



**INFORME PROYECTO PROECOSERV  
ACCIONES DE SERNATUR EN EL AREA DE  
ESTUDIO  
SAN PEDRO DE ATACAMA**

PREPARADO POR:

DIRECCION REGIONAL DE SERNATUR- ANTOFAGASTA

ANTOFAGASTA, AGOSTO DE 2011

## I.- INTRODUCCIÓN

Como la “industria sin chimenea”, se le ha denominado a la actividad turística en el mundo, por la importancia que reviste para las economías de los países, dada entre otras cosas por concepto de ingreso de divisas, distribuidor de ingresos dentro de país, generador de empleos directos e indirectos y promotor de la imagen de los países en el extranjero, entre muchas otras externalidades positivas.

En los últimos años, la actividad turística en Chile ha dado saltos importantes en su desarrollo y crecimiento tanto del turismo emisor, como el receptor, las fuertes campañas que el estado y los empresarios turísticos han puesto énfasis en estimular al mercado local a visitar su país. Esto dado entre otros factores por el aumento del ingreso per cápita nacional, sumado a la mejora del nivel de carreteras y a la mejor calidad de la oferta turística a nivel nacional, hacen que el desplazamiento de turistas, no solo se desarrolle en los meses estivales, sino que también los esfuerzos han estado concentrados en generar oferta atractivas para épocas comúnmente de bajas para el mercado nacional.

La industria turística está considerada como uno de los sectores con mayor potencial de crecimiento en Chile, por otro lado, El Travel and Tourism Competiveness Report 2008, situó a Chile en el lugar 51 entre 130, donde los indicadores revelaban ventajas asociadas a la apertura del país y desventajas asociadas a la conciencia turística, a la gestión sustentable y a la protección de los recursos naturales.

Hay que destacar que la Región de Antofagasta cuenta con uno de los principales destinos turísticos, San Pedro de Atacama, lo que es una ventaja competitiva dado que permite atraer turistas a la región, la tarea pendiente es incentivarlos a visitar los atractivos turísticos de las otras comunas, para ello es necesario crear una plataforma turística de altos estándares de calidad basada en un planificación turística eficiente y sustentable en el tiempo, permitiendo dinamizar las actividades económicas tradicionales, valorizar las particularidades culturales locales y lo más importante atraer inversiones y por ello aumentar el empleo.

La existencia de una completa infraestructura y variados servicios turísticos, facilitan la estadía de turistas. San Pedro de Atacama constituye el lugar que reúne la muestra en sitio de patrimonio arqueológico y etnocultural más importante del norte grande de Chile. Fue declarado Zona Típica en 1980 y el año 2002 declarado Zona de Interés Turístico en conjunto con San Pedro de Atacama-Cuenca Geotérmica Geysers El Tatio. La actividad turística se ha transformado en un importante eje de desarrollo económico para la provincia El Loa, y que se ha ido potenciando por los aportes que entregan los proyectos de agroturismo y turismo comunitario que están siendo ejecutados en la zona y apoyados por algunas instituciones gubernamentales.

San Pedro de Atacama es un pequeño poblado emplazado en un oasis ubicado en el altiplano de la Región de Antofagasta a 1.670 Km. al norte de Santiago de Chile. Cuna de la cultura atacameña, hoy alberga a cerca de 5.000 habitantes. La principal actividad económica del poblado es el turismo, seguida luego por la agricultura y ganadería. Debido a la gran cantidad de atractivos turísticos e impresionante paisaje, San Pedro se ha convertido en el centro de partida de la actividad turística y de las excursiones por la región, concentrándose en el pueblo una oferta variada de servicios como alojamiento, restaurantes, agencias de turismo, artesanía, centros de llamados, Internet, entre otros, los que constituyen el motor de su economía.

Los turistas extranjeros constituyen cerca del 75% del total de visitantes, especialmente de Europa y USA, lo cual le otorga un marcado ambiente cosmopolita.

