

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2018-01-15	Página 1
Documento Documento Técnico N°1	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	



Ruta Escénica Lagos y Volcanes

Estudio relativo a Prospectivas y Tendencias del Mercado Turístico



Universidad Austral de Chile
Conocimiento y Naturaleza



www.vtic.cl

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2018-01-15	Página 2
Documento Documento Técnico N°1	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Estudio relativo a Prospectivas y Tendencias del Mercado Turístico, Ruta Escénica Lagos y Volcanes – Chile.

Introducción.

La Ruta Escénica Parques Nacionales, Lagos y Volcanes (Ruta Escénica Lagos & Volcanes) tiene como propósito posicionarse como un destino turístico de nivel mundial, a través del desarrollo de una oferta turística articulada, diversificada, de calidad y sustentable y, así, capturar la demanda mundial creciente por turismo aventura, de naturaleza y cultura. Ello permitirá generar riquezas para el país y para la macro zona de influencia asociadas a las regiones de La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos, aumentando el nivel de empleo en los segmentos más frágiles de la población y velando siempre por la sustentabilidad del medio ambiente como factor crítico en la decisión de compra de los potenciales clientes.

En el año 2003, y con el fin de generar un incremento de la calidad de vida y contribuir al desarrollo económico de la zona sur del país, la Dirección de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas comenzó la ejecución de la llamada Red Interlagos, proyecto vial emplazado en las regiones de La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos, y que permitió el acceso a áreas protegidas y zonas lacustres de gran belleza escénica. La inversión para cumplir con dichos objetivos, se estableció para el período 2003-2007 para una ruta de 1.915 km., constituida por un eje troncal, caminos transversales y caminos complementarios.

Las Regiones de La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos revisten una potencialidad excepcional al comprender, en los sectores atravesados por la actual Ruta 5, la Red Interlagos, la Red de Rutas de Chiloé y la parte norte de la Carretera Austral en la Provincia de Palena, una de las franjas más notables del territorio chileno en cuanto a recursos turísticos naturales y culturales, hasta la fecha pendiente de definitiva proyección y vertebración turística en sostenibilidad.

Una de las claves para introducir competitivamente a dichos territorios dentro de la oferta turística internacional, hoy día tan altamente competitiva y variada, pasa sin duda por idear acciones vertebradoras del territorio en su conjunto, de modo que éste pueda presentar como destino, la máxima singularidad ecoturística, se sustente sobre fundamentadas garantías medioambientales, incite hacia el descubrimiento de nuevas realidades y genere impulsos económicos que a su vez puedan repercutir positivamente en un amplio espectro de la población local.

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2018-01-15	Página 3
Documento Documento Técnico N°1	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Este potencial ha de ser desarrollado mediante la utilización y recuperación de corredores turístico-medioambientales, que posibiliten a los visitantes el conocimiento del entorno sin comprometer la conservación del mismo, en la línea de las más modernas tendencias internacionales en materia de desarrollo sostenible. En este contexto, se aspira a posicionar en el año 2025 a la meso región de La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos como un destino presente en la oferta de operadores turísticos internacionales, logrando que el turismo aporte al 6% al PIB del territorio. Actualmente el promedio aproximado es de un 2,23%.

La transformación de la Red Interlagos en una Ruta Escénica, provista de infraestructura y equipamiento turístico habilitante, con una amplia red de servicios turísticos diseñados acordes a los requerimientos de los mercados emisores y un plan estratégico de posicionamiento, reviste uno de los mayores desafíos que la industria turística nacional haya asumido.

En las últimas décadas, el turismo y los viajes –dentro de un ecosistema propicio para su desarrollo- han demostrado ser importantes impulsores del crecimiento económico, contribuyendo con más del 10% al PIB mundial y representando uno de cada 10 puestos de trabajo en el planeta. La industria continúa siendo una fuerza para el bien, proporcionando oportunidades únicas para que los países en desarrollo y emergentes avancen hacia la cadena de valor.

El turismo: fenómeno mundial.

