



**INFORME MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL Y
METODOLOGÍA DE TRABAJO**

2015

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

INDICE

1/ INTRODUCCIÓN.....	1
2/ MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL	2
2.1/ PRINCIPIOS DE LA POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO	2
2.1.1/ <i>Turismo sostenible</i>	4
2.1.2/ <i>Capital Humano</i>	7
2.1.3/ <i>Tecnología</i>	8
2.1.4/ <i>Nuevos horizontes de actividad</i>	9
2.1.5/ <i>No estacionalidad</i>	17
2.1.6/ <i>Innovación</i>	20
2.1.7/ <i>El turismo de experiencias</i>	23
2.2/ PREMISAS DE LA POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO	25
3/ MARCO METODOLÓGICO	28
3.1/ METODOLOGÍA	29
3.2/ AGENTES CLAVE	31
3.3/ HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS.....	33
3.3.1/ <i>Entrevistas</i>	34
3.3.2/ <i>Cuestionarios para entrevistas</i>	39
3.3.3/ <i>Talleres participativos</i>	58

1/ INTRODUCCIÓN

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. En este contexto, este informe contiene el marco teórico-conceptual y la metodología a seguir para la formulación de la Política Regional de Turismo e Imagen Región.

En primer lugar, se desarrolla el *Marco Conceptual y Teórico*, cuyo objetivo es determinar los principios que orientarán la Política Regional de Turismo de la región de Los Lagos y las premisas sobre las cuales basar el proceso de definición de dicha política.

En segundo lugar, la *metodología* utilizada para la ejecución del proyecto que incluye, para cada fase del proyecto, los siguientes aspectos:

- Trabajo en back-office que consiste en el análisis bibliográfico, la búsqueda y análisis de fuentes estadísticas, etc.
- El trabajo de campo con el detalle con las entrevistas a realizar y los cuestionarios que se utilizarán, la organización de la mesa público-privada, los talleres temáticos, etc.
- Sistema de coordinación del proyecto con los responsables del mismo en la División de Planificación del GORE.

2/ MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

2.1/ Principios de la Política Regional de Turismo

Este punto profundiza en el concepto de los principios que orientarán la Política Regional de Turismo como son la sustentabilidad, el capital humano, los nuevos horizontes en la actividad, la estacionalidad o la tecnología y la innovación dirigidas al sector turismo. Todos estos conceptos están interrelacionados ya que por ejemplo, una baja estacionalidad tiene como consecuencia un aumento en la sostenibilidad de la actividad turística y para ello, la innovación y las nuevas tecnologías se convierten en elementos determinantes.

Definición de Turismo

La Organización Mundial del Turismo define a esta actividad como el *"conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado"*. Esta definición es asimismo recogida en la Ley de Turismo 20423 del sistema institucional para el desarrollo del turismo en Chile,

Previamente a ese desarrollo conceptual, se considera importante, definir algunos conceptos como son recurso o atractivo turístico, producto turístico y destino turístico.

Atractivo Turístico

Se denominan atractivos turísticos los elementos determinantes para motivar, por sí solos o en combinación con otros, la elección del destino de la actividad turística.

Fuente: Ley 20423 del sistema institucional para el desarrollo del turismo

Todos los lugares del planeta cuentan con una serie de recursos naturales, culturales o artísticos, pero no todos se consideran recursos o atractivos turísticos. De hecho, la actividad turística comienza cuando una serie de personas se desplaza fuera de su localidad habitual para permanecer en otro lugar atraído por los recursos o atractivos turísticos de ese lugar. Para la Organización Mundial del turismo los *recursos turísticos* están integrados

por el patrimonio turístico y la aportación humana consiguiendo lo que denominan patrimonio utilizable.



Fuente: OMT

La OMT señala que el recurso se convierte en turístico cuando mediante la intervención humana, el recurso es utilizable turísticamente.

Definición de Recurso Turístico

Recursos turísticos son *todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con los que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.*

Fuente: Organización Mundial del Turismo

En definitiva, el recurso viene a ser el componente principal del turismo ya que éste necesita un recurso que pueda “consumirse” por los turistas y cuenta con las condiciones necesarias para ser visitado. El recurso turístico puede ser natural o de origen antrópico¹, es decir, creado por el hombre: cultural, histórico o patrimonial.

El **producto turístico** es, por su parte, el conjunto de bienes y servicios puestos a disposición del usuario en un destino determinado. El producto turístico incluye los recursos turísticos (naturales, culturales, patrimoniales), la infraestructura, las actividades que se pueden desarrollar en el lugar, los servicios complementarios o el transporte², la comunidad local y las sensaciones o la manera de percibir el destino³. En definitiva, el producto turístico es la base del desarrollo del destino y lo constituiría el conjunto de elementos que motiva que el turista se desplace a un lugar concreto y que debe responder a las necesidades y expectativas de los turistas y es la base del desarrollo del destino⁴.

Por último el **destino turístico** es un área geográfica delimitada en la que se realizan las actividades turísticas y en el que se producen los efectos

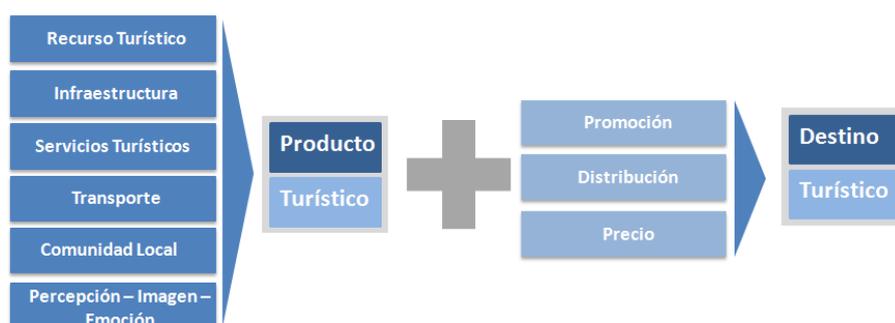
¹ UNESCO – Convención del Patrimonio Mundial

² OMT Introducción al Turismo

³ Gobierno de Chile – Sernatur *Glosario de Turismo*, 2008

⁴ UNWT, Manual de Desarrollo de Productos Turísticos

sociales, económicos, ambientales, derivados de la práctica del turismo⁵. Para que se considere un destino turístico debe comprender todos los servicios e infraestructura necesaria para desarrollar la actividad turística. Es decir, el destino turístico debe ofrecer productos turísticos.



Fuente: Elaboración propia con datos de OMT y SERNATUR

Definición de Destino Turístico

El destino turístico se define como el lugar visitado que es un elemento fundamental para tomar la decisión de realizar el viaje.

Fuente: Organización Mundial del Turismo

Tal y como señala SERNATUR⁶, aunque cualquier territorio tiene potencial para convertirse en destino turístico, únicamente algunos lugares tienen las condiciones para atraer turistas (infraestructura, servicios, equipamiento, accesibilidad). Solo estos pueden ser denominados destinos turísticos.

2.1.1/ Turismo sostenible

El turismo es una actividad económica en crecimiento en todo el mundo con una significativa aportación al PIB mundial y además constituye una importante fuente de empleo. Las previsiones de desplazamientos de turistas para el 2030 se sitúan en

Definición de la OMT de Turismo Sostenible:

Turismo que tiene totalmente en cuenta los impactos económicos, sociales y medioambientales, actuales y futuros, satisfaciendo las necesidades de los visitantes, la industria, el medioambiente y las comunidades receptoras

⁵ Instituto de Estudios Turísticos, Tourspain, "El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico-territorial", 2004.

⁶ SERNATUR, Gestión integral de destinos turísticos, 2008.

1.800 millones de viajeros⁷. Este flujo de personas tiene un importante impacto sobre los territorios receptores de turismo tanto a nivel económico, como social, cultural o medioambiental. Impactos que, en algunos casos, ponen en peligro la continuidad de la propia actividad turística y tiene consecuencias negativas para el territorio

Para paliar estos posibles efectos negativos, surge el concepto de turismo sostenible que es un modo de gestionar la actividad turística de manera que ésta sea sostenible en el tiempo.

El concepto de turismo sostenible resulta, en ocasiones algo confuso y se entremezcla con otros conceptos como el turismo verde o el turismo de naturaleza. Sin embargo, tal y como señalan varios autores y recoge la Organización Mundial de Turismo (OMT), para que se pueda hablar de *turismo sostenible* debe tenerse en cuenta el *impacto*, presente y futuro, y la interrelación *en tres ámbitos: económico, social y medioambiental*. Este concepto coincide con el de ecoturismo tal y como lo define la ley 20423.

El turismo sostenible es aplicable a cualquier forma de turismo y destino, lo único que ha de tenerse en cuenta es el equilibrio entre los tres ámbitos de la sostenibilidad para garantizar realmente una sostenibilidad en el largo plazo. Tal y como señala la OMT, para que se considere sostenible el turismo debe:

- 1 Hacer un uso óptimo de los recursos medioambientales que constituyen un elemento clave en el desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar la herencia natural y la biodiversidad.
- 2 Respetar la autenticidad socio-cultural de las comunidades receptoras, conservar su herencia cultural de vida y construcción y valores tradicionales y contribuir a la tolerancia y el entendimiento inter-cultural.
- 3 Asegurar operaciones viables a largo plazo, proporcionando beneficios socioeconómicos a todos los participantes distribuidos de manera justa, incluyendo empleo estable y oportunidades de ingresos y servicios sociales para las comunidades receptoras y contribuyendo al alivio de la pobreza.

Organización Mundial del Turismo <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>

⁷ Panorama OMT del turismo internacional

elaboración de la Política Regional de Turismo de Los Lagos, es la necesidad de participación de todos los agentes involucrados en el turismo, incluyendo al turista⁸, así como un líder del proceso que asegure una amplia participación y la construcción de consenso.

Desde todas las organizaciones se pueden llevar a cabo actuaciones dirigidas a aumentar la sostenibilidad de la actividad turística disminuyendo el impacto medioambiental a través de una gestión responsable de los recursos naturales y energéticos, contribuyendo al desarrollo de la comunidad local.

Ejemplos de prácticas de Turismo Sostenible:

- *Promover el ahorro de energía y agua evitando, por ejemplo, mantener todo el día el aire acondicionado o lavando las toallas cada dos días*
- *Utilización de energías renovables como paneles solares, aspas de viento, etc.*
- *Cálculo de la huella de carbono de las empresas u organización para diseñar un proceso más eficiente de utilización de recursos.*
- *Utilización de sensores de movimiento para el apagado y encendido de luces.*
- *Utilización de ampolletas de bajo consumo*
- *Instalación de sistemas tecnológicos que permitan reciclar el agua (por ejemplo sistema que recicle el agua de las lavadoras para su uso en inodoros)*

Ejemplo empresa con prácticas de turismo sostenible

Las compañías aéreas tienen un alto impacto negativo sobre el medioambiente por las emisiones de los motores, la contaminación acústica, etc., por ello es necesario que lleven a cabo actuaciones para minimizar estos impactos.

Por ejemplo, el grupo **LATAM Airlines** ha creado el programa NEUTRAVEL. Se trata del primer programa de la región dedicado a la compensación de emisiones de CO2 de vuelos corporativos. El programa se ha diseñado para apoyar políticas responsables que permitan neutralizar las emisiones de CO2 de los vuelos de negocios a través de proyectos de conservación de riquezas naturales, generación de energías renovables y otras iniciativas que benefician el medioambiente y a la sociedad. Dentro de los proyectos que se promoverán en NEUTRAVEL destacan iniciativas de conservación de la naturaleza (Bosques Amazónicos en Perú, Reserva Valdiviana en Chile, Choco Darien en Colombia), y proyectos de energías renovables no convencionales, donde en Chile destacan la Central Hornitos, en la V Región, y Nueva Aldea, en la VIII región.

Otro ejemplo en la región de Los Lagos es el **proyecto de conversión de combustible fósil a eléctrico** que ha implementado la empresa Andina del Sud. Este proyecto cambió el consumo de leña a instalación de consumo eléctrico con central de paso en 35 viviendas ubicadas dentro del Parque Nacional Vicente Pérez Rosales.

