

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 1
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	



Ruta Escénica Lagos & Volcanes: descripción territorial.



Universidad Austral de Chile
Conocimiento y Naturaleza



www.vtic.cl

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 2
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Ruta Escénica Lagos & Volcanes: descripción territorial.

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.

La oportunidad de poner en marcha la Ruta Escénica Lagos & Volcanes responde a dos factores básicos, por una parte, la innegable potencialidad de Chile en materia de carreteras o rutas de interés escénico que resulta del avanzado desarrollo de su red vial, la espléndida variedad paisajística que caracteriza a su geografía, y la extensión y distribución de sus Áreas Silvestres Protegidas. La Ruta Escénica sería la iniciativa piloto que es el culmen de los esfuerzos realizados en Chile para promover las "Carreteras Escénicas".

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.

El territorio que comprende la Ruta Escénica Lagos & Volcanes, está vinculado a la zona precordillerana y cordillerana andina de las regiones de La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos. En su desarrollo norte-sur, involucra a 22 comunas que físicamente sostienen la Ruta Interlagos, integradas en seis circuitos/destinos turísticos, a decir: Araucanía Andina (Victoria, Curacautín, Lonquimay, Vilcún, Cunco, Melipeuco); Araucanía Lacustre (Villarrica, Pucón, Curarrehue); Siete Lagos (Panguipulli, Los Lagos); Lago Ranco (Paillaco, Futrono, Lago Ranco, Rio Bueno, La Unión); NorPatagonia (Entre Lagos, Puerto Octay); Lago Llanquihue (Frutillar, Llanquihue, Puerto Varas, Cochamó).

El destino cuenta, a lo largo de todo el territorio, con diez pasos fronterizos que lo vinculan con la República Argentina:

- **Pino Hachado:** Utilizado por tráfico comercial y turistas provenientes de la ciudad de Neuquén.
- **Icalma:** Eminentemente turístico. Conecta, por el lado argentino, con Villa Pehuenía, principal destino de turismo Mapuche en Argentina.

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 3
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

- **Mamuil Malal:** Principalmente turístico. Cruza el PN Villarrica. Del lado argentino se encuentran los polos turísticos de Junín de Los Andes y San Martín de Los Andes. Es el paso más importante para el turismo de La Araucanía.
- **Carirriñe:** Es un paso de bajo uso, abierto sólo en verano. Une las localidades de Liquiñe y San Martín de Los Andes.
- **Huahum:** Paso principal para turistas que hacen el circuito binacional Siete Lagos, entre Huilo-Huilo y San Martín de Los Andes. Este paso permanece abierto y habilitado durante todo el invierno por estar a baja altura. Depende de servicio de ferry del lago Pirehueico que une los puertos de Puerto Fuy y Puerto Pirehueico (en el extremo oriental del lago).
- **Lilpela:** No habilitado.
- **Cardenal Samoré:** Es el más importante de todo el Destino. Tiene un intensivo uso comercial y turístico, Este paso une al polo Puyehue con la ciudad de Villa La Angostura en Argentina.
- **Pérez Rosales (Peulla):** Paso exclusivo de uso turístico pues sirve al famoso Cruce de Lagos Andinos, que unen Ensenada (Lago Todos Los Santos) con Bariloche.
- **Vuriloche:** No habilitado.
- **Río Manso (paso el León):** En la comuna de Cochamó; es un paso con poco movimiento, pero con alto potencial turístico (circuitos binacionales) al que se accede por el Lago Tagua Tagua y que conecta con la ciudad de El Bolsón en Argentina.

En el año 2013, de acuerdo a datos de SERNATUR, ingresan -a las tres regiones- 443.739 turistas extranjeros, que representa un 12% del total que ingresa al país.

Por otro lado, la meso región concentra un 43% del total nacional de visitantes al Sistema Nacional de Áreas Silvestres y un 15% del total de pernoctadas en alojamientos turísticos a nivel nacional. Siendo los Parques Nacionales más visitados el PN Vicente Pérez Rosales (el con más visitas de todo Chile), el PN Villarrica, el PN Puyehue y el PN Conguillio.

En cuanto a las Áreas de Conservación Privadas, la mesoregión concentra un 61% de las iniciativas, correspondientes a un 43% de la superficie de iniciativas privadas a nivel nacional, de acuerdo a los resultados del Catastro Nacional de Iniciativas de Conservación Privadas. Todos estos factores muestran la relevancia de este sector como aporte a la economía del país.

Los destinos reconocidos líderes a nivel mundial que están orientados al desarrollo de un turismo de intereses especiales, con énfasis en el turismo de naturaleza y cultural, poseen carreteras escénicas que les permiten a sus visitantes acercarse y recorrer los principales puntos de interés de sus territorios.

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 4
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

En síntesis, la Ruta Escénica Lagos & Volcanes integra a tres regiones, 22 comunas, 500 mil habitantes, dos mil km de caminos, 1020 km de troncal, 240 km de ciclovías, 17 volcanes (ver Tabla N°), 22 lagos (ver Tabla N°), todo distribuido en seis destinos: Araucanía Andina, Araucanía Lacustre, Siete Lagos, Lago Ranco, NorPatagonia y Lago Llanquihue.

Tabla N° : Volcanes del destino.

1	Laguna Mariñaqui	La Araucanía
2	Lonquimay	
3	Sollipulli	
4	Caburgua Huelemolle	
5	Villarrica	
6	Quetrupillan	Los Ríos
7	Lanin	
8	Mocho Choshuenco	
9	Carrán - Los Venados	
10	Puyehue	
11	Antillanca	Los Lagos
12	Cerro Pantoja	
13	Puntiagudo	
14	Osorno	

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 5
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

15	Cayutue	
16	Calbuco	
17	Cuernos del Diablo	

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° : Lagos del destino.

1	Galletué	La Araucanía
2	Colico	
3	Caburgua	
4	Huilipilun	
5	Villarrica	
6	Calafquén	
7	Pellaifa	Los Ríos
8	Panguipulli	
9	Pirehueico	
10	Neltume	
11	Riñihue	
12	Ranco	

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 6
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

13	Maihue	Los Lagos
14	Huishue	
15	Gris	
16	Puyehue	
17	Rupanco	
18	Todos Los Santos	
19	Llanquihue	
20	Chapo	
21	Camutue	
22	Cormaz Vidal	

Fuente: Elaboración propia.