Tal como lo manifestaban Margarita Barrueto y Alejandro Otamendi (2010), en la introducción de la cuarta edición de la Revista Pasos denominada Turismo, reflexividad y procesos de hibridación cultural en América del Sur austral.

El turismo es un fenómeno mundial pues a partir de la aceleración del proceso de globalización de la economía y de la cultura, así como del perfeccionamiento de los medios de comunicación y del transporte, son pocos los lugares en el planeta que no reciben turistas en la actualidad (p. 9).

En este sentido y dos años después de esta cita, el 13 de diciembre de 2012, la OMT celebraba la llegada simbólica del turista milmillonésimo, lo que a ciencia cierta refiere a una actividad en constante expansión.

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2018-01-15	Página 4
Documento Documento Técnico N°1	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

En este contexto, el turismo, como sector económico, paulatinamente se ha ido apreciando como un aporte real al DEL, lo que queda en evidencia en el “número creciente de destinos [que] se han implicado y han invertido en el desarrollo de su turismo, haciendo de éste un factor clave del progreso socioeconómico” (OMT, 2012: 3), como el que persigue el programa Ruta Escénica Lagos & Volcanes.

El turismo, al ser una actividad en constante expansión, ha crecido en importancia. Esto ha provocado un aumento en la atención que le prestan los gobiernos, las organizaciones públicas y privadas y los centros de formación dedicados a su enseñanza.

Para aquellos países que cuentan con recursos y atractivos turísticos sobresalientes, éstos se transforman en verdaderos imanes de atracción de inversiones, nacional y extranjera, e impulsores de la infraestructura regional, la que se manifiesta mediante la construcción de urbanización y vías de comunicación aérea, terrestre o marítima. Observándolo así, el turismo es una actividad que trasciende los sectores convencionales de la economía, ya que necesita aportes de muy distinta naturaleza: económica, social, cultural y medioambiental, de ahí su carácter multifacético.

Al turismo, se le considera un sector generador de oportunidades pues es “capaz de crear negocios y empleos, [es] potenciador de crecimiento y desarrollo de un área, [es] estímulo para proteger el medioambiente y las culturas autóctonas, y desarrolla mecanismos que conducen a la paz y el entendimiento entre los pueblos” (Sancho, 2005: 1). El porqué de esta visión puede estar en relación a su acelerado crecimiento, pues este sector, en un tiempo muy corto, “empezó a generar tan sólo un poco menos dinero que el petróleo; pronto se puso a la par con él y en otro poco de tiempo lo superó, para convertirse en la mayor industria mundial del presente” (Jafari, 2005: 40).

Ahora bien, no todos los tipos de turismo son apreciados como aportantes al desarrollo, hay algunos que por su carácter (tipo) o por su gestión han sido considerados nefastos e indeseables tanto para el medioambiente como para la cultura local. En la misma medida en que la importancia económica ha ido acrecentándose; existe un importante y amplio debate científico y académico sobre “qué es exactamente el turismo, qué elementos la componen, quién debe ser considerado turista, qué puede conocerse en el turismo, cómo se produce este conocimiento, hasta dónde llega su campo de estudio, es posible este conocimiento,

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2018-01-15	Página 5
Documento Documento Técnico N°1	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

etc.” (Panosso y Lohmann, 2012: 9). Debate que en la actualidad aún subsiste, con la única duda de que si un debate real o uno creado interesadamente.

¿Qué es el turismo?

Amparo Sancho (1999), manifestaba que “debido a la relativa juventud del turismo como actividad socioeconómica generalizada y a su complejo carácter multidisciplinar, existe una ausencia de definiciones conceptuales claras que delimiten la actividad turística y la distinguan de otros sectores” (p. 45), por tanto, que definan a este sector de una manera completa y sin críticas. Así, definiciones hay muchas, no todas generan consenso.

Para Alexandre Panosso y Guilherme Lohmann (2012), estas dudas –que aún persisten– se deben, quizás, a que los investigadores “estaban más preocupados por temas más importantes que el turismo, a lo que también puede atribuirse la relativa escasez de publicaciones sobre este tema” (p. 9). No es menester de esta investigación responder a esta interrogante, sólo hacer mención de ella.