Fuente: <http://www.visionsustentable.com.ar/blog/?p=8663#more-8663>

Fuente: http://www.scb.cl/Compendio_Buenas_Practicas_Sustentables.pdf

⁸ El turismo sostenible debe involucrar a los turistas, de manera que además de ser una experiencia satisfactoria, aumente la sensibilización entre los turistas sobre la necesidad de llevar a cabo prácticas sostenibles.

2.1.2/ Capital Humano

Las personas, junto con la innovación son los dos factores clave para la mejora de la competitividad y constituyen el eje central de la economía basada en el conocimiento. Las personas crean valor en las empresas y este valor, es aún más importante cuando se trata de empresas turísticas en donde las personas son la *cara visible* de la empresa ante el turista y son un elemento clave en el nivel de satisfacción, dando el valor diferencial que tenga el turista en relación al destino.

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

¿Qué es el capital humano?

Existen diversas definiciones acerca de lo que es el capital humano. Así la OCDE destaca que el capital humano es la mezcla de aptitudes y habilidades innatas a las personas, así como la calificación y el aprendizaje que adquieren en la educación y la capacitación.

Por su parte la Comisión Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales de Chile lo define como el conjunto de las capacidades productivas que una persona adquiere por acumulación de conocimientos generales o específicos. Por su parte, la Estrategia Regional de Los Lagos señala que el desarrollo regional debe tener como foco último a la persona y con ello la calidad de vida de la región, hemos definido Capital Humano como aquella "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"

En general, todas las definiciones señalan que el capital humano tiene que ver con las capacidades, conocimientos y competencias de las personas que trabajan en una organización, convirtiéndose en un activo que marca la diferencia de una empresa con respecto a su competencia.

Fuente: OCDE, "Human capital: how what you know shapes your life", 2007 – Chile Valora, Comisión Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales.

Fuente: Actualización de la Estrategia Regional de Los Lagos. Informe Complementario. Capital Humano. Región de Los Lagos, 2009.

El capital humano es un elemento intangible del que depende, en gran medida, la consolidación del sector y en ello influye de manera importante la capacitación de las personas que trabajan en turismo. Hay una línea directa entre el capital humano, el servicio, la satisfacción del cliente y la fidelización y recomendación del destino.



Asimismo, los nuevos retos que suponen la globalización, los mercados turísticos internacionales, las nuevas tecnologías, la diversificación de la cadena de valor, plantean la necesidad de personas cada vez con mayor cualificación y la adaptación de la formación a las demandas reales de las empresas y del sector.

2.1.3/ Tecnología

Las nuevas tecnologías han transformado la forma en que nos comunicamos, trabajamos y vivimos. Todos los sectores de la economía han tenido que adaptarse a esta nueva forma de gestionar y trabajar. El sector turístico fue reticente a introducir las TICs como herramienta de trabajo⁹ si bien, en la actualidad son estratégicas para la competitividad del sector. La cantidad de datos e información que tiene que manejar el sector (horarios, precios, disponibilidad, itinerarios, etc.) hace que en la actualidad, las nuevas tecnologías sean fundamentales para el desarrollo del sector.

Todo un sistema de TIC se está extendiendo rápidamente a lo largo y ancho de la industria turística y ningún actor podrá abstraerse de los impactos producidos por estas tecnologías.

Poon, A. (1993), "Tourism, technology and competitive strategies".

Además, las nuevas tecnologías están evolucionando muy rápidamente, desarrollando nuevas aplicaciones, nuevas herramientas que obligan al sector a adaptarse continuamente si no quiere perder competitividad.



Fuente: Elaboración propia

⁹ Albacete Sáez, C.A., Herrera Fernández, M., *Las Tecnologías de la Información y Comunicación en el Sector Turístico. Una aproximación al uso de las redes sociales*. Editorial Universitaria Ramón Areces - FITUR, Madrid, 2012.

Las TIC han ayudado a las empresas turísticas a desarrollar nuevos procesos y modos de gestión aumentando su eficiencia interna, aumentando la interacción con sus clientes y facilitando la personalización de sus productos y servicios, y adecuando sus procesos de comercialización lo que les ha permitido, a su vez, ampliar su alcance geográfico.

En la Región de Los Lagos el nivel de introducción de las TIC es bajo. Son principalmente los alojamientos turísticos quienes tienen un mayor nivel de utilización de las nuevas tecnologías, especialmente, software de gestión, plataformas de reservas y pagos online, software para fidelización de clientes o marketing online.

2.1.4/ Nuevos horizontes de actividad

El turismo de intereses especiales

El turismo de intereses especiales (TIE) es un concepto desarrollado de manera especial en Chile. Este tipo de *turismo* está *basado en la naturaleza* (senderismo, montañismo, deportes, avistamiento de aves, etc.), *y el patrimonio cultural e histórico de un territorio*.

Para el Servicio Nacional de Turismo – SERNATUR¹⁰, el turismo de intereses especiales responde a una *elevada segmentación del mercado para satisfacer a consumidores que buscan experiencias personalizadas y diferenciadas, y ofrece la oportunidad de trabajar en diferentes nichos de mercado al mismo tiempo, lo que acelera la diversificación de destinos y la ampliación, profundización y sofisticación de la gama de productos turísticos*.

Se entiende el turismo de intereses especiales como una "modalidad de turismo que incluye al turismo de aventura, ecoturismo, turismo rural, turismo cultural, agroturismo, turismo comunitario y vivencial, etc.; se dirige hacia una demanda selectiva y está estrechamente relacionado con la naturaleza y la cultura de un territorio. Se diferencia de otro tipo de turismo por atraer una demanda selectiva de turistas conscientes, entendidos en las temáticas o prácticas desarrolladas en los destinos a visitar, como también un número de demanda controlada relativamente baja o normal en relación a la capacidad de carga de un destino. Los turistas que realizan este tipo de turismo poseen una motivación en particular basada en el interés por un evento deportivo, artístico y/o cultural determinado, la valorización de aspectos culturales de un territorio, la conservación de modos de vida tradicionales, interpretación y conservación de la naturaleza, y la práctica de deportes aventura".

Fuente: G. Pacheco en La Gestión de Destinos en la Región de Los Lagos. Una guía para el Turismo de Intereses Especiales. ULA, CORFO, 2014.

¹⁰ <http://www.sernatur.cl/programa-de-fomento-al-turismo>

El concepto de Turismo de Intereses Especiales se incorpora a la región en el marco de la Estrategia Regional de Desarrollo Región de Los Lagos 2009-2020 en el apartado de comunidad pluricultural, cuyo segundo lineamientos estratégico se orienta a la *“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”*. A su vez, el turismo es uno de los sectores priorizados en la Estrategia Regional de Innovación de Los Lagos 2014-2019 que señala que *“el turismo cuenta con distintas opciones de nuevos productivos turísticos, desde el turismo de naturaleza e intereses especiales, hasta el turismo cuyo valor agregado es la historia y la cultura, como por ejemplo el potencial de desarrollo del yacimiento de Monte Verde”*

Dentro de turismo de intereses especiales se encuentra el ecoturismo, el turismo gastronómico, el turismo de aventura o el turismo patrimonial.

Ecoturismo

El ecoturismo es un **concepto altamente ligado al turismo sostenible** ya que su eje central es la naturaleza. Es un turismo que ayuda a la conservación del patrimonio natural y cultural de un territorio, aumentando la sensibilización sobre la importancia de la conservación de ese patrimonio, no sólo en los turistas sino también en la población local ya que supone una fuente alternativa de empleo e ingresos para muchas comunidades locales.

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”*.

El Ecoturismo en la Región de Los Lagos

El territorio de la Red de Parques Mapu Lahual es uno de los principales ejemplos en ecoturismo en la Región de Los Lagos. Además posee un entorno privilegiado para este tipo de turismo que se puede desarrollar por sus diversos itinerarios: Caleta Condor, Huellahue, y el paseo por el alerzal de la comunidad de Maicolpue

Asimismo existen una serie de iniciativas llevadas a cabo por emprendedores como por ejemplo en Chepu, donde existe un emprendimiento de cabañas ecológicas, en Puerto Varas está *Romahue*, en o Puelo *Mítico Lodge*.

El ecoturismo se caracteriza por los siguientes elementos:

- 1 Turismo basado en la observación y apreciación de la naturaleza y las culturas tradicionales de las áreas naturales.
 - 2 Alto componente educativo y sensibilizador.
 - 3 Organizado por touroperadores especializados para pequeños grupos. Los proveedores locales suelen ser pequeños y propietarios locales de los negocios.
 - 4 Minimiza los impactos negativos sobre el entorno natural y socio-cultural.
 - 5 Apoya el mantenimiento de áreas naturales utilizadas como atracciones turísticas.
- OMT. Sustainable Development of Tourism

Turismo gastronómico

El turismo gastronómico se caracteriza porque su único fin es conocer y degustar la comida típica de una localidad. Este tipo de turismo cada vez más en alza, incluye el desplazamiento al lugar, la realización en muchas ocasiones de rutas de senderismo o culturales por la localidad, la degustación de los platos típicos, visitas a tiendas locales de productos alimenticios, etc.

En el caso de la región de Los Lagos, el turismo gastronómico tiene un importante potencial y es complementario a la oferta de turismo de naturaleza existente en la región.

Además, es una oportunidad para diversificar actividades agrícolas y pesqueras.

De acuerdo a las entrevistas realizadas, la gastronomía es una de las principales actividades complementarias en turismo y que dan un valor añadido a la oferta turística del territorio. En este ámbito, el Centro de Formación Técnica de la Santo Tomás cuenta con una carrera técnica en gastronomía nacional e internacional.

La región de Los Lagos tiene una gastronomía regional influenciada principalmente, por la cocina mapuche- huilliche, chilota y también existe influencia de la gastronomía alemana y argentina.

Existe una importante oferta de gastronomía local lo largo de toda la región (curanto, milcao, cazuela, etc.) que es potenciada por la calidad y variedad de los productos alimenticios como la carne, la leche, los pescados, los mariscos, destacando los sellos de origen que tienen el cordero, las papas chilotas (con más de 100 variedades), o el ajo chilote. Además, Chiloé es una de los territorios incluidos en el programa SIPAM de la FAO que potencia los *sistemas tradicionales como un aporte a la seguridad alimentaria, la conservación de la biodiversidad y el desarrollo sustentable*¹¹. Sin embargo, a la región le falta un lugar para crear nuevos productos e innovar gastronómicamente, un espacio para dar mayor valor agregado a la gastronomía regional.

Turismo de aventura

El turismo de aventura se desarrolla en lugares que son poco atractivos para muchos turistas por su nivel de riesgo y que, sin embargo, atraen a cada vez mayor número de turistas, es un turismo que crece a un ritmo del 72% anual¹². Entre las principales actividades incluidas en el turismo de aventura estarían el rafting, montañismo, escalada en roca y canyoning.

El turismo de aventura es un tipo de turismo en el que se realizan actividades específicas que utilizan el entorno o medio natural como soporte físico y recurso para producir en los turistas determinadas emociones y sensaciones de descubrimiento y de exploración, y que implican cierto empeño, actividad física y riesgo controlado

Fuente: Ley de Turismo 20423 del sistema institucional para el desarrollo del turismo.

La belleza natural del destino y las actividades disponibles son las principales razones por las que se elige un destino en el que realizar turismo de aventura y, según la ATTA,¹³ Chile es el primer país de Sudamérica elegido para desarrollar este tipo de turismo y, en concreto, la región de Los Lagos cuenta con importantes lugares en los que practicar actividades de aventura como el Río Futaleufú que está entre los 5 mejores ríos del mundo para practicar rafting, las paredes del Valle de Cochamó se han convertido en un destino de escalada a nivel internacional, Hornopirén para hacer canyoning o el Cordón Caulle y para el montañismo.

En Octubre de 2015 se celebra en Puerto Varas la Cumbre Mundial del Turismo de Aventura (ATTA 2015) lo que supone un importante reconocimiento a la región de Los Lagos como destino de turismo de aventura.