El Servicio Nacional de Turismo es el organismo público encargado Ejecutar la Política Nacional de Turismo mediante la implementación de planes y programas que incentiven la competitividad y participación del sector privado, el fomento de la oferta turística, la promoción y difusión de los destinos turísticos resguardando el desarrollo sustentable de la actividad, que beneficien a los visitantes, nacionales y extranjeros, prestadores de servicios turísticos, comunidades y al país en su conjunto. Uno de sus objetivos estratégicos consiste en “fomentar y velar por el desarrollo integral de los territorios para así, contribuir con la sostenibilidad y sustentabilidad de los destinos y productos turísticos” (una de las prioridades en Turismo del Ministerio de Economía).

En septiembre de 2010 se conformó la mesa público-privada de sustentabilidad para construir en conjunto el Programa Nacional de Sustentabilidad Turística. Los actores públicos que participan actualmente de la mesa son: Subsecretaría de Turismo, SERNATUR, CORFO, SUBDERE y Ministerio Medio Ambiente. Y dependiendo el tema de la reunión se invita a los siguientes: SERCOTEC, CONAF, Consejo Nacional de Cultura y las Artes y la Agencia Chile de Eficiencia Energética. Los actores privados son: FEDETUR y CONSETUR.

A continuación se describen las principales acciones que Sernatur, desarrolla o desarrollará en el área de estudio de San Pedro de Atacama y su área de influencia como lo es Alto el Loa y Ollagüe.

## **II.- PLANES, PROGRAMAS Y ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN QUE SERNATUR DESARROLLA Y DESARROLLARÁ EN EL ÁREA DE ESTUDIO.**

Lo que a continuación se expone tiene relación directa o indirecta en el desarrollo turístico de la comuna de San Pedro a través de diversas acciones que desarrolla el Servicio Nacional de Turismo, desde la política nacional de turismo y hasta planes, programas y proyectos que se vinculan tanto con empresarios como con otras instituciones de fomento productivo de la Provincia el Loa y particularmente de la Comuna de San Pedro de Atacama. En los puntos siguientes se describe mayormente cada uno de las acciones.

### **2.1 Ley de Turismo N° 20.423**

La presente ley tiene por objetivo el desarrollo y promoción de la actividad turística, por medio de mecanismos destinados a la creación, conservación y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales.

El artículo N° 2 de la presente ley, señala que el turismo constituye una actividad estratégica para el desarrollo del país, siendo prioritaria dentro de las políticas de estado, por lo que éste deberá promoverla de modo armónico e integral, impulsando su crecimiento sustentable en conformidad con las características de las regiones, comunas y localidades del país.

Por otra parte, el artículo N° 3 señala que los órganos del estado que diseñen, ejecuten, coordinen o participen en el desarrollo de actividades o programas asociados al turismo, deberán considerar en sus planes y programas el sistema institucional establecido en la presente ley.

En el capítulo II, Política Nacional de Turismo, Planificación y Coordinación del Sector, señala en su capítulo N°6, que dicha política tendrá por propósito determinar los objetivos, acciones, y prioridades que regirán al sector, con arreglo a los principios consagrados en la ley. Además señala, que la Política Nacional de Turismo deberá considerar para el desarrollo y promoción de la actividad, el rol de las regiones y comunas en el cumplimiento de los propósitos, objetivos, acciones y prioridades fijados.

### **2.2 Programa de Gobierno 2010-2014**

El Programa de Gobierno de la actual administración, se señala que a nivel nacional ha faltado desarrollar una mejor infraestructura turística en Chile, realizar un verdadero plan estratégico y más agresivo de promoción, fomentar el desarrollo sustentable de la actividad turística cuidando nuestro patrimonio natural y cultural, profundizar la integración vecinal, desarrollar turísticamente la gran cantidad de áreas silvestres protegidas que poseemos y fortalecer la capacitación del personal turístico.