Pero, ¿a qué nos referimos cuando abordamos este tema? Sergio Molina (2005), plantea que “hablar de turismo exige, en primer lugar, referirse a su marco de referencia inmediato: el tiempo libre. El turismo se encuentra indisolublemente ligado a dicho concepto” (p. 27).

En términos generales la OMT (2007), se refiere a este sector como:

Un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Y lo define como: “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 1994).

Surge, por tanto, de la definición, algunos elementos importantes a tener en cuenta, los cuales hablan de la necesidad de análisis multidisciplinarios y refieren –a su vez– al por qué no se ha llegado a acuerdo, a decir:

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2018-01-15	Página 6
Documento Documento Técnico N°1	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

- **Fenómeno integral:** que involucra a todos los aspectos de una sociedad. Mauss (1977), plantea que el turismo es un fenómeno social total “en que se expresan al mismo tiempo todas las instituciones, religiosas, políticas, morales... [y] económicas suponiendo formas particulares de producción y de consumo” (p. 37).
- **Movimiento de personas:** desde un lugar habitual a uno que no lo es. Lo que hace surgir conceptos geográficos de localización del sujeto del turismo (domicilio - destino turístico).
- **Motivación:** variada y múltiple. Que va desde aspectos relacionados al ocio puro, pasando por visitas a familiares, de características religiosas, de salud, de negocios, etc. Cada una de ellas con una forma específica de abordar disciplinalmente.
- **Período de tiempo:** relacionado a la permanencia mínima de un turista dentro de un país distinto al propio. Uno por razones de legislación interna , y otra como forma de diferenciarla de los migrantes, refugiados, asilados, etc.
- **Actividades:** para la OMT, ésta es la condición principal para la determinación de turista y dice relación al uso, disfrute, de los atractivos, recursos, facilidades, equipamientos e infraestructura turística, que los destinos turísticos ponen a su disposición, aunque no de manera exclusiva.
- **Denominación específica del sujeto:** la definición, también, entrega una denominación específica para denotar al visitante. La Organización de las Naciones Unidas (ONU) en el año 1945 definió como visitante a “cualquier persona que va a un país que no es el de su residencia habitual, por cualquier otra razón que la de ejercer una profesión remunerada en el país visitado”. Este concepto cubre dos categorías:
 - **Turistas:** son los visitantes temporales que se quedan al menos 24 horas y un máximo de seis meses en el país visitado”.
 - **Excursionistas:** son los visitantes temporales que se quedan en el país visitado menos de 24 horas. Normalmente, no pernoctan.

Para llegar a esta definición y a un consenso general entre los países miembros de la OMT se necesitaron tres años (2005-2007) y más de dos siglos de aportaciones, las que se fueron recogiendo a través de los años, han complementado el concepto y apoyado la definición que antes denotábamos.

El turismo como sistema.

El estudio del turismo es un fenómeno complejo y heterogéneo, tanto por la diversidad de sus manifestaciones, como por su relativamente reciente aparición en

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2018-01-15	Página 7
Documento Documento Técnico N°1	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

el contexto de las actividades generalizadas de la sociedad, lo que obliga a considerar toda una serie de factores inherentes al mismo, así como su entorno.

Es por esta complejidad que algunos autores han propuesto el estudio del turismo a partir de un enfoque sistémico. Dicha consideración –vinculada directamente con la plataforma científico-céntrica a la que hacíamos alusión en el apartado anterior– supone que, a mayor entendimiento de un fenómeno, mayor será la posibilidad de orientar su desarrollo.

Al comprender las partes, se supone, entenderemos el todo. McIntosh, Goeldner y Ritchie (1999), planteaban que “lo que se necesita realmente para estudiar el turismo es un enfoque sistémico” (p. 37), pues entre sus muchas virtudes un sistema “puede tomar un punto de vista macro, y examinar todo el sistema turístico de un país...la forma como funciona en el interior y la relación que guarda con otros sistemas como el legal, el político, el económico y el social” (p. 37).