¹¹ SIPAM Chiloé, www.chiloepatrimonioagricola.cl

¹² FEDETUR, Barómetro chileno del Turismo. 2014.

¹³ ATTA: Adventure Travel Trade Association. 2012.

Ejemplos de lugares para practicar turismo de aventura en Los Lagos

Rafting	Río Futaleufú Río Petrohué Río Palena
Montañismo	Volcán Casablanca Cordón Caulle Volcán Osorno Volcán Puntagudo Volcán Tronador
Escalada en roca	Valle de Cochamó Futaleufú Petrohué
Canyoning	Futaleufú Hornopirén Palena Reserva Nacional Llanquihue Río Pescado Río León Lago todos los Santos

Fuente: Talleres participativos Marzo 2015.

Turismo Patrimonial y cultural

Con una historia que se remonta a 15.000 años atrás, la Región de los Lagos se constituye como una sociedad multicultural, mezcla de las culturas indígenas (huilliche, chonas, poyas y mapuches) española y alemana. Conocer este mestizaje cultural es importante para entender los aspectos vinculados a la identidad cultural de la región.

Esta pluriculturalidad de Los Lagos confiere una identidad característica al territorio que se refleja en el patrimonio material e inmaterial mapuche y que se aprecia en sus tradiciones y en el caso de la herencia española y alemana se hace visible en la arquitectura y el entorno físico.

SERNATUR y el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes definen el turismo patrimonial y cultural como el *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*¹⁴.

Por su parte la Política Cultural 2011-2016 señala que se promueve el patrimonio cultural tangible e intangible como fin turístico; vinculante con el desarrollo socio-económico regional.

PATRIMONIO TURÍSTICO
Conjunto de bienes materiales e inmateriales que pueden utilizarse para satisfacer la demanda turística.
Ley de Turismo 20.423

El Patrimonio cultural no solo comprende elementos físicos y materiales como son los objetos artesanales o el arte, sino que incluye también aquellos elementos que no son físicos pero que forman parte de la cultura de un pueblo o región como las tradiciones, los rituales, la naturaleza, los saberes y técnicas vinculados a los oficios tradicionales, o los usos y costumbres sociales. La UNESCO define el **patrimonio inmaterial** como “*aquel patrimonio que debe salvaguardarse y consiste en el reconocimiento de los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas transmitidos de generación en generación y que infunden a las comunidades y a los grupos un sentimiento de identidad y continuidad, contribuyendo así a promover el respeto a la diversidad cultural y la creatividad humana*”¹⁵

Tal y como señala la UNESCO la importancia del patrimonio cultural inmaterial se encuentra en el conocimiento y técnicas que se transmiten de generación en generación.

Características del Patrimonio Cultural Inmaterial

Tradicional, contemporáneo y viviente a un mismo tiempo: se incluyen usos rurales y urbanos contemporáneos y ancestrales característicos de diversos grupos.

Integrador: contribuye a la cohesión social fomentando un sentimiento de identidad y responsabilidad que ayuda a los individuos a sentirse miembros de una o varias comunidades y de la sociedad en general.

Representativo: surge de las comunidades y depende de quienes transmiten sus conocimientos de las tradiciones técnicas y costumbres al resto de la comunidad, de generación en generación o a otras comunidades.

Basado en la comunidad: es patrimonio inmaterial solo si es reconocido por las comunidades grupos o individuos que lo crean mantienen y transmiten.

Fuente: UNESCO ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?

Por lo que se refiere a la Región de Los Lagos, existe un patrimonio arqueológico e histórico con gran potencial de desarrollo (Monte Verde, el Sitio Paleo-Arqueológico Pilauco, los Conchales) y la existencia de una identidad cultural centrada en el mestizaje como factor de cohesión y motor

¹⁴ <http://www.cultura.gob.cl/patrimonio/turismo-cultural/>

¹⁵ UNESCO, Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, 2003.

de desarrollo, tal y como señala el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA)¹⁶.

El CNCA incluye tres elementos en el concepto de Patrimonio cultural en la Región de Los Lagos: los pueblos originarios, las costumbres y tradiciones y los sitios patrimoniales.

Pueblos Originarios

Una de las características de la Región de los Lagos es la multiculturalidad y el mestizaje de culturas que dotan de diversidad al territorio. En relación a los pueblos originarios, la Región cuenta con unos 60.000 indígenas¹⁷ (8,6% del total nacional). En la región, además hay 146 asociaciones indígenas y 348 comunidades indígenas.

Asociaciones y Comunidades Indígenas de la Región de Los Lagos

Provincia	Asociación indígena	Comunidad indígena
Chiloé	36	101
Llanquihue	34	54
Osorno	75	218
Palena	1	11

Fuente: CNCA Política Cultural Regional 2011-2016. Los Lagos

Las provincias de Osorno y Chiloé son las principales ubicaciones de las comunidades indígenas que existen en la Región.

Costumbres y Tradiciones

Las costumbres y tradiciones están principalmente ligadas al pueblo mapuche y se concentran principalmente en las provincias de Chiloé y Osorno.

Entre estas costumbres y tradiciones se encuentra la minga que es una modalidad chilota de trabajo comunitario. La maja consiste en moler manzanas para preparar la chicha. La gastronomía cuenta con platos como el curanto que es más una fiesta que en la que participan todos los asistentes y que consiste en un “*cocimiento de mariscos y carnes acompañados con*

¹⁶ CNCA Política Cultural Regional 2011-2016 Los Lagos

¹⁷ Según Censo 2002

papas nativas, chapaleles y milcaos preparados en un hoyo en la tierra con piedras calientes y cubierto con hojas de nalca y pasto”. La mitología también es un aspecto importante dentro de las costumbres y tradiciones y es en Chiloé donde cuenta con una mayor representación con personajes como la Pincoya, el Caleueche o el Trauco.

Sitios Patrimoniales

El patrimonio en la Región de Los Lagos se divide entre patrimonio natural y cultural:

- En la región se localizan una gran cantidad de sitios naturales de enorme belleza y diversidad, entre los que destacan las Áreas Silvestres Protegidas, la reserva de la biosfera o los 15 sitios priorizados en la Estrategia de Biodiversidad de Los Lagos. Además, se encuentra también una significativa variedad de flora y fauna con especies endémicas como el Alerce, el ciprés de la Cordillera, el bosque valdiviano, el zorro chilota, el pudú, etc.
- En el patrimonio cultural se encuentran los monumentos nacionales (elementos, construcciones o lugares que representan un alto valor histórico, patrimonial o arquitectónico y que es protegido por ley).

Patrimonio Cultural

En la Región de Los Lagos destacan las Iglesias de Chiloé que fueron declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. También forman parte del patrimonio cultural de la región las fortificaciones españolas de Ancud, el pueblo de Tenaún, la escuela de Mechuque, las reliquias bomberiles de diversas compañías de bomberos. En la provincia de Llanquihue se pueden encontrar zonas típicas como el campanario del colegio San Francisco, Carelmapu, al capilla y el cementerio indígena de Caicaén, las nueve casas típicas, el fuerte de Pargua, Puerto Varas. En la Provincia de Osorno se encuentran las casas Mohr Pérez, Enrique Schüller, Sürber, Hollstein y las tres casas Stückrath y Puerto Octay.

En relación a sitios arqueológicos se encuentran Monte Verde y Pilauco, los conchales y corrales de pesca, la arquitectura germano chilota o el bosque fósil de punta Pelluco

Fuente: CEDER-Universidad de Los Lagos, Una región Pluricultural: identidad y cultura en la región de Los Lagos. CNCA Política Cultural Regional 2011-2016. Los Lagos.

El turismo de intereses especiales tiene una estrecha vinculación con el patrimonio debido a que refuerza el “cuento” y visibiliza la *identidad local de los territorios*, identidad, que como señala el estudio del CEDER, es un elemento que forma parte del propio desarrollo regional, junto con la cultura y las actividades económicas tradicionales, incorporando a su vez elementos innovadores en lo organizacional y técnico¹⁸.

18 CEDER-Universidad de Los Lagos, *Una región Pluricultural: Identidad y Cultura en la Región de Los Lagos*.

Identidad Regional

La identidad Regional es aquella concepción o identificación que tiene un individuo, o grupo de individuos, respecto a su pertenencia a aquellos aspectos simbólicos representacionales de su identidad colectiva y su valoración de prácticas culturales reiteradas en el tiempo expresados, en este caso, a través de lo referente al ámbito étnico-artístico-cultural.

Dentro de las prácticas identitarias entrarían:

- Fiestas religiosas
- Fiestas costumbristas
- Producciones agrícolas
- Artesanías
- Folklore
- Arquitectura

Fuente: CEDER-Universidad de Los Lagos, Una región Pluricultural: identidad y cultura en la región de Los Lagos.

2.1.5/ No estacionalidad

La estacionalidad es uno de los principales retos que afrontan muchos de los destinos turísticos a nivel mundial, especialmente aquellos que son altamente dependientes de este sector. Que un destino tenga una mayor o menor estacionalidad depende de factores como la climatología (sol, nieve), el tipo de turismo (sol y playa o turismo de naturaleza, gastronómico, cultural) y la demanda que suele ser mayor en una fechas concretas (vacaciones escolares, fiestas religiosas o nacionales, etc.) limitando la actividad turística el resto del año.

Entre los distintos tipos de turismo, el cultural es el menos afectado por la estacionalidad.

Aunque la estacionalidad es difícil de resolver sí que pueden llevarse a cabo algunas actuaciones tendentes a minimizar en la medida de lo posible este fenómeno. En este sentido, la diversificación de la actividad turística y la innovación y la creatividad en el sector pueden ser elementos que ayuden a superar la estacionalidad.

Además, un turismo no dependiente de la estacionalidad, es un turismo más sostenible: económica, social y medioambientalmente¹⁹:

- Desde el punto de vista económico, un destino con una alta estacionalidad pierde ingresos y además, tiene consecuencias en el ámbito laboral con la inestabilidad y la precariedad del empleo. Por

¹⁹ Andalucía, Plan Estratégico contra la Estacionalidad Turística, 2013

el contrario, la desestacionalización posibilita la creación de empleo.

- Socialmente repercute en la imagen que se tiene del territorio y puede producirse una aculturación de la comunidad receptora.
- En el ámbito medioambiental la concentración turística en determinados meses del año supone una sobreexplotación de recursos y un deterioro ambiental.

Algunas medidas para desestacionalizar el turismo

- Diseñar programas y paquetes turísticos que fomenten estancias más cortas (*programa de "escapadas"*) y que abarquen todo el año (como por ejemplo el Teatro del Lago).
- Programas de marketing dirigidos a segmentos de la población con menores limitaciones temporales (adultos mayores, personas solteras)
- Orientación hacia la combinación de los productos turísticos con otros sectores
- Fomento de programas de turismo social dirigido a jóvenes, personas de rentas bajas, adultos mayores, personas con discapacidad.
- Mejorar las conexiones e infraestructuras y la comercialización del destino
- Potenciar productos turísticos como las termas o realizar eventos gastronómicos, deportivos, culturales que atraigan turismo a lo largo de todo el año.
- Creación de productos para impulsar el turismo cultural y patrimonial
- Orientación a los nuevos perfiles de turistas (millennians, mujeres solas, MAMIL,) y especialización del producto.
- Cambios normativos dirigidos a facilitar la mejora de las infraestructuras, los servicios, accesibilidad y adaptación a las necesidades del mercado y del sector.

La creación de productos turísticos para la atracción de visitantes en temporada baja es una de las mejores formas de mitigar la estacionalidad en el sector. Un ejemplo se puede encontrar en el *Carnaval de Invierno de Magallanes*. Este evento que se celebra en Punta Arenas para festejar la llegada del solsticio de invierno, atrae a numerosos visitantes a través de una variada oferta que incluye actividades culturales, musicales y deportivas como correr sobre hielo, el festival folclórico internacional de la Patagonia Chilena, hockey sobre hielo, feria indígena y del libro, y el famoso chapuzón en el estrecho de Magallanes²⁰. En la Región de Los Lagos también hay algunos ejemplos que se llevan a cabo desde distintas municipalidades, organizando eventos en invierno como el Fiesta de la Lluvia en Puerto Varas, la Fiesta de Puihua en Puyehue, en Angelmó en la temporada de invierno se organiza el programa “Viva Angelmó: sabor y patrimonio del sur”, en Queilén organizan la “Versión Reitimiento de

²⁰ www.chileestuyo.cl

Chancho” en el mes de julio. Estas actividades culturales tienen un alto componente gastronómico y de música chilena-folklorica.