Araucanía Andina:

En la parte norte del territorio que comprende la Ruta Escénica Lagos & Volcanes, se emplaza la Araucanía Andina. Conformada por las comunas de Victoria, Curacautín, Lonquimay, Vilcún, Cunco y Melipeuco es un territorio que posee un complemento perfecto entre naturaleza y cultura ancestral. Poseedor de una naturaleza fascinante, además es asentamiento de una historia ancestral que muchos turistas buscan conocer para aprender algo más de las culturas originarias. Alejados del ruido de la ciudad y de los balnearios veraniegos, es la ruta ideal para quienes buscan el ansiado relajó durante las vacaciones.

El acceso a esta zona se puede realizar a través de las localidades de Victoria, Lautaro, Cajón, Temuco y Cunco. También desde Argentina, por los pasos de Pino Hachado e Icalma. Gracias a sus fascinantes características geográficas en esta zona es posible encontrar termas, lagos, lagunas, parques nacionales y

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 7
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

volcanes; convirtiéndose en un panorama tremendamente atractivo para el turismo.

Sus principales atractivos están en relación a la enorme riqueza natural existente y sintetizadas en los PN Conguillío y Tolhuaca, y las Reservas Nacionales Malalcahuello-Nalcas, Alto Biobío y China Muerta.

Los volcanes Llaima y Lonquimay mantienen nieve gran parte del año por lo que no extraño encontrar aquí los tres centros de esquí más importantes del territorio; mismas montañas que en verano ofrecen a los turistas la posibilidad de realizar circuitos de trekking y ascensos para conquistar sus cimas. A la oferta outdoor, se suman tranquilos balnearios como los del Parque Nacional Conguillío, el Lago Colico o las lagunas Galletué e Icalma.

Araucanía Andina, ofrece una oferta gastronómica tradicional chilena y la mapuche, como los Quesos de cabra en Lonquimay, Hongos Morchella Secos, Merkén y Brotes de Coligue. La gastronomía tradicional mapuche está presente a través de cereales y legumbres, tradición que ha pasado de generación en generación y que está presente en platos habituales como los porotos con mote o con maíz, arvejas con loco, garbanzos con chuchoca, ensaladas de habas, entre otros.

Numerosas familias de origen mapuche se encuentran en el territorio de Araucanía Andina, las que hasta hoy mantienen vivas sus tradiciones gastronómicas, sociales y culturales; costumbres que van traspasando a sus hijos y nietos. Esto especialmente, en aquellas áreas ligadas a la cosmovisión y la vida espiritual del pueblo mapuche. Las costumbres de estos habitantes se pueden conocer visitando sus diferentes hogares ruka, actividades que forman parte de la oferta del lugar. Las mujeres son las encargadas de realizar hermosos textiles con motivos tradicionales de la cultura mapuche, que originalmente se crearon para vestir a las familias y realizar sus rituales. La alfarería es una técnica que ha sido transmitida por los años, a través de una artesanía trabajada, principalmente, por mujeres. En cestería, se confeccionan variados objetos en diferentes formas y tamaños, que luego pueden ser usados como adornos en el hogar.

Araucanía Lacustre:

La zona Lacustre de la región de La Araucanía -constituida por las comunas Curarrehue, Pucón y Villarrica - constituye uno de los principales destinos turísticos de Chile. Es el más desarrollado de la región por la cantidad y calidad de sus atractivos, servicios, actividades y experiencias turísticas. Su dotación de atractivos, se basan en naturaleza y cultura, entre ellos destacan volcanes, lagos,

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 8
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

ríos, playas, termas, parques nacionales y cultura mapuche, que en conjunto le permiten al visitante disfrutar de una amplia gama de actividades directamente relacionadas con deporte aventura, naturaleza, sol y playa e intereses especiales.

La gran actividad volcánica genera la emanación de aguas termales que brotan en diferentes lugares a temperaturas que en algunos casos superan los 80 grados Celsius. La zona concentra más de 18 centros termales y un centro de esquí ubicado en los faldeos del Volcán Villarrica. Estos ofrecen una amplia variedad de tratamientos de relajación y belleza o simplemente la posibilidad de descansar bañándose en sus piscinas que se mantienen a temperaturas agradables.

La presencia del pueblo Mapuche una de las etnias originarias de América que ha conservado su identidad, costumbres y creencias otorga a la zona un sello distintivo. La población mapuche vive en relación directa con la naturaleza y su religiosidad y cultura se entremezclan fuertemente con la Tierra.

La Subsecretaría de Turismo, el año 2016, manifestaba que la alta dependencia del territorio del Turismo Naturaleza ha provocado una mayor sensibilidad hacia el tema ambiental de parte de vastos sectores de la comunidad. La orientación hacia el Turismo Sustentable y la necesidad de preservar los recursos naturales y culturales ha generado un cambio cultural que se aprecia en acciones concretas.

Por otra parte, los grandes flujos turísticos presentes en el territorio durante los periodos de temporada alta, inciden directamente en la comunidad residente, ya que estos deben vivir año a año la inflación de precios, así como también sobrecarga de sus poblados y ciudades generando descontento con la actividad turística (Pág. 4).

En cuanto al acceso al destino, desde la Ruta 5 Sur existen 3 accesos principales: Freire por la Ruta 199, Pitrufrquén por la ruta S-65 y de Loncoche por S-91. Otras rutas de acceso son la S-879 y S-95 desde Panguipulli, y S-69 y S-965 de Cunco.

El aeropuerto más cercano se ubica en Freire a 58 Km de Villarrica, 85 km de Pucón y a 120 de Curarrehue. El paso internacional Mamuil Malal es el único que conecta la zona lacustre con Argentina, distante 36 Km de Curarrehue.

Sietelagos:

Ubicada en la precordillera de la Región de Los Ríos, es un destino asociados a lagos, bosques, volcanes, termas, gastronomía y aventuras. Con un pasado vinculada al sector forestal, ha ganado fama de la mano de Huilo-Huilo. Es un

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 9
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

destino que conserva la tranquilidad y el relaxo que otros sitios del sur paulatinamente han ido perdiendo.

La comuna de Panguipulli se sitúa en noreste de la Provincia de Valdivia, es la comuna más extensa del territorio. Se caracteriza por las abundancias de recursos hídricos y por la presencia de los cuerpos lacustres relevantes que le dan su nombre, Sietelagos (Panguipulli, Neltume, Pirihueico, Riñihue, Calafquén, Pellaifa y Pullinque). La actividad volcánica se expresa en la presencia de los macizos Mocho-Choshuenco, Villarrica -que comparte con Araucanía Andina- y Quetrupillan; y en la existencia de múltiples termas, que nutren al territorio de un componente natural de excelencia.

