***las tasas de ocupabilidad*** hay diferencias territoriales importantes como se puede observar en la siguiente tabla.

- La provincia de Llanquihue registra tasas de ocupabilidad superiores a la media regional en hotel, residencial, aparthotel y sitios.
- En la provincia de Chiloé, únicamente las camas de los moteles y las habitaciones de los sitios superan el promedio regional.
- En la provincia de Osorno es el alojamiento residencial y los moteles los que superan el promedio regional.
- En la provincia de Palena no se supera la tasa promedio regional.

Tasas de ocupabilidad de alojamientos turísticos en la Región de Los Lagos, según tipo de alojamiento, Provincia y Comuna. Año 2013

Región, Provincia y Comuna	HOTEL		RESIDENCIAL		MOTEL		APARTHOTEL		CAMPING			
	Tasa de ocupabilidad		Tasa de ocupabilidad		Tasa de ocupabilidad		Tasa de ocupabilidad		Habitaciones		Camas	
	Habitaciones	Camas	Habitaciones	Camas	Habitaciones	Camas	Habitaciones	Camas	Sitios	Cabañas	Sitios	Cabañas
CHILE	46,5	30,8	22,1	16,1	24,3	17,3	51,8	29,9	18,3	31,7	0,0	28,5
Región de Los Lagos	40,9	30,9	28,9	21,1	23,0	15,3	46,5	30,9	17,2	51,0	0,0	37,1
Provincia Llanquihue	43,0	34,8	30,8	21,0	21,3	12,9	51,0	33,2	33,2	30,3	0,0	21,8
Puerto Montt	41,3	26,9	31,8	20,7	19,1	10,7	51,0	33,2	7,5	40,0	0,0	23,9
Frutillar	29,1	32,7	0,0	0,0	15,0	11,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Los Muermos	0,0	0,0	6,8	3,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Llanquihue	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	12,4	0,0	0,0	0,0
Maullín	0,0	0,0	0,0	0,0	7,3	2,7	0,0	0,0	7,1	17,5	0,0	16,7
Puerto Varas	44,4	40,3	52,9	61,2	30,4	18,7	0,0	0,0	73,2	0,0	0,0	0,0
Provincia Chiloé	38,3	24,4	18,6	15,3	21,7	17,3	0,0	0,0	27,6	38,5	0,0	34,9
Castro	52,7	31,2	21,8	16,8	0,0	0,0	0,0	0,0	33,0	56,1	0,0	65,6
Ancud	29,5	21,1	28,6	25,2	19,5	14,7	0,0	0,0	8,6	10,9	0,0	8,7
Chonchi	15,6	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Dalcahue	20,3	10,8	0,0	0,0	18,0	12,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Quellón	25,3	21,5	0,0	0,0	38,4	37,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Quinchao	0,0	0,0	1,3	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Provincia Osorno	36,9	25,3	41,7	29,8	27,0	20,6	12,8	15,2	8,2	54,8	0,0	39,4
Osorno	43,4	28,9	44,0	31,7	56,4	41,6	12,8	15,2	6,0	0,0	0,0	0,0

Región, Provincia y Comuna	HOTEL		RESIDENCIAL		MOTEL		APARTHOTEL		CAMPING			
	Tasa de ocupabilidad		Tasa de ocupabilidad		Tasa de ocupabilidad		Tasa de ocupabilidad		Habitaciones		Camas	
	Habitaciones	Camas	Habitaciones	Camas	Habitaciones	Camas	Habitaciones	Camas	Sitios	Cabañas	Sitios	Cabañas
Puerto Octay	0,0	0,0	0,0	0,0	11,7	8,5	0,0	0,0	30,8	0,0	0,0	0,0
Puyehue	27,1	21,7	22,0	18,9	17,0	13,7	0,0	0,0	5,4	54,8	0,0	39,4
Provincia Palena	18,8	19,5	11,9	12,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Futaleufú	0,0	0,0	11,9	12,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Hualaihué	18,8	19,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Fuente: SERNATUR y elaboración propia

Planificación Turística a nivel municipal

La comuna es, en última instancia la beneficiaria de las decisiones que van a posibilitar que mejore su infraestructura, conectividad, señalética, servicios, etc., dirigidos a potenciar el turismo. Es, asimismo en el nivel local, donde cobra más sentido la gestión y planificación turística.

Los Planes de Desarrollo Turístico en Destinos Turísticos (PLADETUR)[84] son una herramienta de planificación que define los lineamientos para el desarrollo de la actividad turística a nivel comunal. En la actualidad, hay 5 comunas de la región que cuentan con este instrumento de planificación y al menos 2 que han iniciado un proceso para la elaboración del PLADETUR:

Comunas con PLADETUR	Comunas que han iniciado proceso
Puerto Octay	Puyehue
Quellón (2003)	Osorno
Futaleufú (2010)	Frutillar
Ancud (en proceso de actualización)	
Puerto Montt	

Fuente: SERNATUR 2014.

Asimismo, a través del Plan de Desarrollo Turístico de la Región de Los Lagos de SERNATUR se abordan a nivel comunal los pilares de dicho plan: capital humano, promoción, fortalecimiento de la competitividad, inteligencia de mercado, inversión, sustentabilidad y calidad.

La información turística

En el proceso de elaboración del diagnóstico de la situación del sector turismo en la Región de Los Lagos, se puso de manifiesto que una de las ***principales deficiencias*** era la ***falta de centros de información turística que proporcionen información fiable sobre los atractivos de la región***. Este es un problema generalizado en todas las comunas. Aunque casi todas las comunas cuentan con un coordinador municipal de turismo (CMT) en muchas ocasiones, tiene que realizar tareas relacionadas el departamento de desarrollo social, local o cultural, o con fomento productivo, lo que limita el tiempo que dedica a impulsar la actividad turística comunal. A esto hay que unir que los coordinadores de turismo no siempre cuentan con formación en

[84] El Programa Nacional de Turismo Municipal lo inicia SERNATUR en 2004. En la actualidad hay 77 comunas que cuentan con este instrumento de planificación (23% del total de municipios).

turismo, sino que pertenecen a otras áreas de conocimiento como administrador de empresa, ingeniero, etc.

A nivel municipal, los coordinadores de turismo son los principales agentes encargados del fomento de esta actividad económica. La región cuenta con 30 comunas, de las cuales 28 tienen coordinador municipal de turismo.

Comunas con Coordinador Municipal de Turismo				Comunas sin Coordinador Municipal de Turismo	
Provincia Osorno	**Provincia Llanquihue**	**Provincia Chiloé**	**Provincia Palena**	**Provincia Llanquihue**	**Provincia Palena**
San Juan de la Costa San Pablo Osorno Puyehue Río Negro Puerto Octay Purranque	Fresia Frutillar Puerto Varas Llanquihue Puerto Montt Cochamó Maullín Calbuco	Ancud Castro Quemchi Dalcahue Quinchao Curaco de Velez Quellón Queilen Chonchi Puqueldón	Futaleufú Hualaihué Palena	Muermos (atiende turismo encargado de fomento productivo)	Chaitén
7	**8**	**10**	**3**	**1**	**1**

Fuente: SERNATUR 2014.

En total hay 51 personas trabajando en las oficinas municipales de turismo, siendo las oficinas de Ancud con 8, Puerto Varas con 5, Puerto Montt con 4 y Palena con 3[85], las que cuentan con más personal dedicado a turismo.

85 Información obtenida del Informe de gestión programa de turismo municipal Región de Los Lagos 2014. SERNATUR.

Departamento Turismo	Oficina de Turismo	Oficina de Información Turística (OIT)	OIT de temporada	Municipios sin OIT solo CMT
Osorno Puyehue Puerto Varas Puerto Montt Ancud	Puerto Varas Llanquihue Puerto Montt Cochamó Maullín Calbuco Castro Chonchi Quellón Hualaihué Futaleufú Palena	Osorno Puerto Varas Puerto Montt Calbuco Ancud Castro	San Juan de la Costa Puyehue Puerto Octay Llanquihue Cochamó Calbuco Ancud Quemchi Dalcahue Curaco de Vélez Quinchao Chonchi Puqueldón Queilén Quellón Hualaihué Chaitén Futaleufú Palena	San Pablo Río Negro Purranque Fresia Frutillar Los Muermos Puerto Montt Maullín Quemchi Curaco de Vélez Quinchao Queilén Quellón

Fuente: SERNATUR 2014.

Las principales carencias señaladas en la fase de diagnóstico en relación a la información turística fueron las siguientes:

- Las oficinas de información turística ***no siempre cuentan con personas con la cualificación necesaria*** para esta labor y no siempre tienen suficiente información para ofrecer a los turistas.
- La información que existe no siempre es correcta. Especialmente los ***mapas*** son poco rigurosos y no dan suficiente información sobre la situación de los atractivos turísticos, las distancias, los distintos caminos, etc.
- En muchas municipalidades, la oficina ***solo se abre durante los meses de verano*** y las personas que trabajan en ellas no tienen la calificación necesaria.
- ***Desconocimiento*** de idiomas, de los atractivos de la comuna y de la región.

- La ***baja calidad del servicio*** prestado en las oficinas turísticas, es una de las principales quejas de los turistas, según comentan las personas entrevistadas.

La identificación de estas deficiencias llevó a la División de Planificación del Gobierno Regional a plantear la organización de un taller de trabajo con los coordinadores municipales de turismo con el objetivo de conocer de primera mano cuáles eran sus necesidades y problemáticas.

En este sentido, la ***principal problemática*** que las oficinas de turismo señalaron tiene que ver con las ***escasez de recursos*** (humanos, financieros, materiales) y con la ***baja o nula consideración del turismo como una actividad productiva importante en las municipalidades***, lo que hace que en muchas ocasiones, el coordinador de la oficinas de turismo tenga otros roles y otras atribuciones (cultura, fomento productivo) La ***escasa profesionalización, alta rotación y la capacitación*** de quienes trabajan en turismo es la tercera de las problemáticas señaladas.

La capacitación y formación fue una de las principales problemáticas señaladas y en este ámbito, las necesidades son variadas, desde la profundización en conocimientos del sector hasta formación en idiomas, nuevas tecnologías o habilidades personales.

Necesidades formativas y de capacitación

- Nuevas tecnologías (SIG, paquete office, redes sociales, etc.)
- Idiomas (inglés)
- Conocimientos turísticos (buenas prácticas, tendencias, atractivos turísticos)
- Desarrollo de habilidades personales (atención al cliente, liderazgo, CEFE)
- Formulación de proyectos
- Gestión y planificación
- Creación de redes

A través de las entrevistas se puso de manifiesto la falta de homogeneidad que existe entre las oficinas de turismo. Por ello, a través del trabajo en el taller se quiso conocer cuáles eran los elementos mínimos que debe tener una oficinal municipal de turismo para trabajar de manera óptima.

El "ABC" de las oficinas de turismo

- Articulación intercomunal (oficina de turismo, asociatividad) e intramunicipal (áreas municipales, autonomía jerárquica)
- Promoción del destino
- Herramientas gestión y planificación (catastro comunal, plan de desarrollo turístico, planificación productiva y administrativa, programas-proyectos)
- Información (mapas y guías, info-visual, folletería)
- Capital Humano (autonomía, profesionales, equipo multidisciplinar, conocimiento del lugar)
- Presupuesto (propio)
- Medios (infraestructura, vehículo)

En relación a las expectativas sobre la Política Regional de Turismo, señalaron las siguientes:

- Fortalecer el turismo local comunal
- Una Política Regional de Turismo participativa y representativa
- Medios de Comunicación en común entre los municipios e instituciones de turismo
- Ordenar la inversión pública
- Herramientas de gestión y planificación

Una de las grandes deficiencias encontradas en la fase de diagnóstico en relación a la información municipal tiene que ver con la ***mala calidad de la cartografía comunal*** y la ***información errónea de muchos mapas turísticos***. Por ello, se planteó en el taller una cuestión sobre la cartografía comunal con el objetivo de saber si las comunas cuentan con sistemas geo-referenciados con orientación a turismo. La respuesta unánime fue NO.

Iniciativas Turísticas a nivel municipal

Las entrevistas realizadas también han proporcionado información sobre algunas iniciativas turísticas que merecen ser destacadas por complementar actividades tradicionales y por atender a la preservación de la identidad cultural.

Iniciativas a nivel municipal 2014

- Formar capital humano con capacidad de intervenir técnicamente en materia de turismo
- Reforzar la implementación del sistema de calidad y certificación
- Unificar imagen y promoción del destino en coherencia con la Política Nacional
  Unificar criterios respecto de las Oficinas de Información Turística
- Estimular la asociatividad de micro y medianas empresas turísticas para generar productos turísticos diseñados para el turismo local, nacional e internacional
- Impulsar el desarrollo turístico sustentable en el territorio comunal
- Generar información para la toma de decisiones en la actividad turística
- Fomentar la conciencia turística en la comunidad local.

Fuente: SERNATUR Informe de gestión programa de turismo municipal Región de Los Lagos 2014.

Iniciativas turísticas vinculadas a la pesca artesanal

La pesca artesanal en la Región tiene un problema de sobredimensionamiento dada la reducción del nivel de capturas por el agotamiento de los recursos pesqueros. Una alternativa complementaria a estas actividades es el turismo. Algunas iniciativas en este ámbito son:

- ***Vive la Pesca***. Esta iniciativa de la Fundación Chinquihue busca fortalecer el trabajo de investigación y transferencia tecnológica que se desarrolla con los pescadores artesanales de la Región de Los Lagos, en concreto, el desarrollo de un producto turístico basado en el patrimonio cultural y ambiental de las comunidades de pescadores artesanales de la Región.

- ***Ruta de la Pesca Artesanal, Caleta Anahuac***[86]. Este es un proyecto del sindicato de pescadores de caleta Anahuac para diversificar la actividad pesquera artesanal. Esta Ruta de turismo cultural, rescata y pone en valor la pesca artesanal, el patrimonio arqueológico y la gastronomía. La iniciativa consiste en la navegación de un día a isla Capehuapi (al sur de la Isla Maillén), la visita contempla la navegación por el canal Tenglo, la visita al centro de cultivo de chorito, un curanto al hoyo y un recorrido por la isla Capehuapi con un guía local. Además, también se ofrece la posibilidad de comprar productos locales como papas, manzanas, ciruelas, huevos y artesanías en lana y conchitas del mar. Este ejemplo, ilustra el potencial de la Región, ya que existen otras caletas, como la caleta

[86] www.caletanahuac.cl

Condor, que han de ser identificadas y desarrolladas como iniciativas turísticas.

Iniciativas turísticas vinculadas al ámbito rural

La Región de Los Lagos es una de las regiones chilenas con mayor número de experiencias exitosas y además, más antiguas. Es una vía para complementar las rentas de los agricultores. Actualmente, el programa que apoyo al turismo rural que desarrolla INDAP cuenta con 350 personas inscritas. Se ha desarrollado sobre todo en Chiloé y con las comunidades Huilliches.

Cultura Mapuche-Hilliche

La cultura Mapuche-Hulliche ha mantenido su identidad cultural y se encuentra, sobre todo, asentada en la comuna de San Juan de la Costa y alrededores y en Chiloé. Representan el 10% de la población total de la Región. Actualmente están poniendo en marcha diversos emprendimientos orientados al turismo y basados en su identidad, como son:

- La comida, cuentan con platos propios;
- La artesanía en la que tienen artesanos con sello de excelencia, destacando la cestería del Boqui Fuco, que se enfrenta al grave de problema de riesgo de extinción de esta fibra vegetal.
- Las rutas en las que se incluyen las visitas a sus casas y en las que se conoce su cosmovisión y su gastronomía.

Sin embargo, estas experiencias que contribuyen a preservar el patrimonio histórico y cultural, así como la identidad de este pueblo no cuenta con la suficiente difusión ni promoción. También tienen un problema de accesibilidad y conectividad. Se está trabajando en una marca/sello cultural. Los turistas que requieren sus servicios son sobre todo extranjeros.

Inversión en turismo a nivel municipal

La inversión a nivel municipal realizada desde el GORE a través de los programas FIC, FRILL, FOMENTO, PIRDT, transferencias, estudios y

FONDEF, ascendió en 2015 a algo más de dos mil millones de pesos[87]. Por comuna, Queilén (Chiloé) es la que ha recibido una mayor inversión en iniciativas dirigidas al sector turismo con casi el 38% de la inversión realizada a nivel municipal en este ámbito. La siguiente tabla muestra la inversión por comuna y el eje de desarrollo.

Municipalidad	Monto ($)	Eje de Desarrollo
PROVINCIA OSORNO		
Puerto Octay	144.744.034	Desarrollo turístico
San Juan de la Costa	129.538.000	Desarrollo turístico
Norte provincia de Osorno (Osorno, Purranque, Río Negro, San Pablo, San Juan de la Costa y Puyehue)	116.979.293	Diversificación y desarrollo de productos turísticos, promoción, infraestructura, capital humano, formalización
Purranque	93.283.304	Desarrollo turístico urbano Desarrollo turístico
Puyehue	76.114.281	Desarrollo turístico
Bahia mansa	16.408.000	Diversificación, Promoción y desarrollo de productos turístico Desarrollo turístico
PROVINCIA DE LLANQUIHUE		
Calbuco	77.037.000	Desarrollo turístico
Puerto Varas	44.223.548	Desarrollo turístico
Puntilla Tenglo Maullín	3.281.600	Diversificación, Promoción y desarrollo de productos turísticos Desarrollo turístico
PROVINCIA DE CHILOÉ		
Queilén	831.499.655	Desarrollo turístico
Castro	143.176.000	Desarrollo turístico
Quinchao	113.024.000	Desarrollo turístico
Puqueldon	86.360.000	Desarrollo turístico
Quemchi	67.922.000	Desarrollo turístico
Dalcahue	51.407.804	Diversificación, Promoción y desarrollo de productos turísticos Desarrollo turístico
Curaco de Velez	50.904.000	Desarrollo turístico
PROVINCIA DE PALENA		

[87] En base a datos del Gobierno Regional de Los Lagos.

Municipalidad	Monto ($)	Eje de Desarrollo
Allacara	16.408.000	Diversificación, Promoción y desarrollo de productos turísticos Desarrollo turístico
Futaleufú	85.000.000	Desarrollo turístico

Fuente: Gobierno Regional

5.2.8/ Infraestructura y Conectividad

La naturaleza es el mayor atractivo de la región y el principal recurso de atracción del turismo. Sin embargo, es necesario contar con una buena infraestructura y conectividad para que los turistas accedan a su destino final en la región y también para que los prestadores de servicios turísticos puedan ofrecer un mejor servicio.

Desde distintos instrumentos de planificación de la región se han establecidos líneas y actuaciones dirigidas a la mejora de la infraestructura y la conectividad.

Estrategia Regional de Desarrollo 2009-2020

La ERD define un programa estratégico de infraestructura para la competitividad regional cuyo objetivo es contar con conexiones terrestres y digitales para lograr una mayor integración intra e interregional, con el fin de posicionar a la región como un territorio integrado. A través de:

- Fortalecimiento de los sectores productivos consolidados y emergentes de la región
- Preservación del medio ambiente y atractivos turísticos

Escenarios prospectivos regionales. Actualización estrategia de desarrollo regional

Integración Territorial.

Esta variable involucra la generación de condiciones de articulación del territorio regional, mediante infraestructura vial, de transporte y comunicaciones

Objetivo General 1: Mejorar la conectividad y garantizar el acceso a servicios básicos a todos los habitantes de la Región.

Objetivos Específicos Asociados:

- Fortalecer la infraestructura de transporte multimodal en los territorios de Chiloé y Palena.
- Asegurar la cobertura de servicios y equipamiento básico.

Región de Los Lagos al 2020. Estrategia de Desarrollo

La gestión regional estará enfocada en generar la infraestructura, conectividad intermodal y equipamiento necesarios para el desarrollo de las personas y los distintos territorios estratégicos de la región, logrando una integración territorial intra y suprarregional.

Ministerio de Obras Públicas - MOP

El Ministerio de Obras Públicas, en su documento *"Región de Los Lagos 2020: Obras Públicas para el desarrollo"* reconoció que para valorizar del entorno natural y el ecoturismo se debe invertir en infraestructura y conectividad. Entre los proyectos priorizados para el 2020 se encuentran:

Construcción y mejoramiento de Ruta 7 Puerto Montt – Limite Regional Sur y de caminos transversales a Palena y Futaleufú.

- Construcción de nueva infraestructura básica de todo tipo para la fundación de Nueva Chaitén.
- Implementación del Plan de Conectividad Marítima Puerto Montt – Chiloé – Palena.
- Termino de la red interlagos regional y de rutas complementarias
- Continuación de apertura de conexión internacional Río Puelo – Segundo Corral – Argentina
- Mejoramiento de infraestructura urbana vial e hídrica de Puerto Montt y sus alrededores
- Construcción del Puente Dalcahue y mejoramiento del camino a Chequián.
- Mejoramiento de la Ruta 215 CH, Osorno-Paso Cardenal Samoré y de la conexión a Bahía Mansa.
- Mejoramiento de caminos indígenas en Provincia de Osorno y Comuna de Quellón.

También el MOP en la *Agenda 2014-2020* prioriza dos rutas en la región:

- La ruta metropolitana de Puerto Montt que permite la conectividad entre Puerto Varas – Puerto Montt hacia el aeropuerto El Tepual.
- La concesión vial ruta longitudinal Chiloé para el mejoramiento y ampliación a doble calzada de la ruta 5 en Chiloé.

En base a las entrevistas y talleres realizados para la elaboración del diagnóstico, se puede decir que ***en términos generales la infraestructura y conectividad es buena en la región***. Sin embargo, existe una ***importante desigualdad territorial*** en este aspecto siendo las provincias de Palena y Chiloé las más afectadas y con mayores problemas de conectividad.

A pesar de ello, la región cuenta con tres aeropuertos (Puerto Montt, Osorno y Castro). El aeropuerto de Puerto Montt es el segundo aeropuerto internacional del país. El aeropuerto de Castro[88] ha experimentado un importante crecimiento de pasajeros y existe un proyecto de ampliación. Aunque, en este caso, los servicios del aeropuerto son todavía deficientes. El aeropuerto de Osorno tiene una menor afluencia de pasajeros y frecuencia de vuelos.

El aeropuerto El Tepual de Puerto Montt recibió en 2014 un total de 1.272.832 pasajeros en 2014 y la proyección hasta 2020 es de crecimiento con un promedio de un 6% anual.

Las proyecciones para el aeropuerto Carlos Hott Siebert de Osorno son de crecimiento pero mucho más

[88] El aeródromo de Chiloé se considera en conjunto con el aeropuerto de Puerto Montt, en el informe de JAC-Chile "Estimación de demanda por transporte aéreo nacional e internacional en Chile" de 2013.

moderado, un 0,5% para 2017.

Fuente: Estudio "Estimación de demanda por transporte aéreo nacional e internacional en Chile

En la región también se ubican varios aeródromos como el de La Paloma en Puerto Montt donde se ubican dos empresas de avionetas que conectan la provincia de Llanquihue con el nuevo aeródromo de Chaitén y con Chiloé.

Aeródromos de la Región de Los Lagos

Además, de los tres aeropuertos, existen una serie de pequeños aeródromos en la Región: Tolquien, Alto Palena, Pupelde, Ayacara, Santa Bárbara Ruta 7, Pumalín, Poyo, Cochamó, Contao, Futaleufú, Hualaihué, Isla Apiao, Butachauques, Llanada Grande, Peulla, Puelo Bajo, Quellón, Quemchi, Río Frío, Río Negro.

Fuente: www.aeropuertos.gov.cl

A pesar de que es de reciente construcción, el aeródromo de Chaitén muestra ciertas deficiencias a nivel de conectividad e infraestructura que limitan desarrollo en el futuro. Existen problemas con las comunicaciones telefónicas, la conectividad con la ciudad es deficiente y las dimensiones de la pista principal dificultan que se potencie la zona como un destino turístico y económico. En Futaleufú también existe un aeródromo que sin embargo, tiene un bajo nivel de utilización dado que las características geográficas de la zona dificultan los aterrizajes.

La red vial también es buena aunque no cubre toda la región. La zona de la costa de Llanquihue y Osorno y la provincia de Palena tienen todavía caminos de ripio y lugares de muy difícil acceso y que dificultan la llegada de los turistas a destinos como San Juan de la Costa, Chaitén, Futaleufú, o la realización de rutas como el Camino Real.

También es de destacar la utilización de barcazas para el desplazamiento marítimo entre las diferentes provincias, especialmente entre Llanquihue, Palena y Chiloé.

Pasajeros Quellón - Chaitén

Nave	Pasajeros nacionales embarcados	Pasajeros nacionales desembarcados	Pasajeros extranjeros desembarcados	Pasajeros extranjeros embarcados
MN Don Baldo	40.740	77.532	3.096	5.544

Fuente: Municipalidad de Quellón

El desarrollo urbano también está muy ligado a la actividad turística. Existen numerosos ejemplos de un desarrollo urbanístico descontrolado que va de la mano de un turismo masivo. Sin embargo, construir un turismo sustentable debe conllevar una estrategia de turismo atractiva, singular, única, autogestionada, y protagonizada por la propia ciudadanía o sus agentes[89] y con un desarrollo urbano amigable y ordenado.

Una importante preocupación que ha surgido en las entrevistas realizadas ha sido el desarrollo urbano de algunos de los principales destino turísticos de la región y, en concreto, el caso de Puerto Varas. Esta localidad es uno de los principales destinos de la región y durante los meses de verano se congestiona por la gran afluencia de turistas.

Un ejemplo a seguir en desarrollo urbano es el de la comuna de Frutillar donde se está desarrollando de manera participativa, un Plan de Desarrollo (PLADES) Se trata de una iniciativa público-privada que busca transformar la ciudad en un ejemplo de desarrollo urbano sustentable. El plan incluye acciones en medioambiente y energía, sectores económicos (entre los que se encuentra el turismo) información urbana, transporte y el ámbito sanitario. Una de las iniciativas piloto es el diseño de un Plan Maestro de Áreas Verdes que incluye arborización y construcción de plazas. Este proyecto converge con el turismo sustentable y junto con SERNATUR se va apoyar la capacitación y registro del turismo local. Además, el proyecto incluye la promoción y rescate del patrimonio local como principal atractivo e insumo para transforma Frutillar en un destino sustentable.

Otra iniciativa es la planificación como destino sustentable del Lago Llanquihue de acuerdo a la aplicación de criterios de sustentabilidad del Concejo Global de Turismo Sustentable, los resultados de esa experiencia derivaron en el proyecto Nodo en turismo sustentable que se está ejecutando en este destino

Fuente: Fundación PLADES Frutillar y Nodo Lago Llanquihue de CORFO.

En cuanto a la ***conectividad digital***, las nuevas tecnologías no tienen mucha presencia en las empresas de la región. Hay un bajo nivel de inserción de las TIC, les faltan softwares para agilizar procesos, sistemas de posicionamiento, para reservas, etc., y no todas las empresas utilizan las páginas web. En algunos casos, esta situación se debe a que no hay infraestructura para ello. Hay lugares en los que no hay línea telefónica y por tanto, no tienen acceso a internet. Las principales tecnologías son las que se utilizan para temas de eficiencia energética y las energías renovables.

Por su parte, la ***conectividad física*** tampoco es buena fuera de las grandes urbes, existiendo lugares en los que no hay señal telefónica lo que impide, a su vez, la introducción de internet y de las nuevas tecnologías limitando el desarrollo de las actividades turísticas.

Los ***servicios turísticos*** también son deficientes y, en algunos casos, afectan a la llegada de turistas a los atractivos turísticos, como puede ser el caso de la ruta de las Iglesias de Chiloé. Este es uno de los principales atractivos turísticos señalados por las personas entrevistadas y en los talleres. Sin

[89] E.Laka, “Hacia una Estrategia de Turismo Urbano Sustentable”, 2011.

embargo, las iglesias están cerradas y no pueden visitarse, lo que desanima a los posibles viajeros a visitar este atractivo considerado patrimonio de la humanidad por la UNESCO.

Zonas especiales

Las zonas de interés turístico

Desarrollar una oferta turística sustentable requiere de una gestión del territorio efectiva que garantice la coordinación entre las distintas entidades y actores sectoriales. Surge así la declaración de las ***Zonas de Interés Turístico (ZOIT)*** como herramientas de gestión efectiva que "*permitirán potenciar el desarrollo territorial del turismo mediante la priorización de recursos públicos e incentivos a la inversión privada*"[90]. La declaración de ZOIT es un instrumento clave para impulsar un desarrollo turístico, a través de la inversión pública y de la coexistencia articulada del turismo con otras actividades económicas[91].

Caracterización ZOIT

- ZOIT Futaleufú
- ZOIT Cochamó
- Angelmó-Tenglo
- Monte Verde
- Carretera Austral
- Correntoso – Chapo
- Eje Alerce
- Borde Costero
- ZOIT Castro (6 áreas: ciudad patrimonial, Nercón, humedal de Putemún, Laguna de Pastahue, Península de Rilán, islas)

Fuente: SERNATUR, Zonas y Centros de Interés Turístico Nacional

Las zonas extremas y territorios especiales aislados

Chile ha experimentado un importante desarrollo en diversos ámbitos sociales, culturales, económicos o políticos. Sin embargo, las características físicas y geográficas del país, han impedido que ciertas áreas más aisladas se beneficien de estos avances. Son territorios que cuenta con unas problemáticas y necesidades especiales a las que se intenta dar respuesta a través de la declaración de zona extrema o zona aislada.

[90] Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020
[91] Reglamento que fija el procedimiento para la declaración de las Zonas de Interés Turístico

La definición de zonas extremas establece un tratamiento especial a las regiones más apartadas y en condición de aislamiento del centro del país[92]. En la región de Los Lagos, la provincia de Palena (comunas de Hualaihué, Chaitén, Futaleufú y Palena) está considerada como zona extrema. En algunos casos, la denominación de zona extrema se cambió a la de territorios especiales aislados tras los cambios estructurales en infraestructura y cobertura de servicios.

Para las zonas aisladas de la región de Los Lagos, existen diversas e importantes obras de infraestructura de cara a mejorar y ampliar la interconectividad dentro de la región, sobre todo hacia aquellas zonas más aisladas del territorio.