Desde un enfoque sistémico, el turismo se entiende como un conjunto de elementos o partes que se interrelacionan, conformando un sistema turístico. Este sistema es concebido por Boullón (2004) como un “conjunto de elementos interrelacionados que propiciarán satisfacción a las necesidades de uso del tiempo libre” (p. 31).

En el mismo sentido anterior, Ascanio (2000), plantea que “el turismo como sistema es un modelo conceptual que incluye sistemáticamente lo económico, lo geográfico y comunicacional, facilitando el establecimiento de políticas integrales y por lo tanto la gerencia de esta actividad” (p. 102). Dicha consideración supone que, a mayor entendimiento de un fenómeno, mayor será la posibilidad de orientar su desarrollo.

El turismo en cifras: datos y previsiones.

Tal como lo ha venido siendo desde un tiempo a esta fecha, el 2017 la industria de viajes y turismo continúa haciendo una gran diferencia para la vida de millones de personas al impulsar el crecimiento, la creación de empleo, la reducción de la pobreza y el fomento de la tolerancia. Así, por sexto año consecutivo, la industria ha registrado un gran crecimiento, sobreponiéndose a la incertidumbre geopolítica global y la volatilidad económica.

De acuerdo a The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, del foro Económico Mundial (2017), afirmó que en 2016 “la industria aportó US \$ 7,6 billones

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2018-01-15	Página 8
Documento Documento Técnico N°1	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

a la economía mundial (10,2% del PIB mundial) y generó 292 millones de empleos (uno de cada 10 puestos de trabajo en el planeta).

Las llegadas internacionales siguieron el ejemplo, llegando –en el mismo año- a 1.200 millones, 46 millones más que en 2015. (Pág. 3). Estas prometedoras cifras se espera que siga aumentando en la próxima década.

Los últimos informes de la Organización Mundial de Turismo y del World Travel & Tourism Council (WTTC) pronostican que el turismo crecerá en la próxima década ligeramente por encima del 4% anual en número de viajeros internacionales y ligeramente por debajo del 4% en lo que respecta a su contribución al PIB. La diferencia se debe a la inercia de las tensiones derivadas de la salida de la crisis financiera internacional y a que se espera una reducción del crecimiento económico a largo plazo en China y otras economías emergentes que son excesivamente dependientes de las exportaciones de materias primas.

De acuerdo al documento Tourism Towards 2030, el número de llegadas de turistas internacionales en el mundo “crecerá un 3.3% al año de media entre 2010 y 2030. Este porcentaje representa alrededor de 43 millones más de llegadas de turistas internacionales anuales, lo cual llevaría a alcanzar un total de 1,800 millones de llegadas en 2030” (OMT, 2011: 15). Esta situación en concreto, ha posibilitado que esta actividad tenga su lugar asegurado en la agenda política y económica del gobierno.

Este sector, “ha registrado diversas etapas en su desarrollo, [pero es] a partir de la segunda posguerra [1946] cuando adquiere importancia creciente a escala mundial al convertirse en una actividad masiva” (Salazar, 2005: 136). Esta importancia, radica en que el turismo es “un factor clave del progreso socioeconómico [pues posibilita] la obtención de ingresos por exportaciones, la creación de empleo, de empresas y la ejecución de infraestructuras” (OMT, 2012: 3). Motivado, lo anterior, por los arribos de turistas de toda la parte del orbe y que “a pesar de ocasionales conmociones, han registrado un crecimiento prácticamente ininterrumpido” (OMT, 2012: 2).

En décadas anteriores, América del Norte y Europa han dominado los mercados de viajes, pero esto puede no ser el caso por mucho más tiempo.

Para 2030, la mayor parte del crecimiento de los viajes internacionales vendrá de África, Asia y Oriente Medio, lo que permitirá un mayor crecimiento y oportunidades

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2018-01-15	Página 9
Documento Documento Técnico N°1	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

de empleo en estas regiones. Si bien los mercados de Europa y las Américas seguirán creciendo, la tasa es incomparable para otras regiones.