En cuanto a los accesos al territorio, desde Araucanía, se accede por Coñaripe - ubicado a 32 km de Panguipulli- a orillas del lago Calafquén. Desde aquí hay que tomar el camino al sector termal de Los Cajones, donde se encuentra la entrada al parque y comienzan varios senderos de trekking. El más recomendado es el que lleva al glaciar Pichillancahue. El sendero asciende hasta los 1.850 m con una espectacular vista al Villarrica y todo el valle repleto de lagos y bosques. En el sector se encuentran varios centros termales donde una de las más reconocidas son las Termas Vergara, Termas del Rincón y las cotizadas Termas Geométricas.

Lago Ranco:

El destino Lago Ranco está conformado por cinco comunas Paillaco, La Unión, Rio Bueno, Lago Ranco y Futrono. Es un destino incipiente, pero con una larga historia asociada al desarrollo del turismo, en función de la pesca, tan tradicional en este territorio.

El territorio se caracteriza por ser de una topografía altamente accidentada predominantemente lacustre andina, donde destacan cerros y montañas e importantes cordones montañosos con alturas de más de 2.840 m.s.n.m., que corresponden a la presencia de varios Volcanes en su territorio destacando entre ellos: Volcán Mocho – Choshuenco, Volcán Puyehue, Falla Liquiñe – Ofqui donde se localiza el Cordón del Caulle que con su manantial de aguas termales contextualiza la abundante vegetación nativa del tipo bosque valdiviano.

Su hidrografía se caracteriza por la existencia de diversos ríos entre los que

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 10
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

destacan Iculpe, Muchi, Caunahue, Florín, Calcurrepe¹, Blanco, Hueinahue –que vincula al Huishue con el Maihue- Nilahue, Quiman, Coique y Riñinahue, y la cadena de los lagos subandinos Rancho, Maihue, Gris y Huishue.

La Cuenca del Lago Rancho se proyecta como un territorio que incorpora a sus bellezas naturales y paisajísticas la oferta de Turismo de Intereses Especiales donde la Pesca Recreativa con mosca en áreas protegidas, el Turismo Rural, Ecoturismo, Turismo Aventura, así como la incorporación de elementos identitarios del pueblo mapuche-Huilliche, actividades programadas, artesanía local, y productos agroalimenticios con denominación de origen son sus principales manifestaciones.

El SNASPE en la Ruta Escénica

En el área de intervención del territorio de la Ruta Escénica Lagos & Volcanes se encuentran siete parques nacionales, ocho reservas naturales, un geo parque y dos reservas de la Biosfera. En total, son 14,6 millones de hectáreas lo que representa el 4,7% del total de la superficie comprendida en el SNASPE.

Tabla N° : SNASPE Ruta Escénica Lagos & Volcanes.

Reserva de las Biosfera	Parques Nacionales	Reserva Nacional	Geo parque	Región
Las Araucarias	Tolhuaca	Malleco	Kutralcura	La Araucanía
	Huerquehue	Lago Galletué		
	Conguillio	Las Nalcas		
		Malalcahuello		
	Villarrica	Villarrica		
				Los Ríos

¹ Une al Lago Maihue con el Rancho. Es un río protegido en toda su extensión desde su nacimiento y 1000 m., hacia el interior del lago Maihue, hasta su desembocadura 1000 m., al interior del Lago Rancho, Es un Río asociado a la Pesca Recreativa con reconocimiento mundial.

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 11
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Bosques Templados Lluviosos de los Andes Australes		Mocho Choshuenco		
	Vicente Pérez Rosales	Llanquihue		Los Lagos
	Puyehue			
	Alerce Andino			

Fuente: Elaboración propia, basándose en datos de Ruta Escénica Lagos & Volcanes, 2016.

Al analizar la participación de cada una de las ASPs del SNASPE asociadas a la Red Interlagos, desde el punto de vista del número de visitantes, observamos que casi el 75% del total de visitas están asociadas a sólo tres unidades del SNASPE, Parque Nacional Conguillio, Puyehue y Vicente Pérez Rosales, siendo este último el Parque Nacional que más visitantes recibe en todo Chile, 546,411 turistas en 2016 (CONAF, 2017).

La composición de la empresa turística de la Ruta Escénica Lagos & Volcanes.

Según datos de Alianza Creativa (2015), recopilados del Servicio de Impuestos Internos, la Ruta Escénica Lagos & Volcanes, compuesta por la totalidad de los territorios de las regiones de La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos, representan una fuerza empresarial de 7.137 empresas, y para el caso de las 25 comunas² que conforman la Ruta Escénica Lagos & Volcanes a través de la Red Interlagos, el número total de empresas es de 2.643, es decir un 37% de todas las empresas de la meso región; cuyas ventas anuales equivalen a 267.377 millones de pesos.

Estas cifras representan la totalidad de las tres regiones y si bien es cierto, el territorio que comprende la Ruta Escénica Parques Nacionales, Lagos y Volcanes es menor (21 comunas en total), es indudable que estas cifras son muy representativas, pues el área que cubre este programa estratégico meso regional es la que concentra el mayor número de empresas y desarrollo turístico.

² Alianza Creativa considera en este sentido a Temuco, Valdivia, Osorno y Puerto Montt.

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 12
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

El rubro que tiene mayor predominancia es el de Alojamiento Turístico con 1.435 establecimientos, equivalentes al 54,3% del total de las empresas. Lo siguen el rubro Gastronómico con un 11,3% y las empresas de Turismo Aventura con un 10,5%, las que sumadas a los Tour Operadores representan un 17,5% de las empresas.

Sin considerar los rubros artesanías, servicios culturales, servicios deportivos y transporte turístico (258 empresas), el circuito Araucanía Lacustre es el que concentra la mayor cantidad de empresas con 541 (23%), seguido muy de cerca por el circuito Lago Llanquihue con 492 (21%). Luego comparten el tercer lugar los circuitos Siete Lagos y Araucanía Andina con un 8% de las empresas respectivamente (Alianza Creativa, 2015: Pág. 59).

De acuerdo al Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos³, actualizado a mayo de 2017, en el territorio en que interviene el Programa Transforma Turismo Ruta Escénica Lagos & Volcanes existen 2.124 empresas turísticas de distinto tipo, tal como se aprecia a continuación.

Empresas de Alojamiento Turístico

Tomando los datos del Registro de SERNATUR, mencionado anteriormente, y que utilizaremos para realizar este análisis, y exceptuando a las categorías de **hacienda**, que sólo encontramos una en el Circuito Lago Ranco y de **hotel boutique**, que se encuentran seis en Lago Llanquihue; las empresas de alojamiento turístico más relevantes en el territorio –tal como se aprecia en la Tabla N° 2, siguiente- son las cabañas, que representan el 39% de la oferta de alojamiento del territorio. Le siguen en relevancia, los hostales y los B&B, ambos con el 12,1% de la oferta. Si sumamos a los hoteles, que en total representan el 10,3% de la oferta, tenemos que entre éstos encontramos al 73,6% de la oferta total de alojamiento turístico del territorio.