Ley N° 850, de 1997, del Ministerio de Obras Públicas, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley N° 15.840, de 1964 y del decreto con fuerza de ley N° 206, de 1960, del Ministerio de Obras Públicas, para el período 2013 - 2020, los siguientes territorios clasificados como a continuación se indican:

Lugares alejados de centros de abastecimiento

- Desembocadura del Río Bueno - Bahía Mansa - Bahía San Pedro - Llico - Estaquilla - Quenuir.
- Puelo - Hornopirén.
- Hornopirén - Pichanco - Huinay - Vodudahue - Caleta Gonzalo – Chaitén

Zonas Cordilleranas de difícil acceso

- Puelo - Lago Tagua Tagua - Lago Totoral - Lago Azul - Lago Las Rocas - Lago Inferior - Paso Río Puelo.
- Lago Tagua Tagua - Río Manso - Lago Vidal Gormaz - Paso Río Manso.
- Cruce Ruta 7 - Termas del Amarillo - Villa Espolón - Futaleufú.
- Palena - Valle California - Río Azul - Reserva Nacional Lago Palena

Localidades Aisladas

- PROVINCIA DE OSORNO: Forrahue, Las quemas (centro), Pelleco, Cancha larga, Pichi Damas, Agua Buena, Tacamo Alto, Pucoihue, Sajonia, Collihuinco, La Naranja, Manquemapu, San Pedro, Pichi Huilma, Caleta Condor, Millantue-las Minas, Caleta Manzano, Casa de Lata, La Barra, Trafunco los Bados, Pilfuco, Caleta Milagro y Costa, Currimahuida, La Junta, Cofalmo, Rauquemo.
- PROVINCIA LLANQUIHUE: Isla Huar, Isla Chidhuapi, Isla Huapiabtao, Isla Tabón, Isla Quellín, Pureo, Los Pinis, Isla Quenu, Isla Tautil, Paso El León, Torrentoso, Vidal y Los Morros, Valle el Frío, Segundo Corral, Las Rocas, Las Rosas, Valle Ventisqueros, Primer Corral, El Steffens, Parga, Mañio-Illico, Esperanza, Ñapeco, Llico Bajo, Peuchen, Punta Capitanes, Puerto Godoy, Cumbre del Barro, Península Amortajado, Quenuir Bajo, Peulla, Cayetue, Valle Esperanza
- PROVINCIA DE PALENA: Isla Desertores, Loyola-Chana, Buill, Ayacara, Poyo, Reldehue, Casa de Pesca, Chumelden, Huequi Norte, Huequi sur, Chulao, Bahía Pumalín, Villa Vanguardia, Auchemo, Quetre, Las Escalas, La Dificultad, Azul Interior, Río Chico, Punta Nao,

[92] SUBDERE, Política Pública para Territorios Especiales Aislados

Isla Llancahue, Puntilla Uron, Isla LLanchid, Isla Malomacum, Isla Las Caiuras, Quildaco Alto, Isla los Toros, El Tranquilo, El Diablo, El Aceite, El Tigre, El Azul.

- PROVINCIA DE CHILOÉ: Duatao, Aguas Buenas, Cogomó, Chepu, Guabun, Punta Areanas, Linao la Tiza, Isla Quehui, Isla Chelín, Cole Cole, Rahue, San Javier – Chanhuitad, Diañ, Palqui, Alcaldes de Ilaullao, Butalcura, Villauquina, Carihueico, Las Petas, El Prado, Tenaún los Molinos, El Pozuelo, San Pedro, Petraco, Aldachilco, Lliucura, Detif, Puchilco, Lincay, Tranqui, Pureo, Paildad, Acui, Aulen.

Fuente: Biblioteca Nacional del Congreso y Política Regional para el desarrollo de Comunidades Aisladas-División de Planificación Gobierno Regional de Los Lagos.

5.2.9/ Cómo se promociona la región

La ***promoción de la región en su conjunto***, es muy escasa. La Región se promociona en el exterior junto con el resto de regiones del país. Según las entrevistas realizadas, la Región de Los Lagos se integra en un circuito nacional compuesto generalmente por los destinos de San Pedro de Atacama, Isla de Pascua, Torres del Payne y la Región de Los Lagos. Una de las necesidades detectadas en las entrevistas por parte de las empresas sector, es el fomento del destino de la Región de Los Lagos de manera conjunta, así como involucrar a la sociedad en general, ya que el turismo no sólo implica a los negocios turísticos sino que abarca a otros sectores y a toda la sociedad.

Los principales medios de promoción empleados por las empresas entrevistadas son los tradicionales: agentes, touroperadores y folletería. En general, aunque la mayoría de las empresas cuentan con una página web, ésta no se ven tanto como un medio de promoción ya que en muchos casos no están actualizadas o no es el principal medio a través del cual los turistas contratan sus servicios.

La asistencia a ferias no es frecuente aunque la mayoría de las asociaciones y corporaciones turísticas acuden a la feria de Santiago de la mano de Sernatur. En resumen, según las entrevistas realizadas los medios de promoción habituales de promoción en la Región son los siguientes:

Medios de promoción

Asistencia a ferias

Brochures

Páginas web

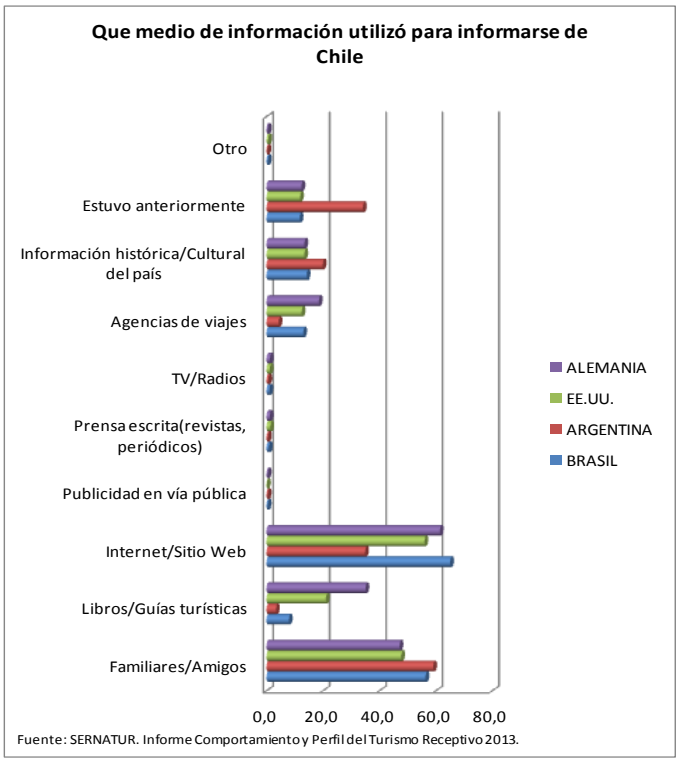
Plataformas de reserva

Touroperadores

Páginas como booking.com, hoteles.com

El boca-a-boca

Fuente: entrevistas realizadas



Analizando, la información disponible para Chile de los ***medios de información previos al viaje,*** que utilizan los turistas procedentes de los países, que cuentan con una mayor representación en el turismo de la Región de Los Lagos, destacan los familiares y amigos, especialmente para brasileños y argentinos, e internet y sitios web, de manera más acusada para alemanes y estadounidenses.

Sin embargo, el único sitio web del sector público que ofrece información del conjunto de la Región, es la de Sernatur, http://loslagosestuyo.cl/, que registra un reducido número de seguidores: 30.544 en Facebook y 3.453 en Twiter.

De hecho, sitios webs sobre la región son escasos. En la búsqueda realizada en google, únicamente ofrecen una información amplia de la región los siguientes sitios, que aparecen en las tres primeras páginas de búsqueda, es decir, lo más cercano a los criterios de búsqueda ("Turismo en la Región de Los Lagos").

- Web Tripadvisor: http://www.tripadvisor.es/Tourism-g294292-Los_Lagos_Region-Vacations.html
- Web Minube: http://www.minube.com/que_ver/chile/los_lagos
- http://www.visitchile.com/es/tours/lagos-de-chile-5-dias-4-noches.htm
- Sitio oficial de turismo de Chile: http://chile.travel/donde-ir/lagos-y-volcanes/

A nivel local algunas comunas cuentan con sitios propios como Puerto Varas o Puerto Montt, y muchas de las empresas de servicios turísticos también tienen sitios propios. Las empresas realizan su promoción de manera particular.

En las entrevistas realizadas ha surgido de manera reiterada el hecho de la falta y dispersión de la información turística. En este sentido se señala que:

- No hay una imagen conjunta de la Región.
- No hay información agrupada de la Región, ni un punto de información conjunta.
- Los residentes en la Región desconocen sus atractivos turísticos y, por tanto, no pueden informar a los turistas y tienen poca conciencia de la importancia del turismo.
- No todos los profesionales de turismo conocen todos los atractivos de la Región, más bien se conoce lo más cercano a uno mismo.
- Existen oficinas de turismo dispersas y no siempre bien dotadas de recursos y de información.
- No hay un interface único para el turista, sino que es múltiple y disperso.

Asimismo, una de las principales deficiencias señaladas por las personas entrevistadas ha sido la ***falta de centros de información turística que proporcionen información fiable*** sobre los atractivos de la región. En este sentido las principales carencias son las siguientes:

- Las oficinas de información turística no cuentan con personas cualificadas para esta labor. En muchas municipalidades, la oficina solo se abre durante los meses de verano y las personas que trabajan en ellas no tienen la calificación necesaria. No hablan idiomas y desconocen cuáles son los atractivos de la comuna y de la región. Tampoco saben dar muchas explicaciones sobre las actividades que se pueden realizar en la zona.
- También se señala que las oficinas no tienen suficiente información para ofrecer a los turistas.
- La información que existe tampoco es buena. Especialmente los ***mapas*** son poco rigurosos y no dan suficiente información sobre la situación de los atractivos turísticos, las distancias, los distintos caminos, etc.

- La mala calidad del servicio prestado en las oficinas turísticas, es una de las principales quejas de los turistas, según comentan las personas entrevistadas.

La identidad Provincial en la oferta turística

Uno de los grandes temas que se han señalado en las entrevistas es la necesidad de hacer una diferenciación provincial, de señalar las diferencias y las particularidades de cada una de las provincias.

Esto es especialmente relevante en el caso de Chiloé que tiene un turismo más basado en la cultura y el patrimonio, destacando la gastronomía propia, la artesanía, el folklore, la arquitectura. Se denominan un "***destino de paisaje cultural***".

Sería importante destacar y poner en valor esta diferenciación en donde Chiloé tendría un turismo cultural y patrimonial, Palena un turismo de aventura y Llanquihue y Osorno un turismo más enfocado en la naturaleza y en las áreas silvestres protegidas.

6/ EL TURISMO EN EL MUNDO. TENDENCIAS INTERNACIONALES

6.1/ Introducción

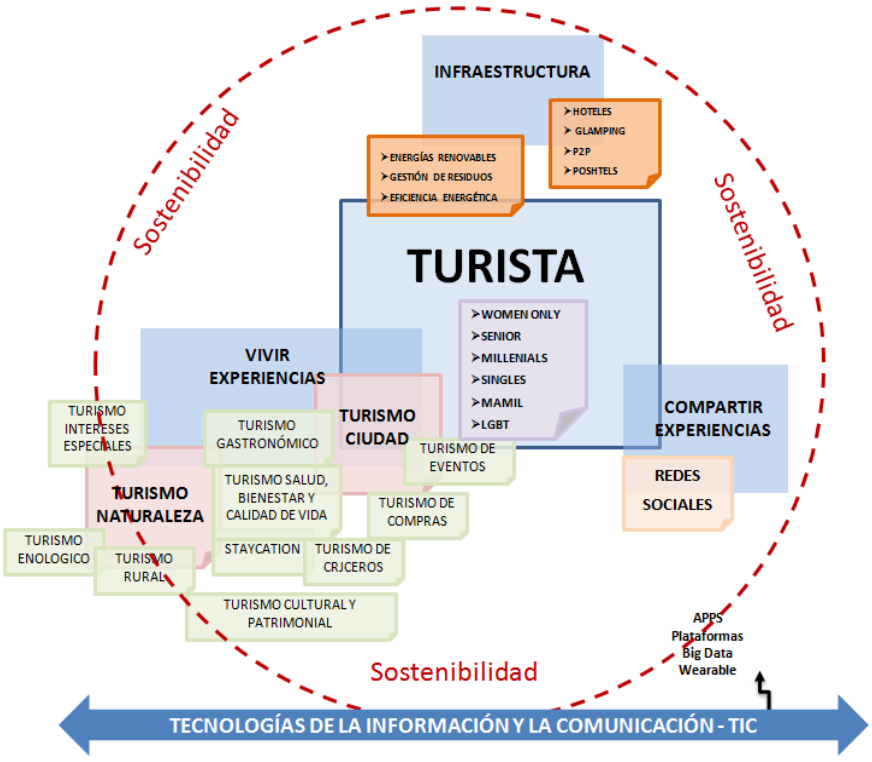
Una Política Regional de Turismo ha de considerar las principales tendencias que se registran en el sector a nivel internacional. En este sentido, se ha tratado de diferenciar entre destinatarios, es decir, los turistas; y la tipología de actividades que se realizan en el ámbito de turismo. Las principales tendencias del sector Turismo a nivel internacional se recogen en la siguiente tabla, desarrollándose en los puntos posteriores, y se refieren tanto a aspectos tecnológicos, como a cambios en la demanda, todo ello en un contexto global en el que la sustentabilidad ambiental ha adquirido una gran importancia.

PRINCIPALES TENDENCIAS	
El **turismo es un sector en crecimiento**.	En 2013 el número de turistas internacionales creció en un 5% hasta los 1.087 millones de turistas con una previsión de crecimiento en 2014 entre un 4% y un 4,5%[93]. Además, las perspectivas para 2030 dan unas tasas de crecimiento anual de llegadas de turistas internacionales del 3,3% a nivel global y del 4,4% para los destinos emergentes (entre los que se encuentra Chile).
La globalización, impone la diversificación y especialización de la oferta turística.[94]	Se observa un crecimiento de los segmentos especializados: turismo de aventura, turismo cultural, turismo de adultos mayores, cruceros, turismo de salud turismo rural, gastronómico, enológico, etc., **aumentando la vinculación de las actividades turísticas con otros sectores de actividad** como la cultura o la salud, por ejemplo.
Aumenta la demanda de **productos turísticos sustentables**, mientras que el ecoturismo, queda como un segmento especializado.	
La **incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación**	Incide fuertemente en las actividades turísticas. Las TIC facilitan la **gestión y comercialización** y han cambiado las **relaciones con los consumidores** dándoles una mayor responsabilidad, facilitando una interacción directa que supera a los intermediarios.
Una demanda más sofisticada y compleja	
Envejecimiento de la población[95],	Se requieren más servicios especializados, ya que las personas mayores son más exigentes y, en muchos casos, requieren de atenciones especiales debidas a las diversas discapacidades, lo que supone una mayor necesidad de atención personal.
Cambios en las demandas y en el estilo de vida de los consumidores[96],	Los turistas están más preocupados y sensibilizados por los temas de salud, medio ambiente, clima, etc. Esto conlleva una mayor sofisticación de las demandas de los turistas.
"Vivir la experiencia"	Los turistas quieren conocer y experimentar las actividades y convivir con lo local y la identidad del territorio.

[93] Organización Internacional del Turismo. http://www2.unwto.org/es
94 OCDE 2014. Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE 2014
[95] OECD 2012. OECD Tourism Trends and Policies 2012
[96] OECD 2012. OECD Tourism Trends and Policies 2012

Existe todo un ***conjunto de tendencias interrelacionadas*** en las que se mezcla el interés por lo diferente, las tradiciones, lo local (comunidad local, patrimonio, cultura, formas de vida), la personalización de experiencias, los destinos auténticos y novedosos, los destinos inteligentes, etc. En este nuevo escenario el turista se sitúa en el centro y ya no es un sujeto pasivo sino que pasa a ser un colaborador que aporta información.

La siguiente gráfica presenta de manera esquemática las nuevas tendencias en el turismo poniendo al turista como protagonista. Lo más importante es que viva experiencias y comparta esas experiencias y, en donde las infraestructuras (principalmente alojamiento y energía) son una parte importante del ecosistema turístico.



Fuente: Elaboración INFYDE

6.2/ Un sector en crecimiento en un contexto global

El turismo es un ***sector generador de riqueza y empleo*** a nivel internacional. Según la Organización Mundial del Turismo representa el ***9% del PIB mundial*** (efecto directo, indirecto e inducido), ocupa al ***9,09% de los empleos***, genera el ***6% de las exportaciones mundiales***, se han contabilizado 1.087 millones de turistas internacionales en 2013 y unas ***perspectivas para 2030 de 1.800 millones de turistas***[97]. Regiones y países de todo el mundo están realizando inversiones dirigidas a estimular el turismo y a atraer visitantes, poniendo en valor sus patrimonios culturales, paisajísticos y naturales.

Otra fuente, el World Travel and Tourism Council, muestra ***la tendencia de crecimiento de la aportación del turismo al PIB global y al empleo***. Este **crecimiento** se sitúa por encima del 4%, tanto en términos de contribución directa como total, mientras que alcanza un 5,8% en materia de inversión de capital en el sector.

Contribución del turismo al PIB mundial y su crecimiento

MUNDO	Billones de USD 2013	Crecimiento (% 2014/2013)
Contribución Directa al PIB	2.155,4	4,3%
Contribución total al PIB	6.990,3	4,3%
Inversión de capital	754,6	5,8%

Fuente: Travel & Tourism Economic impact 2014 World. Worl Travel and Tourism Council

En el ámbito de la ***generación de empleo*** por parte del turismo, se observa también una tendencia de crecimiento aunque más moderada, alcanzando un 2,2% de aportación directa al empleo y un 2,5% de aportación total.

Contribución del turismo al empleo mundial y su crecimiento

MUNDO	Nº de Empleos 2013	Crecimiento (% 2014/2013)
Contribución Directa al Empleo	100.894.000	2,2%
Contribución total al Empleo	265.855.000	2,5%

Fuente: Travel & Tourism Economic impact 2014 World. Worl Travel and Tourism Council

[97] Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2014.

El turismo se ha convertido, por tanto, en un sector de gran importancia contribuyendo a la mejora de la calidad de vida y la reducción de la pobreza en muchos territorios y alcanzado una importancia similar a la de otras industrias como puede ser el petróleo, el sector del automóvil o la agroindustria.

La ***globalización*** es un fenómeno que está afectando a todos los ámbitos y el turismo no es ajeno al mismo, especialmente si se tiene en cuenta la creciente competencia a nivel internacional de destinos provenientes de mercados emergentes y los nuevos retos que esta globalización y competencia tiene para las empresa turísticas, en especial en las pymes. En este sentido, la globalización obliga a una mayor diferenciación de los destinos turísticos y a una creciente incorporación de valor agregado en los servicios turísticos para mejorar la competitividad.

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (UNWTO), las regiones que han mostrado un mayor crecimiento en la demanda internacional del turismo en 2013 han sido Asia-Pacífico con un incremento del 6%, África con un incremento del 6% y Europa con incremento del 5%. En América el crecimiento ha sido del 4% en 2013, siendo las regiones en el Norte y Centro América con un 4% donde se registró mayor crecimiento, mientras que en América del Sur el crecimiento fue menor con un 2%.

Frente a este fenómeno de la globalización, el turismo se caracteriza también por resaltar lo local. En la actualidad, lo que distingue a un destino de otro es precisamente, ese ***poner en valor lo local*** (tradiciones, cultura, gastronomía, artesanía, etc.) Los turistas demandan vivir experiencias únicas y diferentes basadas en productos y elementos locales.

6.3/ Turismo Sustentable

El turismo tiene un fuerte ***componente territorial,*** *ya que la* ***especialización y la necesidad de "unicidad"*** de la oferta turística se basan en gran parte en las singularidades paisajísticas, culturales, climáticas o de naturaleza del territorio. Esto otorga un fuerte protagonismo al nivel regional y/o local, tanto para la conformación de la industria turística y la industria conexa, por ejemplo los clusters, como para la instrumentación de políticas de apoyo a las actividades turísticas.

Destaca en este sentido, una importante tendencia marco en el ámbito del desarrollo del turismo a nivel global, la de la ***sustentabilidad del desarrollo del turismo***. Tanto las Naciones Unidas como otros organismos internacionales impulsan políticas dirigidas a promover el desarrollo sustentable de la actividad, el destino y el negocio turístico. Se prevé una demanda cada vez mayor de sostenibilidad desde una perspectiva económica, social y medioambiental por parte del turista, por ello, el uso eficiente de recursos naturales será un factor clave de competitividad.

- 81% de los turistas cree que en condiciones equivalentes favorecerían al operador turístico más responsable con el entorno. Air Transat (2009)
- 73% quisiera poder identificar destinos de vacaciones más verdes. TUI IK & Irlanda (2009)
- 34% de los turistas estaría dispuesto a pagar por quedarse en hoteles y destinos amigables con el medio ambiente. PNUMA-OMT (2011)

En la década de los 90 empezó a popularizarse el término turismo sustentable, impulsado por colectivos sociales con una alta concienciación sobre la degradación ambiental que se estaba produciendo y que buscaban un mayor equilibrio con la naturaleza. Sin embargo, cuando se habla de sostenibilidad en el sector turístico no sólo se refiere a un turismo verde, sino que para que el turismo sea realmente sustentable en el largo plazo, se deben tener en cuenta ***los ámbitos económico, social y medioambiental***, ***así como la gestión del destino***. Esto implica que sea un turismo que genere una economía sustentable, preservando el medioambiente y respetando el modelo social y las tradiciones del territorio.

Turismo Sustentable

El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

Fuente: Organización Mundial del Turismo

El turismo sustentable es una de las principales tendencias a nivel internacional. Sin embargo, existen distintos grados de aceptación y compromiso para impulsar esta tendencia, en la que se requiere de una gran implicación no sólo por parte de las entidades públicas, a través de las políticas, sino especialmente del sector privado y también del turista que, se convierte así en un participante activo y no en un mero receptor de los servicios.

De la unión del turismo y el medioambiente, surge con fuerza en los últimos años el ***Ecoturismo o turismo verde***. *El ecoturismo es una nueva tendencia del turismo alternativo diferente al turismo tradicional. Es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación, la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge y sensibiliza a los viajantes. Este tipo de turismo ecológico se promueve como un turismo "ético", en el que se prioriza el bienestar de las poblaciones locales*[98]. En este mismo sentido, la ley de turismo 20.423 define el ecoturismo como "*la modalidad de turismo ambientalmente responsable, de bajo impacto, que promueve la conservación del medio ambiente y propicia la inclusión activa y socioeconómicamente benéfica de las poblaciones locales*".

Los ***beneficios*** que se desprenden de impulsar un destino turístico sustentable son los siguientes[99]:

- Uso sustentable de los recursos desde el punto de vista económico, social y medioambiental
- Consumo responsable y reducción y gestión de residuos.
- Mantenimiento de la diversidad medioambiental
- Importante apoyo a las economías locales e implicación de las comunidades locales en el desarrollo de la actividad turística

[98] International Ecotourism Society
[99] Las fuentes VVAA, *Planificación Territorial del Turismo*, Editorial UOC, Barcelona, 2013 (2ª edición).

- Consulta a la sociedad local en la toma de decisiones
- Planificación de las iniciativas turísticas

En definitiva, los ***destinos sustentables*** cada vez son más atractivos no solo para los turistas mejorando su experiencia turística, sino también para la propia industria ya que son un ***elemento de valor añadido*** que permite a las empresas y a los territorios posicionarse en un mercado global altamente competitivo. Son también un medio para la conservación y preservación de la naturaleza y de la identidad local.

Criterios Globales de Turismo Sustentable y la experiencia de la Cuenca del Lago Llanquihue

Los ***criterios de sustentabilidad*** definidos por el Consejo Global de Turismo Sustentable son los siguientes:

- Servir de directrices básicas para los destinos que quieran ser más sostenibles.
- Ayudar a los consumidores a identificar aquellos destinos turísticos razonablemente sostenibles.
- Servir de común denominador para que los medios de información reconozcan a los destinos e informar al público respecto a su sostenibilidad.
- Ayudar a los programas de certificación y otros programas voluntarios de los destinos a cerciorarse de que sus normas se ajustan a unos mínimos ampliamente aceptados
- Ofrecer a los programas gubernamentales, no gubernamentales y del sector privado un punto de partida para elaborar requisitos de turismo sostenible.
- Servir de directrices básicas a entidades educativas y de capacitación, como escuelas de hotelería y universidades.

La ***Cuenca del Lago Llanquihue*** ha aplicado estos criterios al trabajo que se está realizando. En 2013 el Consejo Global de Turismo Sustentable (GSTC) evaluó los criterios de sustentabilidad para destinos turísticos en un proyecto piloto de 15 destinos a nivel mundial, uno de ellos Lago Llanquihue. Terminado este proceso se generó un Plan de Acción basado en las brechas arrojadas de sustentabilidad y en ese plan Corfo comprometió desarrollar un NODO, el cual comenzó a operar en 2014 y que tiene hasta este momento 80 beneficiarios. El objetivo general del proyecto es “mejorar la competitividad y la captura de oportunidades de negocio de las empresas turísticas del destino, a través de la transferencia de conocimiento y la articulación de redes de cooperación público privadas que fomenten el desarrollo del Lago Llanquihue como un Destino Turístico Sustentable”.

Gracias a este proyecto en el primer año se detectaron brechas de sustentabilidad a 33 empresas, este destino en este momento cuenta con:

- 9 alojamientos distinguidos S
- 10 empresas Q
- 16 guías Q
- 8 restaurantes Carbono Neutral;
- 6 establecimientos, restaurantes, comercio, y tour operadores y
- 23 establecimientos entre Alojamientos, Tour Operadores y Restaurantes pertenecientes al NODO.

A los 37 establecimientos (micro y pequeñas empresas) se les ha medido la huella de carbono y se han compensado 714,42 toneladas de carbono.

Fuente: Global Sustainable Tourism Council: Criterios Globales de Turismo Sostenible para Destinos Turísticos, 2013. Nodo Destino Turístico sustentable de la Cuenca del Lago Llanquihue.

Además, el turismo sustentable o la sustentabilidad de las actividades turísticas conllevan una demanda de tecnologías verdes que reduzcan el impacto medioambiental y mejoren la eficiencia de los procesos. Destacan en este sentido tecnologías como la bioconstrución, las energías renovables vinculadas al turismo, las tecnologías de ahorro y eficiencia energética, que pueden generar nuevas actividades económicas y favorecer el emprendimiento.

En esta línea, la demanda de los turistas por este tipo de turismo está generando el desarrollo de las certificaciones medioambientales para los servicios turísticos, que suponen una mejora de la calidad de los servicios, y una diferenciación de sus servicios con lo que mejora su competitividad ya que se ha incorporado valor agregado.

El Sello S de Sustentabilidad

SERNATUR, creo el sello S de Sustentabilidad Turística como un medio para reconocer las buenas prácticas de sustentabilidad de los establecimientos turísticos de Chile. A través del Sello S se garantiza al pasajero que el servicio de alojamiento turístico cumple con criterios globales de sustentabilidad turística en los ámbitos socio-cultural, medioambiental y económico.

Este sello ha sido validado internacionalmente por el Consejo Global de Turismo Sustentable (GSTC).

La Región de Los Lagos está a la cabeza de obtención de este sello con 23 establecimientos certificados (el 60% del total de establecimientos certificados con el Sello S en el país).

Fuente: SERNATUR

6.4/ Nuevas tecnologías e incorporación de las TIC

6.4.1/ La incorporación de las TIC en el Turismo

La incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el sector turismo ha supuesto un significativo cambio tanto en la gestión como en la aparición de nuevos productos y servicios. Las TIC además han cambiado la ventaja competitiva tradicional del turismo basada en la localización del destino, hacia una ventaja competitiva basada en el conocimiento y en donde la tecnología es un elemento clave[100]. La tecnología ha posibilitado la disminución de los costos para el viajero al eliminar intermediarios y la fidelización de clientes a través de herramientas como el software de gestión CRM[101] basados en la satisfacción del cliente.

El CRM es una estrategia de gestión cuyo objetivo es conseguir información sobre el cliente para aumentar el valor de la oferta, aumentando su satisfacción y poder generar, así, relaciones en el largo plazo.

El software CRM ayuda a fidelizar a los clientes y también mejoran la gestión comercial.

El turismo es un sector que genera una gran cantidad de información y que por tanto, necesita de la tecnología para poder procesar esa información y convertirla en productos y/o servicios innovadores. En este contexto, las empresas deben pensar de qué manera el análisis de los datos puede incorporar valor agregado tanto a la propia empresa como a sus clientes. El ***Big Data***[102] (datos masivos) proporciona información a las empresas sobre el viajero a través de los dispositivos que éste utiliza, lo que facilita conocer cuáles son sus preferencias y personalizar la oferta. El Big Data ayuda a que el entorno conozca mejor al turista[103].

El Big Data permite la adaptación de los contenidos que se visualizan en las webs turísticas de acuerdo a las pautas de navegación del usuario.
Fuente: Segittur

[100] Figueroa Domecq, C., "Las nuevas tecnologías en el sector turístico" en Rodriguez Antón, J.M. y Alonso Almeida, M.M., *Nuevas tendencias y retos en el sector turismo: un enfoque multidisciplinar*, Delta, Madrid, 2009.
[101] Customer Relationship Management (CRM) gestión basada en la relación con los clientes.
[102] Big Data son sistemas informáticos basados en la acumulación a gran escala de datos y de los procedimientos usados para identificar patrones recurrentes dentro de esos datos.
[103] Hosteltour.com, *Nuevas tendencias de viajes*

La tecnología móvil está transformando el sector turístico con reservas y búsquedas hechas desde los smartphones, la personalización, o el comportamiento del turista que quiere estar conectado a internet continuamente y que busca información en cualquier momento del viaje. Los ***dispositivos vestibles (wearable)***, responden a esta tendencia. Son dispositivos electrónicos insertos en objetos que el usuario lleva puestos como gafas, relojes, pulseras, etc. El informe de tendencias globales realizado por el Mercado Mundial del Viaje (WMT en sus siglas en inglés) señala que este tipo de dispositivos serán una herramienta relevante para que los viajeros estén conectados a internet durante todo el viaje. El reto lo tienen las empresas turísticas que tienen que ser rápidas en adoptar esta nueva tecnología y ofrecérsela a sus clientes. Para ello, deberán construir una arquitectura tecnológica más flexible de manera que puedan seguir al viajero de un dispositivo a otro. Según el informe, *"se espera que en los próximos años ésta sea un área clave de desarrollo competitivo para la industria turística en la que las empresas se concentrarán en el viaje completo".*

Los ***dispositivos wearable o vestibles*** no tienen un uso generalizado todavía. Sin embargo se prevé que para 2016 haya un volumen de 180 millones de dispositivos en funcionamiento. Empresas como Sony, Samsung, Google o Apple, están desarrollando este tipo de productos.
Fuente: World Travel Market

Las ***plataformas turísticas online*** también están evolucionando y ya no sólo tienen la oferta turística, sino que también permiten implicar al turista que se convierte en un sujeto activo recomendando el destino, avisando de si en el lugar existe algún desperfecto o problema, o incluso ayudando a reducir la estacionalidad ya que algunos viajeros acceden a destinos que el propio territorio no ha puesto en valor y que consideran de interés. Además, son turistas que llegan durante todo el año.

6.4.2/ Nuevas Tecnologías en Turismo

Las actividades turísticas por sí mismas y por su conexión con otras actividades son receptoras de tecnologías diversas. En la siguiente tabla se resumen las principales tecnologías vinculadas directa e indirectamente a las actividades turísticas.

Tendencias tecnológicas en turismo y sectores afines

Actividad	Tecnología
Marketing y difusión	▪ Redes sociales, ▪ big data (datos masivos), ▪ Computación en la nube (Cloud computing)
TIC aplicadas al turismo	▪ Nuevos modelos de pago por uso, ▪ Dispositivos wearableso vestibles ▪ open data (datos abiertos) ▪ 4G ▪ El internet de las cosas
Alimentación	▪ Tecnologías de envasado y conservación de alimentos (bioderivados y biodegradables) ▪ Seguridad alimentaria ▪ Alimentos funcionales y componentes bioactivos ▪ Tratamiento y aprovechamiento de residuos agroalimentarios ▪ Tecnologías de eficiencia energética en procesos
Construcción	▪ Tecnologías de eficiencia energética en edificios ▪ Tecnologías de redes térmicas (district heating and cooling) ▪ Domótica ▪ Integración de tecnologías en edificios inteligentes (smart buildings)
Energía	▪ Tecnologías de eficiencia energética en procesos ▪ Sistemas de almacenamiento, gestión inteligente de energía ▪ Aprovechamiento de residuos (de la construcción, agroalimentarios, forestales, industriales) ▪ Procesos de captación, transporte y almacenamiento de CO2 y de otras emisiones a la atmósfera ▪ Geotermia ▪ Pilas de combustible/ pilas de hidrógeno
Tecnologías verdes	▪ Tecnologías de desarrollo de enmiendas de suelos mediante el aporte de productos obtenidos a partir de biorresiduos y residuos orgánicos

La utilización de ***energías renovables*** en el sector turístico es una de las principales tendencias en los últimos años debido, especialmente, al alto coste de las energías convencionales. En este ámbito son las placas solares y la utilización de biomasa hecha con recursos forestales, son las modalidades más utilizadas, especialmente en los alojamientos y establecimientos para el ocio y el entretenimiento.