Programa de Fomento al Turismo

Este programa tiene como objetivo potenciar la competitividad turística en Chile a través de la captación de nuevos segmentos de mercado capaces de acelerar el crecimiento turístico, reduciendo la estacionalidad de la actividad y desconcentrando territorialmente la actividad.

El programa cuenta con 3 componentes:

1. Desarrollo de productos
2. Desarrollo de nueva oferta turística
3. Fortalecimiento de la institucionalidad turísticas

Fuente: SERNATUR

El *turismo rural* es también una interesante alternativa no solo para reducir la estacionalidad del sector, sino también como una actividad complementaria a la actividad silvoagropecuaria. La región, además tiene una de las poblaciones rurales más grandes del país lo que potencia el desarrollo de este tipo de turismo. El INDAP²¹, cuenta con un programa dirigido a fomentar este tipo de turismo.

Programa de Turismo Rural

En el ámbito del turismo INDAP cuenta con un programa desde 1995 para apoyar el turismo rural como una actividad complementaria a la agricultura.

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”. 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.

Fuente: <http://indap.gob.cl/programas/turismo-rural>

El turismo rural se realiza en toda la región, pero son Chiloé y Palena las provincias que cuentan con una oferta óptima para este tipo de turismo. La región ofrece una interesante variedad de actividades para realizar en el ámbito del turismo rural como cabalgatas, senderismo, kayaking y especialmente, ofrece la oportunidad conocer y aprender actividades

²¹ <http://indap.gob.cl/programas/turismo-rural>

vinculadas con el ámbito rural como mariscar, hacer queso, ordeñar vacas, hilar y tejer lanas de oveja chilota, cosechar papas, hacer pan amasado y sobre todo, degustar la comida tradicional de la región como puede ser el curanto al hoyo, los mariscos, la cazuela o milcao. Todo ello dirigido a que el viajero viva una experiencia real en contacto con la forma de vida de la región.

Turismo rural y mujer

El turismo rural es una de las mejores maneras de experimentar el contacto con las comunidades locales y con la cultura y la historia de un territorio. Generalmente son las mujeres quienes transmiten la cultura de una generación a otra y son principalmente las mujeres la cara visible del turismo rural.

En la región de Los Lagos el turismo rural es una actividad complementaria a la agricultura y es una actividad que suele recaer en las mujeres. Ellas son las que se capacitan, las que atienden a los huéspedes, las que enseñan a los viajeros a tejer, a mariscar, quienes cocinan los platos típicos, en definitiva, quienes impulsan este tipo de turismo.

Las redes de turismo rural entrevistadas en el marco de este diagnóstico ratifican este hecho ya que están formadas mayoritariamente por mujeres.

Otras iniciativas de interés para paliar la estacionalidad del turismo y que se impulsan desde SERNATUR son el turismo social y las giras de estudios. Así, el programa de *Vacaciones Tercera Edad* busca romper la estacionalidad promoviendo el turismo interno en temporada media y baja, a la vez que beneficia a un importante segmento de la población como son los adultos mayores y las personas con capacidad disminuida. Por su parte, las giras de estudio dan la oportunidad a los más jóvenes de conocer otras regiones del país.

2.1.6/ Innovación

La innovación es un factor determinante para mantener la competitividad de las empresas en una economía cada vez más competitiva y globalizada. Tal y como señala la OCDE, la innovación ha sido un elemento vital para los sectores más industriales, sin embargo, el sector servicios y el turismo en concreto, han considerado la innovación como un elemento secundario²², excluyéndolo de su ámbito de actuación. Además, la necesidad de ofrecer nuevos productos y servicios a los turistas y diferenciarse de la

²² OCDE, "A conceptual and dynamic approach to innovation in tourism", 2004.

competencia, hace que las empresas turísticas busquen *nuevos mecanismos para impulsar la innovación*²³.

En general, innovación se asocia con tecnología. Sin embargo, la innovación no tecnológica está cada vez más presente y es esencial en sectores como el turismo. Si bien es cierto que la introducción de las TIC en el sector tuvo una decisiva influencia en la mejora de los servicios y productos, es más significativa, sin embargo, la introducción de innovaciones relacionadas con la gestión (softwares de gestión de alojamientos, ERP) el marketing (sistemas de imágenes y videos, sistemas de información personalizada, redes sociales, web analytics) o la comercialización (plataformas online). Los turistas están cada vez más informados y buscan productos más personalizados e información personalizada en cualquier momento y lugar. Este es un importante desafío para las empresas del sector y que les obliga a redefinir sus modelos de gestión y los canales de comercialización. Este tipo de innovación más “etérea” tiene sin embargo, mejores resultados en la mejora de la competitividad del sector. Por otro lado, la innovación en gestión mejora el uso de los recursos y la eficacia y eficiencia mientras que la innovación en marketing permite la diferenciación del producto en el mercado y nueva formas de comercialización en mercados globales.

MANUAL DE OSLO

Introducción de un nuevo o significativamente mejorado, producto (bien o servicio) de un proceso, de un nuevo método de comercialización, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores.

Innovación en turismo

Se pueden encontrar diversas experiencias innovadoras que combinan sectores diversos para ofrecer un nuevo producto turístico y que además, pueden ser actividades complementarias a sectores tradicionales como por ejemplo combinar la pesca artesanal con mostrar el día a día de esta actividad a turistas a través de excursiones al mar que además incluya degustar gastronomía típica.

Otro ejemplo a nivel local puede ser la creación de rutas urbanas que muestren la ciudad, su historia, cultura, patrimonio, etc., a través de personajes de comic o storytelling (contar el cuento). O implementar rutas mezclando gastronomía con cultura, tradiciones, mitología local.

El rescate de tradiciones artesanales educando a los visitantes en la elaboración de piezas de greda como hacen en la Granja Educativa Alfarera de Pomaire y en donde además de conocer la actividad alfarera de la localidad, los visitantes pueden tomar un curso práctico de alfarería y salir aprendiendo los conceptos más básicos para confeccionar sus propios cacharros”.

Fuente: www.corfo.cl ; www.innovacion.gob.cl

²³ Ministerio de Industria, Energía y Turismo, Gobierno de España, *Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-201*.

Tipos de Innovación



Fuente: Manual de Oslo

La *Estrategia Regional de Innovación 2014-2019* de la Región de Los Lagos identifica el turismo como un sector relevante para la economía de la región definiendo en la propia estrategia programas y medidas específicas para impulsar esta actividad económica:

Programa	Medidas	Acciones
<p>Programa 1: Incorporación de Valor Agregado a las actividades productivas para la mejora de la productividad y la competitividad.</p>	<p>Medida 1.3: Apoyo a proyectos turísticos que integren actividades complementarias de otros sectores de actividad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Identificación de productos turísticos combinados con actividades productivas regionales. Definición de proyectos de integración de actividades Puesta en marcha de los proyectos. Valoración de los resultados
<p>Programa 2: Diversificación de las actividades productivas en base a los recursos y el saber hacer regional, mediante la incorporación de</p>	<p>Medida 2.3: Apoyo al desarrollo de nuevos productos turísticos vinculados a la naturaleza que incorporen la historia y la cultura regional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Identificación y selección de rutas susceptibles de combinar naturaleza e historia. Definición de proyectos colaborativos (empresas y entidades de I+D+I) para el diseño y la puesta en marcha de las rutas. Experimentación de rutas

Programa	Medidas	Acciones
innovación.		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Valoración de resultados
<p>Programa 5: Herramientas para un sistema regional de innovación dinámico, estable y colaborativo.</p>	<p>Medida 5.2. Imagen de marca regional</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Constitución Comité regulador de la marca regional ▪ Diseño imagen /logo ▪ Definición del mensaje en relación a la innovación y el medio ambiente. ▪ Acuerdo entre los agentes regionales para su utilización ▪ Selección de productos regionales ▪ Diseño de la campaña utilizando los nuevos medios (redes sociales, plataformas, etc.) ▪ Experimentación en una primera selección de productos.

Fuente: Estrategia Regional de Innovación 2014-2019 Región de Los Lagos

2.1.7/ El turismo de experiencias

En el actual mercado turístico internacional, el turista más que productos/servicios individuales, busca *“vivir experiencias”* (de entretenimiento, educativas, espirituales, etc.). Este concepto implica que el entorno, los recursos turísticos, la belleza del lugar, no es suficiente, sino que se necesitan elementos que hagan que el turista experimente vivencias y emociones y sienta el destino (olores, sabores, colores, texturas) y ello junto con la comunidad que le aporta el descubrimiento de la identidad local.

Este nuevo concepto turístico requiere de la cooperación entre todos los actores turísticos ubicados en un mismo territorio. Los productos serán resultado de proyectos conjuntos y en colaboración entre dichos actores y en relación con otros sectores conexos como biotecnología, energía, nutrigenómica²⁴, sanidad, etc.

Vivir la experiencia

Las nuevas tendencias turísticas se enfocan en un turismo vivencial. El turista actual busca “vivir experiencias” y conocer lugares y realidades diferentes; busca destinos donde puede experimentar lo auténtico a través de experiencias en contacto con la naturaleza, la cultura y la población local. Además en este vivir la experiencia hay una importante involucración por parte del turista a través de su participación en la conservación y, en algunos casos, recuperación de los recursos naturales, culturales y patrimoniales.

Siguiendo esta tendencia internacional, Chile ha definido *seis tipos de experiencias* que pueden vivirse

²⁴ La Nutrigenómica consiste en adaptar y personalizar las pautas nutricionales en función del ADN de cada persona ya que no todos los alimentos tienen el mismo efecto en todas las personas y esto se puede determinar mediante análisis genéticos.

a lo largo de todo el país:

- Cultura y patrimonio
- Inspiración natural
- Aventura y deporte
- Vida urbana
- Salud y bienestar
- Sabores y vinos

Fuente: www.chiletourism.travel

2.2/ Premisas de la Política Regional de Turismo

Una de las premisas de la Política Regional de Turismo es la *coherencia con otras políticas*. En la actualidad, existen diferentes marcos políticos que contemplan el apoyo al turismo desde distintos ámbitos entre los que destaca la *Ley de Turismo 20.423* que establece el marco general del sector y en especial, *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 naturales*. Asimismo, la ley define distintos conceptos de la actividad turística y establece los lineamientos de la Política Nacional de Turismo y la planificación y coordinación del sector.

A nivel regional, la *Estrategia Regional de Desarrollo de los Lagos 2009-2020* es el documento del que surge la elaboración de esta Política Regional de Turismo al señalar el turismo como una actividad económica de relevancia en la región y que cuenta con varios lineamientos. Por su parte, el Plan Regional de Gobierno 2014-2018 de la Región de Los Lagos tiene como un pilar de desarrollo el eje *Región Potencia Alimentaria y Turística Sustentable* que, en el caso del turismo, propone potenciar el Turismo de Intereses Especiales vinculando la oferta y la demanda y promoviendo una región turística sustentable²⁵.

Otros marcos políticos son la Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020 o el Plan para el Desarrollo Turístico de la Región de Los Lagos 2014-2018 que centra sus acciones en la calidad y capital humano, promoción nacional e internacional, diversificación de experiencias y desarrollo de destinos, como factores que contribuirán a alcanzar la competitividad del sector. En definitiva, la PRT es coherente con estrategias y planes nacionales y regionales y tendrá en cuenta las directrices señaladas en el siguiente marco político:

Políticas y planes regionales	Líneas de actuación
Ley de Turismo 20.423	Establece los lineamientos de la Política Nacional de Turismo y la planificación y coordinación del sector a través de la creación del Comité de Ministros del

²⁵ Es de resaltar que en el ámbito del turismo sustentable, la Región de Los Lagos cuenta con el mayor número de establecimientos certificados con el sello S de sustentabilidad y está desarrollando diversas iniciativas de turismo sustentable como la que se lleva a cabo en la Cuenca del Lagos Llanquihue.