³ Hay que consignar, que este registro es voluntario y que no necesariamente representa o contiene a todas las empresas del territorio.

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 13
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Tabla N° 2:

Fuente: Elaboración propia basándose en datos de SERNATUR, 2017.

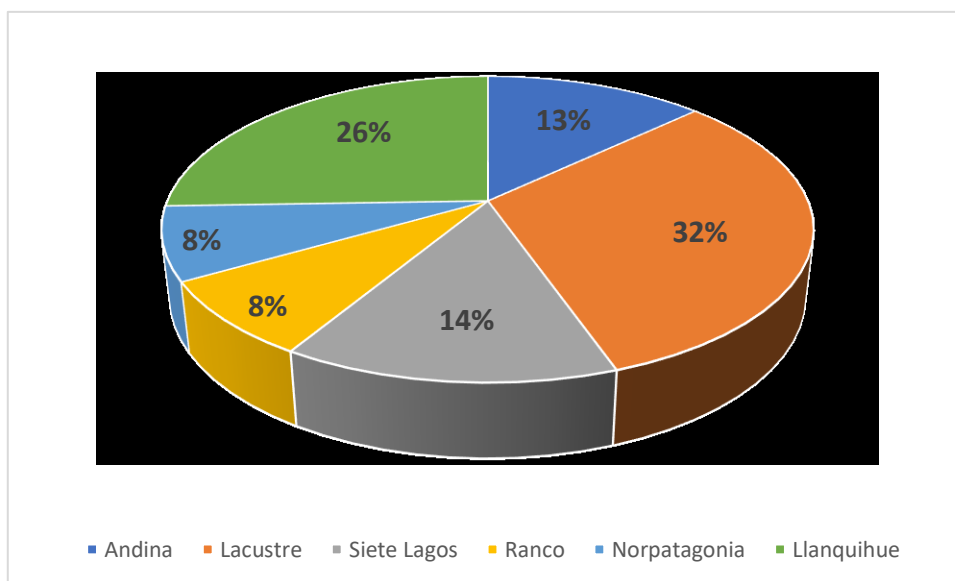
Región	Circuito	Apart - Hotel	B&B	Cabañas	Camping	Centro de naturaleza o lodge	Complejo Turístico o Resort	Deptos Turísticos y/o Ejecutivos	Hostal	Hostel o Albergue (Refugio)	Hostería	Hotel
La Araucanía	Andina	0	14	49	20	9	0	1	18	0	16	12
	Lacustre	10	24	142	25	3	2	13	52	16	8	43
Los Ríos	Siete Lagos	1	17	63	29	5	2	8	15	1	0	9
	Ranco	0	5	35	13	3	3	7	16	0	0	4
Los Lagos	Norpatagonia	0	10	39	14	4	2	0	6	1	3	4
	Llanquihue	6	62	96	7	5	2	15	25	11	4	40
Total		17	132	424	108	29	11	44	132	29	31	112

Si consideramos el peso empresarial por circuito/destino turístico, observamos que el 32% del total de la oferta de alojamiento turístico está localizado en Araucanía Lacustre, que comprende a las comunas de Villarrica, Pucón y Curarrehue. Le sigue en relevancia, con un 26%, al destino Lago Llanquihue, que comprende las comunas de Puerto Varas, Frutillar, Llanquihue y Puerto Octay más el aporte de Cochamó; ambos, los destinos más consolidados del territorio.

Es apreciable, también, los aportes de destinos en vías de consolidación como el caso de Araucanía Andina que comprende a Vilcún, Cunco, Melipeuco, Curarrehue y Lonquimay (13%) y Siete Lagos que comprende a la gran comuna de Panguipulli (14%); y de los destinos emergentes como son NorPatagonia y Lago Ranco (ambos con un 8% de la oferta de alojamiento).

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 14
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Gráfico N° 2:



Fuente: Elaboración propia basándose en datos de SERNATUR, 2017.

Tomando en consideración los indicadores de competitividad y rentabilidad del rubro alojamiento, las comunas de mayor vocación turística del circuito Araucanía Andina registran una tasa anual de ocupación del 26%⁴, cifra que se encuentra muy por debajo del promedio nacional que corresponde al 42,2%. Respecto a la tasa de ocupación mensual, que refleja la estacionalidad de un destino, los *peaks* de ocupación se marcan en el mes de febrero en todas las comunas del circuito, sin embargo, se destaca un segundo *peak* en el mes de Julio en la comuna de Curacautín, siendo este superior al 50% de ocupación y transformándose en el mes más importante del año para la comuna. Esto se explica por la oferta de turismo de invierno asociada al centro de Ski Corralco que existe en la zona y que hoy es el mayor polo de atracción de esta parte de la Ruta Escénica.

En cuanto a Araucanía Lacustre, ésta registra una tasa anual de ocupación anual de 34%⁵, cifra; también, baja comparada con el promedio nacional que, decíamos, corresponde al 42,2%.

⁴ En la cifra mencionada no se contempla el registro del INE de la comuna de Melipeuco y de la comuna de Vilcún. Se desconoce el porqué de esta situación.

⁵ No se consideran los datos de la comuna de Curarrehue que no cuenta con registros de ocupación en el INE.

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 15
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Respecto a la tasa de ocupación mensual, que refleja la estacionalidad de un destino, los *peaks* de ocupación se marcan en el mes de febrero, julio y noviembre en todas las comunas del circuito.

El circuito Siete Lagos registra una tasa anual de ocupación del 22%, baja respecto del promedio nacional. Respecto a la tasa de ocupación mensual, que refleja la estacionalidad de un destino, los *peaks* de ocupación se marcan en el mes de febrero y septiembre.

El circuito Lago Ranco, lamentablemente no presenta datos relevantes para el análisis de ocupabilidad, puesto que las comunas de mayor vocación turística del circuito -Futrono y Lago Ranco- no presentan registros contabilizados por el INE. En este contexto, solo la comuna de La Unión registra una tasa anual de ocupación del 20%⁶. Respecto a la tasa de ocupación mensual, que refleja la estacionalidad de un destino, los *peaks* de ocupación se marcan en el mes de enero, julio y noviembre; sin embargo, la escasez de datos hace dificultoso un análisis más profundo.