Por otro lado, no sólo se trata de utilizar las energías renovables sino también ser ***eficientes energéticamente*** y, en este ámbito hay cada vez más iniciativas como la utilización de iluminación LED en los hoteles, o de sensores que se activan con el movimiento, el aislamiento con materiales naturales como el corcho o el diseño arquitectónico eficiente

energéticamente como las *casas pasivas* que se diseñan para que tengan una demanda de energía mínima y un confort térmico máximo suprimiendo el sistema de calefacción activo.

Las ***tecnologías verdes***, por su parte, desarrollan soluciones para el tratamiento de aguas residuales manteniendo un alto estándar de calidad del agua potable para el consumo humano; o para la recogida, reciclado, incineración y reutilización de residuos, tecnologías que contribuyen a reducir la emisión de gases de efecto invernadero además de reutilizar los gases emitidos para la generación de energía eléctrica.

Vemos como las nuevas tecnologías contribuyen a optimizar la gestión de residuos. Sin embargo, uno de los principales factores que contribuye a la gestión de residuos es la educación y la ***participación activa del turista***. En este sentido, hay iniciativas que están llevando a cabo diferentes municipios y localidades en donde el turista a través de internet puede aportar información sobre la existencia de residuos en determinados lugares[104].

6.4.3/ Nuevas tendencias en comercialización: Compartir Experiencias: las redes sociales

El auge de las redes sociales ha supuesto una verdadera revolución en el ámbito del turismo ya que los turistas comparten todo su viaje, desde la planificación (preguntando sobre posibles destinos, webs para buscar alojamientos, etc.) hasta el momento final (si han estado a gusto o no, si les ha gustado el destino o los problemas que han surgido), pasando por toda la experiencia del viaje, de la llegada a destino, el alojamiento, la comida o las visitas.

El número de usuarios de redes sociales a nivel mundial creció en un 18% en 2013 y la previsión es que a los 2.500 millones en 2017. Fuente: eMarketer.com

Las redes sociales se han convertido en una nueva forma de promoción de un destino, un hotel, un producto o servicio turístico. Muchos viajeros seleccionan sus destinos, hoteles, restaurantes, etc., en base a los rankings y a los comentarios realizados por otros viajeros.

[104] SERNATUR ha llevado a cabo este tipo de iniciativas.

Cada día se cuelgan 400 millones de fotos en WhatsApp, 350 en facebook y unos 58 millones en Instagram. Fuente: Hosteltour

Por otro lado, las redes sociales favorecen un nuevo tipo de comportamiento que consiste en hacer público gran parte de las vivencias que los usuarios tienen a lo largo de su viaje, no sólo a través de comentarios, sino también compartiendo fotografías de los lugares que se visitan. En el marco de los alojamientos ha surgido una tendencia denominada "***braggie***" que consiste en compartir en las redes sociales un "*selfie*" nada más llegar a un hotel con las vistas desde la ventana o la habitación. Esta tendencia está siendo aprovechada por algunos hoteles ofreciendo servicios gratuitos como wifi o acceso al spa, a aquellos clientes que compartan sus fotos en las redes sociales.

No obstante, esta tendencia también supone un desafío para el sector ya que los comentarios y las fotos que se suban a las redes sociales constituyen una "*tarjeta de presentación*" para los establecimientos hoteleros, los destinos turísticos y otros negocios del sector que deben prestar unos servicios de calidad para conseguir una "*buena reputación*" en la red.

6.5/ Una demanda más sofisticada y compleja: destinatarios y tipología de actividades

6.5.1/ Nuevos perfiles de turistas: los destinatarios de la oferta de servicios

El turismo está cambiando y se aprecia no sólo en que el turista ya no es un espectador si no un "*consumidor turístico*"[105] que además tiene una "cultura turística" y ya no solo se conforma con conocer lugares históricos o visitar playas tranquilas, sino que es un turista más exigente y quiere *vivir una experiencia* que incluyan no sólo el lugar, sino también la gastronomía, las costumbres locales, la artesanía, etc. También ha cambiado la manera de hacer turismo y las largas estancias se han reducido, dando paso al turismo de fin de semana o el turismo de "escapada", y a las segundas y terceras

[105] Ejarque, J., *Destinos Turísticos de Éxito. Diseño, Creación, Gestión y Marketing*, Ediciones Pirámide, Madrid, 2005.

vacaciones. Todos estos cambios han hecho que surja una importante competencia entre los destinos turísticos que buscan diferenciar su oferta, darle mayor valor añadido para atraer al turista.

En la actualidad, ya no se puede esperar únicamente que el turista llegue al destino, sino que hay que atraerlo y para ello, los actores implicados en el turismo deben aprender a posicionar su destino a través de la gestión, la planificación y la promoción.

En este nuevo escenario el ***turista*** ya no es un mero espectador, sino que se constituye en un ***actor principal*** ya que no sólo es un "consumidor" de servicios y productos turísticos, sino que además, con su colaboración ***influye en la oferta turística***. Un ejemplo de este interactuar es a través de las opiniones de los turistas sobre los destinos turísticos, considerando de interés lugares que las autoridades no han considerado como destinos turísticos, alertando sobre desperfectos o lugares en mal estado, recomendando o no, alojamientos o destinos, etc.

El turismo tradicional se basaba en un turismo de sol y playa en el que el turista simplemente "descansaba" tomando el sol. Sin embargo, cada vez más, el turista es un sujeto activo que busca vivir experiencias únicas y diferentes a la vez que realiza actividades deportivas, en la naturaleza, culturales, etc., y que disfruta compartiendo esas experiencias a través de las redes sociales.

El perfil tradicional del turista se ha centrado en el de *familia con hijos* que veraneaba en la playa y era poco exigente. Este perfil está derivando hacia el turismo ***multigeneracional*** en el que la familia se "extiende" incluyendo a distintas generaciones abuelos, padres, hijos, hermanos, que organizan sus vacaciones de manera conjunta, generalmente, en torno a un acontecimiento familiar. Según datos del informe de *Tendencias en Viajes y Turismo*, en 2013 el 40% de las familias realizaron este tipo de turismo y el 77% de este tipo de turistas lo hace para encontrarse con sus familiares, celebrar eventos familiares, etc.[106]

Aún teniendo todavía mucha importancia el turismo familiar, en el sector se evidencia un cambio sustancial y, en la actualidad, los principales nichos de mercado se encuentran en la oferta de productos y servicios turísticos a

[106] 2014, *Trends in Travel and Tourism*.

perfiles de turistas más informados y exigentes, y con distintas motivaciones a la hora de viajar (religiosas, conocimiento de nuevos destinos, culturas, costumbres, contacto con la naturaleza, negocios, etc.). Entre los nuevos perfiles se encuentran:

Solo Mujeres o turismo dirigido a mujeres que viajan solas o en grupo. Es un grupo con un poder adquisitivo medio/alto y dispuesto a vivir experiencias diferentes. El turismo de compras, de belleza, de naturaleza, son los más demandados por este grupo. Un ejemplo de la importancia de este perfil de turista se encuentra en la ciudad de Ginebra que ha presentado una guía (*Guía para Mujeres en Ginebra)* dedicada a este tipo de turismo y en la que se pone en valor algunos activos de la ciudad dirigidos a las mujeres como experiencias gastronómicas, clínicas de belleza, diseñadores locales, etc.

El 25% de los viajes de negocio en Europa los realizan mujeres. El 44% de estas mujeres incorpora experiencias de ocio a su viaje y el 20% añade días de vacaciones.
Fuente: Hosteltur

El turismo para seniors. El aumento en la esperanza de vida debido a los mejores hábitos alimenticios y a una vida más activa, junto con una menor natalidad, ha incrementado el envejecimiento de la población especialmente en los países occidentales. Además, es un envejecimiento *"activo"*, esto es, personas que superan los 65 años, pero que son activas e independientes y, en general, con poder adquisitivo. Este es un nicho importante para el sector, especialmente para el turismo de salud, de crucero o cultural.

En 2013 la proporción de personas mayores de 65 años en Europa fue del 18,2%. Se prevé que este porcentaje ascienda hasta el 27% para 2030. Por su parte, China tendrá el mayor aumento de turistas mayores de 65 años alcanzado casi los 13 millones para el 2030.
Fuente: Eurostat y tendenciasturismo.com

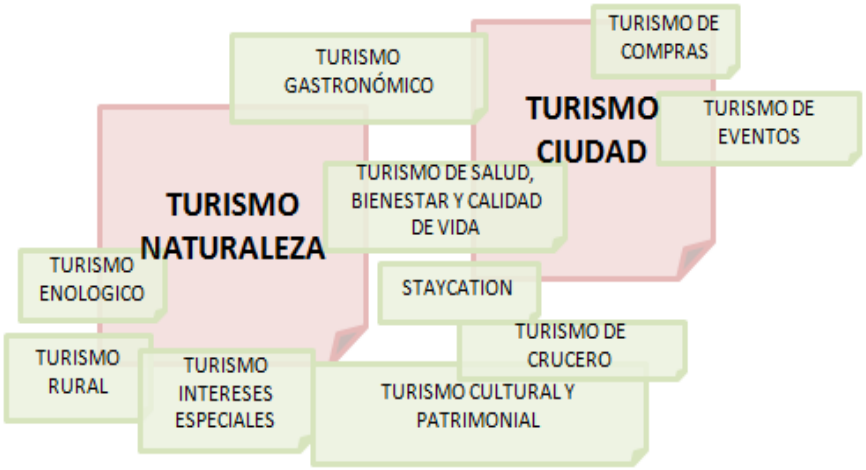
Los Millenials. Este perfil se corresponde con un turista joven, tecnológico y siempre conectado. Tiene apps con información en tiempo real, consultan diversas webs antes de realizar la reserva, se decantan por turismo más de ciudad, aunque también buscan lo local y lo diferente y les gusta compartir sus experiencias en las redes sociales por lo que demandan acceso gratuíto a wifi de alta calidad.

En el informe de 2014 del Mercado Mundial del Viaje sobre tendencias globales, identifica un nuevo perfil de turista denominado ***Mamil (hombres de mediana edad en lycra)*****.** Son hombres de mediana edad que practican ciclismo. Éste es un perfil en alza, especialmente en Estados Unidos donde el número de ciclistas ha crecido de 3,5 millones en 2012 a 3,8 en 2013, y

con un importante impacto en la industria turística, especialmente entre hombres de mediana edad con alto poder adquisitivo. Es un turismo que va en aumento y que además combina el ciclismo con otro tipo de deportes como el kayak o senderismo. Es un perfil interesante para el turismo de intereses especiales pero necesita de una fuerte infraestructura de carreteras.

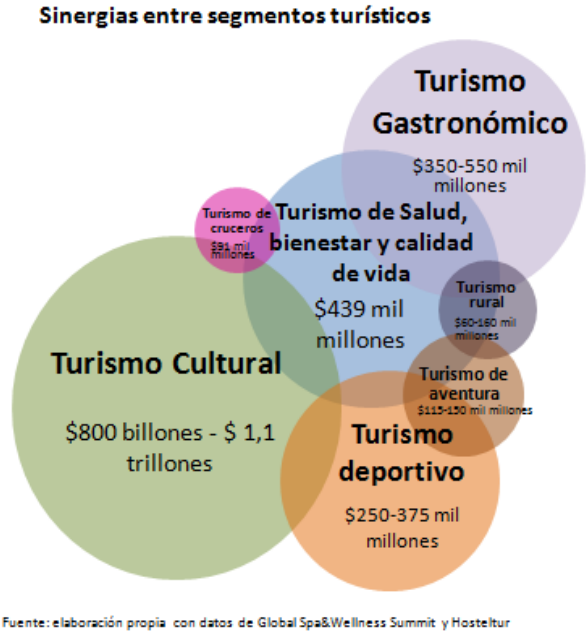
6.5.2/ Tipología de actividades

La creciente sofisticación de la demanda conlleva la generación de nuevos segmentos de mercado en el turismo.



Fuente: Elaboración propia

Destacan los siguientes segmentos de turismo en función de las actividades que realiza. Además, tal y como muestra el siguiente gráfico existen sinergias entre todos los segmentos turísticos que más están creciendo en la actualidad.



Fuente: elaboración propia con datos de Global Spa&Wellness Summit y Hosteltur

6.5.2.1. Turismo deportivo y de aventura

La práctica del deporte vinculada al turismo cada vez tiene más seguidores, especialmente en entornos urbanos, consiguiendo transformar y acondicionar las ciudades para la práctica deportiva (ciclismo, maratones, triathlon, etc.). El turismo deportivo, es un segmento en el que se unen la pasión por la práctica de un deporte con la afición por viajar. Este tipo de turismo está creciendo por encima de otros productos turísticos como puede ser el turismo de cruceros[107]. De hecho, el *Informe 2010-2011del Mercado Mundial del Viaje* señala que ***"el turismo deportivo es una tendencia ganadora"*** que cada año gana nuevos practicantes. En Europa más de 9 millones de personas hicieron turismo deportivo, siendo el senderismo la principal actividad realizada, seguida del ciclismo.

También actividades como el atletismo popular están movilizando un número cada vez más creciente de turistas, convirtiéndose las maratones urbanas en una afición al alza y que cada año mueve a más personas de un lugar a otro.

[107] Innobasque, "Turismo deportivo, tendencia ganadora" www.innobasque.com

En cuanto al turismo de aventura (ligado a la naturaleza y a deportes como rafting, escalada, parapente, etc.,) está creciendo a un ritmo importante, con un aumento del 65% desde el año 2009 y en 2012, generó unos ingresos de más de 345 mil millones de dólares[108]. El turismo de aventura crea adeptos y más de la mitad (54%) de quienes realizan este tipo de turismo planea volver a hacerlo en su próximo viaje.

6.5.2.2. Turismo gastronómico

El turismo gastronómico es un turismo en alza y está siendo incluido en la promoción de muchos destinos turísticos como un activo de gran valor, dinámico y creativo. El turismo gastronómico supone una vuelta a lo local, es un turismo con un considerable beneficio para el desarrollo económico de la comunidad ya que lo que más se valora de este turismo es, precisamente, el consumo de los productos gastronómicos locales. Es por tanto, un turismo muy ligado a la tradición y cultura local y que supone un elemento diferenciador del destino. El elemento principal del turismo gastronómico es "***la autenticidad***" de los lugares y la calidad de la comida local.

En la Región de Los Lagos, se realizan a lo largo del año variadas muestras gastronómicas y culturales en un gran porcentaje financiadas por el Gobierno Regional y otros Servicios Públicos, la gran mayoría son desarrolladas en época estival, entre ellas destaca el Festival Costumbrista de Castro, el Curanto Gigante de Calbuco, el Reitimiento del Chancho en Queilén o el actual "Viva Angelmó" en el que se invita a los asistentes a degustar pescados y mariscos.

Además, la cocina chilota es reconocida a nivel nacional y algunos a nivel internacional, con productos gastronómicos como la papa chilota, el cordero chilota, el curanto al hoyo, el milcao. También hay una interesante muestra de gastronomía de origen alemán en la que destacan sobre todo el kuchen. Asimismo, puede encontrarse a lo largo de la Región muestras interesantes de cocina local con ejemplos en San Juan de la Costa con un cóctel de mariscos indígena o la dieta paleontológica de Puyehue. También existen muestras innovadoras en la cocina como la introducción de la carne de jabalí.

También ya que tener en cuenta que un tercio del gasto del turista es en comida y además, *la cocina del lugar visitado es uno de los aspectos de mayor importancia tiene en la calidad de la experiencia vacacional*[109]. Por ello, las rutas gastronómicas se están convirtiendo en uno de los productos turísticos más desarrollados.

[108] Travel Tourism Trends, 2014.
[109] UNWTO, *Global Report on Food Tourism. AM Reports: Volume four*, 2012.

En Europa y Estados Unidos es un turismo cada vez más apreciado, con nuevas tendencias como, por ejemplo, comer con residentes locales en los lugares de destino como una manera de conocer mejor un lugar. Han aparecido páginas como www.eatwith.com, con el lema "*experimenta la vida como un autóctono*", que reúne a turistas con residentes locales que cocinan para ellos en su propia casa[110] o redes como *bookaloka* que ofrece comida, clases de cocina, tours gastronómicos, etc., para turistas.

6.5.2.3. Turismo cultural y patrimonial

El turismo se está transformando cada vez más en una actividad cultural ya que viajar supone conocer otra sociedad, otra manera de ver y hacer las cosas, en definitiva otra cultura[111]. La vinculación entre turismo y patrimonio y cultura supone también un factor de desarrollo, y ayuda a la conservación de la herencia cultural y patrimonial de un territorio.

Este tipo de turismo representa el 40% del turismo total en Europa donde cada vez se ofertan un mayor número de rutas culturales, el 90% de las cuales se sitúan en zonas rurales[112].

Definición de turismo cultural

Movimiento de personas hacia atracciones culturales que están fuera de su lugar de residencia habitual, con la intención de obtener nueva información y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales.

Definición de la Association for Tourism and Leisure Education basándose en la definición de la Organización Mundial del Turismo.

6.5.2.4. Turismo de naturaleza

El turismo de naturaleza y, en concreto los ***Parque Nacionales y las reservas naturales*** constituyen un motor para el turismo sustentable ya que no sólo son espacios de alto valor ecológico con ecosistemas representativos, sino que también impulsan el desarrollo socioeconómico del área en el que se sitúa el parque. En muchos casos, el turismo es una de las principales actividades económicas que se pueden desarrollar en estos entornos protegidos, siendo también importante la participación de la

[110] World travel market, *Global Trends Report*, 2014.
[111] OEI "Patrimonio cultural y turismo: una visión iberoamericana"
[112] European Commission, Cultural tourism

comunidad local en el manejo de los recursos de los parques. La conservación del parque, además, no está reñida con el disfrute del parque. Al contrario, puede ser un elemento de desarrollo de prácticas de protección del medioambiente a través de la utilización de biomasa o de las energías renovables en los centros de visitantes y en los hoteles rurales y alojamientos de estas áreas protegidas.

El turismo de naturaleza y en especial los parques nacionales registran unas 8.000 millones de visitas al año, generando un gasto turístico de hasta 600.000 millones de dólares anuales.[113]

6.5.2.5. Turismo de salud, bienestar y calidad de vida

Los nuevos productos turísticos consideran al ***turista*** como un ***ente activo*** ya que necesitan de su colaboración para conocer sus necesidades y crear un producto que le satisfaga. Es el caso del turismo de salud que además, refuerza la intersectorialidad del turismo al incluir áreas de actividad que no forman parte del núcleo tradicional del sector.

El turismo de salud, bienestar y calidad de vida, está integrado por diversos productos y servicios que confieren al turista una ***experiencia singular***. La oferta de turismo de salud incluye no sólo el alojamiento sino tratamientos médicos o estéticos, terapias corporales, ocio saludable, alimentación sana o natural.

El turismo de salud y bienestar se define como un *viaje asociado con el propósito de mantener o mejorar el bienestar personal*[114]. La primera motivación del turista de salud es su bienestar.

Motivaciones para el turista de salud y bienestar

Vivir una experiencia saludable
Rejuvenecimiento y relajación
Experiencias auténticas
Sentido y conexión
Prevención y gestión de enfermedades

Fuente: The Global Wellness Tourism Economy, 2013

[113] Datos obtenidos de una investigación llevada a cabo por investigadores de la Universidad de Cambridge y publicada en PLOS Biology. http://journals.plos.org/plosbiology/article?id=10.1371/journal.pbio.1002074
[114] The Global Wellness Tourism Economy 2013.

Es un segmento consumido por turistas con capacidad adquisitiva y que está en expansión con un crecimiento anual del 9%. En 2013 generó un impacto 439 mil millones de dólares a nivel global, el 83% generado por el turismo interno de cada país[115] y empleó a 12 millones de personas.

Las tendencias en este tipo de turismo se dirigen hacia un producto que se focalice en una oferta local, con énfasis en el factor de que es una actividad ecológica y que hace "*sentirse bien*".

6.5.2.6. Turismo rural

El turismo rural supone una alternativa para de desarrollo económico para zonas ligadas a actividades tradicionales, como la agricultura o la ganadería, y que son cada vez menos competitivas. Es un turismo ligado a la conservación histórica y cultural y a la preservación medioambiental (aunque en ocasiones supone una fuente de presión sobre los recursos naturales) y representa una alternativa al turismo de masas y supone también una alternativa interesante para el turismo de "escapada" o de "fin de semana" ya que la tendencia es a realizar más viajes, pero también viajes con una menor duración.

"Por primera vez las comunidades locales pueden alcanzar un notable éxito por ser exactamente lo que son". Joanne Steele, Center for Rural Affairs.

El turismo rural se dirige a quienes buscan experiencias diferentes y auténticas y el contacto con la gente local, alojándose generalmente en granjas habilitadas como pequeños hoteles rurales. Muchos hoteles rurales cultivan sus propios productos y compran localmente y se dirigen a turistas que buscan alimentos biológicos.

Las tendencias en este segmento se centran también en el alojamiento y la utilización de energías renovables[116]. En el turismo rural se está promoviendo un alojamiento más sustentable y "con encanto" como las casas rurales de la red sawday's que ponen en valor los elementos autóctonos con estilo, combinado con un diseño arquitectónico eficiente

[115] Global Wellness Institute. The Global Wellness Tourism Economy 2013.
[116] Este aspecto se desarrolla de manera más amplia en el punto 4 sobre infraestructura en el que se analizan las tendencias en alojamiento, energías renovables, gestión de residuos y eficiencia energética.

energéticamente, la utilización de paneles solares o biomasa como energías alternativas.

6.5.2.7. Turismo de crucero

En 2014 se registraron 21,7 millones de pasajeros en cruceros turísticos y en el período 2014-2018 se van a construir 60 nuevos barcos que supondrán más de 70.000 amarres[117]. La previsión es que en 2015 embarquen en cruceros unos 23 millones de pasajeros[118].

Una de las razones por las que el turismo de cruceros está creciendo es porque ya no se identifica con un turista senior y con alto poder adquisitivo. En la actualidad, la edad del turista de crucero está descendiendo y es una alternativa para parejas, familias, singles, y otro tipo de perfiles turísticos. Además, la oferta de cruceros se están adaptando a este tipo de perfiles e incluyendo entretenimiento para las familias con niños como parques acuáticos. Algunos barcos han remodelado su interior para reducir su huella de carbono, utilizan LEDS y otros dispositivos ecológicos, lo que les permite dirigirse a un turista que busca un entorno amigable con el medioambiente. De cara a quienes buscan más un turismo de salud o deportivo, los cruceros han instalado spas, tratamientos de belleza, se puede practicar deportes como escalada o patinaje sobre hielo.

Otra de las tendencias es la utilización de naves "tradicionales" especialmente en los cruceros fluviales y la introducción de tecnología punta en los grandes cruceros que los hace más seguros y respetuosos con el medio ambiente.

6.5.3/ Nuevos servicios de alojamiento para responder a la demanda

La elección del alojamiento es una de las principales tareas una vez seleccionado el destino y a la que se asigna una parte importante del

[117] Tourism New Zealand, Market Trends 2014.
[118] Asociación Internacional de Líneas de Cruceros, Informe anual sobre el Estado de la Industria de Crucero.

presupuesto del turista. Los nuevos perfiles de viajeros ya no solo se fijan en el precio o la ubicación a la hora de elegir alojamiento, sino en otra serie de servicios y cualidades. Por ejemplo, en el turismo de negocio el viajero busca aquellos hoteles que conozcan sus gustos y preferencias, los turistas culturales o de naturaleza buscan alojamientos que muevan sus emociones y les motiven.

Siguiendo esta tendencia, algunos hoteles están ya introduciendo servicios y productos dirigidos a satisfacer las necesidades de los nuevos viajeros. Los ***hoteles de tercera generación***, incluyen herramientas que mejoran la estancia en el hotel a través de experiencias inmersivas en las que el cliente puede elegir la habitación en la que va a alojarse, personalizar su habitación transformando el espacio y viviendo la experiencia que quiere vivir en ese destino, hacer el ckeck-in y check-out desde su Smartphone, contralar la luz, la temperatura, etc., a través de aplicaciones. Además, el hotel puede ofrecer servicios complementarios a través de una pantalla instalada en la habitación (como venta de entradas para museos, teatros, etc.) y además, el cliente deja una serie de datos que le permiten al hotel tener un perfil y los gustos y preferencias de ese cliente para poder personalizar y fidelizar al viajero.

Los modelos de consumo en el marco de la crisis económica, están llevando hacia nuevos tipos de alojamiento no convencionales como los poshtels o el gampling que unen un precio razonable con calidad, diseño y alta tecnología. Así los ***poshtels***[119] son una mezcla de hostales para un turista con estilo pero que busca también opciones más económicas de alojamiento (*"cheap and chic")*. Es un tipo de alojamiento dirigido a *jóvenes, familias, singles o personas en viaje de negocios que aprecian el aspecto social de alojarse en hostales, pero con una oferta diferenciada*[120].

El ***glampling*** es un concepto que fusiona la tradicional actividad del "camping" de dormir en la naturaleza y el "glamour", es decir, en carpas o alojamientos en plena naturaleza, que ofrecen servicios de lujo. Es un tipo de alojamiento dirigido a personas de alto poder adquisitivo y que buscan una experiencia al aire libre y en contacto con la naturaleza sin sufrir las incomodidades propias de dormir en el suelo o la falta de duchas o servicios.

[119] World Travel Market, *Global Trends Report*, 2014.
[120] WTM, *Global Trends Report*, 2014.

Una tendencia que se está posicionando con fuerza es el ***P2P o economía colaborativa*** y, en concreto en el área del alojamiento, las páginas web como Airbnb o Homeaway en las que particulares ofrecen alojamiento para turistas. Este tipo de alojamiento ofrece una visión más auténtica de una ciudad o un país y en el caso del turismo solidario ofrece una mayor interacción y conocimiento de las comunidades locales, consiguiendo vivir una experiencia local. Además, para comunidades con economías basadas en el sector primario supone una fuente de ingresos alternativa.

El 14% de los turistas estadounidenses han reservado sus vacaciones a través de plataformas basadas en el modelo de economía colaborativa. En el Reino Unido casi 9 de cada 10 han utilizado este tipo de alojamientos y repetirían la experiencia.
Fuente: Hosteltour

7/ ANÁLISIS DE TRES CASOS DE DESTINOS COMPETIDORES: ARGENTINA, CANADÁ, NUEVA ZELANDA

7.1/ INTRODUCCIÓN

Hace 25 años 10 países competían como destinos turísticos. En la actualidad hay más de 200 países compitiendo en el mercado internacional del turismo[121]. La socialización del turismo ha hecho que aumente considerablemente el número de personas que quieren viajar y conocer otros lugares, lo que ha convertido la turismo en una actividad económica importante en el mundo (el turismo supone el 9% del PIB mundial)[122]. Esta situación ha favorecido la aparición de nuevos destinos que deben posicionarse en un mercado globalizado y altamente competitivo.

Además, en los últimos años se aprecia también un cambio importante en el sector que tiene que ver con que el turista ya no es un espectador si no un "***consumidor turístico***"[123] que cuenta con una "***cultura turística***". El turista ya no se conforma solo con conocer lugares históricos o visitar playas tranquilas, sino que es un turista más exigente y quiere ***vivir una experiencia*** que incluya no sólo el lugar, sino también la gastronomía, las costumbres locales, la artesanía, etc. Asimismo, ha cambiado la manera de hacer turismo y las largas estancias se han reducido, dando paso al turismo de fin de semana o el turismo de "escapada" y a las segundas y terceras vacaciones. Todos estos cambios han hecho que surja una importante competencia entre los destinos turísticos que buscan diferenciar su oferta, darle mayor valor añadido para atraer al turista.

En la actualidad, ya no se puede esperar únicamente que el turista llegue al destino, sino que hay que atraerlo y para ello, los actores implicados en el

[121] Destination BC. A new tourism marketing crown corporation,
[122] Organización Mundial del Turismo
[123] Ejarque, J., *Destinos Turísticos de Éxito. Diseño, Creación, Gestión y Marketing*, Ediciones Pirámide, Madrid, 2005.

turismo deben aprender a posicionar su destino a través de la gestión, la planificación y la promoción.

Este informe se centra en destinos internacionales que pueden ser competencia directa de la región de Los Lagos. No obstante, es necesario destacar que, tal y como se ha señalado en varias de las entrevistas, también hay competencia directa con otras regiones chilenas como pueden ser Atacama, Magallanes, la Isla de Pascua que son destinos bien posicionados y ante los que se requiere una diferenciación y una buena presentación de lo ofrece la región de Los Lagos para poder competir con estas otras regiones a nivel internacional.

Justificación de los destinos

En la fase de diagnóstico, se ha evidenciado como ***principal producto turístico de la región de Los Lagos, la naturaleza*** basado en la diversidad de su ecosistema y de un medioambiente pristino, que tiene en las áreas silvestres protegidas (reservas nacionales, parques nacionales y monumentos nacionales), lagos, montaña, bosques nativos, ríos, mar, su mayor atractivo.

El turismo de naturaleza es, por tanto, de gran interés para la región de Los Lagos que cuenta además, con *los mimbres necesarios* para posicionarse como un destino de referencia en este tipo de turismo tal y como ha hecho patente a través de las entrevistas y talleres realizados durante la fase de diagnóstico.

Por tanto, la elección de los tres destinos competencia se ha hecho teniendo en cuenta que ***la Política Regional de Turismo de Los Lagos se orientará hacia un turismo de naturaleza y sustentable***. Teniendo en cuenta este hecho se han seleccionado los siguientes destinos competencia a analizar: Argentina (Bariloche), British Columbia (Canadá) y Nueva Zelanda.

Ranking en el índice de competitividad turística de los países analizados

País	Índice General		T&T marco regulatorio		Infraestructura y entorno empresarial		Recursos humanos, culturales y naturales	
	Ranking	Puntuación	Ranking	Puntuación	Ranking	Puntuación	Ranking	Puntuación
Canadá	8	5,28	27	5,27	8	5,17	5	5,39
Nueva Zelanda	12	5,17	4	5,75	12	5,06	22	4,69
Argentina	61	4,17	69	4,54	72	3,61	41	4,38
Chile	***56***	***4,29***	***53***	***4,87***	***53***	***4,07***	***65***	***3,94***

Fuente: World Economic Forum. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013.

Tal y como se aprecia en la tabla anterior, Canadá y Nueva Zelanda se sitúan en los primeros puestos del ranking en relación a la competitividad turística. Los tres países analizados destacan por su posición en el ámbito de recursos humanos, culturales y naturales.

Argentina destaca por su ***turismo de naturaleza*** con lugares como las Cataratas de Iguazú declaradas patrimonio de la Humanidad por la UNESCO y diversos parques y espacios naturales forman parte de la lista de Patrimonio Natural Mundial de la UNESCO como los parques de Ischigualasto y Talampaya en la provincia de San Juan, el parque nacional de los Glaciares del que forma parte el Perito Moreno, la península Valdés desde la que se divisan diversas especies de fauna marina y aves, como las ballenas australes, elefantes marinos, cormoranes, garzas blancas, etc., La ruta 40, a pesar de que gran parte de la misma está sin asfaltar, constituye otro de los grandes atractivos del país para un turismo de aventura y naturaleza. Se trata de la carretera más larga de Argentina que atraviesa la cordillera de los Andes durante más de 5.000 km conectando lagos y salares, parques nacionales, reservas naturales, ríos. La ruta conecta las regiones de la Patagonia, Cuyo y Norte.