Políticas y planes regionales	Líneas de actuación
	<p>Turismo y de la a Subsecretaría de Turismo.</p> <p>Otras disposiciones de la ley son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Las zonas de interés turístico ▪ El desarrollo turístico en las áreas silvestres protegidas del Estado ▪ La promoción ▪ El sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos
<p>Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020</p>	<p>Promoción: internacional, nacional, inversión en promoción, información</p> <p>Sustentabilidad: gestión sustentable, sustentabilidad turística del territorio, integración de las comunidades</p> <p>Inversión y competitividad: desarrollo de la oferta, infraestructura, competitividad</p> <p>Calidad y Capital humano: calidad del producto o servicio, desarrollo del capital humano, conciencia turística</p> <p>Inteligencia de mercado: recoger y analizar cifras que permitan tener un conocimiento cuantitativo del turismo en el país</p>
<p>Plan Nacional para el Desarrollo Turístico Sustentable 2014-2018</p>	<p>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.</p>
<p>Estrategia Regional de Desarrollo Región de Los Lagos 2009-2020</p>	<p>Cuatro criterios estratégicos: capital humano, construcción social del territorio, integración regional y competitividad sostenible.</p> <p>Las líneas estratégicas son:</p> <p>Desarrollo humano y calidad de vida</p> <p>Comunidad pluricultural</p> <p>Competitividad regional</p> <p>Democracia y gobernabilidad regional</p> <p>Sustentabilidad regional</p>
<p>Plan Regional de Gobierno 2014-2018. Región de Los Lagos</p>	<p>Eje: Región Potencia Alimentaria y Turística Sustentable</p> <p>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.</p>
<p>Plan para el Desarrollo Turístico de la Región de Los Lagos 2014-2018</p>	<p>El Plan se basa en los pilares que establece la Estrategia Nacional de Turismo (SERNATUR). Estos pilares son: 1) Promoción, 2) Diversificación de experiencias, 3) Desarrollo de destinos, 4) Calidad y Capital Humano.</p>
<p>Estrategia Regional de Innovación, Región de Los Lagos 2014-2020</p>	<p>Incorporación de Valor Agregado a las actividades productivas para la mejora de la productividad y la competitividad.</p> <p>Diversificación de las actividades productivas en base a los recursos y el saber hacer regional, mediante la incorporación de innovación.</p> <p>Articulación de la Oferta Regional de Conocimiento y Tecnología</p> <p>Formación y capacitación de profesionales y técnicos</p> <p>Herramientas para un sistema regional de innovación dinámico, estable y colaborativo.</p>
<p>Política Regional de</p>	<p>Construir un plan de accesibilidad de mediano plazo para las zonas aisladas,</p>

Políticas y planes regionales	Líneas de actuación
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.

Asimismo, la PRT contará con el *máximo consenso* por parte de los agentes turísticos públicos y privados de la región como base para una mayor eficiencia y eficacia en las acciones a poner en marcha. Por ello será necesario impulsar un proceso de socialización durante todo el proceso de definición. Además, se tendrá en *consideración el conjunto territorial* de la región (las 4 provincias: Llanquihue, Osorno, Chiloé y Palena) de cara a asegurar un desarrollo del sector equilibrado en toda la región.

La Política Regional de Turismo se basará asimismo, en el *potencial específico de la región* de Los Lagos, dando respuesta a las principales problemáticas del sector, teniendo en cuenta, a su vez, las *tendencias* existentes en el sector *a nivel internacional*.

Por su parte, la *Estrategia de Imagen Región* contemplará estrategias de posicionamiento y diferenciación, estrategias de producto, mercado y marca, estrategias de promoción y comercialización para posicionar a la región en el mercado turístico.

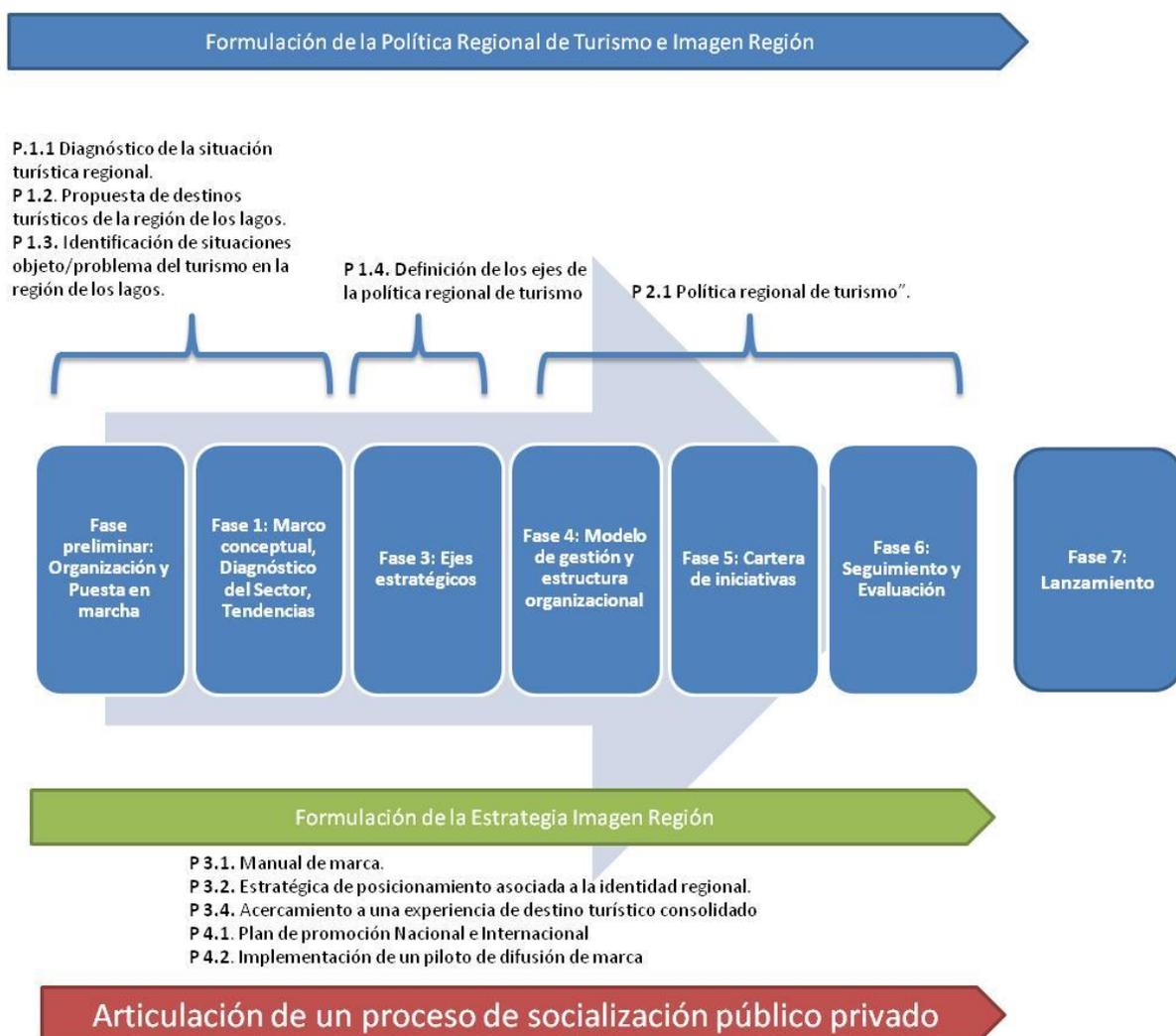
Por último, la PRT incluirá un *modelo de gobernanza participativa multinivel e interinstitucional* que integre la diversidad de ámbitos y factores que inciden en el turismo.

En definitiva, la PTR recogerá las características específicas que presenta el Turismo, junto con unas tendencias internacionales, que van a requerir de una apuesta institucional articulada en torno al consenso y la participación multinivel e interinstitucional, que dé respuesta a la complejidad y la diversidad del conjunto de actividades que componen el sector.

3/ MARCO METODOLÓGICO

La Operativa de trabajo se estructura en torno a una fase preliminar de organización y lanzamiento a partir de la cual se desarrollan cinco fases en las que se irán incorporando los diferentes inputs para la formulación de la Política Regional de Turismo y la Estrategia de Imagen Región y su posterior lanzamiento.

Fases de trabajo



3.1/ Metodología

La metodología con la que se va a llevar a cabo la Política Regional de Turismo de Los Lagos se basa en la metodología desarrollada por la Unión Europea para el Programa *Regional Innovation Strategies for Smart Specialisation RIS3*. La utilización de la metodología RIS3 se basa principalmente, en su *enfoque orientado a la participación de todos los agentes institucionales, empresariales, académicos y formativos*, en el proceso de elaboración de la Política Regional de Turismo e Imagen Región de Los Lagos. Además es una metodología que facilita, en este caso, la priorización para la elección de los atractivos turísticos a los que se dirige la inversión pública.

Así, los 4 pilares en los que se va a sustentar la metodología para elaborar la Política Regional de Turismo de Los Lagos son los siguientes:



Por tanto, siguiendo las características metodológicas de las RIS3, la metodología de trabajo que se propone se caracteriza por:

- Alta participación e interacción de todos los agentes con intereses y competencias en el desarrollo del turismo en la región en los próximos años.
- Estímulo del trabajo en red y de las relaciones para el desarrollo de dinámicas de cooperación entre todos los agentes involucrados en el turismo en Los Lagos, incluyendo a los agentes no solo de ámbito local y regional, sino también de ámbito nacional e internacional.
- La profundización de la reflexión sobre el concepto de internacionalización de las actividades turísticas, ya que los productos y servicios turísticos de la región tienen un potencial muy importante de comercialización a nivel internacional, y por lo tanto resulta necesario considerar esta dimensión en el momento de establecer la Política Regional de Turismo.
- La utilización de herramientas específicas en cada etapa, que combinarán el trabajo de gabinete con el trabajo en terreno.
- La comunicación constante con los responsables del proyecto en la contraparte técnica del Gobierno Regional de Los Lagos.

Condiciones del Enfoque Metodológico

- La institución visible en todo momento, será el Gobierno Regional de Los Lagos, a través de la División de Planificación. No obstante, también se trabajará con los principales agentes públicos involucrados en el sector como SERNATUR.
- Participación regional, provincial y comunal así como la de los diversos grupos de interés y actores clave, consensuando su participación con la División de Planificación del GORE.
- Identificación de las condiciones y mecanismos necesarios para una ejecución efectiva de la Política Regional de Turismo por parte de los servicios públicos, del sector privado y de la comunidad en general. .

3.2/ Agentes clave

Los agentes clave a los que se involucrará en el proceso participativo para la elaboración de la Política Regional de Turismo de Los Lagos son los siguientes:

Consejo Regional

El consejo regional *tendrá por finalidad hacer efectiva la participación de la comunidad regional y estará investido de facultades normativas, resolutivas y fiscalizadoras*²⁶. Los Consejeros Regionales son elegidos por sufragio con una duración de 4 años. El CORE funciona en sesiones ordinarias (al menos una vez al mes) y extraordinarias.

El CORE de Los Lagos está formado por el intendente y por 16 consejeros. En el marco del proyecto de formulación de la Política Regional de Turismo e Imagen Región, los CORES han desarrollado su trabajo en dos ámbitos: a través de la comisión de turismo y sesiones en pleno. El presidente del CORE es Pedro Soto Oyarzún y presidente de la Comisión de Turismo es Manuel Ballesteros Curumilla.

