



**SISTEMATIZACIÓN TALLERES
PROVINCIALES
PRESENTACIÓN Y TRABAJO
PARTICIPATIVO DE LA POLÍTICA
REGIONAL DE TURISMO E IMAGEN
REGIÓN DE LOS LAGOS
TALLER CASTRO**

infyde iD

Junio 2015

INDICE

1/ INTRODUCCIÓN.....	1
2/ TALLER CASTRO	3

INTRODUCCIÓN

La elaboración de la Política Regional de Turismo de Los Lagos requiere de un trabajo de back-office y de análisis de la información obtenida durante la fase de diagnóstico, pero también, requiere de un trabajo participativo con los principales actores involucrados en el sector turismo en cada una de las provincias. Este trabajo participativo dota a la política de una mayor representatividad y validez ya que recoge la realidad del sector.

Talleres Provinciales

Provincia - Comuna	Fecha
Palena – Futaleufú	5 de junio
Llanquihue – Puerto Montt	8 de junio
Chiloé – Castro	9 de junio
Osorno – Osorno	11 de junio
Palena – Hualahiué	16 de junio

Este trabajo participativo se ha llevado a cabo a través de diversos instrumentos, uno de los cuales, ha sido la organización de talleres provinciales de trabajo. En estos talleres se realizó una presentación de la Política Regional de Turismo (producto 2) y de los avances en el diseño de la imagen región (producto 3) y se trabajaron conjuntamente las siguientes cuestiones en relación a la Política:

1. ¿Qué se quiere vender de la región? ¿Dónde?
2. ¿Qué elementos agregaría a la visión?
3. ¿Qué iniciativas añadiría? ¿Cuáles priorizaría?

El cuestionario que realizaron los participantes para el trabajo de la imagen fue el siguiente:

1. Para la formulación de una nueva marca/logotipo turístico de la región ¿Qué color o colores les gustaría incluir en el mismo?
2. ¿Qué mensajes o sensaciones le gustaría que la nueva marca evocara?
3. Si la nueva marca evocara un paisaje ¿en qué paisaje representativo de la región le gustaría que se inspirara?
4. ¿Qué imagen le gustaría proyectar de la región, es decir, cómo le gustaría ser visto o percibido en el ámbito turístico por sus visitantes o su demanda potencial en un horizonte de 1 o 2 años más?

Los resultados de esta encuesta se analizan por el diseñador para incorporar los distintos elementos en el diseño de la imagen y el plan de posicionamiento.

Este informe presenta los resultados obtenidos en cada uno de los talleres y que han sido incorporados a la Política Regional de Turismo.

TALLER DE CASTRO

El taller de Castro se celebró el 9 de junio y participaron 27 personas tanto del ámbito público como privado. Tras las presentaciones del borrador de la Política Regional de Turismo y de los avances en el diseño de la marca-región, se abrió un debate en el que se comentaron las siguientes cuestiones:

- Se añadió una nueva frase fuerza para la imagen-región "reencuentro con la historia".
- Se señaló la importancia para Chiloé de incorporar algo que tenga que ver con la lana como el gorro chilote.
- Se comentó que Chiloé lleva más de 50 años construyendo una marca y se manifestó la preocupación de cómo compatibilizar esta marca de Chiloé con la imagen-región. En este sentido, se señaló que Chiloé adoptaría una imagen con un componente fuerte de Chiloé.
- También se señaló que habría que crear una línea de base de sustentabilidad, saber dónde está la región en términos de sustentabilidad, si se quiere realmente tener una política de turismo sustentable.
- Se comentó que un elemento vital es perfilar cuáles son los turistas que queremos, cuál es el público objetivo. No hay una idea precisa de qué turista queremos atraer.

Por su parte, el trabajo en los grupos, tuvo los siguientes resultados en relación a las tres cuestiones planteadas:

¿Qué se quiere vender de la región? ¿Dónde?

¿Qué se quiere vender?