Canadá y Nueza Zelanda, por su parte, son considerados como los principales destinos en ***turismo de naturaleza***. Ambos países no sólo han logrado posicionarse como destinos de éxito en turismo de naturaleza y sustentable, sino que además, han desarrollado productos que atraen a turistas que se quedan en el destino durante varios días y que realizan un

alto gasto en el lugar. Ambos países, han experimentado un importante crecimiento en sus ingresos provenientes del turismo, convirtiendo al turismo en una de las principales actividades económicas.

Canadá y en concreto la región de ***British Columbia***, (en la que se va a centrar el análisis de este caso, debido a la amplitud del país y su diversidad y heterogeneidad), es uno de los principales destinos en turismo de naturaleza. Además, es una zona con grandes similitudes con la región de Los Lagos ya que British Columbia disfruta de un clima menos extremo que el resto del país, con temperaturas medias entre los 3º y los 18º y con grandes precipitaciones que le confieren un aspecto "verde" potenciado por las grandes masas forestales que se localizan en toda la provincia. Toda esta naturaleza ha hecho de BC el ***primer destino para el desarrollo de actividades al aire libre***.

Nueva Zelanda es un país conformado por varias islas (norte, sur y un conjunto de islas más pequeñas) con grandes contrastes y diversidad en la que se pueden encontrar volcanes activos, cuevas, lagos, glaciares, fiordos. El clima es templado con temperaturas medias entre los 10º y los 18º. El aislamiento geográfico ha posibilitado la ***conservación de numerosas especies naturales endémicas y únicas en todo el mundo*** como el Kauri. También hay una fauna única con animales como Kiwi, el Kakapo o especies únicas de reptiles e insectos. Esto ha hecho de Nueva Zelanda un destino único. Asimismo, la política del país en materia de turismo se dirige a la preservación de este frágil ecosistema natural.

7.2/ ARGENTINA

A nivel de país, Argentina es el principal competidor de Chile. En el ranking de los principales países de América en llegadas de turistas de la OMT, Argentina se sitúa en el puesto 5º con un total de 5.571 millones de visitantes[124] (3,3% del total del continente y el 20% de Sudamérica)

Ranking países de América en llegadas de turistas en 2013

Posición	País	Millones de turistas
1	Estados Unidos	69,8
2	México	23,7
3	Canadá	16,6
4	Brasil	5,7*
5	Argentina	5,6
6	República Dominicana	4,6
7	Chile	3,6
8	Puerto Rico	3,2
9	Perú	3.2
10	Uruguay	2,7

Fuente: Organización Mundial del Turismo, *Panorama OMT del Turismo Internacional,* Edición 2014.

*Ese dato es de 2012.

En el caso de Argentina, el foco se va a poner en ***San Carlos de Bariloche*** como destino competencia directa de la región de Los Lagos. Bariloche es ***el destino más visitado de la Patagonia con unos 100.000 turistas extranjeros***[125] anuales principalmente chilenos y brasileños. Situado en el parque nacional de Nahuel Huapi, es un destino que por sus características geográficas desarrolla actividades durante todo el año. Es un turismo de naturaleza (senderismo por los bosques y montes de los alrededores), deporte (esquí, golf, pesca) gastronomía. Bariloche es conocida como la ciudad del chocolate y con una

[124] Organización Mundial del Turismo, Panorama OMT del Turismo Internacional, Edición 2014.
[125] www.bariloche.gov.ar

serie de productos locales como los ahumados, los frutos rojos o la rosa mosqueta utilizada en la cocina patagónica.

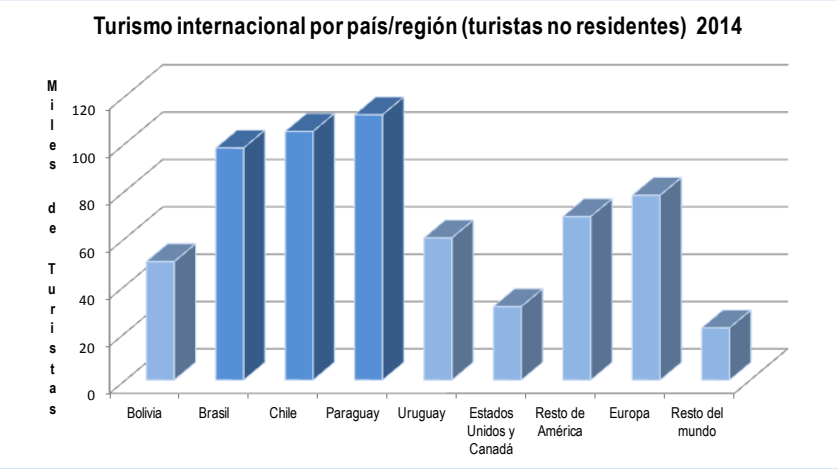
Gran parte de los actores entrevistados han mencionado a Bariloche como ejemplo de buena práctica en Turismo. En Bariloche es un destino turístico reconocido y en el que todos los actores se concentran en el desarrollo del sector y protegen su industria. Además cuenta con un fuerte apoyo gubernamental para promocionar y salir a vender su producto.

Fuente: entrevistas personales con los principales actores del turismo en la región de Los Lagos.

Es importante señalar que a pesar de que ***Bariloche*** pueda considerarse como el principal destino competidor de la región de Los Lagos (y así se ha señalado por parte de las personas entrevistadas), es también ***uno de los principales "aliados" del turismo en Los Lagos*** ya que se han creado importantes ***sinergias entre ambos destinos, dada su cercanía***. Un número importante de turistas que se alojan en Bariloche realizan excursiones o continúan su viaje en la región de Los Lagos.

7.2.1/ Orientación a mercado

Los principales mercados para el turismo argentino fueron en 2014 Paraguay, Chile y Brasil representando algo más de 50% del total de visitantes.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, Evolución del turismo internacional, febrero 2015.

En el caso de Bariloche, el principal mercado es el interno, seguido de los países limítrofes, principalmente, turistas chilenos. El siguiente cuadro muestra la evolución en el número de visitantes desde el año 2005.

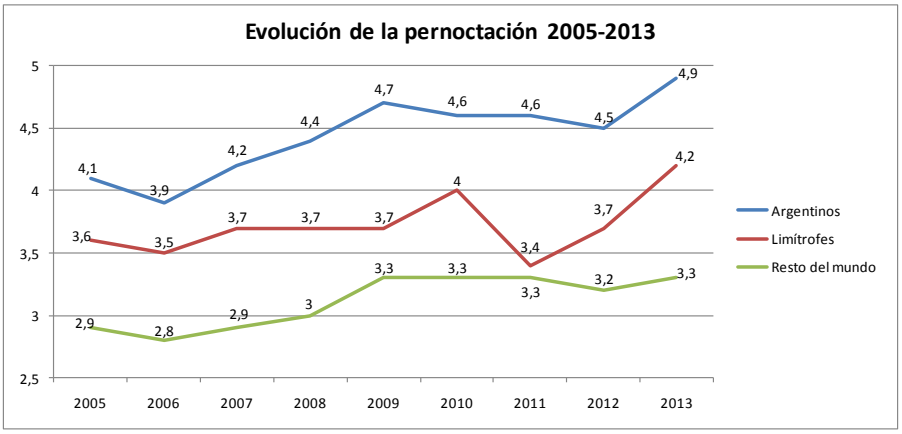
Evolución del número de turistas 2005-2013

País	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Argentina	459.665	510.145	504.308	490.733	423.490	468.289	400.491	450.827	505.844
Países limítrofes	151.418	168.881	155.262	152.584	73.666	127.287	68.830	101.130	97.821
Resto del mundo	116.701	125.797	132.063	127.711	102.196	89.296	60.687	63.799	56.828
TOTAL	**727.784**	**804.823**	**791.633**	**771.028**	**59.052**	**684.872**	**530.008**	**615.756**	**660.493**

Fuente: Municipalidad de San Carlos de Bariloche. Comparación Anual Años 2005 a 2013. Entradas y ocupación.

En la tabla se aprecia el descenso en el número de turistas en el período 2005-2007, descenso que es especialmente acusado entre los viajeros de los países limítrofes y de los turistas del resto del mundo. En el caso de los turistas extranjeros, el descenso comienza en 2008 con la llegada de la crisis económica internacional. En el caso de los visitantes de países limítrofes, este descenso es más acusado en el 2011 debido a la erupción del cordón Caulle-Puyehue que obligó a cerrar el paso fronterizo.

La pernoctación, sin embargo, ha crecido en el mismo período y la estancia media son 3-4 días, siendo los turistas del resto del mundo los que realizan una estadía menor ya que en la mayoría de los casos, estos turistas siguen camino hacia el sur de la Patagonia.



Fuente: Municipalidad de San Carlos de Bariloche. Comparación Anual Años 2005 a 2013. Entradas y ocupación.

Al contrario de lo que ocurre en Los Lagos, Bariloche ha conseguido romper la estacionalidad. Del total de turistas que ingresan en Bariloche anualmente, el 22% lo hace durante los meses de enero y febrero (verano), mientras que el 25% llega en los meses de julio y agosto[126].

7.2.2/ Organización del destino

El Gobierno Argentino ha elaborado una lista de sub-sectores en el marco del turismo incluyendo las siguientes áreas de actividad:

Alojamiento (hoteles, camping, apartamentos, etc.)
Alimentación y bebidas
Restauración
Transportes de pasajeros
Agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo
Servicios culturales
Ocio y entretenimiento
Otras áreas conexas (servicios financieros y de seguros, alquiler de bienes)

Fuente: Secretaria de turismo de la Nación – República Argentina

Los ***Parques Nacionales*** son uno de los principales productos turísticos de Argentina. El país, cuenta con un organismo público, la APN (Administración de Parques Naturales) cuyo objetivo es *"diseñar, conducir y controlar la ejecución de las políticas necesarias para conservar y manejar los Parques Nacionales, Monumentos Naturales y Reservas Nacionales*". En la actualidad el Sistema de Parques Nacionales cuenta con 35 parques naturales, 41 áreas protegidas y cuatro especies declaradas monumentos naturales nacionales. Alcanza una superficie cercana a las 3.700.000 hectáreas, que representa alrededor del 1,5 % de la superficie total del país. En Bariloche se encuentra el ***Parque Nacional de Nahuel-Huapi que recibe más de 800.000 turistas al año***[127].

Productos Turísticos Argentina
- Turismo activo
- Turismo cultural
- Turismo deportivo
- Turismo intereses especiales
- Turismo de salud

Fuente: Ministerio de Turismo

[126] Municipalidad de San Carlos de Bariloche. Informes de la Temporada Estival Enero-Febrero y de la Temporada de Invierno Julio-Agosto. Comparación Anual 2005-2014.
[127] Parque Nacional Nahuel Huapi. Administración de Parques Nacionales.

Atractivos Turísticos del Parque Nacional Nahuel Huapi

- Bosques de arrayanes
- Río Limay y Vallen Encantado
- Puerto Blest
- Isla Victoria Valle del Challchuaco
- Lago Mascardi
- Cerro Tronador
- Cascada los Alerces
- Rio manso
- LagoSteffen

Fuente: Administración parques naturales de Argentina

Junto a la oferta del parque natural, se encuentra también la amplia oferta de actividades y productos turísticos con los que cuenta Bariloche y que pueden realizarse durante todo el año, rompiendo la estacionalidad, tal y como se ha visto en el punto anterior. La oferta de Bariloche se concentra principalmente alrededor ***de actividades al aire libre***:

Turismo	Actividades
Nieve	Aventura
Golf	Excursiones lacustres
Gastronómico	Refugios de montaña
Alta gama	Fiesta nacional de la nieve
Escapadas	Excursiones terrestres
Pesca	Paseos
Reuniones	Museos
Joven	La fiesta del chocolate

Fuente: www.barilocheturismo.gob.arg

7.2.3/ Desarrollo competitivo

La creciente importancia del turismo en la base productiva de Argentina ha llevado al Gobierno a crear un ministerio de turismo, dando el máximo rango administrativo al sector y, a definir una normativa específica que recoge las principales directrices que guiarán la actuación del gobierno en el marco del turismo. El ***objetivo*** de la Ley Nacional de Turismo es *fomentar el desarrollo, la promoción y la regulación de la actividad turística y del recurso turismo incorporando los mecanismos necesarios para la creación,*

conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, así como el resguardo de un desarrollo sustentable y sustentable de éstos, la optimización de la calidad, la participación y la concertación de los sectores público y privado en la actividad[128].

Principios rectores de la ley

Facilitación
Coordinación e integración normativa a través de la cooperación de los distintos organismos relacionados con el turismo
Desarrollo social, económico y cultural
Se concibe el turismo como un derecho de toda la población.
Desarrollo sustentable
Tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía
Calidad
Optimizar la calidad de los destinos y la actividad turística en todas sus áreas para satisfacer la demanda interna e internacional, desarrollando una cultura de mejora continua hacia la excelencia basada, entre otros, en la generación de valor e innovación a través del conocimiento.
Competitividad
Asegurando las condiciones necesarias para el desarrollo de la actividad. La competitividad requiere de un entorno que favorezca la articulación de todos los factores en juego, generando atributos que fomenten las ventajas competitivas y la excelencia de las prestaciones.
Accesibilidad
Eliminación de barreras que impiden el uso y goce del turismo reiterando la idea de turismo como derecho de todos los habitantes, sin discriminación alguna.

Fuente: Ley Nacional de turismo nº 25.997

El turismo se equipara en la República Argentina con una actividad industrial por lo que goza de los mismos beneficios en los ámbitos de fiscalización, créditos, impuestos, etc., que se otorguen a nivel nacional. El objetivo es priorizar iniciativas orientadas a la mejora de la actividad turística como infraestructuras, proyectos de investigación, acciones de marketing, etc. A nivel empresarial, la Cámara Argentina de Turismo representa al tejido empresarial del sector y promueve la colaboración entre sus integrantes. La Cámara aglutina además a las principales asociaciones y empresas del sector:

- Asociación argentina de agencias de viajes y turismo
- Federación empresarial hotelera gastronómica de la República Argentina
- Asociación de hoteles de turismo de la República Argentina
- Asociación de hoteles, restaurantes, confitería y cafés
- Cámara de compañías aéreas en Argentina

[128] Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable – PFETS. Actualización 2011

- Federación de Cámaras de turismo de la República Argentina
- Asociación Argentina de organizadores y proveedores de exposiciones y congresos
- Cámara Argentina de tiempo compartido
- Cámara Argentina de empresas arrendadoras de automotores
- Empresas de asistencia al viajero
- Casas de tango
- Empresas organizadoras de congresos y afines
- Empresas de transporte terrestre y fluvial

Fuente:Cámara Argentina de Turismo

La ***colaboración público-privada*** se canaliza a través de INPROTUR[129]. Asimismo, este organismo tiene como misión posicionar a Argentina como destino turístico internacional en los mercados emisores.

La ***introducción de elementos innovadores en los productos turísticos*** se está afianzando en los últimos años como una estrategia para la diferenciación del turismo argentino. Desde el PFETS se impulsan procesos de innovación que faciliten el marco de desarrollo para los productos turísticos priorizados trabajando desde un enfoque intersectorial, consensuando estrategias de articulación institucional y ejecutando acciones de fortalecimiento destinadas tanto al sector público como al privado, en las regiones turísticas del país.

Generar valor e innovación en el ámbito del turismo requiere de ***personas cualificadas que aseguren la mejora continua de la actividad turística***. Para ello la política de turismo Argentina promueve el trabajo conjunto con centros de formación para ajustar la oferta formativa en base a las necesidades de cada destino.

Extensión del modelo de gestión de las Bases del Premio Nacional a la Calidad a los organismos públicos del país vinculados al turismo, a través de un Programa de capacitación y apoyo que conduce a la implementación continua e integradora de un sistema de gestión de la calidad.

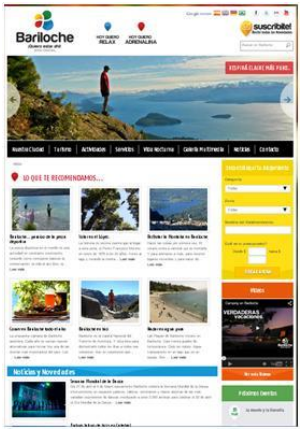
El ***Plan Federal de Capacitación*** ofertó formación en los ejes temáticos de la planificación turística argentina, capacitando a 26.000 personas[130]. Se creó una Red Nacional de Educación del Ministerio de Turismo a la que se han adherido 150 entidades de formación terciaria y organizaciones como la Cámara Argentina de Turismo, el Instituto Nacional de la Administración

[129] El Instituto Nacional de Promoción Turística – INPROTUR se creó en 2005 a través de la Ley 25.997.
[130] Datos correspondientes al año 2011. PFETS.

Pública o el Ministerio de Educación. También se han generado foros virtuales colaborativos a través de un campus virtual del Ministerio de Turismo, además de encuentros y espacios de debate y construcción en pos de la recalificación de los recursos humanos del sector turístico. Así como el diseño e implementación de diversas acciones de capacitación.

7.2.4/ Posicionamiento internacional

INPROTUR es la entidad encargada de la difusión de la marca argentina en el exterior para lo cual diseña estrategias de promoción turística internacional en torno a 5 ejes de comunicación: Argentina activa, auténtica, natural, reuniones y gourmet. Estos 5 ejes engloban los principales atractivos del país. Asimismo es el encargado del ***Plan de Marketing Turístico Internacional*** como una herramienta de gestión *que permite profundizar la inserción de la Argentina como destino turístico en los mercados emisores.* El plan busca situar a la República Argentina como líder en América Latina por la calidad y diversidad en su oferta turística basada en un desarrollo sustentable (desarrollo territorial equilibrado y respetuoso del ambiente e identidad de sus habitantes).



El ***posicionamiento de la Marca País se hace trabajando en 4 aspectos: turismo, comercio, inversiones directas y cultura, de manera conjunta entre entidades públicas y privadas*** y, en concreto entre las empresas del sector, la cancillería argentina y la Fundación exportar.

Algunas de las acciones llevadas a cabo por INPROTUR para la visibilización internacional de Argentina son el desarrollo del binomio producto/mercado teniendo en cuenta las características del mercado emisor; el fomento de alianzas estratégicas públicas y privadas para el fomento de acciones conjuntas con compañías aéreas, ONGs, productoras, operadores mayoristas, universidades, etc.; desarrollo de la página web www.argentina.travel como una herramienta útil para el turista extranjera ya que está traducida a varios idiomas (inglés, alemán, portugués, italiano, francés, japonés, chino), desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles con guía de viajes de Argentina; participación en eventos internacionales como FITUR Madrid, WTM Londres, IMEX Frankfurt, ABAV Brasil.

En el caso de Bariloche existe un ente mixto de Promoción Turística que reúne al municipio con los privados del sector. El ***EMPROTUR*** tiene como

principal función la ***promoción de Bariloche en todos los lugares donde un potencial turista busca información***[131].

Actuaciones de EMPROTUR

- Presentación a eventos internacionales como la Feria Internacional de Turismo (FIT), ferias locales como Expo Patagonia, etc. En cada feria Bariloche busca reposicionarse como destino presentando nuevas propuestas.
- Establecer estrategias de promoción trabajando tanto con el Ministerio de Turismo tanto a nivel provincial como estatal por intermedio de INPROTUR.
- Prepara acciones adelantándose a las siguientes temporadas
- Puesta en marcha de una campaña masiva a través de redes sociales con la página de Bariloche ¡Quiero estar ahí!
- Organización de capacitaciones especiales para agentes y operadores
- Recibe FAM tours (viajes de trabajo enfocados a actors del turismo) y FAM press (viajes de cortesía que se ofrecen a periodistas con el fin de que reproduzcan las experiencias de su viaje). El resultado es una creciente demanda de información del destino.

Fuente: www.bariloche.gob.ar

[131] www.barilocheturismo.gob.ar

7.3/ CANADÁ

Canadá se sitúa en la parte más septentrional de América del Norte y es el segundo país más grande del mundo con una superficie de 9.984.670 km^2. En 2012, Canadá recibió alrededor de 16 millones de turistas internacionales que gastaron 81,7 mil millones de dólares, con un impacto en el PIB de 29,3 mil millones de dólares y 609.500 empleos[132]. El país cuenta con dos ciudades entre las 100 principales a nivel mundial en recepción de turistas: Toronto y Vancouver.

Vancouver

La capital de British Columbia cuenta con una climatología que ofrece la posibilidad de esquiar por la mañana en Mountain Grouse, Cypress Mountain o Seymour Mountain y pasear en velero en la bahía por la tarde. Vancouver ofrece además la posibilidad de combinar un turismo de ciudad y compras con un turismo de naturaleza.

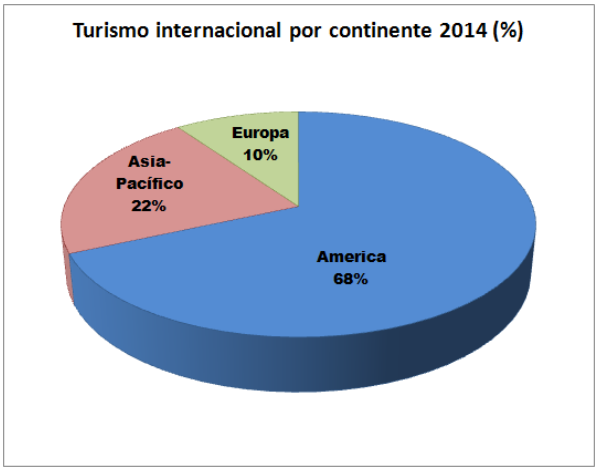
La ciudad cuenta con una amplia posibilidad de actividades de entretenimiento y ocio durante todo el año tanto al aire libre con festivales como el que se celebra por el *Nuevo Año Chino* en chinatown o el concurso de fuegos artificiales *Celebration of Light*. Además la ciudad cuenta con un gran número de parques entre los que destaca el Parque Queen Elizabeth con una impresionante vista de la ciudad y un jardín botánico, Stanley Park en donde se ubica el Aquarium o VanDunsen Botanical Gardens en donde es conocido el tradicional alumbrado de Navidad. También, Vancouver se caracteriza por un turismo de compras, especialmente dirigido a turistas de alto poder adquisitivo la mayoría provenientes de Asia.

7.3.1/ Orientación a mercado

"Nuestra visión es un sector turístico que cree empleo, oportunidades y prosperidad para los habitantes de British Columbia en cualquier región de la provincia".
British Columbia Government

Dentro de Canadá se analizará la región de British Columbia (BC) que guarda gran similitud con la región de Los Lagos en relación a la diversidad medioambiental, el paisaje y el clima. La región es, asimismo, una de las puertas de entrada a Canadá, especialmente, para el turismo asiático. En 2014, llegaron a BC 4.651.244 visitantes, un 5,3% más que el año anterior[133]. ***Estados Unidos es el principal mercado de origen del turismo en la región***.

[132] Statistics Canada
[133] Destination British Columbia – statistics international visitor arrivals.



Fuente: Destination British Columbia

Por países, como ya se ha señalado, es Estados Unidos el principal mercado emisor, seguido de China. La siguiente tabla presenta el ranking de los 10 primeros países emisores.

10 primeros países por visitantes en BC

País	Nº de turistas en BC	Porcentaje del total de visitantes en BC
Estados Unidos	3.063.683	65,87%
China	256.317	5,51%
Reino Unido	194.592	4,18%
Australia	179.477	3,86%
Japón	121.407	2,61%
Hong Kong	87.534	1,88%
Corea del Sur	86.843	1,87%
Sudeste asiático	85.095	1,83%
Alemania	83.914	1,80%
México	80.993	1,74%

Fuente: Destination British Columbia.

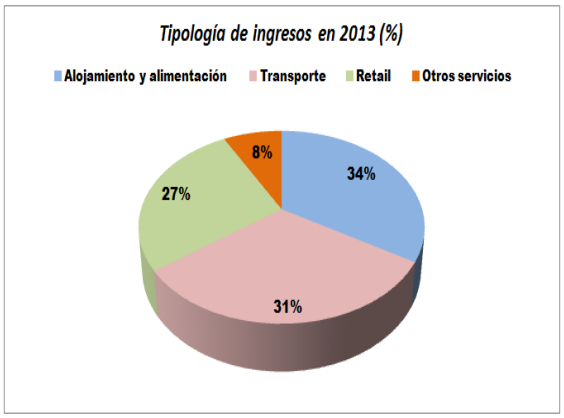
La ***Estrategia de Turismo de British Columbia*** se focaliza en aquellos mercados que proporcionan mayores beneficios a la provincia, dividiéndolos en mercados prioritarios, emergentes y cercanos.

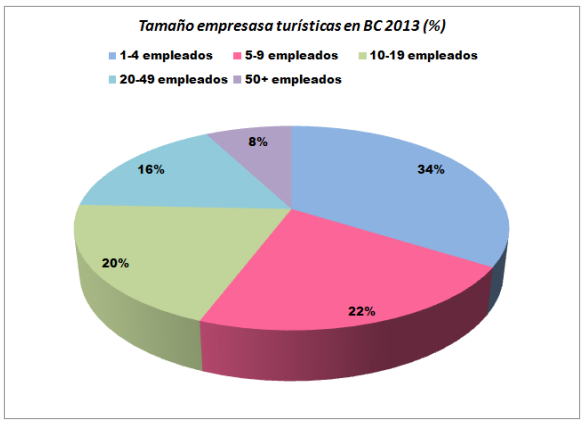
Mercados objetivo

Mercados prioritarios	Mercados emergentes con potencial a largo plazo	Mercados cercanos
Liderado por la Provincia	Liderado por la Provincia	Liderado por las regiones, las comunidades y/o el sector
Ontario California Reino Unido Australia Alemania Japón Corea del Sur	China Indica México	British Columbia Alberta Estado de Washington

Fuente: British Columbia "Gaining the Edge. A five-year strategy for tourism in BC", 2012-2016.

En 2013 el turismo generó en British Columbia un total de 14 mil millones de dólares, lo que supuso un crecimiento del 3,6% con respecto al año anterior, siendo alojamiento y servicios de alimentación el principal ámbito de gastos del turista.

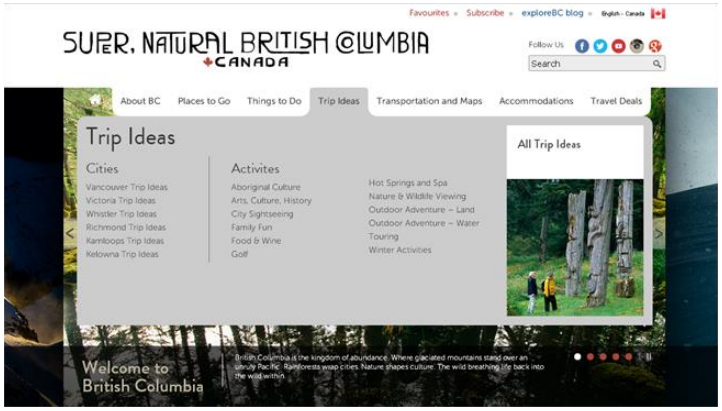




Fuente: Destination British Columbia, "A Snapsot of Tourism in BC. Value of Tourism 2013".

En 2013, el sector dio empleo a 132.200 personas, la mayoría de las cuales trabajó en PYMES. Las pequeñas y medianas empresas (menos de 50 empleados) representan el 92,2% de las empresas turísticas de tienen menos de 50 empleados, siendo las más numerosas las empresas turísticas con menos de 4 empleados con el 34%.

Todo ello, contribuyó a generar un valor añadido de 7,3 mil millones de dólares en la economía de British Columbia en 2013, un 2,1% más que en 2012 y creció por encima del sector forestal y primario (agricultura y pesca)[134]. Este crecimiento es representativo y refuerza la importancia del turismo como una de las principales industrias en BC.



El ***área de Vancouver*** (costa y montaña) es el área más visitada de la provincia de British Columbia representa el 46% de los turistas que llegaron a BC y el 54% del gasto en turismo. Se trata de un área que ofrece un amplio abanico de posibilidades en relación al turismo de naturaleza ya que su situación entre el mar y la montaña, hace que disfrute de una variada fauna y flora y permita una amplia gama de actividades *outdoors* como las visitas a los parques nacionales o provinciales, y la práctica de deportes de aventura como canoa, navegación en velero, kayak, pesca, esquí, etc.; que además, hacen que sea un ***turismo no estacional***. Es un tipo de turismo que alcanzó los 8,2 millones de visitantes en 2012, generando 4,7 mil millones de dólares[135].

British Columbia ha desarrollado un modelo altamente participativo con todos los agentes involucrados para impulsar el sector. Este modelo ha dado como resultado una estrategia que establece cuatro áreas principales para conseguir *el éxito*[136]:

[134] Tourism Industry Association of BC. www.tiabc.ca
[135] Destination British Columbia, "Vancouver, Coast and Mountains. Regional tourism Profile", January 2015.
[136] British Columbia "Gaining the Edge"

1

LIDERAZGO A TRAVÉS DE LA COOPERACIÓN Y LA COORDINACIÓN

La colaboración en la comercialización a nivel federal, provincial, regional y de comunidad es necesaria para que el turismo consiga un completo crecimiento económico y tenga potencial para la creación de empleo. Maximizar el impacto requiere que todos los esfuerzos están coordinados e integrados.

El Gobierno provincial, juega además un papel fundamental representando la conjunto de comunidades, experiencias y empresas en aquellos mercados en los que no tienen recursos individuales para sostener su presencia.

Un partenariado multifacético para el marketing turístico que incluya organizaciones a nivel provincial, regional y local, con funciones claras y medibles, es la manera de asegurar la máxima eficiencia de la estrategia.

2

FOCALIZARSE EN EL MARKETING

Ganar ventaja competitiva a nivel mundial implica ofrecer productos turísticos excepcionales y presentarlos de una manera inspiradora y convincente. Para llegar al consumidor, el Gobierno de British Columbia ha desarrollado partenariados estratégicos, ha coordinado campañas conjuntas y ha impulsado la utilización innovadora de las herramientas de marketing que aparecen en el mercado, especialmente las basadas en las nuevas tecnologías (aplicaciones para móviles, redes sociales).

El elemento principal para desarrollar las estrategias de comercialización es ***entender al consumidor objetivo*** del sector en BC: turistas con ingresos y formación media que están buscando experiencias que les enriquezcan y les llenen de energía.

3

EXPERIENCIAS PARA TURISTAS DE CLASE MUNDIAL

La provincia canadiense de British Columbia posee una excepcional mezcla de productos turísticos que van desde el turismo de “escapadas” urbanas a turismo de naturaleza y cultural y patrimonial. La calidad de los servicios es la base de las experiencias para un turista de clase mundial al que se motiva para volver. Estas experiencias incluyen:

- El sistema de parques naturales con el 11% del total de la superficie de la provincia (10,5 millones de hectáreas). Los parques son uno de los principales recursos para la experiencia *Super, Natural British Columbia*.
- El turismo cultural y patrimonial centrado en el turismo “nativo”. Este tipo de turismo con productos de alta calidad, logró en 2010 que 3,7 millones de turistas tuvieran una experiencia *Aborigen,* turistas que gastaron 40 millones de dólares.
- Los centros de visitantes son un instrumento que proporciona información y excepcionales servicios y productos que llevan al visitante a aumentar sus gastos participando en más actividades, extendiendo su viaje, regresando o recomendando el destino de BC.
- Los deportes de invierno: el esquí. British Columbia es conocido por ser uno de los principales destinos de esquí, especialmente tras la celebración de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de invierno en 2010. La provincia cuenta con 13 centros de esquí y aspira a convertirse en el principal resort de esquí de América del Norte.