La comisión de Turismo y Relaciones Internacionales está formada por 6 Consejeros Regionales:

Provincia de Llanquihue	Bernardo Espinoza Villalobos
Provincia de Chiloé	Manuel Ballesteros Curumilla Pedro Soto Oyarzún Claudio Oyarzun Cárcamo Fernando Borquez Montecinos
Provincia de Palena	León Roa Soto Fernando Hernández Torres
Provincia de Osorno	María Angélica Barraza Arellano

Fuente: www.goreloslago.cl

La información periódica del trabajo que se realiza a la Comisión de Turismo del CORE es parte del proceso de formulación de la PRT. En la

²⁶ Artículo 28, Texto refundido, coordinado, sistematizado y actualizado de la Ley n° 19.175, Orgánica Constitucional sobre Gobierno y Administración Regional.

fase de diagnóstico se han organizado 2 sesiones informativas: la primera en la que se explicó el proyecto y el plan de trabajo y la segunda en la que se presentaron los avances en el desarrollo del proyecto con respecto a la elaboración del diagnóstico y el producto 1 de la política.

Mecanismos de Participación	Participantes	Funciones	Hitos de participación	Medios
Equipo técnico del GORE	Profesionales de la División de Planificación	Consensuar todas las fases y monitorear el trabajo de la PRT	Todo el proceso	Reuniones ad hoc, teléfono, mail, skype
Consejo Regional de Los Lagos	Consejeros Regionales de Turismo Comisión de Turismo del CORE	Validación de los diferentes productos y toma de decisiones	Todo el proceso	Reuniones ad hoc Comisiones Plenos
Mesa Público-Privada de la PRT	INTENDENTE GORE CORE SEREMI ECONOMIA SERNATUR MOP SEREMI MEDIOAMBIENTE Asociación de operadores o empresas turísticas. Representantes empresariales	Establecimiento de directrices, validación de documentos, hitos y avances en el proceso y toma de decisiones.	Todo el proceso	Equipo de trabajo activo durante todo el trabajo
Talleres temáticos	Servicios Públicos Empresas Ámbito científico y académico Entidades de apoyo al turismo Representantes empresariales Municipalidades	Desarrollo de propuestas para su inclusión en la PRT	Todo el proceso	Reuniones ad hoc
Entrevistas	Empresas y Emprendedores Agentes intermedios clave en el turismo (entidades de formación y capacitación, asociaciones sectoriales, corporaciones de turismo, cámaras de turismo) Servicios Públicos	Conocer las principales problemáticas y necesidades del sector	Todo el proceso	Entrevistas personales

3.3/ Herramientas metodológicas

Coordinación continuada

A través de la coordinación continuada se asegura la buena ejecución y la coordinación efectiva de la asistencia técnica con los responsables del proyecto en la División de Planificación del GORE. La coordinación consistirá básicamente en el establecimiento de mecanismos para:

1. Asegurar una comunicación fluida entre las partes integrantes del proyecto.
2. Facilitar la socialización del proceso asegurando la participación regional, provincial y comunal así como la de diversos grupos de interés y actores clave.
3. Impulsar el despliegue de un sistema de calidad (mejora continua) que velará por maximizar los resultados de la coordinación y la ejecución de las diferentes tareas.

Socialización público-privada

La participación y el consenso es uno de los principales pilares en los que se basa la metodología RIS3 y por ende, la elaboración de la Política Regional de Turismo de Los Lagos. A través de esta herramienta se quiere asegurar la participación de los agentes clave en el desarrollo del turismo en la región de Los Lagos en los próximos años, como condición favorecedora de un buen resultado final.

Esta socialización enriquecerá tanto la formulación de la política a través de *conjugación de las diferentes visiones y opiniones de los actores participantes*, así como con el intercambio de opiniones y el contraste de los resultados. Todo ello, para conseguir compromisos y acuerdos dirigidos a construir un consenso de cara a la definición de la PRT que estimule la cooperación entre agentes públicos y privados en la puesta en marcha e implementación de la Estrategia.

Finalidad del proceso de socialización público-privada:

- Información, comunicación y consenso
- Intercambio de opiniones y perspectivas, generación de ideas y debate estratégico

- Aportación de legitimidad social a la Política Regional de Turismo
- Generación de adhesiones y acuerdos

La socialización y validación de los diversos avances de la consultoría, se abordará considerando las siguientes metodologías de trabajo y materiales a utilizar para socializar y fomentar la participación de los agentes clave en cada una de las fases de elaboración de los productos del proyecto.

PRODUCTO	METODOLOGÍA	MATERIALES
PRODUCTO 1	Entrevistas individuales Talleres de diagnóstico Presentaciones a autoridades (CORE) Mesas público-privadas de contraste	Guiones de entrevistas Versiones preliminares de los documentos para contraste Presentación Producto final
PRODUCTO 2	CORE Mesas público-privadas de contraste	Versiones preliminares de los documentos para contraste Presentación Producto final
PRODUCTO 3		
PRODUCTO 4		
PRODUCTO 5	Presentaciones a autoridades	Presentación Producto final

3.3.1/ Entrevistas

Las entrevistas tienen entre sus objetivos *identificar y caracterizar las circunstancias y necesidades específicas de las empresas del sector, e identificar nuevos horizontes de oportunidad para el sector turístico de la región, en ámbitos relacionados con la calidad de vida, el turismo sustentable, la alimentación saludable para el turismo, los nuevos servicios relacionados con el turismo experiencial y de intereses especiales como pueden ser los culturales, patrimoniales, deportivos, de naturaleza, o gastronómicos.*

La propuesta contemplaba la realización de 72 entrevistas en profundidad a los distintos agentes en la fase de diagnóstico y validación de la política. El total de entrevistas realizadas en el marco ha ascendido a 114.

- 57 entrevistas a empresas
- 19 entrevistas a entidades de apoyo como centros de formación, cámaras de turismo, asociaciones gremiales,
- 38 entrevistas a entidades públicas.

A continuación se presenta el listado de entrevistas realizadas:

Entrevistas Entidades Públicas

NOMBRE	ENTIDAD
Gonzalo Reyes Lobos	Seremi del Trabajo y Previsión Social
Jorge Pasmínio Cuevas	Seremi de Medioambiente
Carlos Contreras Oyarzún	Seremi de Obras Públicas
Carmen Gloria Muñoz Torres	Seremi de Economía, Fomento y Turismo
Pedro Soto Oyarzún	Presidente del Consejo Regional de Los Lagos y miembro de la Comisión de Turismo y Relaciones Internacionales
Fernando Hernández Torres	Consejero Regional e integrante de la Comisión de Turismo y Relaciones Internacionales del CORE
Jaime Bertín Valenzuela	Presidente Capítulo Alcalde Región de Los Lagos Alcalde de Osorno
Claudia Díaz	Directora Regional SERNATUR
Luis Infante	Director Regional CONAF
Claudia Pailalef	Directora Regional CONADI
Adolfo Alviar	Director Regional de CORFO
Richard Villegas Gamboa	Director Regional de SENCE
Marcelo Alvarez	Director Regional de SERCOTEC
Adriana Maldonado	Directora Regional de SENAMA
Zabulón Caamaño	Director Regional de Planeamiento - MOP
Carlos Ritter	Jefe de departamento de Áreas Protegidas - CONAF
Claudio Castro Siluz	Profesional de Medioambiente
Rodrigo Fernández	Profesional de SENCE
Carolina Araya	Profesional de INDAP
Nadine Campbell	Profesional de CORFO
Carlos Poblete	Profesional de CONAF
Roxana Luna	Profesional de CONADI
Nancy Vera	Profesional de SERNATUR
Alfredo Lapierre	Profesional de SERNATUR
Graciela Ovando	Profesional de SERNATUR
Jaime Velasquez	CORFO - Nodo Ruta Camino Real
Jorge Loncón	Encargado GORE – Programa Patrimonio Puesta en Valor
Ricardo Neira	Encargado Patrimonio - Dirección de Arquitectura MOP
Braulio Norambuena	Profesional Dirección Regional de Planeamiento - MOP

NOMBRE	ENTIDAD
Daniela Molina	Encargada de Turismo y Medio Ambiente Municipalidad de Puyehue
Cecilia Silva	Encargada de la Oficina de Turismo Municipalidad de Frutillar
Elena Jara	Encargadas de Fomento Productivo de la Municipalidad de Frutillar
Héctor Caripán	Encargado de la Oficina de Turismo Municipalidad de Castro
Elena Ramírez	Administradora Municipal Municipalidad Hualaihue
Eder Fernández	Encargado de Fomento Productivo Municipalidad de Llanquihue
Pablo Fábregas	Encargado de la Oficina de Patrimonio Cultural Municipalidad de Puerto Montt
Anne García	Oficina turismo municipal de Puerto Varas
Rodrigo Pauly	Oficina turismo municipal de Puerto Montt

Entrevistas a entidades públicas y privadas

NOMBRE	ENTIDAD
Juan García	Presidente del Sindicato de Pescadores de Caleta Anahuac de Puerto Montt
José Ignacio Soffía	Presidente de la Corporación de Desarrollo de Puerto Varas
José Guillermo Leavy	Vicerrector Universidad San Sebastián
Gastón Krauss	Vicepresidente de la Cámara de Comercio Industria y Turismo A.G. de Puerto Montt
Claudia Lopez Flores	Directora de carrera Hostelería, Turismo y Gastronomía de INACAP
Frederic Emery	Jefe de carrera de la Escuela de Gastronomía Internacional y Tradicional Chilena Universidad Santo Tomás
Manuel Triviño	Jefe de carrera Escuela de Turismo Instituto Profesional Universidad Santo Tomás
Uri Bader	Gerente del Teatro del Lago
Eugenio Rengifo	Fundación Plades Frutillar
Marianela Álvarez	Cámara de Turismo de Llanquihue
Ricardo Yáñez	Asociación de Guías de turismo
Edith Olavarría	Cooperativa de Turismo Austral
Félix Vargas Cotiart	Cámara turismo de Hualaihue
Agustina Chacón	Asociación de Desarrollo Turístico
Jeannette Morales	Corporación redes turísticas
Ricardo Alvarez	Director Regional Fundación Superación Pobreza

NOMBRE	ENTIDAD
Félix Oyarzún	Asociación Gremial de Hoteleros de Chiloé
José Vera Garnica	Director Departamento Gobierno y Empresa ULA
Marcelo Moraga	Presidente de la Asociación periodistas de Turismo APTUR

Empresas

NOMBRE	ENTIDAD	COMUNA
Manuel Bagnara	Gerente General Armasur	Puerto Montt
Fernando Orellana	Gerente Hostal Tren del Sur	Puerto Montt
Andrea Gebetsroither	Comité de Turismo rural Carretera Austral - Hostal Mozart	Puerto Montt
Andrea Guerra	Gerente Turismo Pacífico	Puerto Varas
Josefina Ruiz	Gerente Hotel Bellavista	Puerto Varas
Gloria Barriá	Hotel Bordelago	Puerto Varas
Inelda Soto Schmidt	Propietaria Hospedaje Etienne	Llanquihue
Folke Bergstrom	Gerente Zona Sur Andina del Sud	Puerto Varas
Tatiana Torrealba	Kurantour	Puerto Montt
Susana Bize	Senda Nativa Romahue	Puerto Varas
Hanna Löwen	Guía turística	Puerto Varas
Pablo Ortuzar	Director canopy pro	Puerto Varas
Ema Santander	Ema Tour	Puerto Montt
Maribel Proboste	Restaurante Club Alemán Molino de Agua	Puerto Varas
Guido Acuña	Andrestour Agencia de Viajes	Puerto Montt
Emma Baeza	Posada del Colono	Puerto Octay
Karin Vogel	Lácteos y turismo playa venado	Puerto Varas
Emilio Velasco	Cabañas Bahía Celeste	Puerto Varas
Víctor Almonacid Torres	Transporte Lahuel Andino	Puerto Montt
Rodrigo Trabucco	La Jardinera Gastro-Pub	Puerto Varas
Jacqueline Schutimacker	Gerente Regional LAN Airlines	Puerto Montt
Monica Carrasco	Directora Visit Chile	Puerto Varas
Liliana Aro Díaz	Hotel Club Presidente	Puerto Montt
Álvaro Barrientos	Hotel Don Luis	Puerto Montt
Paola Villablanca	Propietaria Natura Tour	Puerto Montt
José Dattoli	TREKKA	Puerto Montt
Franz Schirmer	Petrohué Lounge	Puerto Varas
Cathy Bérard	Open travel	Puerto Varas