La industria del turismo puede jugar un papel central en nuestra estrategia para alcanzar el desarrollo y superar la pobreza antes que termine esta década.

Por esta razón, el plan de gobierno actual, ha establecido seis ejes prioritarios:

1. Ampliar la oferta de productos a través de una mayor infraestructura y conectividad, mejorando los aeropuertos en los principales destinos turísticos. En este eje se propone invertir y agilizar los pasos fronterizos, facilitar el acceso a los centros de deportes invernales, aumentar la inversión en infraestructura regional, y mejorar los terminales de pasajeros para cruceros a través de concesiones.
2. Desarrollar nuevos polos de atracciones turísticas basados en el potencial para desarrollar formas más específicas y sofisticadas de turismo, como lo son las experiencias derivadas del turismo de cultura y patrimonial (el cual incluye el etno-turismo), del turismo basado en la naturaleza, deportes y aventura, bienestar y relax, vida urbana, así como el gastronómico con énfasis en vino, comida regional y nacional.
3. Desarrollar y perfeccionar los mecanismos de inteligencia de mercado, y aumentar los recursos públicos y privados en promoción y publicidad turística nacional e internacional.
4. Promover la asociatividad, generando alianzas público-privadas, promoviendo un modelo de gestión integral de destinos turísticos.
5. El quinto eje se refiere a mejorar el capital humano del sector, destinando más recursos, con un programa de capacitación on-line para empresas PYME, e insertando al sector como área prioritaria en los programas de becas del Gobierno.
6. Finalmente, el sexto eje pretende mejorar la institucionalidad, facilitando la coordinación entre todos los ministerios y servicios relacionados con el turismo, para que en forma coherente y complementaria se haga un eficiente uso de los recursos del Estado.

La recientemente creada Subsecretaría de Turismo está fuertemente decidida a incentivar la demanda por turismo interno y potenciar Chile como destino turístico para los extranjeros que, atraídos por nuestros destinos y naturaleza, llegan al país en búsqueda de una experiencia única e inolvidable.

Basados en los pilares que establece la Estrategia Nacional de Turismo, recientemente aprobada por el Consejo de Ministros, se presentan las medidas han sido ordenadas de acuerdo a los siguientes pilares:

- Promoción
- Fortalecimiento de la Competitividad
- Inteligencia de Mercado
- Inversión
- Sustentabilidad
- Calidad

Cada eje incluye el diagnóstico específico de cada región del país en relación al eje, seguido por los objetivos y acciones que se llevarán a cabo para alcanzar dichos objetivos. El tema de cada uno de los ejes y su aplicación a la Región de Antofagasta, se desarrollará más detalladamente en el punto 2.5.

## **2.3 Programa Nacional de Sustentabilidad Turística**

El Programa intenta impulsar el desarrollo sustentable de la oferta turística del país, a través de la creación de una certificación de sustentabilidad que sea aplicable tanto para productos como para destinos turísticos. Esta certificación nace de la necesidad de contar con un sello reconocible internacionalmente que permita mejorar la competitividad de las empresas turísticas y de los principales destinos del país, considerando que el 38% de los viajeros del mundo dicen considerar criterios de sustentabilidad ambiental al momento de elegir los destinos turísticos (TripAdvisor, 2007) y un 34% de los turistas estaría dispuesto a pagar por quedarse en hoteles y destinos amigables con el medio ambiente.

A su vez, este programa, busca fomentar el desarrollo integral de la gestión territorial, mediante la coordinación de instrumentos públicos y privados que contribuyan a la sostenibilidad de los destinos turísticos.