4

ELIMINANDO BARRERAS PARA EL CRECIMIENTO DEL SECTOR

Un ecosistema empresarial con tasas competitivas y, un sistema normativo razonablemente eficiente son elementos clave para el crecimiento de las empresas turísticas, la mayoría de las cuales son micro y pequeñas empresas.

La estrategia impulsa programa de formación y desarrollo de capacidades en turismo

7.3.2/ Organización del destino

British Columbia ha desarrollado ***una amplia gama de productos***[137] ***basados especialmente en la naturaleza y actividades en el exterior (outdoors)*** como esquí, senderismo, etc., como principal atracción para el turismo. Un nicho excepcional de producto turístico, como las rutas vinícolas, el heli-esquí, el avistamiento de osos y la herencia cultural, cuentan con un número menor de visitantes, pero que, sin embargo, realizan un mayor gasto.

Productos turísticos clave en British Columbia

Tours vacacionales
Experiencias en la ciudad
Esquí / snowboard
Turismo indígena
Turismo de convenciones y eventos
Turismo de aventura
Eco-turismo
Turismo outdoor

Fuente: British Columbia Tourism Strategy 2012-2016.

El Gobierno de British Columbia considera el marketing estratégico una herramienta esencial para atraer nuevos turistas a la provincia de cara a asegurar la sostenibilidad del sector en el largo plazo. Por ello, en el marco de la Estrategia de turismo refuerza el ámbito de la comercialización a través de las siguientes medidas[138]:

"La ventaja competitiva de British Columbia es ofrecer una diversidad de experiencias en un marco de imponente belleza natural"
British Columbia Government

- Construcción de la ***marca*** "***British Columbia Super Natural***" como motivador de viaje.
- Despliegue, por mercado de destino, de una combinación de relaciones con los medios, redes sociales, agencias de viajes, y, en su caso, comercialización directa con el consumidor.
- Renovar y actualizar la red HelloBC.com y lanzar nuevos sitios y aplicaciones móviles.

[137] El sector ofrece más de 50 tipos de productos turísticos alrededor de toda la provincia.
[138] British Columbia, Gaining the Edge. A five-year Strategy for Tourism in British Columbia 2012-2016.

- Promover el turismo en los zonas rurales de BC a través de herramientas como los programas online.
- Trabajar con regiones, comunidades, ciudades y productos del sector en marketing para los destinos más cercanos (población de BC, la provincia de Alberta en Canadá y el Estado de Washington)

7.3.3/ Desarrollo competitivo

British Columbia cuenta con ***un importante sector tecnológico*** que supone el 6% del PIB de la provincia y que emplea a más de 84.000 personas. Es un ***sector en el que destacan, especialmente las tecnologías verdes*** (incluyendo electricidad, eficiencia energética, transporte y procesos industriales), las tecnologías de la salud y biotecnología, las TIC y los dispositivos inalámbricos y la industria audiovisual digital[139].

Esta industria tecnológica ofrece soluciones y productos para el resto de sectores de actividad de la provincia y, entre ellos, se encuentra el turismo para el que han desarrollado, por ejemplo, productos que proporcionan al sector de la restauración un sistema de procesamiento de pago y punto-de-venta, o para el sector del hospedaje, habitaciones inteligentes con sistemas de control de energía inalámbricos.

7.3.4/ Posicionamiento internacional

British Columbia ha experimentado un ***crecimiento del turismo internacional del 5,3% en 2014 procedentes de todos los mercados clave***, incluidos los identificados como mercados potenciales en la estrategia de turismo. El principal incremento ha sido producido por el mercado asiático con China, que ha crecido un 26,2% y Japón un 12,2% debido a nuevos vuelos de las líneas áreas japonesas.

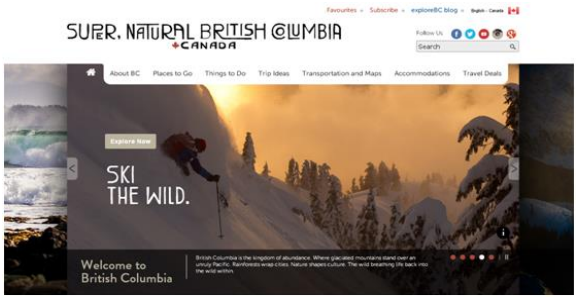
[139] British Columbia, Ministry of Jobs, Tourism and Innovation, *British Columbia's Technology Strategy. Building B.C.'s Economy*,

Tourism Vancouver

Esta entidad está compuesta por Greater Vancouver Visitors y Convention Bureau y es la responsable de generar la demanda para el destino a través de relaciones con touroperados, agentes turísticos clave, medios especializados y turistas en 15 mercados en todo el mundo.

BC es conocida a nivel mundial por su espectacular entorno natural, la hospitalidad y ciudades cosmopolitas (Vancouver, Victoria, Whistler) que cuentan con productos turísticos de calidad que buscan que los turistas "vivan una experiencia" diferente. Algunas de las ventajas sobre sus competidores son:

- Diversidad de escenarios y experiencias
- Alta accesibilidad para turistas de todo el mundo, con un número creciente de vuelos especialmente desde Asia.
- Excelente infraestructura (carreteras, puentes, aeropuertos, puertos, etc.) en la que han invertido los gobiernos federal, provincial y local. Además, de la inversión privada en el alojamiento y otros servicios turísticos.



- Productos turísticos de primera categoría. BC ofrece experiencias que van desde el esquí, tours, golf, escalada, visitas a la ciudad, convenciones, rutas vinícolas, heli-esquí, avistamientos de fauna salvaje y localizaciones históricas.
- Oportunidades de turismo indígena
- Fuerte apoyo del gobierno al turismo. Se considera un sector clave de la economía de BC.

7.4/ NUEVA ZELANDA

Nueva Zelanda tiene una economía dinámica y moderna en la que la agricultura y la ganadería siguen teniendo un importante, siendo una de las principales actividades económicas del país. Asimismo, el turismo constituye una fuente importante de ingresos para el país, contribuyendo con 18,6 mil millones de dólares anuales a la economía, lo que supone el 9% del PIB[140].

Nueva Zelanda se beneficia de sus recursos naturales, considerados como patrimonio natural de la humanidad[141] y protegidos por una fuerte legislación ambiental. El sector también se beneficia de unos recursos humanos altamente cualificados y de un entorno seguro.

7.4.1/ Orientación a Mercado

Las ciudades de Auckland y Christchurch se sitúan entre las 100 principales ciudades receptoras de turismo a nivel mundial: En 2014 llegaron al país casi tres millones de turistas (5,4% más que en 2013). A pesar de que el número de turistas no es excesivamente alto en comparación con otros países como sí que los ingresos por turista son mayores, lo que ha hecho que se dupliquen los ingresos por turismo en los últimos 11 años[142].

Tipo de vacaciones
- Mochilero
- Acampada
- Familiar
- Viajes de lujo
- Bodas y luna de miel

Fuente: tourismnewzealand.com

Australia es el principal país emisor de turismo hacia Nueva Zelanda, seguido de China y Estados Unidos.

[140] New Zealand Tourism Strategy 2015
[141] Nueva Zelanda ocupa el puesto 18 en el ranking de lugares patrimonio natural de la humanidad y el puesto 3º en relación a su entorno natural pristino. (Datos del World Economic Forum).
[142] World Economic Forum, *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*.

Llegadas de turistas internacionales (Febrero 2015)

País	Visitantes	País	Visitantes
Australia	107.264	**Alemania**	13.008
China	55.968	**Japón**	9.488
Estados Unidos	36.672	**Canadá**	8.768
Reino Unido	33.472	**Corea del Sur**	6.000

Fuente: New Zealand Tourism: Market&Stats

La industria turística neozelandesa emplea, de manera directa, al 4,7% de la mano de obra del país, convirtiéndola en la segunda industria exportadora y con un importante potencial de desarrollo de la economía local.

Algunos datos estadísticos del mercado turístico de Nueva Zelanda (2014)

- El gasto total de los turistas internacionales 10,3 mil millones de dólares (crecimiento de un 7,4% con respecto al año anterior)
- El gasto de los turistas extranjeros contribuyó en un 15,3% a la exportaciones totales del país
- El gasto del turismo interno ascendió a 13,4 mil millones de dólares (incremento de un 3,2%)
- La contribución directa del turismo al PIB fue de 8,3 mil millones de dólares (4%) y la contribución directa e indirecta del turismo supuso el 9% del PIB.
- El sector dio empleo a 94.100 personas a jornada completa.

Fuente: Tourism New Zealand. About the Tourism Industry

7.4.2/ Organización del destino

Nueva Zelanda se orienta hacia un ***turismo*** muy ***ligado a la conservación de la naturaleza y la cultura*** de las islas, buscando que el turista viva experiencias únicas, pero también protegiendo sus recursos. Así, la estrategia de turismo señala que su objetivo es ser líderes en turismo sustentable, teniendo en cuenta los tres ámbitos de la sostenibilidad: económica, medioambiental y social y cultural. Conseguir un turismo sustentable, pasa también por la involucración del turista, creando no sólo vivencias sino también una conciencia en el turista que contribuya a preservar el medioambiente y los recursos del país[143].

[143] Ministry of Tourism, New Zealand, Tourism Strategy, 2015

Productos turísticos Nueva Zelanda

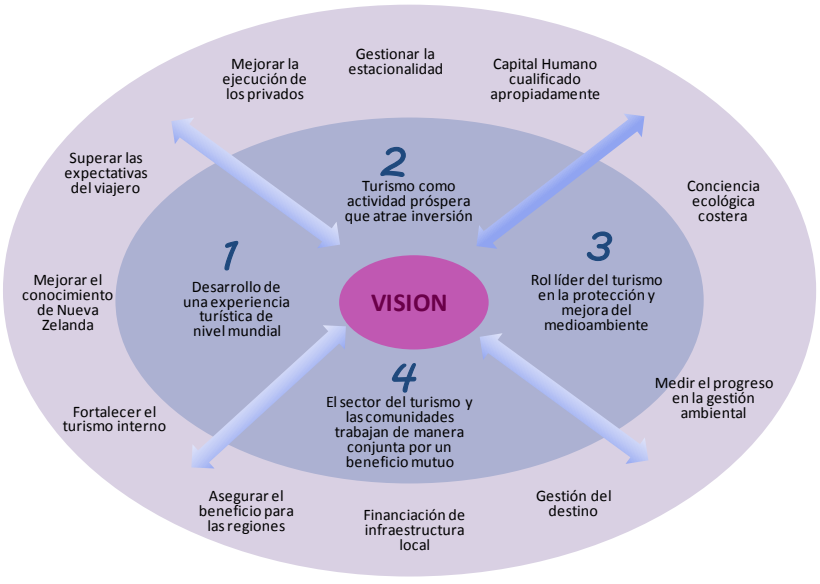
Turismo de Aventura
Turismo cultural (Arte, cultura, cultura maorí)
Turismo Deportivo (ciclismo, esquí, golf)
Turismo de eventos y convenciones
Turismo gastronómico y enológico
Turismo de naturaleza y vida silvestre

Fuente: Tourism New Zealand.

Ser un destino sustentable debe conseguirse de manera conjunta. La Estrategia de Turismo 2015 de Nueva Zelanda enfatiza el trabajo, no solo con las entidades relacionadas con el turismo sino también con las comunidades locales y con todos los sectores económicos interconectados con el turismo (transporte, energías renovables, TIC, etc.)[144].

VISION: "El turismo como principal contribuyente a la economía sustentable de Nueva Zelanda"
New Zealand Tourism Strategy 2015

La Estrategia de Turismo 2015 de Nueva Zelanda establece 4 resultados:



New Zealand Tourism Strategy 2015

[144] En el siguiente punto se incluye una tabla con los sectores conexos

El turismo en Nueva Zelanda adquiere una dimensión diferente con la ***inclusión de la cultura Maorí*** como principal elemento que hace que sea un destino único y diferente a otros destinos a nivel mundial. Esta conexión con la cultura Maorí y la interacción con la comunidad, mejoran la calidad de la experiencia del viajero y confiere a su visita un importante valor añadido. De hecho, la demanda de productos maorís se ha incrementado y en concreto, los productos que combinan los valores tradicionales y el conocimiento. En este contexto, el Consejo Maorí del Turismo[145] juega un importante papel en el desarrollo de este tipo de turismo que es el elemento distintivo del turismo de Nueva Zelanda.

7.4.3/ Desarrollo competitivo

A pesar del buen posicionamiento internacional de Nueva Zelanda como destino turístico y del crecimiento en el número de visitantes, el sector está desarrollando instrumentos para la mejora de su posición competitiva. Sus principales competidores internacionales están focalizando sus esfuerzos en la atracción de turistas provenientes del mercado asiático y, en especial de China.

Para competir con estos destinos, Nueva Zelanda cuenta con sus ***recursos naturales y belleza paisajística como un recurso clave que le proporcione ventaja competitiva***[146]. Nueva Zelanda se encuentra en el puesto 12, de 140 países[147], en competitividad turística destacando entre sus ventajas las siguientes:

- Los recursos naturales y los lugares considerados patrimonio natural de la humanidad
- La regulación y normativa turística
- Medioambiente natural pristino
- Entorno seguro
- Infraestructura de transporte aéreo
- Recursos Humanos altamente cualificados

Fuente: World Economic Forum. Travel&Tourism Competitiveness Report 2013.

[145] http://www.maoritourism.net/
[146] Tourism 2025, *New Zealand tourism within the global environment*
[147] World Economic Forum: Travel&Tourism Competitiveness Report 2015.

Además, Nueva Zelanda cuenta también con una serie de sectores conexos que facilitan el desarrollo del turismo sustentable.

TIC	Acceso a la banda ancha en todos los destinos turísticos incluyendo los situados fuera de los centros urbanos. Desarrollo de páginas web de calidad, folletos online, servicios de reserva online de manera que las empresas sigan siendo competitivas en el actual entorno online con rápidos cambios tecnológicos.
Eficiencia Energética	Desarrollo de las energías renovables como elemento esencial para crear un país sustentable. El turismo tiene el papel de apoyar proyectos que aseguren un impacto equilibrado en los tres ámbitos de la sostenibilidad: económico, social y cultural y ambiental.
Bioseguridad	Nueva Zelanda depende de la bioseguridad para proteger la industria agrícola, las especies autóctonas y la salud de las enfermedades del exterior. El sector turístico trabaja para concienciar a los visitantes de la importancia de la bioseguridad
Transporte	Una red de transporte seguro, integrado y sustentable es esencial para el sector turístico. La estrategia de turismo incluye acciones dirigidas a posicionar el turismo como líder en el ámbito del transporte medioambientalmente sustentable
Agua y Residuos	La gestión de las basuras y residuos es un elemente esencial en el sector. El agua es además una parte esencial del paisaje de Nueva Zelanda. En ambos casos, el sector juega un importante papel como impulsor de buenas prácticas en gestión de residuos y utilización responsable del recurso hídrico.

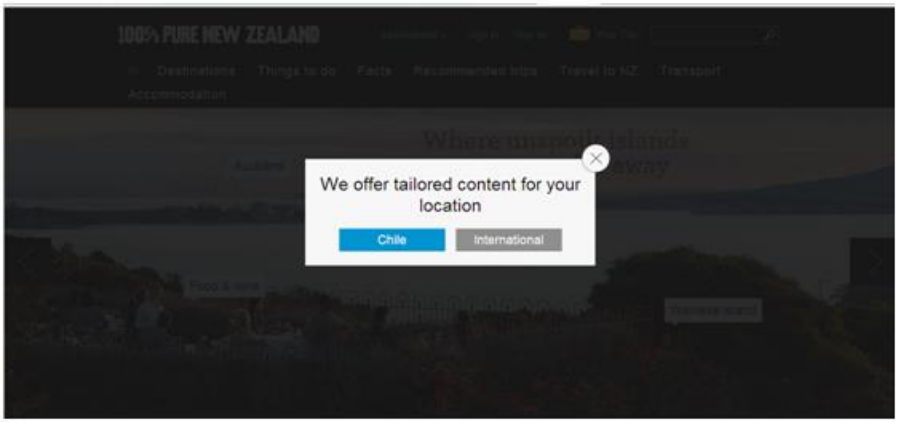
Fuente: New Zealand Tourism Strategy 2015.

7.4.4/ Posicionamiento Internacional

Nueva Zelanda ha experimentado un importante crecimiento turístico en los últimos años. El número de llegadas internacionales a Nueva Zelanda se ha incrementado en un 2,2% anual. Este incremento se debe, en parte, a la marca ***100% Pure New Zealand*** que ha posicionado al país como un destino en los mercados clave. Esta marca ha dado valor añadido a otros sectores de exportación y a sectores doméstico que han añadido una oferta turística a su propia oferta (granjas, tours industriales, restaurantes, bodegas, etc.)[148]. El valor y reconocimiento internacional de la maraca *100% Pure New Zealand* ha situado a Nueva Zelanda entre los tres primeros destinos del mundo en muchos de las encuestas de viajes a nivel mundial[149].

[148] Tourism Industry Association New Zealand (TIA)
[149] New Zealand Tourism Strategy 2015.

Para los turistas ***esta marca simboliza la "historia de cómo el paisaje, las personas y las actividades se combinan para dar al visitante una experiencia única"***[150]. El gobierno asimismo está invirtiendo en el posicionamiento de la marca a través de *New Zealand Story* cuyo objetivo es ayudar a las empresas exportadoras a ganar ventaja competitiva a nivel internacional.



La página web oficial de Nueva Zelanda para turismo ofrece la posibilidad de ***personalizar el contenido y el idioma*** dependiendo de la nacionalidad, lo que facilita enormemente al turista la búsqueda de información sobre el en destino.

[150] Tourism 2025, New Zealand tourism within the global environment

8/ CONCLUSIONES

Potencial de Crecimiento del turismo, pero exige competitividad y promoción

Las tendencias analizadas muestran el **potencial de crecimiento del sector turismo** en los próximos años y su contribución a la generación de riqueza y empleo. Sin embargo, ***la globalización introduce un alto nivel de competitividad*** a nivel mundial, que exige a los destinos turísticos una buena y competitiva diferenciación en el mercado mundial del turismo.

Esta ***mayor exigencia de competitividad*** se traduce o puede conseguirse a través de uno o la combinación de varios factores:

- La diferenciación
- La incorporación de la sustentabilidad en la oferta turística, ya que la demanda de los turistas en relación a los servicios turísticos que consideren la sustentabilidad está aumentando.
- La incorporación de nuevas tecnologías, especialmente las TIC, que han revolucionado la interacción de los clientes con las empresas de servicios turísticos.
- Los nuevos modos de comercialización, vinculados a las nuevas tecnologías y a los nuevos hábitos sociales de comunicación.

Y sobre todo se requiere establecer una ***estrategia*** (revisable) y objetiva sobre la que se basará un Plan de Acción consensuado que aborde los factores de competitividad y los factores de promoción y posicionamiento. Para ello, es fundamental ***la gobernanza.*** La diversidad y multiplicidad de agentes públicos y privados del sector turismo es muy alta. En la Región se ha constatado una baja coordinación interinstitucional y un escaso diálogo público-privado. Ello supone la dispersión de los esfuerzos y los recursos.

El análisis de los casos de Argentina-Bariloche, Canadá-British Columbia y Nueva Zelanda, muestra cómo existe una gran involucración de todos los actores del sector en el desarrollo del turismo. ***En los tres casos, existe una importante coordinación institucional y un trabajo público-privado*** que ha posibilitado crecimiento del sector y su posicionamiento entre los principales destinos turísticos del mundo. ***Se han creado espacios en los***

que se reúnen todos los actores para resolver las problemáticas del sector e impulsar su crecimiento.

Estos tres destinos competidores cuentan con una ***oferta variada e innovadora*** que incluye actividades para todas las estaciones, venden el verano y el invierno, consiguiendo no sólo romper la estacionalidad ya que se realizan actividades a lo largo de todo el año, sino que además, han conseguido ***incrementar el gasto por turista***. Así, especialmente a Nueva Zelanda y British Columbia, con un menor número de turistas que Chile han aumentado sus ingresos anuales por turismo. Esto tiene como resultado un menor impacto ambiental y la focalización en un turismo de mayor poder adquisitivo.

La innovación en la oferta de actividades y servicios que ofrecen los tres destinos analizados llega también a través de la ***interconexión*** entre el turismo con otros sectores como las TIC o las energías renovables, biotecnología, etc., que permite no solo ofrecer nuevos productos como turismo de salud y bienestar, turismo gastronómico con nuevos sabores, sino también dan mayor calidad al sector a través de la aplicación por ejemplo de tecnologías verdes para la gestión de residuos o la gestión del recurso hídrico.

En este sentido ***la oferta de servicios turísticos de la Región de Los Lagos,*** registra todavía ***una baja demanda de turistas extranjeros*** (6,7% del total nacional). El potencial de aumento de llegada de turistas es importante. Por ejemplo, el los turistas que llegaron al parque Nahuel Huapi en Bariloche alcanzó la cifra de 800.000 personas, frente a los 454.425 turistas que visitaron las áreas silvestres protegidas de la Región de Los Lagos.

Asimismo, la ***demanda turística en la Región está sujeta a la estacionalidad*** y existe un importante componente de "veraneo" en la llegada de turistas nacionales, que generan poco gasto e inducen una escasa actividad económica.

La Región cuenta con una ***amplia oferta de establecimientos de alojamiento y alimentación***, incluso dadas las tasas de ocupabilidad puede pensarse en un cierto **sobredimensionamiento**. Esta oferta se está ampliando con otros servicios turísticos, como el turismo de aventura, que comienza a contar con efectivos y una ***incipiente oferta*** por parte de algunas empresas, para realizar actividades durante todo el año como alta montaña,

trekking, escalada, caminatas por la nieve con raquetas, etc., Es preciso señalar la concentración territorial de la oferta de servicios en la provincia de Llanquihue, en la que se encuentran los atractivos turísticos reconocidos.

Asimismo, ***la promoción*** adquiere una importante relevante, de hecho uno de los principales aspectos en los tres países competidores analizados es la promoción que han hecho del destino que ha logrado posicionarlos como destinos de naturaleza. En este punto destaca la ***importancia de la marca*** y las estrategias de posicionamiento como instrumentos que ha ayudado a que estos destinos sean reconocidos a nivel internacional y demandados como destino de naturaleza. En este sentido, los tres casos cuentan también con ***portales online que ofrecen una amplia información sobre el destino*** (actividades, alojamiento, cómo llegar, servicios, transportes, mapas, etc.) y que por ejemplo, en el caso de Nueva Zelanda, permite personalizar el idioma y la información según el país de origen.

Además, los tres países cuentan con entidades público-privadas cuyo principal objetivo es la promoción del destino en el exterior y atracción del turista.

La promoción de la Región de Los Lagos se lleva a cabo de manera fragmentada y dispersa, en este sentido es importante considerar la unificación de criterios y esfuerzos para llevar a cabo acciones conjuntas que presenten la Región al resto del mundo.

Vivir la Experiencia, vivir la identidad local

Las tendencias muestran también ***el cambio en las demandas de los turistas,*** progresivamente más sofisticadas y especializadas, para los que "vivir la experiencia" se ha convertido en el motivo principal de su viaje. Asimismo, están surgiendo ***nuevos perfiles de turistas*** como "mujeres solas" o los adultos mayores. La tendencia en turismo de *vivir la experiencia* pasa por un contacto con ***la cultural local*** que es la que marca la diferencia. El turista no quiere hacer lo mismo que hace en su país sino que está interesado en conocer otra realidad, otra cultura, degustar la gastronomía local y conocer los productos autóctonos.

La Región de los Lagos cuenta con un bagaje histórico y cultural que puede ser aprovechado para ofrecer como experiencia al turista. Chiloé destaca en este tipo de turismo con una fuerte identidad propia en la que

sobresale la cultura, el patrimonio arquitectónico, la gastronomía propia, la artesanía, el folklore. Asimismo, se cuenta con la ***cultura Huilliche*** y la ***historia de la región*** como la historia del Camino Real, la colonización alemana y su fusión con la cultura chilota, la llegada de los chilotes a Palena, la entrada de los jesuitas en la región, el hundimiento del buque alemán Dresden frente a la costa de Hornopirén y, en especial, la puesta en valor de los yacimientos arqueológicos como Monte Verde, Pilauco y la ruta de Vuriloche.

En este sentido, los casos de los países competidores analizados, y en especial British Columbia y Nueva Zelanda, se caracterizan por recuperar su cultura autóctona. De hecho, su elemento diferencial lo marca la ***puesta en valor de la identidad local y la recuperación de la cultura indígena*** (maorís y primeros pobladores) que ha permitido al turista vivir esa experiencia única y diferente que busca y profundizar en el conocimiento de la historia y la herencia cultural de ambos destinos.

Nuevos Segmentos de Mercado y el Turismo de Naturaleza

La experiencia vivencial que se busca en los viajes de turismo está favoreciendo el desarrollo de ***nuevos segmentos de mercado vinculados a la realización de actividades***. Surgen así el turismo deportivo, de aventura, gastronómico, etc. Ello, preferiblemente en contacto con la naturaleza, con lo que el turismo de naturaleza aparece con fuerza en las demandas de los turistas.

De hecho, la ***naturaleza y el medioambiente son los principales recursos para la atracción de turismo en los tres destinos competidores analizados***. La existencia de grandes parques naturales, de ecosistemas únicos en el mundo con especies de flora y fauna endémicas de la zona, hacen de estos tres lugares un destino único para disfrutar del entorno y del paisaje.

La región de Los Lagos también cuenta con una importante diversidad ecológica y paisajista que ha sido reconocida por todas las personas entrevistadas. En la región hay lagos, ríos, montañas, bosques nativos, especies endémicas como el alerce o fauna autóctona como el huemul o las toninas. Sin embargo, en las entrevistas se han destacado las debilidades en relación a la conservación y preservación medio ambiental.

La región se vende bien como lluvia, fuego y viento. Se venden las sensaciones de caminar bajo la lluvia, del viento y la sensación de retornar a un lugar calentado con fuego de leña.

Hay que "conectarse" con la naturaleza, con los bosques, con la lluvia, con la niñez saltando en un charco, con la sensación del frío y el retorno a un hogar cálido.

Fuente: entrevistas realizadas y talleres

La diferencia se encuentra en ***la preservación de este recurso natural***. En especial, British Columbia y Nueva Zelanda destacan por su legislación y regulación ambiental para la preservación de los ecosistemas. Además, existe un alto grado de concienciación en la población local para preservar el recurso natural. En ambos casos también fomentan la sensibilización del turista en relación al respeto del entorno que visita. La estrategia de turismo de Nueva Zelanda señala explícitamente este hecho: *"Implementando esta estrategia tenemos la oportunidad de demostrar liderazgo en un turismo sustentable no sólo en Nueva Zelanda sino también en todo el mundo. Tenemos la oportunidad de crear experiencias turísticas que no sólo sean valiosas e inspiracionales, sino también ayuden a los visitantes a aprender y contribuir a nuestra sociedad y a nuestro medioambiente"*[151].

A modo de ***conclusión final***, señalar que la Región de Los Lagos cuenta con ***potencial*** para beneficiarse del crecimiento del turismo a nivel mundial. ***Su naturaleza*** es la gran baza para los actores regionales, y el desarrollo del sector en la Región pasa por su conservación, así como por el desarrollo de una oferta de servicios acordes con su marco natural y con calidad.

Analizando lo que están haciendo los competidores, los principales elementos de éxito en los destinos analizados son, y a modo de recomendación será preciso considerar:

- Preservación del recurso natural
- Patrimonio y cultura
- Potentes estrategias de promoción e imagen
- Recuperación y puesta en valor de lo local
- Innovación y variedad en la oferta turística de manera que se reduzca la estacionalidad
- Modelo colaborativo de gobernanza en el que participan todos los agentes involucrados en el turismo

[151] Ministry of Tourism. New Zealand Tourism Strategy 2015.

BIBLIOGRAFIA

Fuentes Estadísticas y Documentales

BRITISH COLUMBIA "*Gaining the Edge. A five-year strategy for tourism in BC*" *2012-2016*.

BRITISH COLUMBIA, Ministry of Jobs, Tourism and Innovation, British Columbia's Technology Strategy. *Building B.C.'s Economy*.

CANADIAN TOURISM COMMISSION, *Helping Tourism Businesses Prosper*, 2013 Annual Report.

CASEN, "Encuesta de caracterización socioeconómica nacional", 2015.

CEDER – Universidad de Los Lagos, *Una Región Pluricultural: Identidad y Cultura en la Región de Los Lagos,*

CHIAS J., *El Negocio de la Felicidad. Desarrollo y Marketing Turístico de Países, Regiones, Ciudades y Lugares,* Prentice Hall, Madrid, 2006 (2ª edición).

COMISIÓN NACIONAL DE MEDIO AMBIENTE *Estrategia Regional para la Conservación y Utilización Sustentable de la Biodiversidad, Décima Región de Los Lagos,* 2006.

CONICYT, Programa Explora, Universidad de Los Lagos, Muestra itinerante "Patrimonio cultural de la Región de Los Lagos".

DESTINATION BC. A new tourism marketing crown corporation,

DESTINATION BRITISH COLUMBIA, *A Snapsot of Tourism in BC. Value of Tourism,* 2013.

EJARQUE, J., *Destinos Turísticos de Éxito. Diseño, creación, gestión y marketing*, Ediciones Pirámide, Madrid, 2005.

FIGUEROA DOMECQ, C., "Las nuevas tecnologías en el sector turístico" en Rodriguez Antón, J.M. y Alonso Almeida, M.M., *Nuevas tendencias y retos en el sector turismo: un enfoque multidisciplinar*, Delta, Madrid, 2009.

GLOBAL SUSTAINABLE TOURISM COUNCIL, "Criterios Globales de Turismo Sostenible para Destinos Turísticos", 2013

GORE de la Región de Los Lagos:

- Estrategia Regional de Desarrollo 2009-2020
- Plan Regional de Gobierno 2014-2018
- Estrategia Regional de Innovación de la Región de Los Lagos 2014-2019.
- Informes Complementarios para la actualización de la Estrategia Regional de Desarrollo. Región de Los Lagos

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS, Evolución del turismo internacional, febrero 2015

MARTÍN RODA, E.M., Nieto Codina, A., *Territorio y Turismo Mundial. Análisis Geográfico*, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, 2014.

MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL "CASEN 2013, situación de la Pobreza en Chile".

MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL, "Resultados regionales encuesta CASEN 2011. Región de Los Lagos".

MINISTRY OF TOURISM, New Zealand Tourism Strategy 2015.

MINTUR – Gobierno de Argentina, *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016*, Revisión de 2011.

MUNICIPALIDAD DE SAN CARLOS DE BARILOCHE. Comparación Anual Años 2005 a 2013. Entradas y ocupación

NEW ZEALAND TOURISM: Market&Stats

OCDE 2014. Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE 2014

OECD 2012. OECD Tourism Trends and Policies 2012

OECD 2012. OECD Tourism Trends and Policies 2012

OECD, "Green innovation in Tourism Services" en OECD, *Tourism Papers*, OECD Publishing, 2013.

OECD, *Green Innovation in Tourism Services*, OECD Tourism papers, 2013

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, *Panorama OMT del Turismo Internacional*, Edición 2014

PFETS – Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. Actualización 2011

PULIDO FERNÁNDEZ, J.I (coord.), *El Turismo Rural*, Editorial Síntesis, Madrid, 2008.