En cuanto los indicadores de competitividad y rentabilidad del rubro alojamiento para NorPatagonia, la comuna de Puyehue, la de mayor vocación turística del circuito registra una tasa anual de ocupación del 25%⁷. Respecto a la tasa de ocupación mensual, que refleja la estacionalidad de un destino, los *peaks* de ocupación se marcan en los meses de febrero, julio y agosto. Este *peak* de invierno en la comuna de Puyehue, es superior al 50% de ocupación, lo que se refleja por la oferta de turismo de invierno asociada al centro de Ski Antillanca y las Termas de Aguas Calientes y Puyehue que hoy son el mayor polo de atracción de esta parte de la Ruta Escénica.

Por último, en el circuito Lago Llanquihue se registra una tasa anual de ocupación del 35,4%⁸, una tasa más baja comparada con el promedio nacional que corresponde al 42,2%. Sin embargo, la comuna de Puerto Varas es la única que se ubica por sobre el promedio nacional con un 43,9% de ocupación anual. Respecto a la tasa de ocupación mensual, que refleja la estacionalidad de un destino, los *peaks* de ocupación se marcan en el mes de febrero (con una ocupación superior al 60%), octubre y noviembre en todas las comunas del circuito que presentan datos para el análisis.

⁶ Río Bueno no se considerada en la muestra del INE y, como se comentaba, Futrono y Lago Ranco no registran datos.

⁷ No se consideran los datos de Puerto Octay pues no cuenta con registros de ocupación en el INE.

⁸ No se considera a la comuna de Llanquihue, pues no cuenta con registros de ocupación en el INE.

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 16
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Servicios de Turismo Aventura.

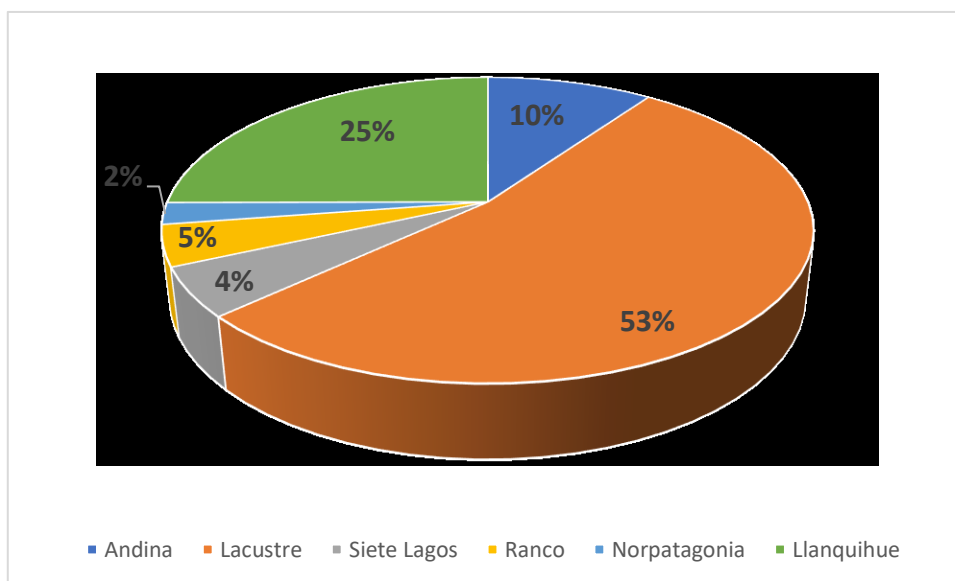
Siguiendo con el análisis, se continua con los servicios de turismo aventura del territorio. En este marco, la situación presenta un contexto similar a lo planteado en el apartado anterior. La oferta de servicios de turismo aventura de la Ruta Escénica corresponde –de acuerdo al registro- 347 servicios, los cuales son operados localmente por agencias de turismo y lodges que operan este tipo de servicios en forma autónoma.

De la oferta total de servicios de turismo aventura, destaca rafting con un 12%, trekking con un 11%, paseos náuticos y montaña con 10% cada uno, canotaje o kayaking con un 9% y pesca recreativa con un 8%. Esto marca claramente una vocación turística del territorio con productos turísticos asociados al recurso agua y al recurso montaña.

Al analizar el peso turístico asociado, vemos claramente que la tendencia, sigue siendo la misma. Araucanía Lacustre, concentra el 53% de la oferta de servicios de turismo aventura. Le sigue Lago Llanquihue con la un 25% de la oferta. Muy por lejos, Araucanía Lacustre con un 10%, Lago Ranco con un 5%, Siete Lagos con un 4% y finalmente NorPatagonia con un 2%. Lo anterior, refiere a una alta concentración de servicios asociados a los destinos consolidados. Destacar que una de las grandes fortalezas del territorio está en su capacidad para generar actividades vinculadas a la naturaleza, situación –que observando los datos- no se está generando.

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico	Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 17
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)

Gráfico N° 3:



Fuente: Elaboración propia basándose en datos de SERNATUR, 2017

En el mismo sentido anterior, la Tabla N° 3, muestra todas las actividades que se desarrollan dentro del territorio Mesoregional. Efectivamente, se evidencia que las grandes potencialidades del territorio no están siendo desarrolladas. Se desconoce el porqué de esta situación, pero en concreto se necesitan generar nuevas actividades que permitan el desarrollo integral del territorio, que permitan la visitación, una mayor estadía y, por ende, mayor gasto.

Tabla N° 3: Tipo de actividades realizadas en el territorio.

CLASE TURISMO AVENTURA	Nº	%
Alta Montaña	10	4%
Canyoning	7	3%
Buceo	1	0%

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 18
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Cabalgatas	14	5%
Canotaje (Kayaking)	24	9%
Cicloturismo	12	4%
Rafting	34	12%
Ski Fuera de Pista	3	1%
Canopy	19	7%
Escalada en roca	2	1%
Trekking (Excursionismo)	31	11%
Hidrospeed	8	3%
Montaña	28	10%
Observación de Flora & Fauna	7	3%
Paseos náuticos	29	10%
Pesca Recreativa	22	8%
Recorrido en 4x4	2	1%
Hiking (Senderismo)	18	6%
Parapente	2	1%
Otros	5	2%

Fuente: Elaboración propia basándose en datos de SERNATUR, 2017

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 19
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Tabla N° 4: Oferta de turismo aventura por circuito.