### **2.3.1 Objetivos y Ejes Estratégicos**

- i. Objetivos General: Contar con una oferta de productos y destinos turísticos construidos y desarrollados bajo criterios de sustentabilidad reconocidos internacionalmente, con el fin de mejorar la competitividad del sector, enfrentar el cambio climático y contribuir a la prosperidad y bienestar de las personas que habitan los territorios en donde se realiza.
- ii. Ejes estratégicos:
  - Plan de sensibilización
  - Certificación de Sustentabilidad Turística
  - Gestión de Destinos Sustentables

### **2.3.2 Vinculación del Programa con el área de estudio**

Lo primero que se debe señalar que este programa se encuentra en una etapa de puesta en marcha en todas las regiones de Chile, sin embargo se espera que sea una herramienta efectiva para lograr el desarrollo sustentable de los destinos turísticos. Dado que San Pedro de Atacama es el principal destino regional y que concentra cerca del 98% de la oferta de servicios turísticos en la región, será el principal foco de acción de este programa, poniendo énfasis en el desarrollo de un plan de sensibilización de actores públicos como privados, la certificación y gestión de destinos sustentables, será un aporte real al desarrollo turístico y las políticas que en materia ambiental y de manejo sustentable de los ecosistemas de la comuna de San Pedro de Atacama.

### **2.4 Estrategia Regional de Desarrollo – Enfoque del Turismo Regional**

Según lo definido en la Estrategia Regional de Desarrollo del Gobierno Regional de Antofagasta, permitirá fortalecer el desarrollo sustentable, velando por los beneficios del crecimiento económico de la región y que éstos lleguen a todos sus habitantes.

Dentro de los lineamientos estratégicos que defina la región para alcanzar el desarrollo se destacan 7:

- 1.- Educación de Calidad
- 2.- Desarrollo Económico Territorial
- 3.- Región Sustentable
- 4.- Integración e Internacionalización
- 5.- Integración y calidad de vida
- 6.- Identidad Regional
- 7.- Modernización y Participación

Dentro del Desarrollo Económico Territorial, se define como lineamiento general el ***“Promover la consolidación del complejo productivo minero, industrial y de servicios especializados orientado al desarrollo económico territorial y fortalecer la diversificación de la estructura económica en la Región de Antofagasta”***.

Dentro de los objetivos generales y líneas de acción planteadas, destaca el ***“potenciar la diversificación productiva de la Región. Fortaleciendo los sistemas productivos locales mediante el uso de recursos endógenos, con énfasis en la pequeña minería, las actividades del borde costero, las energías, la agricultura y el turismo”***.

Las líneas de acción que se definen son las siguientes:

- Implementar y difundir estrategias de desarrollo territorial, fomentando y potenciando la agricultura, la pequeña minería, la pesca artesanal, las energías y la acuicultura en los distintos territorios de la región, considerando los aportes de la Agenda Regional de Desarrollo Productivo.
- ***Potenciar y planificar el desarrollo de nuevos polos turísticos en la región, incorporando alternativas innovadoras como el etnoturismo, turismo cultural, científico, gastronómico y astronómico, entre otros.***
- Articular y difundir las herramientas de fomento productivo ofrecidas por el estado que apoyen las iniciativas locales, resguardando la pertinencia territorial de dichas herramientas.

Por otra parte, el lineamiento estratégico que tiene que ver con lograr la integración e internacionalización de la región, destaca entre sus objetivos generales, el impulsar un desarrollo integral y sistémico de infraestructura vial, ferroviaria, puertos, aeropuertos y pasos fronterizos, que permitan la provisión w intercambio de bienes y servicios para la población y la actividad productiva. Cabe señalar que dentro de las líneas de acción se define la consolidación de las rutas camineras nacionales e internacionales que conecten los asentamientos humanos de la región.