SENCE, *Informe regional para el proceso de levantamiento de demandas del mercado laboral*, 2014.

SERNATUR, CORFO, FEDETUR, *Diagnóstico Turismo Sustentable*,

SERNATUR:

- Plan de Acción 2014-2018. Sector Turismo. Región de Los Lagos
- Plan para el Desarrollo Turístico de la Región de Los Lagos 2011-2014
- Informe Anual de Turismo 2013. Publicado en Agosto de 2014.
- Informe Barómetro del Turismo. Año 2014
- Informe Comportamiento y Perfil del Turismo Receptivo 2013
- Informe de gestión Programa de Turismo Municipal. Región de Los Lagos 2014.
- Base de Datos de Servicios Turísticos 2014

SUBDERE: Observatorio Regional de Los Lagos

TIAC-AITC, *Gateway to Growth. Canadian Tourism Industry Annual Report*, 2012.

TIAC-AITC, *The Canadian Tourism Industry. A Special Report*, 2012.

TOURISM 2025, New Zealand tourism within the global environment

UNIVERSIDAD DE CHILE, Laboratorio de Análisis Territorial, Facultad de Ciencias Agronómicas, Informe Final "*Sistematización de información territorial ambiental asociada a Sitios Prioritarios para la Conservación de la Biodiversidad de la Región de Los Lagos*", 2010.

UNWTO, "World Tourism Barometer", Vol. 12, October 2014.

UNWTO, *Compendium of Tourism Statistics Data 2008-2012*, 2014 Edition

VVAA, *Planificación Territorial del Turismo*, Editorial UOC, Barcelona, 2013.

WORLD ECONOMIC FORUM, *Travel and Tourism Competitiveness Report 2013.*

WORLD TOURISM MARKET, *WTM Global Trends Report*, 2014.

Páginas web consultadas

Cámara de Turismo de Argentina http://www.camaradeturismo.org.ar/

Canadian Tourism Commission, http://en-corporate.canada.travel/research/statistics-figures/tourism-performance

Chile Travel www.chile.travel

FEDETUR www.fedetur.org

HOSTELTUR http://www.hosteltur.com

http://www.destinationbc.ca/

http://www.destinationbc.ca/Research/Industry-Performance/Tourism-Indicators.aspx#.VOc7Gbc5DGg

http://www.hellobc.com/

http://www.maoritourism.net/

http://www.newzealand.com/

http://www.parquesnacionales.gob.ar/

OCDE http://www.oecd.org

Organización Mundial del Turismo http://www.unwto.org

Tendencias del Turismo http://www.tendencias21.net

Turismo Argentina http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/?page_id=1416

Turismo y Tecnología http://www.turismoytecnologia.com

World Tourism Market http://www.wtmlondon.com

www.bariloche.gov.ar

www.barilocheturismo.gob.arg

GORE Los Lagos: http://www.intendencialoslagos.gov.cl/geografia.html

CONAF: http://www.conaf.cl/?s=a&region=los-lagos&parques=

Congreso Nacional de Chile: www.reportes comunales bcn.cl

Servicio de Impuestos internos: www.sii.cl

SENCE www.sence.cl

SERNATUR: www.sernatur.cl

ANEXO ESTADÍSTICO

1/ Correlación de actividades de turismo según clasificación OCDE y Servicio de Impuestos Internos.

En el informe país sobre turismo de la OCDE[152] para Chile se consideran los siguientes sectores y actividades en el ámbito del turismo.

Hoteles y establecimientos asimilados
Restauración y establecimientos de consumo de bebidas
Transporte de viajeros (aéreo, ferrocarril, carretera, agua
Servicios ligados al transporte de viajeros
Alquiler de equipamiento de transporte
Agencias de viajes y otros servicios de reservas
Industria de actividades culturales
Industria de actividades deportivas y de ocio
Comercio al por menor (retail) de productos característicos del turismo específicos del país considerado
Otras industrias características del turismo específicos del país considerado, que incluye alquiler de vehículos, museos, galerías de arte, casinos venta de productos de artesanía.

La clasificación de las actividades económicas utilizada por el Servicio de Impuesto Internos, no coincide exactamente con la propuesta por la OCDE, por lo que el análisis que se presenta a continuación se ha basado en la siguiente correlación.

Clasificación OCDE	Clasificación servicio de impuestos internos
Hoteles y establecimientos asimilados	551 - HOTELES, CAMPAMENTOS Y OTROS TIPOS DE HOSPEDAJE TEMPORAL 551010 - HOTELES 551020 - MOTELES 551030 - RESIDENCIALES 551090 - OTROS TIPOS DE HOSPEDAJE TEMPORAL COMO CAMPING, ALBERGUES, POSADAS, REF
Restauración y establecimientos de consumo de bebidas	552 - RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS 552010 - RESTAURANTES 552020 - ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA RAPIDA

[152] OCDE 2014. Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE 2014

Clasificación OCDE	Clasificación servicio de impuestos internos
	(BARES, FUENTES DE SODA, GELATERIAS, 552030 - CASINOS Y CLUBES SOCIALES 552040 - SERVICIOS DE COMIDA PREPARADA EN FORMA INDUSTRIAL 552050 - SERVICIOS DE BANQUETES, BODAS Y OTRAS CELEBRACIONES 552090 - SERVICIOS DE OTROS ESTABLECIMIENTOS QUE EXPENDEN COMIDAS Y BEBIDAS
Transporte de viajeros (aéreo, ferrocarril, carretera, agua	601 - TRANSPORTE POR FERROCARRILES 601001 - TRANSPORTE INTERURBANO DE PASAJEROS POR FERROCARRILES 602 - OTROS TIPOS DE TRANSPORTE POR VIA TERRESTRE 602110 - TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS VIA FERROCARRIL (INCLUYE METRO) 602120 - TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS VIA AUTOBUS (LOCOMOCION COLECTIVA) 602130 - TRANSPORTE INTERURBANO DE PASAJEROS VIA AUTOBUS 602140 - TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS VIA TAXI COLECTIVO 602190 - OTROS TIPOS DE TRANSPORTE REGULAR DE PASAJEROS POR VIA TERRESTRE N.C.P. 602210 - TRANSPORTES POR TAXIS LIBRES Y RADIOTAXIS 602220 - SERVICIOS DE TRANSPORTE A TURISTAS 602230 - TRANSPORTE DE PASAJEROS EN VEHICULOS DE TRACCION HUMANA Y ANIMAL 602290 - OTROS TIPOS DE TRANSPORTE NO REGULAR DE PASAJEROS N.C.P. 611 - TRANSPORTE MARITIMO Y DE CABOTAJE 611001 - TRANSPORTE MARITIMO Y DE CABOTAJE DE PASAJEROS 612 - TRANSPORTE POR VIAS DE NAVEGACION INTERIORES 612001 - TRANSPORTE DE PASAJEROS POR VIAS DE NAVEGACION INTERIORES 621 - TRANSPORTE POR VIA AEREA 621010 - TRANSPORTE REGULAR POR VIA AEREA DE PASAJEROS 622001 - TRANSPORTE NO REGULAR POR VIA AEREA DE PASAJEROS
Servicios ligados al transporte de viajeros	630 - ACT. DE TRANSPORTE COMPLEMENTARIAS Y AUXILIARES, AGENCIAS DE VIAJE 630310 - TERMINALES TERRESTRES DE PASAJEROS 630320 - ESTACIONAMIENTO DE VEHICULOS Y PARQUIMETROS 630330 - PUERTOS Y AEROPUERTOS 630340 - SERVICIOS PRESTADOS POR CONCESIONARIOS DE CARRETERAS 630390 - OTRAS ACTIVIDADES CONEXAS AL

Clasificación OCDE	Clasificación servicio de impuestos internos
	TRANSPORTE N.C.P. 630400 - AGENCIAS Y ORGANIZADORES DE VIAJES, ACTIVIDADES DE ASISTENCIA A TURISTA 630910 - AGENCIAS DE ADUANAS 630920 - AGENCIAS DE TRANSPORTE
Alquiler de equipamiento de transporte	711 - ALQUILER EQUIPO DE TRANSPORTE 711101 - ALQUILER DE AUTOS Y CAMIONETAS SIN CHOFER 711102 - ALQUILER DE OTROS EQUIPOS DE TRANSPORTE POR VIA TERRESTRE SIN OPERARIOS 711200 - ALQUILER DE TRANSPORTE POR VIA ACUATICA SIN TRIPULACION 711300 - ALQUILER DE EQUIPO DE TRANSPORTE POR VIA AEREA SIN TRIPULANTES 713010 - ALQUILER DE BICICLETAS Y ARTICULOS PARA DEPORTES
Agencias de viajes y otros servicios de reservas	
Industria de actividades culturales	921 - ACT. DE CINEMATOGRAFIA, RADIO Y TV Y OTRAS ACT. DE ENTRETENIMIENTO 921110 - PRODUCCION DE PELICULAS CINEMATOGRAFICAS 921120 - DISTRIBUIDORA CINEMATOGRAFICAS 921200 - EXHIBICION DE FILMES Y VIDEOCINTAS 921310 - ACTIVIDADES DE TELEVISION 921320 - ACTIVIDADES DE RADIO 921411 - SERVICIOS DE PRODUCCION DE RECITALES Y OTROS EVENTOS MUSICALES MASIVOS 921419 - SERVICIOS DE PRODUCCION TEATRAL Y OTROS N.C.P. 921420 - ACTIVIDADES EMPRESARIALES DE ARTISTAS 921430 - ACTIVIDADES ARTISTICAS, FUNCIONES DE ARTISTAS, ACTORES, MUSICOS, CONFER 921490 - AGENCIAS DE VENTA DE BILLETES DE TEATRO, SALAS DE CONCIERTO Y DE TEATRO 921911 - INSTRUCTORES DE DANZA 921912 - ACTIVIDADES DE DISCOTECAS, CABARET, SALAS DE BAILE Y SIMILARES 921920 - ACTIVIDADES DE PARQUES DE ATRACCIONES Y CENTROS SIMILARES 921930 - ESPECTACULOS CIRCENSES, DE TITERES U OTROS SIMILARES 921990 - OTRAS ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO N.C.P. 923 - ACTIVIDADES DE BIBLIOTECAS, ARCHIVOS Y MUSEOS Y OTRAS ACT. CULTURALES 923100 - ACTIVIDADES DE BIBLIOTECAS Y

Clasificación OCDE	Clasificación servicio de impuestos internos
	ARCHIVOS 923200 - ACTIVIDADES DE MUSEOS Y PRESERVACION DE LUGARES Y EDIFICIOS HISTORICOS 923300 - ACTIVIDADES DE JARDINES BOTANICOS Y ZOOLOGICOS Y DE PARQUES NACIONALES
Industria de actividades deportivas y de ocio	924 - ACTIVIDADES DEPORTIVAS Y OTRAS ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO 924110 - EXPLOTACION DE INSTALACIONES ESPECIALIZADAS PARA LAS PRACTICAS DEPORTIV 924120 - ACTIVIDADES DE CLUBES DE DEPORTES Y ESTADIOS 924131 - FUTBOL PROFESIONAL 924132 - FUTBOL AMATEUR 924140 - HIPODROMOS 924150 - PROMOCION Y ORGANIZACION DE ESPECTACULOS DEPORTIVOS 924160 - ESCUELAS PARA DEPORTES 924190 - OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS AL DEPORTE N.C.P. 924910 - SISTEMAS DE JUEGOS DE AZAR MASIVOS. 924920 - ACTIVIDADES DE CASINO DE JUEGOS 924930 - SALAS DE BILLAR, BOWLING, POOL Y JUEGOS ELECTRONICOS 924940 - CONTRATACION DE ACTORES PARA CINE, TV, Y TEATRO 924990 - OTROS SERVICIOS DE DIVERSION Y ESPARCIMIENTOS N.C.P.
Comercio al por menor (retail) de productos característicos del turismo específicos del país considerado	
Otras industrias características del turismo específicos del país considerado, que incluye alquiler de vehículos, museos, galerías de arte, casinos venta de productos de artesanía.	

2/ Cadena de Valor del Sector Turismo

Valores absolutos y porcentajes del número de empresas, las ventas y loa trabajadores de las actividades de turismo. Año 2013

ACTIVIDAD ECONOMICA. Año 2013	Número de Empresas	Reparto Porcentual sobre sector Turismo	Ventas (UF)	Reparto Porcentual sobre sector Turismo	Número de Trabajadores Dependientes Informados	Reparto Porcentual sobre sector Turismo
TOTAL X REGION LOS LAGOS	**51.155**		**513.366.453**		**290.804**	
TOTAL ACTIVIDADES TURISMO	**6.411**	**100,00**	**13.975.970**	**100,00**	**21.136**	**100,00**
551 - HOTELES, CAMPAMENTOS Y OTROS TIPOS DE HOSPEDAJE TEMPORAL	1.273	19,86	2.314.660	16,56	3.756	17,77
551010 - HOTELES	373	5,82	1.816.203	13,00	3.200	15,14
551020 - MOTELES	27	0,42	27.265	0,20	28	0,13
551030 - RESIDENCIALES	438	6,83	257.441	1,84	293	1,39
551090 - OTROS TIPOS DE HOSPEDAJE TEMPORAL COMO CAMPING, ALBERGUES, POSADAS, REF	435	6,79	213.750	1,53	235	1,11
552 - RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	2.006	31,29	2.631.167	18,83	4.972	23,52
552010 - RESTAURANTES	1.026	16,00	1.512.415	10,82	3.121	14,77
552020 - ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA RAPIDA (BARES, FUENTES DE SODA, GELATERIAS,	428	6,68	481.789	3,45	701	3,32
552030 - CASINOS Y CLUBES SOCIALES	14	0,22	31.369	0,22	92	0,44
552040 - SERVICIOS DE COMIDA PREPARADA EN FORMA INDUSTRIAL	96	1,50	224.399	1,61	615	2,91
552050 - SERVICIOS DE BANQUETES, BODAS Y OTRAS CELEBRACIONES	186	2,90	203.133	1,45	145	0,69
552090 - SERVICIOS DE OTROS ESTABLECIMIENTOS QUE EXPENDEN COMIDAS Y BEBIDAS	256	3,99	178.062	1,27	298	1,41

ACTIVIDAD ECONOMICA. Año 2013	Número de Empresas	Reparto Porcentual sobre sector Turismo	Ventas (UF)	Reparto Porcentual sobre sector Turismo	Número de Trabajadores Dependientes Informados	Reparto Porcentual sobre sector Turismo
601 - TRANSPORTE POR FERROCARRILES	3	0,05	0	0,00	0	0,00
601001 - TRANSPORTE INTERURBANO DE PASAJEROS POR FERROCARRILES	3	0,05	*		0	0,00
602 - OTROS TIPOS DE TRANSPORTE POR VIA TERRESTRE	2.159	33,68	3.027.574	21,66	4.660	22,05
602110 - TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS VIA FERROCARRIL (INCLUYE METRO)	12	0,19	*		17	0,08
602120 - TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS VIA AUTOBUS (LOCOMOCION COLECTIVA)	566	8,83	917.279	6,56	1.192	5,64
602130 - TRANSPORTE INTERURBANO DE PASAJEROS VIA AUTOBUS	166	2,59	1.117.297	7,99	2.403	11,37
602140 - TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS VIA TAXI COLECTIVO	345	5,38	99.811	0,71	110	0,52
602190 - OTROS TIPOS DE TRANSPORTE REGULAR DE PASAJEROS POR VIA TERRESTRE N.C.P.	167	2,60	214.820	1,54	306	1,45
602210 - TRANSPORTES POR TAXIS LIBRES Y RADIOTAXIS	106	1,65	19.949	0,14	19	0,09
602220 - SERVICIOS DE TRANSPORTE A TURISTAS	99	1,54	43.613	0,31	108	0,51
602230 - TRANSPORTE DE PASAJEROS EN VEHICULOS DE TRACCION HUMANA Y ANIMAL	6	0,09	*		0	0,00
602290 - OTROS TIPOS DE TRANSPORTE NO REGULAR DE PASAJEROS N.C.P.	692	10,79	614.805	4,40	505	2,39
611 - TRANSPORTE MARITIMO Y DE CABOTAJE	79	1,23	3.654.477	26,15	1.735	8,21
611001 - TRANSPORTE MARITIMO Y DE CABOTAJE DE PASAJEROS	79	1,23	3.654.477	26,15	1.735	8,21
612 - TRANSPORTE POR VIAS DE NAVEGACION INTERIORES	47	0,73	289.207	2,07	263	1,24
612001 - TRANSPORTE DE PASAJEROS POR VIAS DE NAVEGACION INTERIORES	47	0,73	289.207	2,07	263	1,24
621 - TRANSPORTE POR VIA AEREA	13	0,20	0	0,00	55	0,26
621010 - TRANSPORTE REGULAR POR VIA AEREA DE PASAJEROS	12	0,19	*		52	0,25

ACTIVIDAD ECONOMICA. Año 2013	Número de Empresas	Reparto Porcentual sobre sector Turismo	Ventas (UF)	Reparto Porcentual sobre sector Turismo	Número de Trabajadores Dependientes Informados	Reparto Porcentual sobre sector Turismo
622001 - TRANSPORTE NO REGULAR POR VIA AEREA DE PASAJEROS	1	0,02	*		3	0,01
630 - ACT. DE TRANSPORTE COMPLEMENTARIAS Y AUXILIARES, AGENCIAS DE VIAJE	211	3,29	1.127.696	8,07	905	4,28
630310 - TERMINALES TERRESTRES DE PASAJEROS	4	0,06	*		21	0,10
630320 - ESTACIONAMIENTO DE VEHICULOS Y PARQUIMETROS	36	0,56	355.191	2,54	319	1,51
630330 - PUERTOS Y AEROPUERTOS	20	0,31	421.581	3,02	239	1,13
630340 - SERVICIOS PRESTADOS POR CONCESIONARIOS DE CARRETERAS	2	0,03	*		2	0,01
630390 - OTRAS ACTIVIDADES CONEXAS AL TRANSPORTE N.C.P.	24	0,37	116.228	0,83	28	0,13
630400 - AGENCIAS Y ORGANIZADORES DE VIAJES, ACTIVIDADES DE ASISTENCIA A TURISTA	117	1,82	234.697	1,68	265	1,25
630910 - AGENCIAS DE ADUANAS	3	0,05	*		20	0,09
630920 - AGENCIAS DE TRANSPORTE	5	0,08	*		11	0,05
711 - ALQUILER EQUIPO DE TRANSPORTE	387	6,04	817.277	5,85	1.035	4,90
711101 - ALQUILER DE AUTOS Y CAMIONETAS SIN CHOFER	342	5,33	495.786	3,55	470	2,22
711102 - ALQUILER DE OTROS EQUIPOS DE TRANSPORTE POR VIA TERRESTRE SIN OPERARIOS	24	0,37	19.088	0,14	2	0,01
711200 - ALQUILER DE TRANSPORTE POR VIA ACUATICA SIN TRIPULACION	20	0,31	302.404	2,16	563	2,66
711300 - ALQUILER DE EQUIPO DE TRANSPORTE POR VIA AEREA SIN TRIPULANTES	0	0,00	0	0,00	0	0,00
713010 - ALQUILER DE BICICLETAS Y ARTICULOS PARA DEPORTES	1	0,02	*		0	0,00
921 - ACT. DE CINEMATOGRAFIA, RADIO Y TV Y OTRAS ACT. DE ENTRETENIMIENTO	109	1,70	57.061	0,41	163	0,77
921110 - PRODUCCION DE PELICULAS CINEMATOGRAFICAS	4	0,06	*		3	0,01

ACTIVIDAD ECONOMICA. Año 2013	Número de Empresas	Reparto Porcentual sobre sector Turismo	Ventas (UF)	Reparto Porcentual sobre sector Turismo	Número de Trabajadores Dependientes Informados	Reparto Porcentual sobre sector Turismo
921120 - DISTRIBUIDORA CINEMATOGRAFICAS	2	0,03	*		42	0,20
921200 - EXHIBICION DE FILMES Y VIDEOCINTAS	0	0,00	0	0,00	0	0,00
921310 - ACTIVIDADES DE TELEVISION	17	0,27	16.774	0,12	37	0,18
921320 - ACTIVIDADES DE RADIO	17	0,27	22.846	0,16	38	0,18
921411 - SERVICIOS DE PRODUCCION DE RECITALES Y OTROS EVENTOS MUSICALES MASIVOS	13	0,20	5.225	0,04	8	0,04
921419 - SERVICIOS DE PRODUCCION TEATRAL Y OTROS N.C.P.	1	0,02	*		0	0,00
921420 - ACTIVIDADES EMPRESARIALES DE ARTISTAS	8	0,12	*		2	0,01
921430 - ACTIVIDADES ARTISTICAS, FUNCIONES DE ARTISTAS, ACTORES, MUSICOS, CONFER	7	0,11	*		3	0,01
921490 - AGENCIAS DE VENTA DE BILLETES DE TEATRO, SALAS DE CONCIERTO Y DE TEATRO	0	0,00	0	0,00	0	0,00
921911 - INSTRUCTORES DE DANZA	0	0,00	0	0,00	0	0,00
921912 - ACTIVIDADES DE DISCOTECAS, CABARET, SALAS DE BAILE Y SIMILARES	21	0,33	10.553	0,08	30	0,14
921920 - ACTIVIDADES DE PARQUES DE ATRACCIONES Y CENTROS SIMILARES	1	0,02	*		0	0,00
921930 - ESPECTACULOS CIRCENSES, DE TITERES U OTROS SIMILARES	2	0,03	*		0	0,00
921990 - OTRAS ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO N.C.P.	12	0,19	1.664	0,01	0	0,00
922002 - SERVICIOS PERIODISTICOS PRESTADO POR PROFESIONALES	4	0,06	*		0	0,00
923 - ACTIVIDADES DE BIBLIOTECAS, ARCHIVOS Y MUSEOS Y OTRAS ACT. CULTURALES	2	0,03	0	0,00	2	0,01
923100 - ACTIVIDADES DE BIBLIOTECAS Y ARCHIVOS	1	0,02	*		0	0,00
923200 - ACTIVIDADES DE MUSEOS Y PRESERVACION DE LUGARES Y EDIFICIOS HISTORICOS	0	0,00	0	0,00	0	0,00

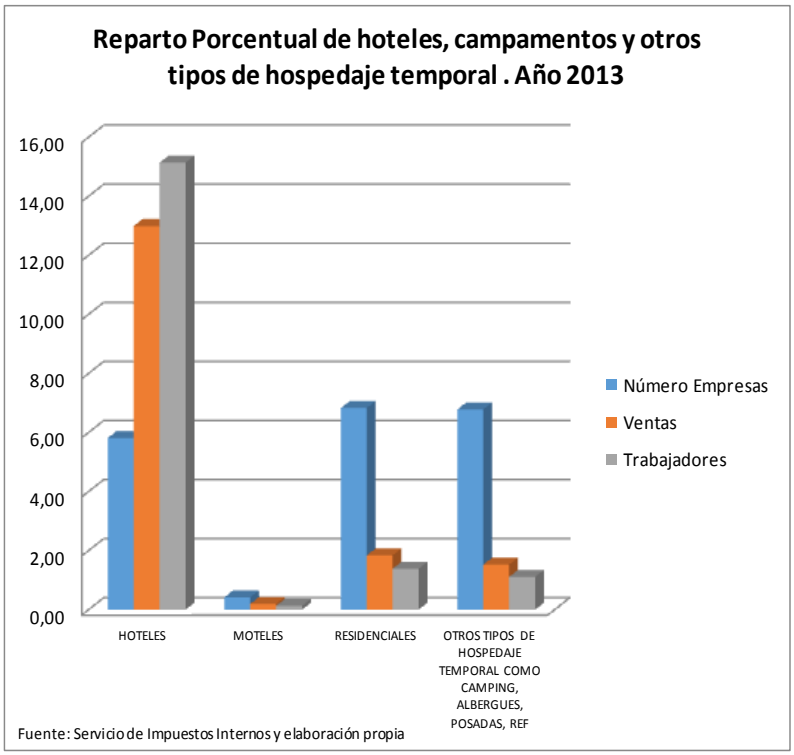
ACTIVIDAD ECONOMICA. Año 2013	Número de Empresas	Reparto Porcentual sobre sector Turismo	Ventas (UF)	Reparto Porcentual sobre sector Turismo	Número de Trabajadores Dependientes Informados	Reparto Porcentual sobre sector Turismo
923300 - ACTIVIDADES DE JARDINES BOTANICOS Y ZOOLOGICOS Y DE PARQUES NACIONALES	1	0,02	*		2	0,01
924 - ACTIVIDADES DEPORTIVAS Y OTRAS ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO	122	1,90	56.851	0,41	3.590	16,99
924110 - EXPLOTACION DE INSTALACIONES ESPECIALIZADAS PARA LAS PRACTICAS DEPORTIV	8	0,12	*		100	0,47
924120 - ACTIVIDADES DE CLUBES DE DEPORTES Y ESTADIOS	19	0,30	19.293	0,14	56	0,26
924131 - FUTBOL PROFESIONAL	0	0,00	0	0,00	0	0,00
924132 - FUTBOL AMATEUR	0	0,00	0	0,00	0	0,00
924140 - HIPODROMOS	0	0,00	0	0,00	0	0,00
924150 - PROMOCION Y ORGANIZACION DE ESPECTACULOS DEPORTIVOS	4	0,06	*		0	0,00
924160 - ESCUELAS PARA DEPORTES	0	0,00	0	0,00	0	0,00
924190 - OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS AL DEPORTE N.C.P.	4	0,06	*		1	0,00
924910 - SISTEMAS DE JUEGOS DE AZAR MASIVOS.	3	0,05	*		1	0,00
924920 - ACTIVIDADES DE CASINO DE JUEGOS	2	0,03	*		632	2,99
924930 - SALAS DE BILLAR, BOWLING, POOL Y JUEGOS ELECTRONICOS	42	0,66	18.869	0,14	46	0,22
924940 - CONTRATACION DE ACTORES PARA CINE, TV, Y TEATRO	0	0,00	0	0,00	0	0,00
924990 - OTROS SERVICIOS DE DIVERSION Y ESPARCIMIENTOS N.C.P.	40	0,62	18.689	0,13	2.754	13,03

Fuente: Servicios Impuestos Internos y elaboración propia

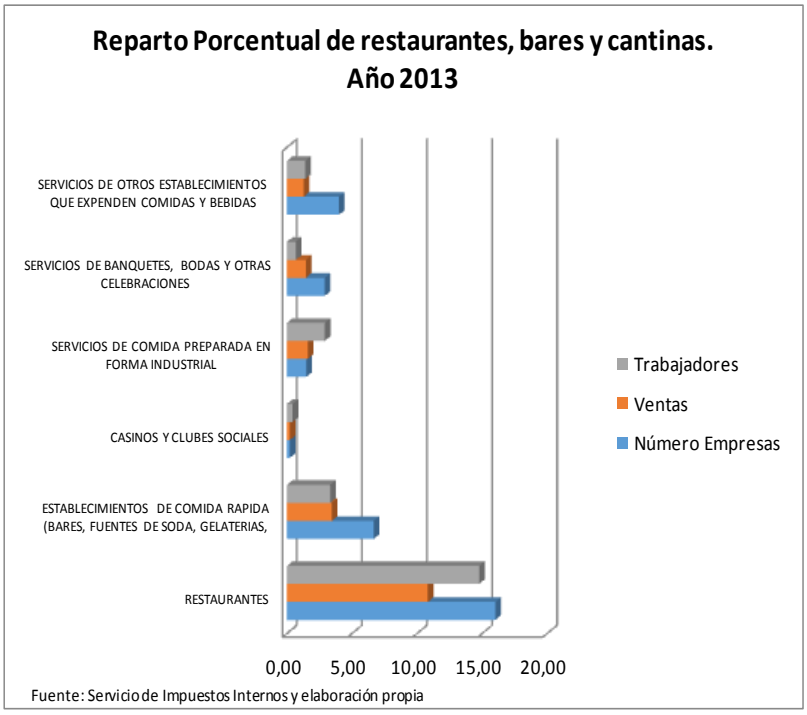
TIC	Número de Empresas	Ventas (UF)	Número de Trabajadores Dependientes Informados
TELECOMUNICACIONES	144	235.064	465
SERVICIOS INFORMATICOS	65	77.053	101
SERVICIOS INFORMATICOS	74	89.029	112
TOTAL TIC	**283**	**401.147**	**678**
% sobre total regional	**0,55**	**0,08**	**0,23**

SERVICIOS PUBLICIDAD	Número de Empresas	Ventas (UF)	Número de Trabajadores Dependientes Informados
PUBLICIDAD	148	157.085	220
% Total Regional	0,29	0,03	0,08

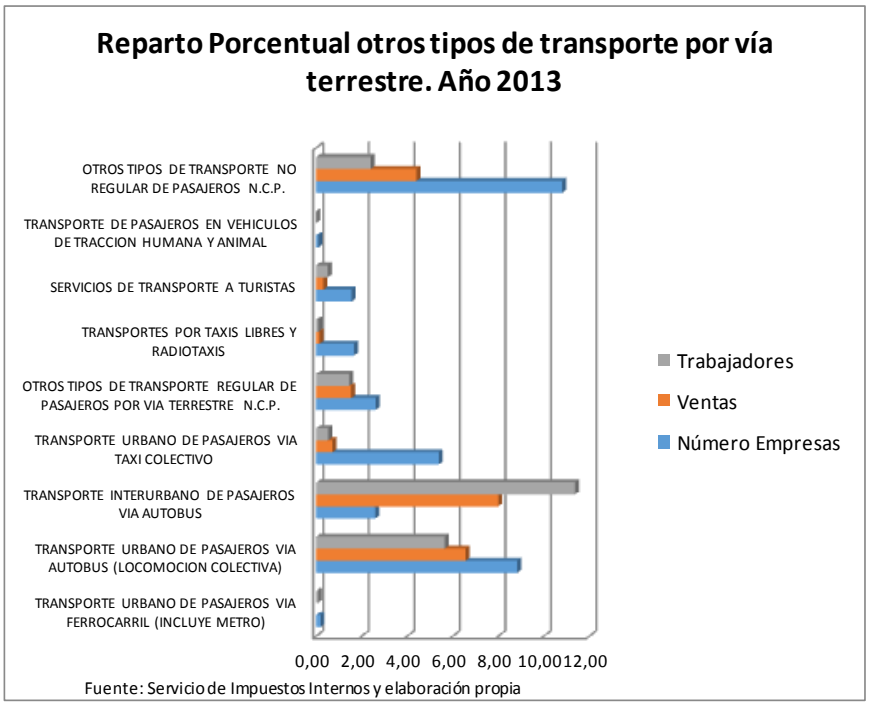
3/ Detalle de las principales actividades de la cadena de valor