Informe Marco Teórico-Conceptual y Metodología de trabajo

NOMBRE	ENTIDAD	COMUNA
Johnny Flores	Hotel Sonesta	Osorno
Francisco del Escoval	Hotel Termas de Puyehue	Puyehue
Paulina Toro	Turismo Andina del Sud	Puerto Varas
Alejandra Guerra	Trekking al alma	Puerto Octay
Angélica Frohlich	Restaurante Puro Toro	Puerto Varas
Ramón Torres	Hotel Ancud	Ancud
Luz María Oyarzo	Nativa Ecoturismo	Ancud
Fernando Claude	Chepu Adventures Ecolodge	Ancud
Tania Gebauer	Palafito Sur Hostel	Castro
Ricardo Rodríguez	Hotel de Castro	Castro
Renato Arancibia	Turismo Pehuen	Castro
Carlos del Campo	Chile Best Tour	Puerto Varas
Manuel Rojas	Hotel Mundo Dreams los Volcanes	Puerto Varas
Alfredo Soto	Hotel el Greco	Puerto Varas
Nector Hvalibota	Cabañas Tres Morros	Futaleufú
Malvina Cortés	Hospedaje El Arroyito	Futaleufú
Malvina Espinoza	Lagos Las Rozas	Futaleufú
Irma Espinoza	Hospedaje Los Pinos	Futaleufú
Juan Pablo Izquierdo y Soledad Riberos	Hotel El Barranco	Futaleufú
Jose María Sánchez	Uman Lodge	Futaleufú
Adriana Nascimento	Hostal La gringa Carioca	Futaleufú
Christian Duran	Patagonia Elements	Futaleufú
Fernanda Jodre	Patagonia Outdoors	Futaleufú
Antón Silva	Edelweiss	Futaleufú
Luis Arriagada	Cabañas Lahuan	Hornopirén
Christian Caipillán	Nodo Corfo turismo sustentable	Puerto Montt
Frank Boettcher	Andes Nativa	Puerto Varas
René Tenberg	Gerente Protours	Puerto Varas
Jorge Moller	Darwing Trains	Santiago - Puerto Varas

3.3.2/ Cuestionarios para entrevistas

Para la realización de las entrevistas se han diseñado cuatro cuestionarios, validados por el GORE de Los Lagos. A continuación se presenta el cuestionario para las entrevistas.

Guión para las empresas y emprendedores

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

DATOS BÁSICOS	
Nombre de la empresa legal	
Año de creación	
Persona entrevistada, cargo y formación	
Número Empleados	Estables Temporales
Ventas	0 – 2.400UF 2.400,01UF – 25.000UF 25.000,01UF – 100.000UF 100.000,01UF y más
Actividad²⁷	
Dirección	
Teléfono	
Correo electrónico	
Website	

²⁷ 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 específicas del país considerado, que incluye alquiler de vehículos, museos, galerías de arte, casinos venta de productos de artesanía.

1. Detalle de los productos y servicios turísticos que oferta su empresa:

1.1. Segmentos de mercado:

- Turismo familiar.
- Turismo deportivo.
- Turismo de negocios.
- Turismo gastronómico.
- Turismo de aventura y naturaleza.
- Turismo cultural
- Otros

1.2. Interrelaciones con otras actividades. ¿Colabora además con otras empresas?

- Deporte y ocio
- Gastronomía y Alimentos
- Pesca Artesanal
- Agricultura
- Cultura y Patrimonio
- Transporte
- Naturaleza y Medio Ambiente
- Otros

1.3. ¿Cuenta su empresa con Certificaciones de calidad, medio ambiente, etc.? ¿Cuáles? ¿Qué le aportan estas certificaciones?

2. Recursos Humanos y Tecnologías

2.1. ¿Cuál es la formación que tienen sus empleados? ¿Es la cualificación requerida para el puesto que ocupan?

- Formación universitaria
- Formación técnica
- Estudios primarios
- Sin formación específica en el sector
- Otros

2.2. ¿Qué tecnologías utiliza su empresa? ¿Las soluciones tecnológicas para el turismo son accesibles para su empresa? ¿Utiliza Internet?

2.3. Innova en su empresa ¿Qué innovaciones ha llevado a cabo en los últimos años?

2.4. Cuales considera que son las necesidades de innovación y tecnologías con la nueva demanda turística

3. Perfil del Turista

3.1. Defina el perfil del turista que llega a su empresa en base a los siguientes elementos:

- Edad y sexo
- Lugar de procedencia

- En qué época llega (verano, invierno, todo el año)
- ¿Cómo llegan? (avión, cruceros, autobús, coche, etc.)
- ¿Dónde se alojan? (hotel, apartamentos turísticos, casas de familiares, casas propias, camping, etc.)
- ¿Cuál es la estancia media? (nacionales y extranjeros)
- Qué tipo de actividades-turismo desarrolla (aventuras, deporte, cultural, eventos, senderismo, etc.)
- ¿Cuánto gastan?
- ¿Cómo han conocido de sus servicios/productos? (internet, revistas especializadas, touroperadores, boca-a-boca)
- ¿A través de qué canales han reservado su estancia o servicio? (internet, touroperadores, personalmente, teléfono, email)

3.2. ¿Conoce cuál es el grado de satisfacción de los turistas con sus productos/servicios? ¿Qué elementos destacan?

- Calidad
 - Precio
 - Servicio
 - Diversidad oferta
 - Integración de actividades y/o servicios
 - Otros
-
-
-

4. Promoción

4.1. Sus actividades de promoción son de ámbito:

- Local
 - Regional
 - Nacional
 - Internacional (señalar países)
-
-

4.2. ¿Qué canales de promoción utiliza en su empresa? ¿Utiliza internet y las redes sociales para promocionarse?

4.2. ¿Cómo lleva a cabo su promoción comercial? (en colaboración con otras empresas, utilizando programas de apoyo público, etc.)

5. Futuro

5.1. ¿Cuáles son las perspectivas de crecimiento de su empresa en los próximos cinco años?

5.2. ¿Qué perfiles profesionales va a requerir en los próximos cinco años?

5.3. ¿Qué tecnologías van a ser necesarias en su actividad?

5.3. Cuáles son las principales amenazas y oportunidades para su empresa

CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR

6. Perfil del Turista de Los Lagos

6.1. En base a los elementos anteriores, ¿qué perfiles tienen los turistas que llegan a la región?

6.2. ¿Qué imagen suelen tener de la región los turistas? ¿Por qué eligen Los Lagos como destino turístico? (clima, entorno, naturaleza, gastronomía, cultura, tradiciones, etc.)

6.3. ¿Conoce cuál es el grado de satisfacción de los turistas con los productos/servicios ofertados en la región? ¿Que valoran?

7. Caracterización del sector en relación a las empresas

7.1. ¿Cuáles considera que son los retos del sector?

7.2. ¿Qué problemática presenta el sector del turismo en su provincia y en la región de Los Lagos?

7.3. ¿Qué oportunidades ve en la región (o para la región) en relación al sector turismo?

7.4. ¿Cuáles son las necesidades específicas de las empresas del sector?

7.5. Qué factores determinan o pueden mejorar la competitividad del sector en Los Lagos: infraestructuras, innovación, medioambiente, energía, capital humano, gestión empresarial, financiamiento, articulación institucional, normativas, etc.

7.6. Con respecto a la formación ¿la región cuenta con recursos formativos suficientes para satisfacer las necesidades de las empresas del sector?

7.6. ¿Cuáles son los destinos competidores del sector para la región de Los Lagos?

7.7. ¿Qué diferencia a la región con respecto a sus competidores? ¿Cuáles son sus elementos diferenciadores?

CONTRIBUCIÓN A LA POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO

8. ¿Cuáles son los principales destinos de la región para la atracción de turismo?

9. En su opinión, cuáles son las expectativas de futuro en el sector turismo en Los Lagos.

10. ¿Qué aspectos mejoraría en relación al turismo en la región y qué aspectos funcionan adecuadamente en el sector?

11. Cuáles deberían ser las prioridades en el marco de la política regional de turismo

12. ¿Cuáles considera que son los nuevos horizontes de actividad turística para la región?

13. ¿Cómo cree que debiera ser la gobernanza para la implementación y el seguimiento de la política regional de turismo?

Guión para agentes institucionales

CARACTERIZACIÓN DE LA ENTIDAD

DATOS BÁSICOS	
Identificación del servicio	
Persona entrevistada y cargo	
Dirección	
Teléfono	
Correo electrónico	
Website	

1. Ámbito de actuación de la entidad (local, regional, nacional)

2.Cuál es el papel de la entidad en relación al turismo

3. Cuáles son las principales actividades de apoyo al sector turismo

4. Cómo se coordinan sus programas y actividades relacionadas con el turismo con las de otras entidades que apoyan también al sector ¿se complementan? ¿existen duplicidades? ¿Cómo valora el grado de colaboración?

Fomento Productivo, Innovación y Tecnología

5. Realiza actuaciones de apoyo al fomento productivo y la innovación en el sector turismo

6. Con qué recursos de apoyo cuenta para el sector en general y, específicamente, en relación a la innovación en turismo

7. Qué necesitan las empresas del sector turismo en Los Lagos para ser más competitivas

8.Cuál es la situación en la región de los siguientes factores que pueden ayudar al desarrollo del turismo en la región:

- Infraestructuras
- Equipamiento y servicios turísticos
- Innovación y componente tecnológico
- Medioambiente
- Energía
- Capital Humano
- Gestión empresarial
- Financiamiento
- Articulación institucional
- Normativa

CARACTERIZACIÓN DEL TURISMO EN LA REGIÓN

9. ¿Cuál es el perfil del turista que llega a Los Lagos? (edad, procedencia, estancia, gasto, transporte, etc.)

10. ¿Cuáles son las principales necesidades del turismo en Los Lagos?

11. Cuáles son los retos que afronta el sector

12. Cuáles son los elementos diferenciadores del sector turismo en Los Lagos

13. Cuáles son los atractivos de la región que se deberían potenciar

CONTRIBUCIONES A LA POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO

14. Cuáles considera que deben ser las áreas en las que debería centrarse el apoyo al sector de cara a afrontar los retos futuros

15. ¿Cuáles son sus recomendaciones para la mejora del sector en la región?

16. ¿Cuáles deberían ser las prioridades de actuación de las políticas públicas para mejorar el sector?

17. ¿Cómo cree que debiera ser la gobernanza para la implementación y el seguimiento de la política regional de turismo?

Guión para entidades de conocimiento y formación

CARACTERIZACIÓN DE LA ENTIDAD

DATOS BÁSICOS	
Nombre de la entidad	
Persona entrevistada y cargo	
Dirección	
Teléfono	
Correo electrónico	
Website	

- 1. Cuál es el ámbito de actuación de su entidad en relación al sector turismo en Los Lagos**

- 2. En el caso de las universidades, ¿Cuáles son las áreas científicas vinculadas al sector turismo?**

- 3. Cómo es la relación con las empresas del sector turístico ¿conocen sus necesidades? ¿Cómo las identifica? ¿se reflejan en los planes de estudio y en la oferta de conocimiento?**

- 4. La oferta formativa tiene en cuenta las tendencias y las necesidades del sector**

5. ¿Llevan a cabo el seguimiento de la inserción laboral de sus alumnos en materia de turismo? ¿Quedan en la región, trabajan en el sector, etc?

6. Colabora con otras entidades. En caso afirmativo ¿qué tipo de colaboración lleva a cabo? ¿cómo es esta colaboración?

Innovación y Tecnología

7. En relación a la innovación ¿cuáles son las dificultades que identifica para que las empresas del sector lleven a cabo proyectos de innovación?