- Gastronomía
- Acontecimientos programados – fiestas costumbristas
- Diversidad territorial
- Fauna en estado salvaje
- Calidad de vida
- Gastronomía local
- Patrimonio arqueológico y cultural
- Naturaleza (borde costero, bosque nativo, volcanes)
- Actividades
- La gente
- Patagonia
- Ballenas, flora y fauna
- Identidad local: costumbres, cultura, gastronomía, artesanía, actividades, semana queilina)
- Diversidad, paisaje, actividades, servicio, calidad
- Parque de diversiones de naturaleza
- Vender una experiencia única de calidad

- Vender lo auténtico con respeto y calidad
- Autenticidad en costumbres y tradiciones
- Turismo cultural
- Turismo estudiantil
- Cielo, lluvia, arco iris,
- Servicio de calidad,
- Cultura del misterio de lo sobrenatural y sobre todo , sus saberes como el trabajo y conocimiento de la madera, de los vegetales, de la lana, mucho más que un gorro de lana. Arquitectura de la madera de rivera, de tejuela.
- Turismo activo
- Posibilidad de vivir una rica experiencia cultural (gastronómica-musical-artística-artesanal) acompañado de actividades en una diversidad de paisajes naturales (ríos, lagos, esteros, volcanes, bosques, etc.) con el riesgo que él mismo quiera asumir en “ese” paisaje natural o viceversa (Ej.: puedo ver el río o hacer rafting).
- Chiloé quiere vender turismo de cultura y naturaleza
- Se quiere implementar la linda idea de forma práctica y permanente.
- Gastronomía
- Chiloé requiere vender cultura, gastronomía, turismo de invierno
- Patrimonio natural y cultural, aventura, identidad, diversidad
- Cultura, naturaleza
- Cultura y patrimonio (Chiloé), naturaleza (Los Lagos), identidad gastronómica
- Cultura, patrimonio, naturaleza, paisajes, gastronomía y artesanías

¿Dónde?

- Nacional a Patagonia desde Punta Arenas (vuelos directos a la región pasando por Chiloé)
- Turistas nacionales (Santiago, Valparaíso, Concepción, Antofagasta)
- Turistas internacionales (Argentina, Brasil, Estados Unidos, Europa, China)
- Público europeo (respetar y valorar los lugares y personas más que otros)
- A mercados más exigentes que asegure relación de un mejor precio=calidad (no mayor cantidad)
- En todas las áreas turísticas y no.
- Europa
- Promocionarse en Santiago, Antofagasta, Valparaíso y Concepción
- En las regiones del norte y en Francia, EEUU, Inglaterra, España, Europa en general.

- Europa, Asia, América
- A nivel nacional y en Europa
- A nivel internacional partiendo en Latinoamérica

¿Qué elementos agregaría a la visión?

- Que la política de turismo realmente refleje y se alinee como eje principal y sea coherente con otras actividades económicas y/o productivas
- Turismo sustentable como motor de desarrollo y reafirme la identidad
- Conservación, medioambiente y patrimonio arquitectónico
- Preservación recursos naturales
- Faltan las personas
- Imágenes autóctonas, tradiciones e imágenes naturales
- Conciencia ambientalista a distintos niveles: comunidad, estudiantes
- Sacar de la visión “fuente de riqueza”
- Queremos una visión de identidad regional donde el turismo sea solo parte de ello y no el todo
- Que la visión reconozca al turismo como una actividad productiva
- Agregaría tiempo y el nombre de la región
- Diferenciación a nivel nacional de la misma región, su sello propio
- Potenciar y definir calidad, definir que no queremos, tener claros los costos para alcanzar nuestro objetivo
- Identidad local y regional
- Que el turismo sustentable sea una de las principales actividades productivas, un motor de desarrollo económico y social para que resguarde el patrimonio natural y cultural y se transforme en un territorio único a nivel mundial.
- Aporte al reconocimiento y puesta en valor de las identidades locales

¿Qué iniciativas añadiría? ¿Cuáles priorizaría?