Tipo de Turismo Aventura	Araucanía Andina	Araucanía Lacustre	Siete Lagos	Lago Ranco	NorPatagonia	Lago Llanquihue
Rafting	1	24	1	1	-	5
Trekking (Excursionismo)	1	11	3	-	-	13
Paseos náuticos	-	19	-	1	-	3
Montaña	2	18	2	-	-	3
Canotaje (Kayaking)	1	6	1	1	-	7
Pesca Recreativa	1	3	-	2	-	12
Canopy	1	5	2	2	1	6
Hiking (Senderismo)	3	7	1	-	-	6
Cabalgatas	2	5	2	-	-	4
Ciclo turismo	2	3	1	-	-	4
Alta Montaña	-	6	-	-	-	3
Total Servicios Aventura	14	107	13	7	1	66

Fuente: Elaboración propia basándose en datos de SERNATUR, 2017

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 20
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

La tendencia permanece en cuanto a la concentración de la oferta de turismo aventura, donde destacan los circuitos Araucanía Lacustre y Lago Llanquihue con 107 y 66 servicios de turismo aventura ofertados. Y los circuitos aún débiles en este tipo de oferta son Lago Ranco y NorPatagonia con siete y un servicio de turismo aventura disponible.

Tipos de Productos Turísticos identificados según tipo de turismo y territorios

Como se expresó en la introducción de este apartado, a cada uno de estos tipos de turismo identificados se le asocian productos turísticos, los cuales a su vez se han identificados según los sub destinos donde se desarrollan, la zona específica dentro de este sub destino, su estacionalidad y a los mercados a los cuales está dirigido.

Principales tendencias del turismo.

Los productos que consumimos –entre lo que no escapa el turismo- no solamente generan economía dentro de la sociedad, sino que también aportan datos importantes sobre quiénes somos, cuáles son nuestros gustos, y cuáles son los fenómenos que afectan la forma en que compramos. Así, mediante el consumo, se perpetúa un ciclo económico, social y cultural de cuyo estudio provienen las tendencias.

Las tendencias suelen asociarse con algo poco cuantificable y de consistencia difusa. El resultado de tal apreciación, es una nula aplicación práctica –pública-privada- de éstas en la toma de decisiones estratégicas y en el diseño y desarrollo de nuevos productos/servicios. Sin embargo, las tendencias nos rodean, son concretas y nos orientan sobre el futuro.

En este contexto, las tendencias, son pronósticos que nos permiten conocer el “*estado de ánimo mundial*” sobre determinados productos/servicios, que permiten definir cómo se comportan los consumidores ante éstos. Dichos pronósticos son relevantes pues permiten a las empresas adelantarse a las necesidades de los consumidores y ofrecer productos que satisfagan todas sus exigencias en todos los niveles. En un mundo con sobreabundancia de información, las tendencias ofrecen una estructura que señala el camino para detectar las oportunidades, procesarlas, generar las ideas adecuadas e implementarlas de forma correcta.

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 21
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Se puede identificar dos elementos constantes en toda tendencia: por un lado, es una manifestación nueva, que adquiere una forma diferente o desconocida al momento. El otro elemento hace referencia a una característica temporal: una manifestación temprana, aún no generalizada, visible o extendida de forma masiva. Y básicamente, se puede hablar de macro y micro tendencias. Las primeras hacen referencia al comportamiento de aspectos claves que caracterizan a las sociedades, organizaciones e instituciones y tienen alcance global. Y las segundas, son las que tratan sobre un pequeño porcentaje de personas, de seres humanos, y suelen ser mencionadas también como tendencias de consumo.

A nivel mundial, las tendencias turísticas de 2017 vienen marcadas por tres vectores clave: crecimiento, incertidumbre y sostenibilidad. En este entorno, cada vez más empresas y destinos se afanan por innovar para diferenciarse de la competencia, lanzando al mercado nuevos productos y servicios. La personalización de las experiencias es una de las estrategias más aplicadas.

El hecho de que el año 2017 haya sido declarado como Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo por la Asamblea General de la ONU, va a significar que serán muchos los eventos y acontecimientos que organizará la UNWTO a lo largo de este año con este motivo, pero cuales son las tendencias que los expertos prevén para el turismo este año, veamos:

Virtuoso® y Deloitte, plantean que las principales tendencias de orden mundial están referidas a los siguientes elementos:

1. **Eat like a local:** Sin duda alguna, la gastronomía mueve el mundo del turismo hoy en día. La gente desea probar nuevos sabores, conocer nuevas recetas, crecer en lo culinario, degustando los platos típicos de los sitios a los que viaja.
2. **Reservas a través del teléfono celular:** Los *millenials* presionan para que la mayor parte de los servicios puedan ser reservables de manera sencilla a través del móvil. Las empresas deberán adaptar sus sitios web para hacerlo posible.
3. **Las OTAs seguirá controlando el mercado:** Si bien todas las empresas del sector tratan de potenciar las reservas directas, las OTAs y los comparadores prosiguen su crecimiento en varios mercados, solo con ligeros descensos en algunos países europeos.
4. **El turismo de negocios seguirá creciendo:** El turismo MICE seguirá creciendo en la medida en la que la economía sigue su lenta recuperación. Esto complementa el crecimiento paralelo del turismo urbano.

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico	Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 22
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)

5. **Grupos de viaje transgeneracionales:** Las sociedades cambian y así lo hacen también sus viajes. La gente viajará con personas de otras edades y generaciones.
6. **Turismo de proximidad:** También llamadas *staycations*, esta tendencia se consolida en mercados emisores relevantes, como Alemania y, sobre todo, Reino Unido.
7. **Viajes de celebración:** Viajar para celebrar un acontecimiento familiar o para formar parte de una celebración nacional
8. **El contenido sigue siendo el rey:** Las agencias de marketing turístico apuestan por seguir generando contenido de calidad de diferentes formatos, así como potenciar que los clientes generen su propio contenido.
9. **Estar donde está la gente:** Facebook e Instagram se erigen como las redes sociales con mayor número de usuarios, usuarios más activos y mayor cantidad de contenido relevante desde la perspectiva turística.
10. **Búsqueda de experiencias:** Ya lo dicen hasta los estudios más científicos; disfrutar de experiencias viajeras nos hace más felices. Esto se traslada al sector turístico, con nuevos *players* en la comercialización de experiencias en destino, como *AirBnb*⁹ con su funcionalidad "Experiencias".
11. **Potenciación de iconos:** Los destinos, a través de sus DMOs buscan consolidar iconos reconocibles. Más allá de los tradicionales iconos físicos (Torre Eiffel, estatua de la libertad), los destinos tratan de posicionar iconos intangibles que complementen los tangibles y alcancen el objetivo de la diferenciación.
12. **Idiomas, trato al cliente y capacidad de adaptación al cambio, claves para los RRHH:** En la era de las experiencias y la generación de emociones, el talento humano resulta fundamental. Será necesario formar a los recursos humanos a interpretar y adelantarse a las necesidades de los clientes, de los visitantes, en la búsqueda de ese momento WOW que genere impacto y fidelice.