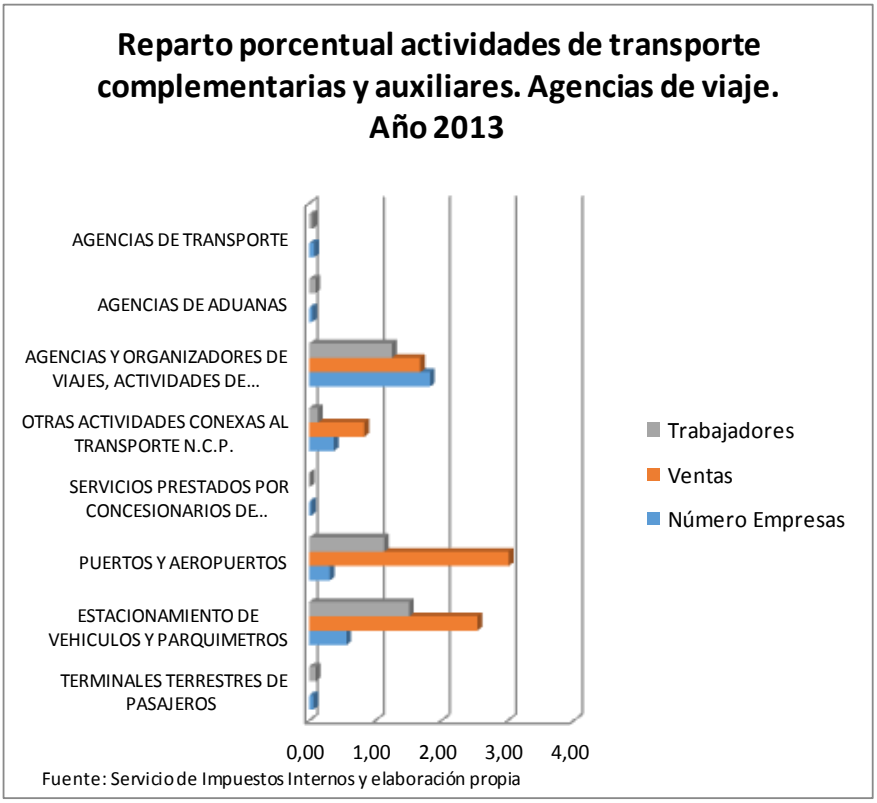
Fuente: Servicio de Impuestos Internos y elaboración propia



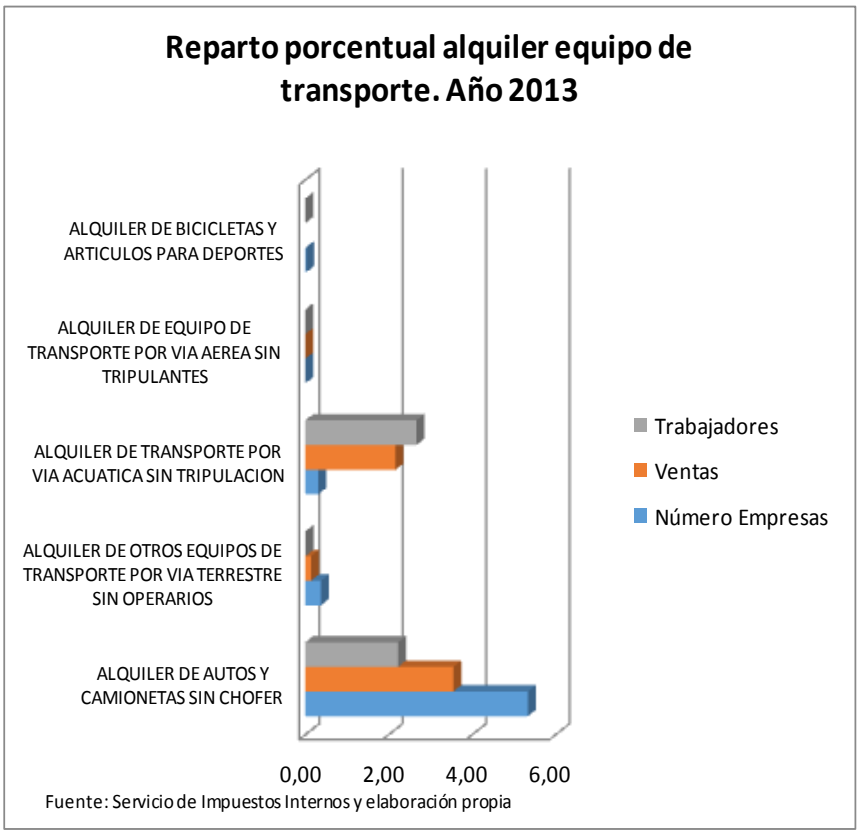
Fuente: Servicio de Impuestos Internos y elaboración propia



Fuente: Servicio de Impuestos Internos y elaboración propia



Fuente: Servicio de Impuestos Internos y elaboración propia



Fuente: Servicio de Impuestos Internos y elaboración propia

4/ Estadísticas Comunales

Estadísticas de alojamiento turístico según Provincia y Comuna en la Región de Los Lagos. Año 2013

Región, Provincia y Comuna	Llegadas			Pernoctación			Capacidad- días ofrecida Promedio anual	
	Total	Chilenos	Extranjeros	Total	Chilenos	Extranjeros	Habitaciones	Camas
Total País	6.774.185	4.613.543	2.160.642	13.240.290	8.686.841	4.553.449	1.652.759	2.817.917
Región de Los Lagos	536.223	387.977	148.246	890.460	657.538	232.922	99.486	196.380
Provincia Llanquihue	363.723	246.420	117.303	587.306	405.807	181.499	65.695	117.971
Puerto Montt	121.086	100.868	20.218	205.597	168.495	37.102	29.836	54.282
Frutillar	3.893	2.976	917	10.538	8.419	2.119	1.526	4.157
Los Muermos	103	101	2	238	231	7	292	467
Llanquihue	1.329	1.290	39	1.864	1.796	68	1.593	0
Maullín	1.436	1.408	28	1.803	1.775	28	982	2.493
Puerto Varas	235.876	139.777	96.099	367.266	225.091	142.175	32.131	57.850
Provincia Chiloé	62.691	56.123	6.568	105.743	94.310	11.433	17.012	32.232
Castro	35.889	32.931	2.958	61.328	55.966	5.362	8.683	14.561
Ancud	14.846	11.670	3.176	28.358	22.913	5.445	4.645	10.667
Chonchi	1.953	1.866	87	3.532	3.429	103	669	2.185
Dalcahue	1.712	1.585	127	2.150	1.994	156	753	1.889

Región, Provincia y Comuna	Llegadas			Pernoctación			Capacidad- días ofrecida Promedio anual	
	Total	Chilenos	Extranjeros	Total	Chilenos	Extranjeros	Habitaciones	Camas
Quellón	8.222	8.005	217	10.306	9.942	364	2.445	4.917
Quinchao	69	66	3	69	66	3	456	669
Provincia Osorno	109.510	85.248	24.262	197.000	157.142	39.858	23.422	50.582
Osorno	63.102	46.900	16.202	100.865	76.511	24.354	12.521	21.746
Puerto Octay	3.281	2.840	441	7.359	6.305	1.054	2.320	3.037
Puyehue	43.127	35.508	7.619	88.776	74.326	14.450	10.031	25.799
Provincia Palena	299	186	113	411	279	132	649	1.180
Futaleufú	131	86	45	169	110	59	325	649
Hualaihué	168	100	68	242	169	73	325	531

Fuente: SERNATUR

Llegadas a alojamiento turístico en la Región de Los Lagos según, tipo alojamiento, Provincia y Comuna. Año 2013

Región, Provincia y Comuna	Llegadas TOTAL			Llegadas HOTEL			Llegadas RESIDENCIAL			Llegadas MOTEL			Llegadas APARTHOTEL			Llegadas CAMPING (Sitios y Cabañas)					
																Sitios			Cabañas		
	Total	Chilenos	Extranjeros	Total	Chilenos	Extranjeros	Total	Chilenos	Extranjeros	Total	Chilenos	Extranjeros	Total	Chilenos	Extranjeros	Total	Chilenos	Extranjeros	Total	Chilenos	Extranjeros
Total CHILE	6.774.185	4.613.543	2.160.642	5.280.090	3.391.840	1.888.250	250.538	184.610	65.928	417.313	389.483	27.830	434.329	272.757	161.572	329.099	323.162	5.937	49.325	45.605	3.720
Región de Los Lagos	536.223	387.977	148.246	406.919	275.914	131.005	24.636	19.546	5.090	38.302	33.428	4.874	19.999	16.186	3.813	32.028	31.300	728	14.112	11.450	2.662
Provincia Llanquihue	363.723	246.420	117.303	288.048	178.346	109.702	10.996	8.707	2.289	18.070	16.181	1.889	18.609	15.473	3.136	27.109	26.880	229	891	833	58
Puerto Montt	121.086	100.868	20.218	83.045	68.531	14.514	10.172	8.139	2.033	8.070	7.665	405	18.609	15.473	3.136	548	476	72	642	584	58
Frutillar	3.893	2.976	917	1.959	1.218	741	0	0	0	1.934	1.758	176	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Los Muermos	103	101	2	0	0	0	103	101	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Llanquihue	1.329	1.290	39	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.329	1.290	39	0	0	0
Maullín	1.436	1.408	28	0	0	0	0	0	0	579	551	28	0	0	0	608	608	0	249	249	0
Puerto Varas	235.876	139.777	96.099	203.044	108.597	94.447	721	467	254	7.487	6.207	1.280	0	0	0	24.624	24.506	118	0	0	0
Provincia Chiloé	62.691	56.123	6.568	49.293	43.806	5.487	5.855	5.321	534	4.788	4.414	374	0	0	0	1.796	1.651	145	959	931	28
Castro	35.889	32.931	2.958	28.318	25.822	2.496	5.183	4.844	339	0	0	0	0	0	0	1.569	1.471	98	819	794	25
Ancud	14.846	11.670	3.176	10.718	8.052	2.666	603	411	192	3.158	2.890	268	0	0	0	227	180	47	140	137	3
Chonchi	1.953	1.866	87	1.953	1.866	87	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dalcahue	1.712	1.585	127	1.421	1.336	85	0	0	0	291	249	42	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Quellón	8.222	8.005	217	6.883	6.730	153	0	0	0	1.339	1.275	64	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Quinchao	69	66	3	0	0	0	69	66	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Provincia Osorno	109.510	85.248	24.262	69.410	53.662	15.748	7.654	5.432	2.222	15.444	12.833	2.611	1.390	713	677	3.123	2.769	354	12.262	9.686	2.576
Osorno	63.102	46.900	16.202	45.108	32.726	12.382	7.310	5.196	2.114	9.000	8.079	921	1.390	713	677	294	186	108	0	0	0
Puerto Octay	3.281	2.840	441	0	0	0	0	0	0	1.455	1.254	201	0	0	0	1.599	1.433	166	0	0	0
Puyehue	43.127	35.508	7.619	24.302	20.936	3.366	344	236	108	4.989	3.500	1.489	0	0	0	1.230	1.150	80	12.262	9.686	2.576
Provincia Palena	299	186	113	168	100	68	131	86	45	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Futaleufú	131	86	45	0	0	0	131	86	45	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hualaihué	168	100	68	168	100	68	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

5/ Establecimientos de Servicios Turísticos

Número de Establecimientos de Servicios Turísticos en la Región de Los Lagos. Año 2014

Establecimientos de Servicios Turísticos	Número
Alojamientos turísticos	**888**
Servicios turismo aventura	**93**
Alta montaña	3
Barranquismo, exploración de cañones o canyoning	2
Buceo recreativo autónomo	1
Cabalgatas	7
Canotaje	8
Cicloturismo	4
Descenso en balsa o rafting	7
Deslizamientos sobre nieve en áreas no delimitadas	1
Desplazamiento en cables: canopy, tirolesa y arborismo	8
Escalada en roca	1
Excursionismo o trekking	9
Hidrotrineo o hidrospeed	1
Montaña	2
Observación de flora y fauna	2
Paseos naúticos	14
Pesca recreativa	17
Recorrido en vehículos todo terreno u off road	1
Senderismo o hiking	5
Agencias de viaje y tour operadores	**86**
Agencia de viajes emisiva ;	1
Agencia de viajes receptiva	17
Agencia de viajes receptiva y emisiva ;	25
Tour operador domestico o interno	8
Tour operador receptivo ;	21
Tour operador receptivo y emisivo ;	14
Guías	**70**
Especializada	19
General	34

Establecimientos de Servicios Turísticos	Número
Local	15
Sitio	2
Restaurantes	**281**
Arriendo vehículos	**23**
Alquiler de biciletas	2
Alquiler de autos	21
Servicios culturales	**3**
Servicios de esparcimiento	**23**
Casino de juego	3
Centro de eventos	4
Centro termal	2
Otros (balnearios/granjas educativas/parcelas ecológicas/spa/cyber café/piscinas)	13
Por definir	1
Artesanía	**68**
Centro o feria artesanal ;	17
Independiente	50
Por definir	1
Transfer	**7**
Servicios de transporte de pasajeros por carretera	**13**
Servicio de transporte de pasajeros aéreo	**2**
Taxis y buses	**29**
Servicios deportivos	**4**
Servicio de transporte de pasajeros por via maritima	**9**

Fuente: Base de Datos Servicios Turísticos Sernatur 2014

6/ Inversión Regional en Turismo y Comercio en el período 1990-2014

Reparto de la inversión regional en turismo y comercio en el período 1990-2014, según conceptos.

CONCEPTO	INVERSIÓN	Reparto Porcentual
OBRAS E INFRAESTRUCTURAS	10.492.726.997	42,71
EMPRENDIMIENTO Y ARTESANIA	3.666.063.957	14,92
CAPACITACIÓN	1.811.285.854	7,37
PROMOCIÓN Y MARKETING	1.792.578.113	7,30
VARIOS	1.732.015.481	7,05
REDES	1.702.397.996	6,93
FORTALECIMIENTO DESTINOS TURISTICOS	1.596.437.668	6,50
ESTUDIOS E INVESTIGACIÓN	623.885.695	2,54
TIC Y CONECTIVIDAD DIGITAL	590.104.184	2,40
MEDIO AMBIENTE	278.500.000	1,13
INFORMACION Y GUIAS	95.040.000	0,39
PLANOS REGULADORES Y PLANES	80.200.000	0,33
PATRIMONIO	63.860.000	0,26
SEÑALIZACIÓN	39.999.327	0,16
TOTAL	**24.565.095.272**	**100,00**

Fuente: División de Análisis y Control. Gobierno Regional de Los Lagos

Desglose de los conceptos en proyectos de turismo y comercio apoyados por la inversión regional en el período 1990-2014.

COMUNA	NOMBRE DEL PROYECTO	COSTO	INVERSION	AÑO
	PROMOCIÓN Y MARKETING		**1.792.578.113**	
REGIONAL	PROGRAMA DIFUSION INT.TURISMO REGION DE LOS LAGOS	1.901.077	1.901.077	1990
REGIONAL	PROGRAMA DIFUSION INT.TURISMO REGION DE LOS LAGOS	14.801.382	14.801.382	1991
REGIONAL	PROGRAMA DIFUSION INT.TURISMO REGION DE LOS LAGOS	4.848.399	4.848.399	1992
REGIONAL	PROGRAMA DIFUSION INTERNAC.TURISMO X REGION(ET.1)	754.040	754.040	1993
REGIONAL	DIFUSION TURISTICA INTERN. XA. REGION	11.049.066	11.049.066	1995
REGIONAL	DIFUSION TURISTICA DE LA REGION DE LOS LAGOS	933.933	933.933	1998
REGIONAL	DIFUSION INTERNACIONAL REGION DE LOS LAGOS FERIA HANNOVER	40.378.598	40.378.598	1999
REGIONAL	DIFUSION TURISTICA DE LA REGION DE LOS LAGOS	14.788.968	14.788.968	1999
REGIONAL	DIFUSION TURISTICA DE LA REGION DE LOS LAGOS	4.717.374	4.717.374	2000
REGIONAL	DIFUSION INTERNACIONAL REGION DE LOS LAGOS FERIA HANNOVER	1.149.391	1.149.391	2001
PROV. PALENA	DIFUSION Y PROMOCION DE LA ZONA PATAGONICA VERDE	198.599.975	198.599.975	2010
REGIONAL	PROGRAMA EN MARKETING PARA PYMES	750.000.000	186.005.000	2012
REGIONAL-TURISMO	PROGRAMA EN MARKETING PARA PYMES	750.000.000	100.000.000	2013
SERNATUR	TRANSFERENCIA PROGRAMA EN MARKETING PARA PYMES	750000000	463.995.000	2014
REGIONAL	TRANSFERENCIA EN PROMOCION Y ATRACCION DE INVERSIONES REGIONALES	249.767.000	141.366.000	2005
REGIONAL	TRANSFERENCIA EN PROMOCION Y ATRACCION DE INVERSIONES REGIONALES	249.767.000	108.401.000	2006
REGIONAL	TRANSFERENCIA FERIA TRAVEL MART PATAGONIA CHILE 2009	498.889.000	498.888.910	2009
	ESTUDIOS E INVESTIGACIÓN		**623.885.695**	
REGIONAL	INVESTIGACION ELABORACION PLAN MAESTRO DESARR.TURISTICO REGION	20.600	20.600	1991
REGIONAL	INVESTIGACION ELABORACION PLAN MAESTRO DESARR.TURISTICO REGION	7.621.523	7.621.523	1992
CHAITEN	INVESTIGACION POTENCIALIDAD ECONOMICA LAGO YELCHO	10.961.452	10.961.452	1992
REGIONAL	INVESTIGACION ELABORACION PLAN MAESTRO DES.TURISTICO REGION	4.113.836	4.113.836	1993
PROV. PALENA	INVESTIGACION POTENCIALIDAD ECONOMICA LAGO YELCHO	4.885.791	4.885.791	1993
REGIONAL	CONSTRUCCION INDICE ACT.ECONOMICA XA.R.	4.021.450	4.021.450	1994
REGIONAL	INVESTIGACION ELABORACION PLAN MAESTRO DESARR. TURISTICO REGION	425.355	425.355	1994
REGIONAL	CONSTRUCCION INDICE ACT.ECONOMICA XA.R.	9.698.317	9.698.317	1995

COMUNA	NOMBRE DEL PROYECTO	COSTO	INVERSION	AÑO
REGIONAL	INVESTIGACION ELABORACION PLAN MAESTRO DESARR.TURISTICO REGION	57.007	57.007	1996
REGIONAL	APLIC. ELAB. SIST. REG.INFORMA.ECONOMICA PROD.	1.996.852	1.996.852	1999
REGIONAL	DIAGNOSTICO POBL. FLOTANTE PROV. DE CHILOE Y CIUDAD DE PTO. MONTT	19.172.155	19.172.155	1999
REGIONAL	DIAGNOSTICO Y ADECUACION REGIONAL DE LOS INSTRUMENTOS DE FOMENTO PRODUCTIVO	25.292.692	25.292.692	1999
REGIONAL	INV.EST.EVAL.Y ORD.POTENCIAL BIOLOG.PESCA DEPORTIVA	22.250.632	22.250.632	1999
REGIONAL	APLIC. ELAB. SIST. REG.INFORMA.ECONOMICA PROD.	33.855.512	33.855.512	2000
REGIONAL	DIAGNOSTICO POBL. FLOTANTE PROV. DE CHILOE Y CIUDAD DE PTO. MONTT	7.862.814	7.862.814	2000
REGIONAL	DIAGNOSTICO Y ADECUACION REGIONAL DE LOS INSTRUMENTOS DE FOMENTO PRODUCTIVO	15.798.060	15.798.060	2000
REGIONAL	INV.EST.EVAL.Y ORD.POTENCIAL BIOLOG.PESCA DEPORTIVA	14.194.980	14.194.980	2000
REGIONAL	APLIC. ELAB. SIST. REG.INFORMA.ECONOMICA PROD.	7.208.760	7.208.760	2001
REGIONAL	ANALISIS Y PROPUESTA DE UN SISTEMA REGIONAL DE CAPACITACION REGIONAL	2.347.152	2.347.152	2001
REGIONAL	DIAGNOSTICO Y ADECUACION REGIONAL DE LOS INSTRUMENTOS DE FOMENTO PRODUCTIVO	41.736	41.736	2001
REGIONAL	INV.EST.EVAL.Y ORD.POTENCIAL BIOLOG.PESCA DEPORTIVA	11.244.876	11.244.876	2001
REGIONAL	INVESTIGACION PARA DESARROLLO AREA MARINA COSTERA	312.418.000	0	2005
REGIONAL	INVESTIGACION PARA DESARROLLO AREA MARINA COSTERA	312.418.000	3.000.000	2006
REGIONAL	SEGUIMIENTO SATISFACCION TURISCA EN COMUNIDADES DE CHILOE -PALENA	185.081.000	0	2004
REGIONAL	SEGUIMIENTO SATISFACCION TURISCA EN COMUNIDADES DE CHILOE -PALENA	183.225.000	49.008.803	2005
REGIONAL	SEGUIMIENTO SATISFACCION TURISCA EN COMUNIDADES DE CHILOE -PALENA	177.611.210	62.163.923	2006
REGIONAL	SEGUIMIENTO SATISFACCION TURISCA EN COMUNIDADES DE CHILOE -PALENA	182.217.210	26.641.681	2007
REGIONAL	SEGUIMIENTO SATISFACCION TURISCA EN COMUNIDADES DE CHILOE -PALENA	164.456.089	26.641.682	2008
REGIONAL	SEGUIMIENTO SATISFACCION TURISTICA CHALIOE - PALENA	182.217.210	17.761.121	2009
P. VARAS	DIAGNOSTICO INTEGRAL ZONA TIPICA DE PUERTO VARAS	66.730.000	1.123.600	2010
REGIONAL	ESTUDIO Y POLITICA REGIONAL DE TURISMO	210.000.000	0	2013
FRESIA	DIAGNOSTICO PARA LA FACTIBILIDAD TECNICA DE NAVEGALIDAD DEL RIO LLICO (C33)	115875403	68.489.692	2014
REGIONAL	DIAGNOSTICO ESTUDIO Y POLITICA REGIONAL DE TURISMO (C33)	210000000	13.885.426	2014
REGIONAL	DETERMINACION Y EVALUACION DE LOS FACTORES QUE INCIDEN EN LOS STOCK	125.000.000	0	2012

COMUNA	NOMBRE DEL PROYECTO	COSTO	INVERSION	AÑO
P. VARAS	DIAGNOSTICO INTEGRAL ZONA TIPICA DE PUERTO VARAS	66.730.000	38.099.600	2011
REGIONAL	DETERMINACION Y EVALUACION DE LOS FACTORES QUE INCIDE EN LOS STOCK DE SALMONIDOS, OBEJTO DE PESCA RECREATIVA EN EL RIO PALENA, EN UN MARCO DE SUSTANTEBILIDAD ECONOMICA AMBIENTAL	125.000.000	112.500.000	2011
REGIONAL-FIC	DETERMINACION Y EVALUACION DE LOS FACTORES QUE INCIDEN EN LOS STOCK	125.000.000	0	2013
REGIONAL-FIC	DETERMINACION Y EVALUACION DE LOS FACTORES QUE INCIDEN EN LOS STOCK	125000000	1.498.613	2014
	SEÑALIZACIÓN		**39.999.327**	
PANGUIPULLI	EQUIPAMIENTO SEÑALIZACION TURISTICA EN LOS CAMINOS DE PANGUIPULLI	18.412.359	18.412.359	1999
C.VELEZ	INSTALACION SEÑALETICA TURISTICA EN LA COMUNA DE CURACO DE VELEZ	20.500.000	500.000	2003
C.VELEZ	INSTALACION SEÑALETICA TURISTICA EN LA COMUNA DE CURACO DE VELEZ	21.586.968	21.086.968	2004
ANCUD	ADQUISICION E IMPL SEÑALETICA PLAN MITIGACION DE EVENTOS TSUNAMICOS (CIRC.33)	39.424.000	0	2011
	CAPACITACIÓN		**1.811.285.854**	
REGIONAL	ANALISIS Y PROPUESTA DE UN SISTEMA REGIONAL DE CAPACITACION REGIONAL	14.607.825	14.607.825	1999
REGIONAL	ANALISIS Y PROPUESTA DE UN SISTEMA REGIONAL DE CAPACITACION REGIONAL	9.946.118	9.946.118	2000
PROV. CHILOE	CAPACITAC. PARA EL DESARROLL. TURISTICO	711.794.000	0	2003
PROV. PALENA	CAPACITACION. PARA EL DESRROLLO TURISTICO DE PALENA	868.110.000	0	2003
REGIONAL	DIFUSION Y CAPACITACION PARA COMPETITIVIDAD TURISTICA Xª REGION	720.000.000	357.522.929	2005
REGIONAL	DIFUSION Y CAPACITACION PARA COMPETITIVIDAD TURISTICA Xª REGION	720.000.000	232.303.898	2006
REGIONAL	DIFUSION Y CAPACITACION PARA COMPETITIVIDAD TURISTICA Xª REGION	720.000.000	124.922.272	2007
REGIONAL	DIFUSION Y CAPACITACION PARA MEJORAMIENTO CALIDAD DE SERVICIOS TURISTICOS REGIONALES	978.532.000	27.777.000	2007
REGIONAL	DIFUSION Y CAPACITACION PARA MEJORAMIENTO CALIDAD DE SERVICIOS TURISTICOS REGIONALES	867.377.000	462.637.000	2008
REGIONAL	DIFUSION Y CAPACITACION PARA MEJORAMIENTO CALIDAD DE SERVICIOS TURISTICOS REGIONALES DICATUR	867.376.812	67.234.812	2010
REGIONAL	DIFUSION Y CAPACITACION PARA MEJORAMIENTO CALIDAD DE SERVICIOS TURISTICOS REGIONALES	867.377.000	309.728.000	2009
REGIONAL	PROGRAMA CAPACITACION Y ASISTENCIA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA PESCA RECREATIVA	375.000.000	93.749.000	2012
REGIONAL-TURISMO	CAPACITACION ASISTENCIA TECNICA EN TURISMO RURAL PARA	151.000.000	75.000.000	2013

COMUNA	NOMBRE DEL PROYECTO	COSTO	INVERSION	AÑO
	PEQUEÑOS AGRICULTURA			
REGIONAL-FIC	TRANSFERENCIA DESARROLLO DE CAPACIDADES A JOVENES DE EMTP.	119803000	35.857.000	2014
	FORTALECIMIENTO DESTINOS TURISTICOS		**1.596.437.668**	
REGIONAL	APLICACION FORTALECIMIENTO INTEGRAL DESTINOS TURISTICOS FODETUR	26.222.321	26.222.321	2001
REGIONAL	APLIC. FORTAL. INTEGRAL DESTINOS TURISTICO(FODETUR)	363.760.597	363.760.597	2002
REGIONAL	APLIC. FORTAL. INTEGRAL DESTINOS TURISTICO(FODETUR)	2.800.000.000	350.582.716	2003
REGIONAL	APLIC. FORTAL. INTEGRAL DESTINOS TURISTICO(FODETUR)	1.171.411.159	444.819.211	2004
PROV. PALENA	MEJORAMIENTO DE OFERTAS TURISTICAS Y ENTORNO COMUNIDADES ALEDAÑAS SNAPES	539.342.000	0	2009
PROV. PALENA	MEJORAMIENTO DE OFERTAS TURISTICAS Y ENTORNO COMUNIDADES ALEDAÑAS SNAPES	539.342.000	0	2010
PROV. PALENA	MEJORAMIENTO SERVICIOS TURISTICOS PROVINCIA DE PALENA	93.984.824	93.984.824	2010
PROV. PALENA	MEJORAMIENTO DE OFERTAS TURISTICAS Y ENTORNO COMUNIDADES ALEDAÑAS SNAPES	539.342.000	0	2011
REGIONAL	PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO INICIATIVAS PRODUCTIVAS EN ZONAS DE AMORTIGUACION DE AREAS SILVESTRES PROTEGIDAS EN LA REGION DE LOS LAGOS	240.000.000	4.760.000	2012
REGIONAL-SILVOAGROPECUARIO	PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO INICIATIVAS PRODUCTIVAS EN ZONAS DE AMORTIGUACION DE AREAS SILVESTRES PROTEGIDAS EN LA REGION DE LOS LAGOS	240.000.000	153.410.000	2013
SEREMI DE MEDIO AMBIENTE	PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO INICIATIVAS PRODUCTIVAS EN ZONAS DE AMORTIGUACION DE AREAS SILVESTRES PROTEGIDAS EN LA REGION DE LOS LAGOS	240000000	81.830.000	2014
REGIONAL-FIC	TRANSFERENCIA PROSPECCION ARQUELOGICA DEL PASO VURILOCHE.	108770000	32.894.000	2014
REGIONAL-FIC	TRANSFERENCIA GENERAR RUTA TURISTICA PARA CALETAS DE PESCADORES ARTES.	110090000	0	2014
REGIONAL-FIC	TRANSFERENCIA GENERAR RUTA TURISTICA PARA CALETAS DE PESCADORES ARTESANALES	110090000	10.000.000	2014
CHONCHI	CONSTRUCCION CIRCUITO TURISTICO DE COMUNIDADES INDIGENAS	260.427.552	0	2010
FUTALEUFU	CONSTRUCCION DE TREKKING Y CABALGATAS LAS ESCALAS	241.449.000	2.900.000	2013
FUTALEUFU	CONSTRUCCION CENTRO DE TREKKING Y CABALGATAS LAS ESCALAS RN	228.968.000	0	2005
FUTALEUFU	CONSTRUCCION CENTRO DE TREKKING Y CABALGATAS LAS ESCALAS RN	228.968.000	7.174.000	2006
FUTALEUFU	CONSTRUCCION DE TREKKING Y CABALGATAS LAS ESCALAS	242.238.503	24.100.000	2012
	EMPRENDIMIENTO Y ARTESANIA		**3.666.063.957**	
CHAITEN	DIAGNOSTICO DE INSTALAC. MICROEMPRESA AGROINDUSTRIAL EN	15.325.215	15.325.215	2001

COMUNA	NOMBRE DEL PROYECTO	COSTO	INVERSION	AÑO
	RIO EL FRIO			
CHAITEN	DIAGNOSTICO PARA CONSTRUCCION MULTITALLER DE ARTESANIA Y LOCAL DE VENTA	15.325.215	15.325.215	2001
REGIONAL	MANEJO SISTEMAS PROYEC. DE INVER. Y SU GESTION. PRIVADA	2.070.527	2.070.527	2002
ANCUD	REPOSICION CENTRO TURISTICO ARTESANAL ANCUD.	494.084.000	11.400.000	2003
PURRANQUE	CONSTRUCCION MODULOS DE VENTA PARA ARTESANOS Y CHACAREROS	164.720.000	0	2004
REGIONAL	CAPITAL SEMILLA-INDAP FONDO DE EMPREDIMIENTO PARA MICRO Y PEQUEÑOS EMPRENDEDORES (TURISMO)	400.000.000	360.000.000	2011
REGIONAL	CAPITAL SEMILLA-SERCOTEC INDAP FONDO DE EMPREDIMIENTO PARA MICRO Y PEQUEÑOS EMPRENDEDORES (TURISMO)	200.000.000	180.000.000	2011
REGIONAL-SENAMA	CAPACITACION E IMPLEMENTACION DE EMPRENDIMIENTO PARA EL ADULTO MAYOR	262.500.000	112.500.000	2013
REGIONAL-SENAMA	CAPACITACION E IMPLEMENTACION DE EMPRENDIMIENTO PARA EL ADULTO MAYOR	150000000	0	2014
FOSIS	CAPACITACION Y FORTALECIMEINTO DEL EMPRENDIMIENTO PARA PESRONAS MAYORES (SENAMA)	200000000	50.000.000	2014
REGIONAL	TRANSFERENCIA FONDO DE EMPRENDIMIENTO PARA MICRO EMPRENDEDORES	1.551.000.000	28.725.000	2008
REGIONAL	SERCOTEC - FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA REGIONAL	260.000.000	260.000.000	2008
REGIONAL	TRANSFERENCIA FONDO DE EMPRENDIMIENTO PARA MICRO EMPRENDEDORES PIRDT: FOSIS	1.551.000.000	1.522.275.000	2009
REGIONAL	TRANSFERENCIA MICRO Y PEQUEÑOS EMPRENDEDORES DE TURISMO-INDAP	400.000.000	40.000.000	2012
REGIONAL	TRANSFERENCIA MICRO Y PEQUEÑOS EMPRENDEDORES DE TURISMO-SERCOTEC	200.000.000	20.000.000	2012
REGIONAL	TRANSFERENCIA MICRO Y PEQUEÑOS EMPRENDEDORES DE TURISMO-SENCE	600.000.000	90.000.000	2012
REGIONAL-SILVOAGROPECUARIO	PROYECTOS DE INNOVACION PARA LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS	270.460.000	0	2013
REGIONAL-TURISMO	PROGRAMA FORTALECIMIENTO AL EMPRENDIMIENTO INDIGENA URBANO	400.000.000	272.904.000	2013
FOSIS	TRANSFERENCIA PROGRAMA DE FOMENTO PRODUCTIVO ASOCIATIVO	400000000	150.000.000	2014
CONADI	TRANSFERENCIA PROGRAMA FORTALECIMIENTO AL EMPRENDIMIENTO INDIGENA URBANO	400000000	27.096.000	2014
SERCOTEC	TRANSFERENCIA PROGRAMA FORTALECIMIENTO MYPES DEL SECTOR TURISMO REGION DE LOS LAGOS	375000000	180.200.000	2014
REGIONAL-TURISMO	TRANSFERENCIA PROGRMA DE CAPACITACION Y FORTALECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO	202.971.000	0	2013
REGIONAL-TURISMO	FONDO DE APOYO A LA CREACION Y DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO	800.000.000	0	2013