Finalmente cabe destacar que el plan de gobierno de la Región de Antofagasta 2011- 2014 define 5 motores de la región de Antofagasta, dentro de los cuales destacan:

- Minería
- Pesca
- Turismo
- Emprendimiento

## **2.5 Plan de Desarrollo Turístico Regional**

### **2.5.1 Antecedentes Generales**

Como es sabida la Región de Antofagasta goza de un reconocimiento nacional e internacional respecto de sus atractivos turísticos. Parte importante de su potencial se basa en la singularidad y gran belleza escénica del Desierto de Atacama, el cual es conocido internacionalmente, y se presenta como el punto de diferenciación frente a la demanda externa, lo cual, unido a las condiciones favorables de su clima, vastedad de sitios con escasa intervención humana, originales especies de flora y fauna y testimonios arqueológicos de milenarias culturas precolombinas, lo hacen convertirse en uno de los principales espacios turísticos del Norte Grande de Chile.



Con el transcurso de los años la Región de Antofagasta se ha ido convirtiendo en un importante destino turístico para el mercado nacional e internacional, con proyecciones de captar un número cada vez mayor de visitantes, lo cual tiene su fundamento en los dos principales tipos de turismo que ofrece la región, cual son eminentemente el Turismo de Intereses Especiales (TIE) en donde lo singular y escaso del entorno genera una mayor motivación por conocerlo, disfrutarlo y contemplarlo y el turismo de negocios que en su versión grupal, técnicamente conocido como MICE, el cual posee grandes ventajas competitivas en Antofagasta y Calama como principales polos de este tipo de turismo durante “todo el año”, lo cual debido a la sistematización de las actividades de servicios de alojamiento, alimentación, entretención y otros, relacionados con la demanda de población flotante dependiente o asociada a las actividades mineras y de negocios, transforman a esta región en un gran centro de flujos de la industria a nivel nacional. Esto queda de manifiesto al reconocer al aeropuerto Cerro Moreno de Antofagasta como el segundo de mayor importancia del país (después del aeropuerto Arturo Merino Benítez de Santiago), tanto por la llegada de pasajeros como por la cantidad de vuelos diarios)

Esto nos permite suponer que si la oferta turística de la región aumenta, se complementa con nuevos productos aún no dados a conocer y se mejora la calidad de los servicios que se ofrece actualmente, la demanda turística internacional y nacional podrá seguir creciendo.

Al mismo tiempo , se debe destacar que al existir 2 fuentes muy distintas pero ambas de gran relevancia para el turismo como son el Turismo de Intereses Especiales y el Turismo de Negocios, permite a la región diversificar sus estrategias de desarrollo de productos teniendo siempre la importante ventaja endógena de poder hacer frente de muy buena forma a variaciones y fenómenos negativos que el mercado nacional e internacional, toda vez que ambos perfiles responden a características muy disímiles pero muy potentes que pueda generar una complementariedad de gran relevancia para aumentar una sólida capacidad para el desarrollo y sostenibilidad de negocio turístico regional.

## **5.2 Ejes Estratégicos del Plan**

Basados en los pilares que establece la Estrategia Nacional de Turismo, recientemente aprobada por el Consejo de Ministros, en el Plan Regional 2011-2014 y el diagnóstico del sector, se presentan las medidas contenidas en el Plan para el Desarrollo Turístico de La Región de Antofagasta las que han sido ordenadas de acuerdo a los siguientes ejes estratégicos:

- Promoción
- Fortalecimiento de la Competitividad
- Inteligencia de Mercado
- Inversión
- Sustentabilidad
- Calidad



## **2.6 Programas, Proyectos y Estudios a Nivel Regional (F.N.D.R).**

### **2.6.1 Plan de Promoción del Noreste Argentino (NOA).**

La Región de Antofagasta cuenta con numerosos recursos turísticos y un rico legado histórico y cultural que le otorgan potencial para constituirse en un importante destino turístico, sin embargo, es necesario que estos recursos se conviertan en productos competitivos orientados a satisfacer los gustos y expectativas de los turistas, en especial del Noroeste Argentino.

El extenso litoral de la segunda región se caracteriza por la naturaleza de su clima: sin lluvias y sin extremos marcados de calor y frío.