⁹ Tras el tsunami que ha supuesto los últimos cinco años la irrupción de los *players* integrados en la mal llamada economía colaborativa, el sector hotelero se refuerza con procesos de integración, lanzamiento de nuevas marcas y rediseño de sus propuestas de valor. Además, los últimos movimientos legales impulsados por las CC.AA. y las ciudades – recordemos los problemas legales de *AirBnb* o *HomeAway* con el Ayuntamiento de Nueva York (Hosteltur, 2016), Ayuntamiento de Barcelona (La Vanguardia, 2016) o la Comunidad Valenciana (García, 2017) – comienzan a favorecer la posición de las patronales del sector.

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 23
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Otros medios especializados en turismo como *Smart Travel News*, *Hosteltur*, *Skift*, *Tnooz*, y empresas como *Phocuswright*, *SiteMinder*, *Booking*, listan las siguientes tendencias esperadas, tanto para el turismo en general, y al marketing y la operativa hotelera en particular:

13. **Inteligencia artificial y robótica:** La tecnología se incorporará aún más en la operativa diaria hotelera, llegando a sustituir a personas por robots. El Internet de las cosas hará más fácil del huésped y del manager.
14. **Aplicaciones chat como vías de comunicación entre los clientes y los establecimientos:** Facebook Messenger y WhatsApp se erigirán en las principales vías de comunicación entre los hoteles y sus clientes.
15. **Mobile check-in:** Ahora que todo el mundo tiene un teléfono móvil y que nos hemos acostumbrado a emitir las tarjetas de embarque online, el siguiente paso es el check-in online.
16. **Potenciación de los programas de fidelización:** Estos programas seguirán recibiendo inversión por parte de los grandes grupos, como vía para la potenciación de las reservas directas y la adhesión a la marca.
17. **Mejor tecnología de entretenimiento en las habitaciones:** El cliente espera tener las mismas opciones que en casa, lo cual requerirá de una fuerte inversión por parte de las cadenas
18. **ROI de la presencia en redes sociales:** Ha llegado el momento de sacar partido a la inversión de tiempo y dinero puesta en la estrategia de social media.
19. **Nuevos diseños, nuevas marcas, nuevos mercados:** A medida que el mercado se segmenta, las cadenas generan nuevos modelos y marcas, más acordes a los nuevos tiempos.
20. **Crecimiento de las reservas de última hora:** Los *millenials* optan por reservar a última hora, confiados en su dominio de la tecnología.
21. **Refuerzo de la cultura corporativa:** Las cadenas apuestan por mejorar y consolidar su cultura corporativa, como una vía para reforzar su posicionamiento y retener el talento.
22. **Ubicación y precio:** A pesar de que buscamos experiencias únicas, según *PhocusWright*, seguimos reservando alojamiento en función de la ubicación y del precio, tanto para apartamentos como hoteles.

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 24
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

23. **Mayor oferta gastronómica:** Inclusión del desayuno en el precio, incremento de la variedad gastronómica y apuesta por la gastronomía internacional.

Las tendencias apuntadas por Booking.com, proceden de datos recogidos en diez mercados diferentes durante el mes de marzo de 2016, con 1.000 participantes en cada uno. Los encuestados debían tener 18 años o más, debían haber viajado como mínimo una vez durante 2015 y estar planeando como mínimo un viaje para 2016 (Booking.com, 2016).

24. **Satisfacción inmediata 2.0:** Uso intensivo de la tecnología, en especial de los teléfonos inteligentes. Incremento de las reservas realizadas desde terminales móviles.

25. **Hagamos negocios:** Crecimiento de los viajes por motivo de negocios.

26. **Más ganas de conocer mundo:** El 45% piensa ser más atrevido en su elección de destino para el próximo año, mientras que al 47% le encantaría visitar lugares que ninguno de sus amigos ha pisado. Hay un creciente interés por elegir destinos inexplorados y descubrirlos de la forma más auténtica posible.

27. **Cuidar del cuerpo, la mente y el alma:** Durante el próximo año se verá cómo cada vez más personas priorizan los viajes que prometen armonizar cuerpo, mente y alma. El 44% está interesado en viajes de spa y relax, y el 38% en tener la oportunidad de cuidar de su salud y bienestar durante sus viajes en 2017.

28. **Sé sostenible o quédate en casa:** Durante el 2017 se verá que más de un tercio (36%) de los viajeros tienen pensado elegir opciones de viaje más respetuosas con el planeta que en 2016, y casi dos de cada cinco personas (39%) están interesadas en participar en un ecotour. Queda así reflejado el hecho de que la gente busca formas de satisfacer sus necesidades de viaje mientras se preocupa por mantener la integridad cultural y medioambiental del destino, eligiendo rutas más largas y panorámicas y medios de transporte alternativos.

29. **Placeres sencillos:** En 2017, los viajeros buscarán inspiración en sus propias aspiraciones en lugar de en cosas materiales. De hecho, el 58% de los encuestados tiene pensado dedicar dinero a experiencias antes que gastar en compras mientras estén de viaje durante el próximo año.

30. **El toque humano:** Como contrapartida a la tecnología, la interacción con el personal y la posibilidad de establecer relaciones auténticas durante las vacaciones serán puntos fuertes de los viajes en 2017. La confianza en

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 25
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

quienes ya han estado allí no ha disminuido: el 40% de los viajeros confirma que no se alojarían en un establecimiento que tengan más de tres comentarios negativos. En 2017, los viajeros empiezan a entender que el factor humano es insustituible, y dan importancia, alta importancia, a las relaciones personales como elemento clave en unas vacaciones memorables.

31. **Llévame a la luna:** La combinación de la tecnología con el creciente deseo de viajar a lo desconocido está dando como resultado grandes innovaciones para los viajes en 2017. Estos avances ya le dan rienda suelta a nuestra imaginación y a nuestro deseo colectivo de explorar otros horizontes.

Las tendencias de los viajes en Chile.

Partiendo de la base, que cualquiera de las tendencias mundiales mencionadas anteriormente puede aplicarse al caso nacional, no es menos cierto que existen tendencias específicas para nuestro territorio.