COMUNA	NOMBRE DEL PROYECTO	COSTO	INVERSION	AÑO
REGIONAL-TURISMO	FONDO DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO FEMENINO PARA LA REINSERCION SOCIAL Y LABORAL DE MUJERES PRIVADAS DE LIBERTDA	250.000.000	0	2013
REGIONAL-SERNAM	PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO Y EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO A LAS MUJERES	400.000.000	300.000.000	2013
REGIONAL-SERNAM	PROGRAMA DE APOYO A LA FORMALIZACION DE EMPRENDIMIENTOS DE MUJERES BENEFICIADAS CON INTERVENCION REGIONAL	200.000.000	0	2013
REGIONAL-SERNAM	PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO PARA LA REINSERCION EN LA SOCIEDAD DE MUJERES PRIVADAS DE LIBERTAD	250.000.000	0	2013
REGIONAL-SENAMA	EMPRENDIMIENTO EN ADULTO MAYOR DE LA REGION DE LOS LAGOS	300.000.000	0	2013
REGIONAL-SENADIS	PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO EN POBLACION CON DISCAPIDAD EN LA REGION DE LOS LAGOS QUE DESARROLLE SU AUTONOMIA, INDEPENDENCIA, AUTOVALORACION Y SOCIABILIDAD.	300.000.000	0	2013
REGIONAL-SENADIS	TRANSFERENCIA PROGRAMA YO EMPRENDO PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD	202.971.000	0	2013
FOSIS	FONDO DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO FEMENINO PARA LA REINSERCION SOCIAL Y LABORAL DE MUJERES PRIVADAS DE LIBERTAD (SERNAM)	250000000	0	2014
REGIONAL-FIC	TRANSFERENCIA DESARROLLO EMPRENDIMIENTO EN PERSONAS CON DISCAPACIDAD.	118429000	28.243.000	2014
	OBRAS E INFRAESTRUCTURAS		**10.492.726.997**	
ANCUD	CONSERVACION. PUESTA EN VALOR DEL FUERTE SN MIGUEL AQUI	34.865.000	0	2003
PROV. PALENA	CAPACITAC. COMUNIDS. TRAMO PILOTO SENDERO DE CHILE-PALENA,CHAITEN	31.846.000	10.000.000	2003
PROV. CHILOE	CAPACITAC. COMUNIDS. TRAMO PILOTO SENDERO DE CHILE-CHILOE-ANCUD	28.583.000	10.000.000	2003
CASTRO	CONSTRUCCION MIRADORES TURISTICOS CASTRO.	97.723.000	2.500.000	2003
ANCUD	CONSERVACION. PUESTA EN VALOR DEL FUERTE SN MIGUEL AGUI	35.381.000	9.221.000	2004
PROV. CHILOE	CONSERVACION PERIODICA CAMINOS COMUNAS DE ANCUD Y QUEMCHI	97.539.241	88.665.752	2006
PROV. CHILOE	CONSERVACION PERIODICA CNOS. CNAS DE DALCAHUE, CURACO DE VELEZ Y QUINCHAO	137.000.000	1.000.000	2006
PROV. CHILOE	CONSERVACION PERIODICA CAMINOS COMUNAS DE CASTRO Y CHONCHI	91.000.000	74.438.532	2006
PROV. CHILOE	CONSERVACION PERIODICA CAMINOS COMUNAS DE PUQUELDON, QUEILEN Y QUELLLON	109.152.160	57.331.714	2006
PALENA	CONSERVACION PERIODICA CAMINO LAGUNA LA GOLONDRINA-LAGUNA NEGRA-RIO PALENA	169.500.906	1.000.000	2006
PROV. CHILOE	CAPACITAC. COMUNIDS. TRAMO PILOTO SENDERO DE CHILE-CHILOE-ANCUD	28.923.085	18.923.085	2004

COMUNA	NOMBRE DEL PROYECTO	COSTO	INVERSION	AÑO
PALENA	CAPACITAC. COMUNIDS. TRAMO PILOTO SENDERO DE CHILE-PALENA,CHAITEN	31.505.915	21.505.915	2004
ANCUD	REPOSICION MERCADO DE ANCUD Y CHILOE	489.950.110	210.404.599	2004
ANCUD	REPOSICION MERCADO DE ANCUD Y CHILOE	570.778.310	343.963.165	2005
C.VELEZ	REPOSICION MUSEO DE CURACO DE VELEZ	206.515.000	0	2005
CHAITEN	REPOSICION MERCADO DE LA COMUNA DE CHAITEN	113.655.000	0	2005
C.VELEZ	REPOSICION MUSEO DE CURACO DE VELEZ	212.371.732	174.935.661	2006
QUELLON	REPOSICION FERIA ARTESANAL CHILHUE, QUELLON	71.438.000	58.666.054	2006
CHAITEN	REPOSICION MERCADO DE LA COMUNA DE CHAITEN	113.655.000	108.781.102	2006
QUELLON	REPOSICION FERIA ARTESANAL CHILHUE, QUELLON	101.039.314	42.535.876	2007
CHAITEN	REPOSICION MERCADO DE LA COMUNA DE CHAITEN	124.677.000	5.446.385	2007
CHAITEN	REPOSICION MERCADO DE LA COMUNA DE CHAITEN	127.877.000	0	2008
CHAITEN	REPOSICION MERCADO DE LA COMUNA DE CHAITEN	127.877.000	0	2009
CALBUCO	REPOSICION MERCADO AVENIDA LOS HEROES	53.547.000	0	2010
CALBUCO	REPOSICION MERCADO LA VEGA	35.001.000	0	2010
CALBUCO	REPOSICION MERCADO AVENIDA LOS HEROES	53.547.000	2.100.000	2011
CALBUCO	REPOSICION MERCADO LA VEGA	35.001.000	2.100.000	2011
ANCUD	REPOSICION FERIA RURAL Y ARTESANAL, COMUNA ANCUD	1.167.542.924	1.000.000	2011
ANCUD	REPOSICION FERIA RURAL Y ARTESANAL, COMUNA ANCUD	1.242.686.464	1.011.927.684	2012
CALBUCO	REPOSICION MERCADO AVENIDA LOS HEROES	53.547.000	7.717.050	2013
CALBUCO	REPOSICION MERCADO LA VEGA	35.001.000	0	2013
ANCUD	REPOSICION FERIA RURAL Y ARTESANAL, COMUNA ANCUD	1.242.686.464	229.758.780	2013
P.MONTT	REPOSICION CALETA Y MERCADO ANGELMO	150000000	0	2014
CASTRO	REPOSICION FERIA YUMBEL DE CASTRO	3230624484	462.807.681	2014
CASTRO	REPOSICION FERIA ARTESANAL CALLE LILLO	70000000	0	2014
QUINCHAO	MEJORAMIENTO INTEGRAL MERCADO TIPICO Y FERIA ARTESANAL DE ACHAO	77.953.000	0	2006
DALCAHUE	MEJORAMIENTO INTEGRAL FERIA ARTESANAL Y COCINERIAS DE DALCAHUE	247.127.524	63.297.268	2006
CHONCHI	MEJORAMIENTO SENDERO CHANQUIN RANCHO GRANDE COLE COLE CHANQUI	185.269.000	9.380.000	2006
CHONCHI	MEJORAMIENTO AREA DE DESARROLLO CHANQUIN PARQUE NACIONAL CHILOE	167.658.000	36.052.844	2006
CHONCHI	MEJORAMIENTO MERCADO ARTESANAL COMUNA DE CHONCHI	379.573.000	325.423.028	2006
DALCAHUE	MEJORAMIENTO INTEGRAL FERIA ARTESANAL Y COCINERIAS DE DALCAHUE	197.850.000	0	2005
CHONCHI	MEJORAMIENTO SENDERO CHANQUIN RANCHO GRANDE COLE	185.269.000	0	2005

COMUNA	NOMBRE DEL PROYECTO	COSTO	INVERSION	AÑO
	COLE CHANQUI			
CHONCHI	MEJORAMIENTO AREA DE DESARROLLO CHANQUIN PARQUE NACIONAL CHILOE	167.658.000	0	2005
CHONCHI	MEJORAMIENTO MERCADO ARTESANAL COMUNA DE CHONCHI	328.303.000	3.700.000	2005
FUTALEUFU	HABILITACION SUMINISTRO DE ENERGIA ELECTRICA SECTOR LONCONAO	13.242.000	10.594.000	2005
PALENA	CONSTRUCCION DE INFRAESTRUCTURA RESERVA NACIONAL LAGO PALENA	390.901.000	0	2005
CHAITEN	MEJORAMIENTO INTEGRAL TERMAS DEL AMARILLO, CHAITEN	22.518.000	0	2006
HUALAIHUE	CONSTRUCCION CENTRO DE ATENCION AL VISITANTE EN HORNOPIREN	50.035.000	10.653.953	2006
HUALAIHUE	CONSTRUCCION MERCADO TIPICO HORNOPIREN	235.372.000	0	2006
FUTALEUFU	HABILITACION SUMINISTRO DE ENERGIA ELECTRICA SECTOR LONCONAO	13.242.000	2.648.000	2006
FUTALEUFU	CONSTRUCCION CENTRO DE ACOGIDA AL VISITANTE DE FUTALEUFU	4.000.000	0	2006
FUTALEUFU	CONSTRUCCION PASEO PEATONAL EN LA LAGUNA ESPEJO DE FUTALEUFU	157.606.000	0	2006
PALENA	CONSTRUCCION DE INFRAESTRUCTURA RESERVA NACIONAL LAGO PALENA	390.901.000	19.250.000	2006
PALENA	MEJORAMIENTO CENTRO DE ATENCION DE VISITAS DE PALENA	60.270.000	6.069.171	2006
ANCUD	CONSTRUCCION PARQUE MUNICIPAL COMUNA DE ANCUD	156.072.000	2.900.000	2006
PROV. CHILOE	HABILITACION CENTRO DEL PATRIMONIO EN MUSEO REGIONAL ANCUD	9.790.000	9.790.000	2006
OSORNO	MEJORAMIENTO MERCADO MUNICIPAL OSORNO	45.400.000	35.920.000	2007
ANCUD	CONSTRUCCION PARQUE MUNICIPAL COMUNA DE ANCUD	170.537.895	151.020.876	2007
QUINCHAO	MEJORAMIENTO INTEGRAL MERCADO TIPICO Y FERIA ARTESANAL DE ACHAO	84.852.617	81.581.529	2007
DALCAHUE	MEJORAMIENTO INTEGRAL FERIA ARTESANAL Y COCINERIAS DE DALCAHUE	247.127.524	0	2007
CHONCHI	MEJORAMIENTO MERCADO ARTESANAL COMUNA DE CHONCHI	378.512.586	49.389.558	2007
CHAITEN	MEJORAMIENTO INTEGRAL TERMAS DEL AMARILLO, CHAITEN	22.518.000	21.344.997	2007
HUALAIHUE	CONSTRUCCION CENTRO DE ATENCION AL VISITANTE EN HORNOPIREN	50.035.000	36.209.542	2007
HUALAIHUE	CONSTRUCCION MERCADO TIPICO HORNOPIREN	253.546.000	250.798.142	2007
FUTALEUFU	CONSTRUCCION PASEO PEATONAL EN LA LAGUNA ESPEJO DE FUTALEUFU	154.231.000	86.772.496	2007
FUTALEUFU	CONSTRUCCION CENTRO DE ACOGIDA AL VISITANTE DE FUTALEUFU	2.822.000	2.822.000	2007
PALENA	MEJORAMIENTO CENTRO DE ATENCION DE VISITAS DE PALENA	57.160.265	44.001.094	2007

COMUNA	NOMBRE DEL PROYECTO	COSTO	INVERSION	AÑO
PALENA	CONSTRUCCION MERCADO ARTESANAL PARA PALENA	174.117.327	157.257.750	2007
P. OCTAY	MEJORAMIENTO PARQUE COSTANERA DE VILLA DE PUERTO OCTAY	365.007.000	0	2008
ANCUD	CONSTRUCCION PARQUE MUNICIPAL COMUNA DE ANCUD	155.894.236	16.615.930	2008
QUINCHAO	MEJORAMIENTO INTEGRAL MERCADO TIPICO Y FERIA ARTESANAL DE ACHAO	77.861.718	3.271.189	2008
DALCAHUE	MEJORAMIENTO INTEGRAL FERIA ARTESANAL Y COCINERIAS DE DALCAHUE	259.127.000	246.424.093	2008
HUALAIHUE	CONSTRUCCION CENTRO DE ATENCION AL VISITANTE EN HORNOPIREN	46.863.495	0	2008
HUALAIHUE	CONSTRUCCION MERCADO TIPICO HORNOPIREN	232.624.142	0	2008
FUTALEUFU	CONSTRUCCION PASEO PEATONAL EN LA LAGUNA ESPEJO DE FUTALEUFU	158.272.000	59.187.652	2008
PALENA	CONSTRUCCION DE INFRAESTRUCTURA RESERVA NACIONAL LAGO PALENA	383.314.000	107.873.212	2008
PALENA	MEJORAMIENTO CENTRO DE ATENCION DE VISITAS DE PALENA	57.160.265	7.090.000	2008
PALENA	CONSTRUCCION MERCADO ARTESANAL PARA PALENA	174.117.327	0	2008
ANCUD	HABILITACION CENTRO DEL PATRIMONIO EN MUSEO REGIONAL DE ANCUD	438.013.000	19.006.558	2009
FUTALEUFU	CONSTRUCCION PASEO PEATONAL EN LA LAGUNA ESPEJO DE FUTALEUFU	158.272.000	0	2009
PALENA	CONSTRUCCION DE INFRAESTRUCTURA RESERVA NACIONAL LAGO PALENA	383.314.000	100.293.868	2009
PALENA	CONSTRUCCION SEÑALETICA DE INFORMACION TURISTICA COMUNA PALENA	28.646.000	0	2009
PALENA	CONSTRUCCION MERCADO ARTESANAL DE PALENA	174.238.326	3.403.999	2009
PUQUELDON	DISEÑO PUESTA EN VALOR DE IGLESIAS DE ALDACHILDO SE HICHUAC DETIF	12.300.000	0	2010
QUELLON	CONSERVACION FERIA ARTESANAL	83.003.000	0	2010
FUTALEUFU	CONSTRUCCION PASEO PEATONAL EN LA LAGUNA ESPEJO DE FUTALEUFU	277.610.000	0	2010
FUTALEUFU	CONSTRUCCION CASA DE ACOGIDA AL VISITANTE DE FUTALEUFU	132.171.199	28.377.884	2010
PALENA	CONSTRUCCION DE INFRAESTRUCTURA RESERVA NACIONAL LAGO PALENA	390.647.895	16.574.462	2010
QUEILEN	CONSTRUCCION PALAFITO MERCADO MUNICIPAL DE QUEILEN	285.728.000	0	2011
QUELLON	CONSERVACION FERIA ARTESANAL LLAUQUIL (CIRC.33)	104.778.000	21.000.000	2011
QUELLON	CONSTRUCCION MERCADO MARITIMO, COSTANERA QUELLON	807.778.000	0	2011
FUTALEUFU	CONSTRUCCION CASA DE ACOGIDA AL VISITANTE DE FUTALEUFU	133.171.199	91.173.204	2011
FUTALEUFU	CONSTRUCCION PASEO PEATONAL EN LA LAGUNA ESPEJO DE	277.610.000	0	2011

COMUNA	NOMBRE DEL PROYECTO	COSTO	INVERSION	AÑO
	FUTALEUFU			
PALENA	CONSTRUCCION DE INFRAESTRUCTURA RESERVA NACIONAL LAGO PALENA	390.647.895	0	2011
CHONCHI	MEJORAMIENTO SENDERO CHANQUIN RANCHO GRANDE COLE COLE CHANQUI	187.599.024	54.484.102	2011
CALBUCO	DISEÑO REPOSICION MERCADO AVENIDA LOS HEROES	53.547.000	43.729.950	2012
CALBUCO	DISEÑO REPOSICION MERCADO LA VEGA	35.001.000	0	2012
P. VARAS	DIAGNOSTICO INTEGRAL ZONA TIPICA DE PUERTO VARAS	66.730.000	27.506.800	2012
C.VELEZ	CONSERVACION PARQUE COSTUMBRISTA CURACO DE VELEZ (C33)	171.906.000	0	2012
QUELLON	CONSERVACION FERIA ARTESANAL LLAUQUIL (C33)	110.397.427	75.593.878	2012
QUELLON	CONSTRUCCION MERCADO COSTANERA DE QUELLON	1.013.280.000	0	2012
FUTALEUFU	CONSTRUCCION PASEO PEATONAL EN LA LAGUNA ESPEJO DE FUTALEUFU	253.449.990	95.118.990	2012
PALENA	CONSTRUCCION DE INFRAESTRUCTURA RESERVA NACIONAL LAGO PALENA	368.124.292	47.823.125	2012
OSORNO	MEJORAMIENTO MERCADO MUNICIPAL DE OSORNO	4.316.031.666	1.996.053.804	2013
OSORNO	CONSERVACION CENTRO DE ARTESANIA DE OSORNO (C33)	85.701.000	0	2013
P. VARAS	CONSERVACION CAMPING MUNICIPAL DE PLAYA VENADO (C33)	104.725.000	1.000.000	2013
P. VARAS	MEJORAMIENTO INTEGRAL ZONA TIPICA DE PUERTO VARAS	450.000.000	0	2013
ANCUD	CONSERVACION MERCADO MUNICPAL ANCUD (C33)	360.650.000	0	2013
C.VELEZ	CONSERVACION PARQUE COSTUMBRISTA CURACO DE VELEZ (C33)	163.906.000	152.458.000	2013
DALCAHUE	MEJORAMIENTO ENTORNO FERIA ARTESANAL	79.990.000	0	2013
QUELLON	CONSERVACION FERIA ARTESANAL LLAUQUIL (C33)	110.397.427	0	2013
QUELLON	CONSTRUCCION MERCADO COSTANERA DE QUELLON	1.013.280.000	5.000.000	2013
PALENA	CONSTRUCCION DE INFRAESTRUCTURA RESERVA NACIONAL LAGO PALENA	368.124.292	0	2013
CHONCHI	MEJORAMIENTO SENDERO CHANQUIN RANCHO GRANDE COLE COLE CHANQUI	183.926.000	15.000.000	2010
CHONCHI	CONSTRUCCION SENDERO INTERPRETACION Y CONEXION QUILQUE, CHONCHI	44.277.719	7.887.382	2010
OSORNO	MEJORAMIENTO MERCADO MUNICIPAL DE OSORNO	4314119130	2.262.527.357	2014
OSORNO	CONSERVACION CENTRO DE ARTESANIA DE OSORNO (C33)	71502667	70.501.667	2014
OSORNO	MEJORAMIENTO FERIA PEDRO AGUIRRE CERDA	2029714173	0	2014
OSORNO	CONSTRUCCION FERIA POBLACION MOYANO	25371427,16	0	2014
PURRANQUE	CONSTRUCCION MERCADO MUNICIPAL PURRANQUE	17378412,75	0	2014
PUYEHUE	CONSTRUCCION MERCADO MUNICIPAL DE ENTRE LAGOS	76114281,47	0	2014
P.MONTT	MEJORAMIENTO MERCADO ANGELMO (2000 UTM)	77333000	55.001.391	2014

COMUNA	NOMBRE DEL PROYECTO	COSTO	INVERSION	AÑO
P.MONTT	CONSERVACION FERIA MUNICIPAL PRESIDENTE IBAÑEZ(C33)	154873839	8.767.444	2014
CALBUCO	DISEÑO REPOSICION MERCADO LA VEGA	38108000	0	2014
CALBUCO	CONSTRUCCION MERCADO AVDA. LOS HEROES	1325868000	0	2014
FRESIA	CONSTRUCCION FERIA LIBRE FRESIA	130000000	0	2014
ANCUD	CONSERVACION MERCADO MUNICIPAL (C33)	354765861	354.765.861	2014
ANCUD	ADQUISICION EQUIPAMIENTO MOBILIARIO Y EQUIPOS FERIA RURAL (C33)	44041000	0	2014
ANCUD	MEJORAMIENTO FERIA RURAL, COMUNA DE ANCUD (2000 UTM)	80000000	0	2014
ANCUD	CONSTRUCCION CENTRO ARTESANAL HUILLICHE SECTOR	380000000	0	2014
C.VELEZ	CONSERVACION PARQUE COSTUMBRISTA CURACO DE VELEZ (C33)	159847900	7.389.900	2014
C.VELEZ	CONSTRUCCION PARQUE COSTUMBRISTA DE PALQUI (2000 UTM)	74898000	42.945.916	2014
DALCAHUE	MEJORAMIENTO ENTORNO FERIA ARTESANAL (2000 UTM)	74301096	74.301.096	2014
PUQUELDON	CONSTRUCCION PORTAL ACCESO TURISTICO ISLA LEMUY	80000000	0	2014
QUELLON	CONSTRUCCION MERCADO COSTANERA DE QUELLON	1013280000	0	2014
QUELLON	CONSERVACION FERIA ARTESANAL LLAUQUIL (C33)	105654849	0	2014
QUELLON	CONSTRUCCION CENTRO DE EVENTOS CLUB DE RODEO QUELLON	760449000	0	2014
QUELLON	CONSTRUCCION CENTRO DE EVENTOS Y MEJORAMIENTO PARQUE MUNICIPAL	3800000000	0	2014
CHAITEN	NORMALIZACION TERMAS DEL AMARILLO	558249000	0	2014
FUTALEUFU	NORMALIZACION MATADERO MUNICIPAL DE FUTALEUFU	331608000	972.000	2014
FUTALEUFU	CONSTRUCCION PARQUE MUNICIPAL QUINTA J	21001000	0	2014
OSORNO	MEJORAMIENTO FERIA PEDRO AGUIRRE CERDA	2.711.553.000	0	2011
PURRANQUE	DISEÑO CONSTRUCCION MERCADO MUNICIPAL	16.000.000	0	2011
	PATRIMONIO		**63.860.000**	
ANCUD	CONSERVACION. PUESTA EN VALOR DEL FUERTE SN MIGUEL AGUI	35.381.000	26.160.000	2005
PROV. CHILOE	HABILITACION CENTRO DEL PATRIMONIO EN MUSEO REGIONAL ANCUD	9.800.000	0	2005
ANCUD	CONSERVACION PUESTA EN VALOR DEL FUERTE SAN MIGUEL DE AGUI	582.771.000	0	2008
ANCUD	HABILITACION CENTRO DEL PATRIMONIO EN MUSEO REGIONAL DE ANCUD	337.406.000	0	2008
P.MONTT	APV - DISEÑO RESTAURACION CAMPANARIO JESUITE PTO. MONTT	29.700.000	8.362.500	2009
P.MONTT	PATRIMONIO CULTURAL COMUNA PREFACTIBILIDAD CASA PAULY	26.676.000	0	2009
ANCUD	CONSERVACION PUESTA EN VALOR DEL FUERTE SAN MIGUEL DE AGUI	582.771.000	8.000.000	2009

COMUNA	NOMBRE DEL PROYECTO	COSTO	INVERSION	AÑO
ANCUD	CONSERVACION PUESTA EN VALOR DEL FUERTE SAN MIGUEL DE AGUI	592.771.000	0	2006
REGIONAL	APORTE PROVISION PUESTA EN VALOR PATRIMONIAL	500.000.000	0	2008
REGIONAL	APORTE PROVISION PUESTA EN VALOR PATRIMONIAL CAMPANARIO CIA DE JESUS	29.700.000	21.337.500	2010
	PLANOS REGULADORES Y PLANES		**80.200.000**	
PROV. PALENA	LEVANTAMIENTO PLANO REGULADOR DE LAS COMUNAS PROV. PALENA	79.500.000	6.000.000	2003
PROV. PALENA	LEVANTAMIENTO PLANO REGULADOR DE LAS COMUNAS PROV. PALENA	79.500.000	47.775.000	2004
PROV. PALENA	LEVANTAMIENTO PLANO REGULADOR DE LAS COMUNAS PROV. PALENA	79.500.000	25.725.000	2005
C.VELEZ	LEVANTAMIENTO PLAN REGULADOR COMUNAL DE CURACO DE VELEZ	29.391.000	700.000	2007
P. OCTAY	DIAGNOSTICO Y LEVANTAMIENTO PLAN DE DESARROLLO TURISTICO COMUNA PUERTO OCTAY (C33)	44744034,08	0	2014
PUYEHUE	PLAN DE DESARROLLO TURISTICO COMPRENDIDO ENTRE LAS ZONAS DE ENTRE LAGOS, PUYEHUE, Y ANTILLANCA. (C33)	53800000	0	2014
REGIONAL-TURISMO	PLAN DE DESARROLLO TURISTICO COMPRENDIDO ENTRE LA ZONA ENTRELAGOS-PUYEHUE-ANTILLANCA	53.800.000	0	2013
	INFORMACION Y GUIAS		**95.040.000**	
PROV. CHILOE	LEVANTAMIENTO INFORMACION PARA GUIA ARQUITECTONICA CHILOE	95.040.000	500.000	2003
PROV. CHILOE	LEVANTAMIENTO INFORMACION PARA GUIA ARQUITECTONICA CHILOE	95.040.000	94.540.000	2004
	MEDIO AMBIENTE		**278.500.000**	
REGIONAL	DIAGNOS. PARA GESTION DE RESIDUOS SOLIDOS EN CHILOE Y PALENA	450.000.000	0	2004
REGIONAL	DIAGNOSTICO GESTION INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS CHILOE Y PALENA	465.866.000	0	2006
REGIONAL	DIAGNOS. PARA GESTION DE RESIDUOS SOLIDOS EN CHILOE Y PALENA	454.826.000	0	2005
REGIONAL-TURISMO	PROGRAMA APLICACION DE PRACTICAS DE FOMENTO PRODUCTIVO PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE REGION DE LOS LAGOS	200.000.000	136.500.000	2013
REGIONAL-TURISMO	PROGRAMA CAPACITACION Y ASISTENCIA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA PESCA RECREATIVA	375.000.000	50.000.000	2013
PROV. OSORNO	RECUPERACION PROGRAMA FOMENTO PESCA RECREATIVA RIO GOL GOL	574222000	0	2014
SERNATUR	TRANSFERENCIA PROGRAMA CAPACITACION Y ASISTENCIA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA PESCA RECREATIVA	375000000	92.000.000	2014

COMUNA	NOMBRE DEL PROYECTO	COSTO	INVERSION	AÑO
	VARIOS		**1.732.015.481**	
REGIONAL	PROV- TURISMO CHILOE Y PALENA POR DEFINIR	505.731.220	0	2003
REGIONAL	ACTIVIDADES PARA LA ESTRATEGIA DE INTERVENCION 2011-2012 SERNATUR	1.651.981.664	344.164.000	2011
REGIONAL	SERNATUR-ACTIVIDADES PARA LA ESTRATEGIA DE INTERVENCION 2011-2012	1.651.981.000	1.307.817.000	2012
REGIONAL-FIC	TRANSFERENCIA ESCALAMIENTO COMERCIAL PARA EL CONTROL DE SCAPTIA LATA.	116652000	10.000.000	2014
REGIONAL-FIC	TRANSFERENCIA SISTEMA DE CONTROL DE SCAPTIA LATA (COLIHUACHO)	93379308	70.034.481	2014
	TIC Y CONECTIVIDAD DIGITAL		**590.104.184**	
REGIONAL	INFRAESTRUCTURA DIGITAL PARA LA COMPETITIVIDAD E INNOVACION	1.203.724.627	0	2008
PUQUELDON	ADQUISICION EQUIPAMIENTO INFORMATICO MUNIC. DE PUQUELDON	58.399.000	0	2010
PUQUELDON	ADQUISICION EQUIPAMIENTO INFORMATICO MUNIC. DE PUQUELDON (CIRC.33)	58.399.000	0	2011
REGIONAL	INFRAESTRUCTURA DIGITAL PARA LA COMPETITIVIDAD E INNOVACION(SUBTEL)	618.964.000	206.994.000	2011
REGIONAL	VIVE CHILOE	129.798.000	116.818.000	2011
PUQUELDON	ADQUISICIION EQUIPAMIENTO INFORMATICO MUNIC. DE PUQUELDON (C33)	55.865.858	55.865.858	2012
REGIONAL	VIVE CHILOE	129.797.818	12.979.818	2012
REGIONAL	VIVE CHILOE II.	144.834.500	36.209.000	2012
REGIONAL-TURISMO	VIVE CHILOE II.	144.833.508	108.624.508	2013
REGIONAL-FIC	TRANSFERENCIA INNOVACION E IMPL. UNA PLATAFORMA DE GESTION COMERCIAL	118372000	0	2014
REGIONAL-FIC	TRANSFERENCIA INNOVACION E IMPL. UNA PLATAFORMA DE GESTION COMERCIAL	118372000	52.613.000	2014
	REDES		**1.702.397.996**	
PROV. CHILOE	TRANSFERENCIA A REDES DE TURISMO DE LA PROVINCIA DE CHILOE	1.266.200.000	759.500.000	2006
PROV. PALENA	TRANSFERENCIA REDES DE TURISMO PROVINCIA DE PALENA	320.000.000	240.500.000	2006
PROV. PALENA	TRANSFERENCIA REDES DE TURISMO PROVINCIA DE PALENA	320.000.000	79.500.000	2007
PROV. CHILOE	TRANSFERENCIA A REDES DE TURISMO DE LA PROVINCIA DE CHILOE	24.000.000	0	2008
REGIONAL	RED DE TURISMO INTEGRADO Y ECO-DESARROLLO	116.980.000	29.244.996	2012
REGIONAL-TURISMO	RED DE TURISMO INTEGRADO Y ECO-DESARROLLO	116.979.984	71.462.000	2013

COMUNA	NOMBRE DEL PROYECTO	COSTO	INVERSION	AÑO
REGIONAL-FIC	RED DE TURISMO INTEGRADO Y ECO-DESARROLLO	116979984	0	2014
REGIONAL-FIC	TRANSFERENCIA RED GESTION PYMES LOS LAGOS.	119978000	15.491.000	2014
PROV. CHILOE	TRANSFERENCIA A REDES DE TURISMO DE LA PROVINCIA DE CHILOE	1.266.200.000	506.700.000	2007

Fuente: División de Análisis y Control. Gobierno Regional de Los Lagos