¿Qué iniciativas añadiría?

- Mejoramiento servicios básico en medio rural: agua, alcantarillado

- Concesionar y subsidiar el cruce del canal chacao
- Ordenamiento de información caminera o de rutas (información obsoleta)
- Cartera; inversión caminera tramos secundarios
- Poner al turismo rural como eje relevante de desarrollo: conectividad, telecomunicaciones, energías renovables, capacitaciones, etc.
- Apoyar el desarrollo e implementación de ZOIT Chiloé como destino unitario y unificado
- Conciencia medio ambiental
- No desarrollo, sino puesta en valor de rutas de trekking (señalética, promoción, seguridad)
- Profesionalización de los informadores turísticos
- Observatorio turístico
- Estudio de capacidad de carga más plan de gestión de los residuos a nivel provincial y de los sitios más transitados.
- Fomento actividades náuticas y su conectividad
- Formación en idiomas
- Bonificación tributarias para el fomento al uso de energías renovables
- Idiomas: inglés
- Plan de regularización con subsidio potente del Estado
- Unificar, ampliar la tipología de patentes municipales. Ampliar para obtener registro.
- Incentivar y apoyar que cada comuna interesada pueda acceder a un plan de desarrollo turístico que permita planificar cada territorio con un enfoque sustentable: capacitaciones, asesoría técnica, recursos.
- Turista puede firmar responsabilidad para vivir la experiencia local.
- Plantear política excepcional en reglamentación sanitaria considerando producto local (ej.: fogón chilote)
- Valorizar oficios
- Conciencia turística general (ciudadanía)
- Planes de contingencia ante situaciones adversas
- Diversificación de actividades. Oferta turística mejorada y puesta en valor
- Planes y programas de educación desde primera infancia para valorar nuestra cultura
- Brechas de formación en turismo rural
- Saneamiento ambiental (actualización del reglamento)
- Fortalecimiento educacional general y especialista (politécnico con calidad real)
- Enseñar a los niños a respetar y seguir nuestras tradiciones

- Planes para enseñar o educar a la sociedad ante desastres naturales (manifestaciones de la naturaleza)
- Instituto Técnico que de continuidad a los estudiantes del politécnico
- Estadísticas
- En el programa 1 más que emprendimiento innovador, el fortalecimiento de la cultura local (patrimonio natural y cultural) como herramienta de competitividad que derive en innovación)
- Haría un mapeo de la ruta (hipotética) que desea realizar un turista durante su estadía por X días.
- Educación general de la población hacia el turista. Lugares informados y con espíritu de servicio. Diversidad de oferta de servicios turísticos.
- Programa 7: iniciativa “Educación bilingüe de diferentes idiomas referidos a la oferta y demanda”
- Creación de una escuela de guías locales
- Formación y capacitación “emprendedores” ámbitos de calidad
- Educación ámbito turismo y cultura en la población en general
- Priorización del turismo como principal actividad económica regional, mayor aporte y reconocimiento al sector público ligado al área.
- Falta un eje de artesanía
- Cartera de inversión pública para la competitividad turística (falta crearla, validarla y ejecutar)
- Un programa especial para el desarrollo turístico de Chiloé
- Apoyo a la implementación y capacitación de los ejecutores del turismo a baja escala (finalmente son los que hacen el turismo sustentable)
- No hacer de la sustentabilidad una excusa para contaminar.
- Iniciativa de gastronomía con identidad territorial
- Eje productividad; encadenamiento productivo de las actividades anclas de tu región.
- Lo étnico, artes de pesca, gastronomía insular, tradición, arte-étnico, cosmovisión
- Especificar aspectos culturales que se quieren promocionar
- Estrategia marketing para romper la estacionalidad “turismo de lluvia”
- Eje territorio: conectividad, articulación comunal, medioambiente, conservación de flora y fauna, impactos negativos de la actividad, relación entre actividades productivas.
- Programa regional de un 5% del presupuesto regional para el fomento turístico