Las tibias aguas de la costa son un excelente atractivo para los visitantes, no sólo por las actividades de baño, sino además por la práctica de deportes náuticos. Antofagasta, Mejillones, Taltal y Tocopilla son las zonas ideales para la práctica del turismo de sol y playa.

Las condiciones de acceso a la salud, de acceso a la tecnología digital, conectividad y alojamiento están dadas para que la región de Antofagasta logre Atraer “nichos de mercado turístico: Residencial unifamiliar de condominio, turístico hotelero, comercial y de entretenimiento en el segmento de sol y playa, todos con nivel de excelencia, alto gasto y de carácter internacional.

Difundir el producto de sol y playa como oferta turística regional mediante los perfiles de comportamiento de los visitantes del NOA Argentino a la Región de Antofagasta. Dentro de las actividades a desarrollar para el Plan de Promoción destacan las siguientes:

- Promoción mediante Publicaciones en medios televisivo, prensa y gigantografía en las ciudades de Salta, Tucumán y Jujuy de los destinos de Sol y playa de la Región de Antofagasta.
- Promoción y difusión masiva mediante colocación de Stand de Promoción y mediante volanteo en las principales calles de de Salta, Tucumán y Jujuy de los destinos de Sol y playa de la Región de Antofagasta.
- Desarrollar sitio web para promocionar los destinos de Sol y Playa de la Región de Antofagasta e incluir desarrollo de actividades.

Dentro de los medios a utilizar, destacan:

Publicación en medios de Prensa:
Anuncio en Televisión
Gigantografías
Stand de Promoción.
Contratación de Promotoras
Promoción en los principales Paseos peatonales.
Difusión de la oferta turística vía internet

Finalmente el seguimiento y medición del programa estará basado en verificar el avance de las actividades y cumplimiento de los indicadores estipulados en la matriz de marco lógico.. Para lo anterior se considera, por parte de la Institución la elaboración de informes anuales que permitan mantener un estricto seguimiento de las actividades. Para el proceso de seguimiento se contemplan:

- Informes de gastos, con el detalle de los gastos incurridos en función de los gastos programados anualmente
- Informes Técnicos con evidencia de las actividades ejecutadas anualmente.

Se estima que el costo anual del Plan de Promoción del Noreste Argentino será de aproximadamente de 150 millones de pesos. Los beneficiarios directos serán las comunas del borde costero de la Región de Antofagasta: Antofagasta; Mejillones; Taltal y Tocopilla. En general la población de estas comunas se verá beneficiada. Los beneficiarios indirectos serán los empresarios de la Región de Antofagasta, beneficiados en mayor medida por el destino de San Pedro de Atacama.

## **2.6.2 Plan Regional de Fortalecimiento del sector productivo –turístico de la Región de Antofagasta.**

### **2.6.2.1 Descripción del Programa**

Para poder introducir nuestra oferta turística regional y sobrevivir en un mercado competitivo, la Región de Antofagasta necesita consolidar una imagen región, como destino turístico en el mercado consumidor nacional e internacional, a través del desarrollo de una estrategia de fortalecimiento del sector productivo turístico de la Región de Antofagasta la cual está basada en un primer lineamiento en la promoción y difusión de ofertas y productos de la región de Antofagasta.

En esta perspectiva, la oportuna promoción regional, tanto de los atractivos como productos turísticos, asegurarían una visión permanente de la imagen turística de la Región de Antofagasta, posicionando y consolidándola como un punto de gran interés turístico a nivel nacional e internacional.

Para lograr el objetivo descrito es fundamental orientar nuestras acciones en base a las líneas estratégicas establecidas en el Programa de tal manera que tengan un efecto real y significativo en aquellos mercados de interés para la Región como destino turístico.