Las Américas son la macro-región con el segundo mejor rendimiento, justo después de Asia-Pacífico. Las llegadas de turistas internacionales han crecido De 170 millones en 2013 a más de 201 millones en 2015. De éstos, América del Norte y Centroamérica reciben cerca del 80% de Visitantes y América Latina el 20% restante.

La mayoría de los países de la región se apoyan en una riqueza natural, recursos y buena hospitalidad (infraestructura de servicios turísticos) y tienden a ser internacionalmente más abiertos.

Es Claro que la mayoría de los gobiernos de la región entienden el papel estratégico del turismo en el desarrollo y la creación de empleo; y consecuentemente, a través de sus medios, buscan apoyar el sector de manera proactiva. Sin embargo, aún quedan algunas dificultades compartidas. La infraestructura, con pocas excepciones, están subdesarrolladas y los recursos culturales no son tan valiosos como podrían ser. Estos son Factores diferenciadores entre las naciones de América del norte y sus homólogos de América del Sur. Mientras la infraestructura está relativamente bien desarrollada en el Norte, incluyendo Estados Unidos, Canadá, Panamá, Barbados y Jamaica, el transporte terrestre sigue rezagado en gran parte de América del Sur; incluso Chile, el mejor aspectado en el Sur (WTTC; 2017: pag.13).

Los estudios coinciden en señalar a Asia como la región de más rápido crecimiento turístico, igualmente señalan que América Latina también crecerá más que la media debido a la confluencia de factores positivos tanto demográficos (destacando que la consolidación del crecimiento de las clases medias impulsa los viajes intrarregionales debido a su menor coste relativo y a la preferencia por viajar con la familia lo que aconseja destinos de proximidad) como políticos como el incremento de la atención al turismo y la facilitación de los viajes intrarregionales consecuencia de acuerdos binacionales y regionales como es el caso del establecido por los países de la Alianza del pacífico.

A lo anterior se añade el reciente estudio sobre las tendencias del turismo en américa latina elaborado por Euromonitor para la reciente World Travel Market de América Latina que concluye indicando que, después de bajo rendimiento medio del turismo mundial durante los recientes años, las llegadas a América Latina crecerán a una tasa anual del 4,4% hasta 2018, ligeramente por encima de la tasa anual esperada a nivel mundial que, como se ha explicado, se sitúa en el entorno del 4%.

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2018-01-15	Página 10
Documento Documento Técnico N°1	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Desde el decenio de 1980, el tráfico se duplicó tendencia que se espera continúe. En 2016, cerca de 4 mil millones de personas viajaron en avión, Se espera que llegue a 7,2 millones en 2035. El número de personas en movimiento hoy en día es sin precedentes. Con las llegadas internacionales aumentando de sólo 25 millones en 1950 a 1.200 millones en 2016.

A medida que la Cuarta Revolución Industrial se expande, el mundo digital se está convirtiendo cada vez más en un requisito básico para ser competitivo en la industria de los viajes y el turismo. Los países que no integren la tecnología y mejoren su conectividad quedarán atrás.

En los últimos años, todos los países han aumentado considerablemente su infraestructura de telecomunicaciones. Hoy en día, tener una señal de teléfono móvil es casi omnipresente, y el uso de teléfonos móviles y servicios de Internet ha crecido. Así, con 4.900 millones de usuarios de teléfonos celulares en el mundo y unos 2.700 millones de personas en las redes sociales, los servicios digitales disponibles a través de plataformas móviles y redes sociales están ofreciendo muchos más servicios y cambiando su forma de ser revisto. Mientras Internet ya transformó el sector, hoy se está produciendo una segunda revolución, con el rápido aumento de los servicios prestados a través de dispositivos móviles. En menos de dos años, la reserva on línea ha explotado, aumentando de 9%, a casi un 33%.

El turismo, así, se ha transformado, paulatinamente, en un fenómeno global y en uno de los sectores económicos más importantes de nuestro tiempo.

Mientras que las naciones de Norte y Centroamérica superan América del Sur en infraestructura, estos últimos presentan una oferta de recursos culturales que bien aprovechados pueden sustentar una potente oferta turística, aprovechando su rico patrimonio. Los países centroamericanos y Países del Caribe siguen dependiendo excesivamente de su Recursos naturales y no han avanzado mucho en la desarrollar otros segmentos turísticos o complementar sus playas con otras actividades (WTTC; 2017: pag.14).