Un ejemplo de lo anterior está asociado a Google, que en sus visitas relacionadas a los viajes marcan importantes tendencias que ayudan a tener una visión panorámica sobre los gustos y motivaciones de las personas. Bettina Rodríguez, Industry Manager de Google Chile, comentó que las búsquedas más populares y los destinos más frecuentados, que marcan tendencia en Chile, son las siguientes:

1. **Búsquedas más populares en Chile:** En Chile, 42% de las búsquedas de viajes están relacionadas con Destinos, 15% con Hoteles y 14% con Vuelos. Es importante destacar que las principales búsquedas en estas 3 categorías se relacionan con destinos domésticos, luego Europa y Estados Unidos. En el caso de hoteles, también son relevantes otros países de Sudamérica como Argentina.
2. **Destinos de Chile que despiertan más interés:** Hay un gran interés por la región central-costera del país, siendo las principales búsquedas Santiago, Viña del Mar y Valparaíso, así como también La Serena, pero más hacia el norte de Chile. De las 30 ciudades más buscadas en el 2016, las que más crecieron en interés son Arica, Punta Arenas, Viña del Mar; y en lo que dice relación con la Ruta Escénica Lagos & Volcanes, Panguipulli, y Pucón.
3. **Chile en Sudamérica:** Chile es el cuarto país en interés de búsqueda de Sudamérica, ranking ampliamente liderado por Brasil, luego seguido por

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 26
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Argentina y Colombia. Asimismo, continentalmente Chile es el destino que genera más búsquedas (proporcionalmente) sobre distintos lugares.

4. **Países que realizan mayores búsquedas sobre Chile como destino turístico:** Argentina, Estados Unidos y Brasil presentan la mayor cantidad de búsquedas sobre Chile, siendo los viajes la categoría más recurrente.

Como antecedente general, el turismo de nicho es una tendencia en crecimiento a nivel mundial. En el caso de Latinoamérica, el interés por el turismo gastronómico creció 160% en los últimos años y el de naturaleza a nivel internacional alcanza 12 millones de viajes por año, siendo Latinoamérica la segunda región en interés por este nicho después de Estados Unidos.

Otras tendencias asociadas a nuestro país y que se deben tener en cuenta para el desarrollo de cualquier acción asociada son:

El alojamiento, en sus diversas fórmulas, está creciendo a un ritmo acelerado con la entrada de nuevos grupos de inversores a la escena turística formada sobre todo por grupos regionales y nacionales que suplen su falta de experiencia en turismo mediante acuerdos de franquicia y gestión con las cadenas hoteleras internacionales más reconocidas. Además, se ha producido un fenómeno que altera las reglas habituales conocido como disrupción generado por la nueva fórmula de comercialización basadas en plataformas P2P destacando el caso de *AIRBNB* que ya ofrece, mediante la fórmula de apartamentos, mayor número de camas que cualquier cadena hotelera convencional. El gran crecimiento de la oferta de cruceros y de parques temáticos viene a completar esta tendencia al crecimiento de la oferta.

En el transporte los Gobiernos se afanan en mejorar y ampliar los aeropuertos mientras que las compañías de bajo coste son ya las que más volumen de asientos ponen en el mercado en Europa y Estados Unidos y han comenzado ya a introducirse en América Latina y Asia.

Desde el punto de vista de la demanda, las tendencias plantean la necesidad de atender la combinación de presencia en redes sociales y el incremento del protagonismo de los viajeros conocidos como *millennials*. En este sentido, los destinos han de ofrecer productos y servicios capaces de ser compartidos por los viajeros en sus redes sociales para mostrar a amigos y conocidos dónde están y qué están haciendo, constituyendo por otra parte, una táctica de marketing cada vez más extendida.

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 27
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

La reciente promoción de Chile en las ferias turísticas ya incide en este comportamiento animando a los visitantes a hacerse fotografías y compartirlas. Ahora bien, para compartir una imagen con recomendación positiva el producto ha de plantearse en términos de experiencia y diferenciarse por alguna circunstancia innovadora, divertida, por su autenticidad, por conservar la tradición. En definitiva, el viajero espera disfrutar una experiencia que le aporte singularidad a su imagen personal al compartirla.

Los estudios demuestran que los *millennials* son más *tech-savvy* y conectados que cualquier generación anterior y están cambiando la manera se consume el recorrido. En efecto, los milenios pueden tomar vuelos de bajo costo y salir todo en actividades y restaurantes. Los viajeros de hoy en día a menudo buscan experiencias, ya sea una auténtica experiencia local, una aventura o incluso y la oportunidad de hacer una diferencia en el destino. En los próximos cinco a 10 años, este grupo se convertirá en la base de clientes de la industria. Se espera que el gasto de los milenios en vuelos de negocios represente el 50% de los viajes globales para el año 2020 y mantenga esa participación en los 15 años siguientes. Mientras los *millennials* están en aumento, los *baby boomers* son la generación más viajada hasta la fecha y tienen más disponibilidad Ingresos para poder viajar. Crear una propuesta de valor fuerte para este grupo será clave para atraerlos en la próxima década.

En 2015, el 61% de los turistas requirieron solicitar visas para visitar destinos turísticos de todo el mundo. Esto supone una mejora significativa respecto a 2008, cuando el 77% de la población mundial solicitó una visa tradicional. Las barreras de viaje operan como cualquier otra barrera comercial, impiden el crecimiento y deprimen la creación de empleo. De acuerdo a datos del Foro Económico Mundial (2017), eliminar los visados de viaje a nivel bilateral aumentaría más del triple los flujos de viajes entre los países. Se han implementado varias soluciones, desde acuerdos bilaterales hasta acuerdos regionales, que apoyan la reducción de las barreras de viaje y permiten el crecimiento económico y la creación de empleo. Estos incluyen el Acuerdo de *Schengen*, el Programa de Acceso Global de los Estados Unidos e incluso la tarjeta *APEC Business Travel*. También están en proceso de negociación para la Asociación de Naciones del Sureste Asiático (ASEAN), la Alianza del Pacífico y la idea de un pasaporte africano también ha sido propuesto por la Unión Africana.

Un modelo integral para Smart Travel, que incluye *Smart Visas*, *Smart Borders*, *Smart Security* y *Smart Infrastructure*, revolucionará el sector de viajes y turismo de la forma en que el *smartphone* ha transformado las industrias de telecomunicaciones y medios de comunicación, creando y creando empleo.

VTIC Plataforma Inteligente de Management Turístico		Fecha (aaaa-mm-dd) 2017-08-07	Página 28
Documento Documento Técnico N°2	Versión 1.0	Responsable Luis Vidal Vidal (lvidal@uach.cl)	

Es necesario que la experiencia del visitante descienda del universo de las ideas y se materialice en acciones concretas, que puedan medirse en términos de rentabilidad y de satisfacción. Se ha de trabajar en la generación de un contexto en el que toda la organización, y el conjunto del destino, sean sensibles a las necesidades del turista, siempre con una actitud curiosa y predispuesta a la mejora de su experiencia en el viaje, sin olvidar que se trata de una apuesta que requiere recursos y que su responsabilidad engloba a todos.

DOCUMENTO TÉCNICO N2.

Ruta Escénica Lagos & Volcanes: descripción territorial.

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