- 8.Cuál es la oferta tecnológica y de innovación con potencial para ser aplicada al sector turismo en la región (agroalimentación, salud, TIC, medioambiente)

A responder por las Universidades y centros de investigación

9. Realiza proyectos de transferencia de conocimiento y tecnología al sector turismo

10. Conoce alguna buena práctica de transferencia de conocimiento/tecnología Universidad-Empresa en el sector turismo

CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR

11. ¿Cuáles son las necesidades del sector turismo en Los Lagos?

12. Desde su perspectiva, ¿Qué retos afronta el sector?

13. ¿El marco normativo actual responde a las necesidades y retos que afrontan las empresas y el sector turismo en la región?

14. ¿Conoce cuál es el perfil del turista que llega a Los Lagos? (edad, procedencia, estancia, gasto, transporte, etc.)

15.Cuál es la situación en la región de los siguientes factores que pueden ayudar al desarrollo del turismo en la región:

- Infraestructuras
- Equipamiento y servicios turísticos
- Innovación y componente tecnológico
- Medioambiente
- Energía
- Capital Humano
- Gestión empresarial
- Financiamiento
- Articulación institucional
- Normativa

CONTRIBUCIONES A LA POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO

16. Cuáles son las ventajas y los elementos diferenciadores de la región de Los Lagos en el sector turismo con respecto a otras regiones.

17. ¿Cuáles son las mejoras que debería afrontar el sector?

18. ¿Cuál cree que debería ser el papel de su entidad en el marco de la política regional de turismo?

19. Cuáles serían las prioridades que deberían incorporarse en la política regional de turismo

18. ¿Cómo cree que debiera ser la gobernanza para la implementación y el seguimiento de la política regional de turismo?

Guión para la identificación y jerarquización de los atractivos turísticos de la región de Los Lagos

DELIMITACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN DE LOS LAGOS

1. En su opinión, ¿Cuál es el factor diferencial de la región en el sector turismo?

2. ¿Cuáles son los principales atractivos turísticos de la región?

3. ¿Cuál sería el destino turístico más destacado de Los Lagos en relación a los siguientes tipos de turismo?

- Turismo gastronómico
- Turismo cultural y patrimonial
- Turismo verde (ecoturismo) o de naturaleza (pesca, rutas, lagos, etc.)
- Turismo de aventura/deportivo
- Turismo de ciudad y convenciones
- Turismo saludable
- Otros

4. De cara a la identificación de los atractivos turísticos de la región, valore los siguientes factores en relación al destino turístico que haya seleccionado:

FACTORES	1	2	3	4
INTERNOS				
Infraestructura				
Equipamiento y servicios turísticos				
Urbanización				
Grado de innovación y/o componente tecnológico				
EXTERNOS				
Accesibilidad				
Proximidad a centros emisores				
Especificidad del atractivo turístico				
Complementariedad				
Grado de interrelación				
Estacionalidad				
Impacto del atractivo turístico				

5. En su opinión de estos productos y subproductos de la región, ¿cuáles son los más atractivos para los turistas? ¿Cuales definen mejor a la región? ¿Pueden desarrollarse otros a medio plazo?

PRODUCTOS	Montaña	Termas	Pesca Recreativa	Observación de Flora y Fauna	Turismo Náutico	Turismo Patrimonial
SUBPRODUCTOS	Esquí y nieve	Termas	Fly Fishing	Cabalgata	Rafting	Turismo Étnico
	Escalada en Roca	Spa y Salud	Pesca de mar	Senderismo	Floating	Iglesias de Chiloé
	Canyoning			Avistamiento de aves	Kayaking	Fortificaciones Españolas
	Rapeling			Avistamiento de Cetáceos	Paseos Náuticos	Fiestas Religiosas y Costumbristas
	Alta Montaña			Canopy	Navegación a vela	Museos y Centros Culturales
	Trekking					

Fuente: Plan para el Desarrollo Turístico de La Región De Los Lagos 2011-2014 SERNATUR

3.3.3/ Talleres participativos

Los talleres se llevarán a cabo en dos momentos de la elaboración de la Política Regional de Turismo. En la fase de diagnóstico y en la fase de definición de la propia política.

En la fase de diagnóstico se han organizado *5 talleres de diagnóstico* turístico: 1 en la provincia de Llanquihue, 1 en la provincia de Osorno, 2 en la provincia de Palena²⁸ y 1 en la provincia de Chiloé. El *objetivo* de estos talleres es *presentar las orientaciones derivadas de los análisis preliminares realizados durante la etapa de recogida de información para el diagnóstico (principalmente a través de las entrevistas personales a empresarios, emprendedores, agentes clave) y obtener nuevas observaciones, aportaciones, ideas, propuestas y valoraciones sobre el diagnóstico de situación del sector turístico en la región de Los Lagos desde una perspectiva de participación abierta*. Además, los talleres alimentarán el proceso de elaboración de la PRT ya que abordarán aspectos clave en relación a la estrategia y constituirán una secuencia de validación y visibilidad.

Lugar	Nº Empresas	Nº entidades de apoyo	Nº administración pública	Total
Puerto Montt	9	8	19	36
Osorno	11	12	13	36
Futaleufú	18	1	8	27
Castro	9	4	8	21
Hualaihué	7	10	6	23
TOTAL	54	35	54	143

²⁸ Dadas las características geográficas y la mala accesibilidad en la provincia de Palena que dificulta el traslado desde Hornopirén tanto hacia Puerto Montt como hacia Chaitén o Futaleufú, se decidió organizar 2 talleres en esta provincia uno en Hornopirén y el otro en Futaleufú con el objetivo de dar la posibilidad de participar en los talleres a todas las comunas de la región.

Asimismo, durante la fase de definición de la estratégica se organizarán **5 talleres temáticos** con el **objetivo** de *alimentar el proceso de elaboración de la PRT y enriquecer la PRT desde el punto de vista empresarial y tecnológico*. Los talleres abordarán aspectos clave en relación a la estrategia y constituirán una secuencia de validación y visibilidad.

El perfil de los participantes en los talleres responderá a alguno de los tres grupos siguientes:

1. **Grupo Administración Pública** compuesto por las personas representantes de las entidades públicas que tienen un papel destacado en el apoyo al turismo en la región de Los Lagos (GORE, SERNATUR, CORFO, SERCOTEC, INDAP, CONADI, Municipalidades etc.).
2. **Grupo Tejido Empresarial** compuesto por empresarios/as, emprendedores/as, representantes de asociaciones empresariales, gremios, cámara de comercio, etc.
3. **Grupo Entidades de Apoyo** compuesto por centros de formación, universidades, investigadores, corporaciones de desarrollo, centros de conocimiento, institutos tecnológicos, etc.

La metodología para los talleres se basa en una metodología participativa basada en dos dinámicas principales:

1. **Trabajo en plenaria** en el que realizará una presentación en powerpoint sobre los primeros resultados del diagnóstico y tras el trabajo en las mesas se presentarán las conclusiones resultado del debate.
2. **Trabajo en mesas** donde se debatirá sobre los temas presentados y se realizarán propuestas de mejora. Se propondrá una batería de preguntas que faciliten la discusión

Matrices utilizadas en el trabajo en mesas

Para el diseño de la matriz de atractivos turísticos se tuvieron en cuenta los atractivos turísticos señalados por SERNATUR como atractivos con demanda turística internacional y, además, estos atractivos turísticos se

cruzaron con los “atractivos turísticos” señalados por las personas entrevistadas.

	¿ES ÚNICO EN EL MUNDO?		¿ES DIFERENTE A ATRACTIVOS SIMILARES?		GRADO IDENTIFICACIÓN CON LO LOCAL	INFRAESTRUCTURA SERVICIOS ACCESIBILIDAD	CONOCIMIENTO A NIVEL	PROMOCIÓN	NIVEL INTERRELACION OTRAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS ZONA
	SI	NO	SI	NO	Bajo Medio Alto	Insuficiente Buena	Local Nac. Internac	Medios	Bajo Medio Alto
Iglesias de Chiloé									
Salto Petrohué									
Lago Llanquihue									
Chiloé									
Volcán Osorno									
Ruta Intralagos									
Ríos Puelo y Petrohué									
Cochamó									
Río Futaleufú									
Parques Nacionales									
Termas Puyehue									
Centro esquí Antillanca									
Música en Frutillar									

Además, se trabajó sobre otra matriz en la que los participantes elegían cuáles eran en su opinión, los principales atractivos.

Otros	¿ES ÚNICO EN EL MUNDO?		¿ES DIFERENTE A ATRACTIVOS SIMILARES?		GRADO IDENTIFICACIÓN CON LO LOCAL	INFRAESTRUCTURA SERVICIOS ACCESIBILIDAD	CONOCIMIENTO A NIVEL	PROMOCIÓN	NIVEL INTERRELACION OTRAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS ZONA
	SI	NO	SI	NO	Bajo Medio Alto	Insuficiente Buena	Local Nac. Internac	Medios	Bajo Medio Alto

Posteriormente, se trabajó en la priorización de los productos turísticos de la región en base a 6 productos: montaña, termas, pesca, observación de flora y fauna, turismo náutico y turismo patrimonial. Cada producto se dividió en

subproductos, siguiendo la clasificación establecida por SERNATUR para la región de Los Lagos.

Montaña	TIPO DE TURISTA		CALIDAD OFERTA SERVICIOS	POTENCIAL DESARROLLO A MEDIANO PLAZO	POSICIONAMIENTO EN CIRCUITOS INTERNACIONALES	PRIODADEN LA PROMOCIÓN	¿DÓNDE?
	Nacional	Internacional	Excelt. Bien Regular	Alto Medio Bajo	Excelente Bien Regular	Alta Media Baja	
Esquí y nieve							
Escalada en Roca							
Canyoning							
Rapeling							
Alta Montaña							
Trekking							
Espeleología							

Termas	TIPO DE TURISTA		CALIDAD OFERTA SERVICIOS	POTENCIAL DESARROLLO A MEDIANO PLAZO	POSICIONAMIENTO EN CIRCUITOS INTERNACIONALES	PRIODADEN LA PROMOCIÓN	¿DÓNDE?
	Nacional	Internacional	Excelt. Bien Regular	Alto Medio Bajo	Excelente Bien Regular	Alta Media Baja	
Termas							
Spa y Salud							
Pesca Recreativa							
Fly Fishing							
Pesca de mar							

Informe Marco Teórico-Conceptual y Metodología de trabajo

Observación de Flora y Fauna	TIPO DE TURISTA		CALIDAD OFERTA SERVICIOS	POTENCIAL DESARROLLO A MEDIANO PLAZO	POSICIONAMIENTO EN CIRCUITOS INTERNACIONALES	PRIODAD EN LA PROMOCIÓN	¿DÓNDE?
	Nacional	Internacional	Excelt. Bien Regular	Alto Medio Bajo	Excelente Bien Regular	Alta Media Baja	
Cabalgata							
Senderismo							
Avistamiento de aves							
Avistamiento de Cetáceos							

Turismo Náutico	TIPO DE TURISTA		CALIDAD OFERTA SERVICIOS	POTENCIAL DESARROLLO A MEDIANO PLAZO	POSICIONAMIENTO EN CIRCUITOS INTERNACIONALES	PRIODAD EN LA PROMOCIÓN	¿DÓNDE?
	Nacional	Internacional	Excelt. Bien Regular	Alto Medio Bajo	Excelente Bien Regular	Alta Media Baja	
Rafting							
Floating							
Kayaking							
Paseos Náuticos							
Navegación a vela							
Navegación canales y mares interiores							

Turismo Patrimonial	TIPO DE TURISTA		CALIDAD OFERTA SERVICIOS	POTENCIAL DESARROLLO A MEDIANO PLAZO	POSICIONAMIENTO EN CIRCUITOS INTERNACIONALES	PRIODAD EN LA PROMOCIÓN	¿DÓNDE?
	Nacional	Internacional	Excelt. Bien Regular	Alto Medio Bajo	Excelente Bien Regular	Alta Media Baja	
Turismo Étnico							
Iglesias de Chiloé							
Fortificaciones Españolas							
Fiestas Religiosas y Costumbristas							
Museos y Centros Culturales							
Gastronomía							