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2018-01-15	Página 11
Documento Documento Técnico N°1	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Tabla N° 1: Previsiones para Sudamérica.

	2016	2020	2030
Llegadas internacionales (millones)	28,5	36,7	53,8
Tasa de crecimiento (%)	4	4,3	3,9
Cuota de mercado mundial (%)	2,5	2,8	31,

Fuente: OMT, 2016.

En la tabla N° 1, en cuanto a la previsión para Sudamérica que plantea la OMT (2016), podemos apreciar que ésta mantendrá *-ceteris paribus-* un crecimiento sostenido de aproximadamente un 4% anual, manteniendo; a su vez; una cuota de mercado constante. Importante para Chile, en este caso, es cómo continúa conquistando mayor cuota de ésta, por encima de sus competidores regionales.

En el documento de The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, se manifiestan cuatro conclusiones claves, surgidos de los resultados presentados y que son necesarios tener presentes:

1. La competitividad de los viajes y el turismo está mejorando, especialmente en los países en desarrollo, y en particular en la región de Asia y el Pacífico. A medida que la industria continúa creciendo, una creciente proporción de visitantes internacionales provienen y viajan a países emergentes y en desarrollo.
2. En un contexto cada vez más proteccionista -lo que está obstaculizando el comercio mundial- la industria de viajes y turismo continúan construyendo puentes, como lo demuestra el creciente número de personas que atraviesan las fronteras y las tendencias mundiales hacia la adopción de políticas de visado menos restrictivas.
3. A la luz de la Cuarta Revolución Industrial, la conectividad se ha convertido cada vez más en un elemento imprescindible para los países a medida que desarrollan su estrategia digital.

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2018-01-15	Página 12
Documento Documento Técnico N°1	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

4. Por último, a pesar de la creciente conciencia de la importancia del medio ambiente, el sector de viajes y turismo se enfrenta a las dificultades para desarrollarse de manera sostenible a medida que la degradación natural avanza en varios frentes.

Situando el foco en nuestro país, y observando el Gráfico N° 1 que se presenta a continuación, podemos afirmar que las llegadas en la última década muestran claramente una la creciente tendencia al alza. Lo anterior, queda evidenciado en los 2 millones 709 mil turistas recibidos el año 2008, frente a los 5 millones 640 mil turistas llegados el año recién pasado (tasa de crecimiento anual de un 7.4%); cifra que representa un aumento de un 26% respecto a 2015 y todo un record para el turismo nacional.

Al respecto, el Ministro de Economía, Fomento y Turismo, Luis Felipe Céspedes, afirma que esto se debe a “las estrategias que ha llevado adelante el Gobierno con un plan de marketing internacional focalizado, que incluye una nueva campaña de promoción internacional dirigidas a público final”. Lo que se suma a las políticas de facilitación de visado y de cobros, y la conectividad que aumentó considerablemente durante 2016.

En este marco, son los turistas argentinos el principal mercado nacional, por tanto, quienes más visitaron el territorio, llegando a los 2 millones 900 mil viajeros, lo que significó un aumento en sus llegadas en un 49%, evidenciando – a su vez- la importancia del mercado limítrofe en el desarrollo de nuestro turismo.

De Sudamérica también destacan las llegadas de los turistas colombianos con 119 mil 324 llegadas aumentando un 13%. Mientras que los turistas peruanos se incrementaron en un 12% con 403 mil 605 llegadas. Ahora bien, dejar en claro las altas posibilidades que estas llegadas no representen necesariamente un flujo turístico, sino más bien uno de características migratorias, con lo que ese factor puede significar para estos datos.

Otro de los mercados que más aportó al turismo en Chile, fue el proveniente de Estados Unidos, que registraron 208 mil llegadas, éstos se incrementaron en un 12%, respecto al año anterior. Por su parte, la llegada de europeos al país aumentó un 9% respecto del año anterior lo que equivale a 449 mil 667 turistas provenientes de dicho continente.

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2018-01-15	Página 13
Documento Documento Técnico N°1	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

De los mercados prioritarios para Chile llegaron 41 mil 523 italianos quienes se incrementaron en un 24%. Los ingleses en tanto crecieron un 11% con la llegada de 51 mil 611 turistas de esa nacionalidad. En tanto los franceses aumentaron en un 10,2% con 77 mil 129 llegadas. Los turistas españoles se incrementaron un 6,3% con 77 mil 987 llegadas, mientras que los alemanes aumentaron un 3,9% con 73.854.

El ingreso de divisas correspondiente al turismo receptivo se proyecta que corresponda a un total de US\$3 mil 130 millones. Si a las divisas que aporta el turismo receptivo se suma el gasto realizado por los chilenos que viajan por el país (US\$5.100 millones), la industria genera una cifra superior a los US\$8.200.

Motivadores del viaje a Chile

Para los mercados internacionales de larga distancia, es decir los procedentes de Europa y América del Norte principalmente; Chile es un destino que cuenta con tres áreas turísticas principales:

1. La zona norte, que combinan las zonas desérticas y con las alturas andinas más importante del país. Siendo el icono más reconocido San Pedro de Atacama y la marca "Desierto de Atacama". Este espacio turístico se relaciona con un macro circuito turístico en el que se integra a Chile con opciones de visita a Perú, Bolivia y el Norte de Argentina donde los iconos más relevantes son Machu Pichu, Lago Titicaca, el Salar de Uyuni, la quebrada de Humahuaca y las ciudades de Cuzco, La Paz, Potosí y Salta.
2. La zona central de Chile, donde se ubica el principal aeropuerto de nuestro país, y que presenta las mayores llegadas de turistas internacionales. Sus principales iconos son la ciudad capital de Santiago, Valparaíso y Viña del Mar. Internacionalmente atrae al turismo de negocios y de circuitos porque cuenta con una gran variedad de productos urbanos, culturales y de ocio y deportivos que complementan a las visitas a las ciudades. En los últimos años el enoturismo se ha ido posicionado fuertemente en estos mercados. Uno de los destinos más relevantes, asociadas a esta zona – no obstante ser un destino insular- es la Isla de Pascua, destino singular y de gran relevancia para el turismo internacional.

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2018-01-15	Página 14
Documento Documento Técnico N°1	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

3. La zona austral; la más próxima a la Antártica sus principales íconos son el Parque Nacional Torres del Paine, Puerto Natales y Punta Arenas. Este territorio se vincula con un circuito binacional ligado a la marca Patagonia donde atractivos relevantes son glaciario Perito Moreno (El Calafate) y el Parque Nacional Tierra de Fuego (Ushuahia). Para muchos operadores internacionales, la marca Patagonia se extiende hasta la región de los Lagos con Puerto Montt y Chiloé y hasta San Carlos de Bariloche en Argentina.

4. Un destino incipiente –aunque presenta algunas ciudades/destinos consolidados- es la relacionada a la zona de Lagos & Volcanes. Área que comienza al sur del Bio Bio y hasta la cuenca del Lago Llanquihue. Se trata de un área de gran valor turístico que mezcla experiencias culturales, asociados a la experiencia ofrecida por el pueblo mapuche, colono y criollo, y las naturales; en un territorio plético de volcanes activos, lagos, ríos y una naturaleza desbordante asociado a dos grandes reservas de la biosfera como es el caso de Araucarias (Araucanía) y Bosques Templados Lluviosos de los Andes Australes (Los Ríos y Los Lagos).

DOCUMENTO TÉCNICO N1.

Estudio relativo a Prospectivas y Tendencias del Mercado Turístico, Ruta Escénica Lagos y Volcanes – Chile.

PROYECTO INNOVA CORFO 16BPE-62326

UNIVERSIDAD AUSTRAL DE CHILE

7 DE AGOSTO DE 2017, VALDIVIA – CHILE

CONTACTO: LUIS VIDAL VIDAL lvidal@uach.cl | www.vtic.cl