Por lo tanto, se deberá poner énfasis en la identificación de factores críticos del éxito, en la definición de productos turísticos de la Región, en las estrategias de comunicación, comercialización, distribución de productos turísticos, en sistemas de control y seguimiento de acciones de marketing definidas en el Programa antes señalado. Además se debe trabajar en líneas transversales que apoyarán al programa que son la capacitación empresarial, conciencia turística, Integración Turística del Zicosur y los eventos regionales las cuales brindan los cimientos para lograr que la Región de Antofagasta logre un desarrollo del turismo

Líneas	Objetivo
Difusión y Promoción de Ofertas y Productos de la Región de Antofagasta.	Posicionar la oferta de productos o servicios turísticos tanto en el mercado nacional como en el extranjero (mercados europeos principalmente
Capacitación Empresarial	Generar competencias en el empresariado turístico que fomenten la creación de nuevos productos turísticos e innovación.
Conciencia Turística	Crear conciencia turística en la Región de Antofagasta, sobre la importancia y necesidad que este tema tiene e identificar el rol que nos compete a cada uno en esta materia.
Integración Turística Zicosur	Posicionar y aumentar la cuota de participación de mercado de la Región de Antofagasta como atractivo turístico del Zicosur.
Eventos Regionales	Crear las instancias para fomentar la asociatividad del Sector.

El programa se orienta a un periodo de tiempo de desarrollo de 3 años, en el que bajo las líneas de acción propuesta en el cuadro anterior, estima un presupuesto aproximado de 1.190 millones de pesos.

#### 2.6.2.2 Vinculación del Programa con el área de estudio

Para el caso de este programa, la vinculación que tiene con el área de estudio definido, es en todas las líneas de acción propuestas, esto es: Difusión y Promoción de oferta y productos de la Región de Antofagasta, Capacitación Empresarial, Conciencia Turística, Integración Turística Zicosur y eventos regionales. En cada uno de estos se vincula San Pedro de Atacama, por ser el principal destino de la región y además por poseer la base empresarial y de prestación de servicios más amplia de la Región de Antofagasta.

- Difusión y Promoción de Ofertas y Productos de la Región de Antofagasta: El programa contempla la difusión de la oferta de productos y servicios de todas las comunas de la región, por lo tanto se incluye en esta fase a San Pedro de Atacama. Para el caso de los productos turísticos, se consideran todos aquellos que consolidan una oferta turística atractiva y orientada principalmente al turismo de intereses especiales, tal como los operados y administrados por comunidades indígenas como las de Collo, Caspana – Toconce, Toconao, Socaire, entre otros.
- Capacitación Empresarial: El objetivo es generar competencias técnicas y habilidades empresariales en todos los empresarios y emprendedores de las comunas de San Pedro de Atacama. El programa incluye un fuerte desarrollo de esta línea de acción en el destino definido por el área de estudio, debido a que se encuentra gran parte de la base empresarial, poniendo énfasis en los empresarios y emprendedores que presentan brechas en temáticas tales como gestión empresarial, administración, inglés, atención de clientes, etc.
- Conciencia Turística: El plan de conciencia turística pretende generar conocimiento y compromiso de los ciudadanos, empresarios y demás actores que se vinculan directamente con el ámbito turístico, ya sea de manera directa o indirecta. En el caso de San Pedro de Atacama, se pretende abordar un trabajo intenso con Instituciones y organizaciones que se vinculan a la actividad turística, tales como Policía de Investigaciones, Carabineros, Aduanas, SAG, Municipalidad, Taxistas, Guías de Turismo, Asociaciones Indígenas y Residentes en general.
- Integración Turística Zicosur: Dentro de esta línea de acción, el objetivo es lograr posicionar y aumentar la participación de mercado de la región dentro de la oferta de Zicosur. Dentro de este ámbito resulta relevante la oferta de atractivos y productos turísticos del Destino San Pedro de Atacama y como a través de éste se logra expandir el radio de influencia e interés de los turistas por visitar lugares como el Alto El Loa, Ollagüe, además de la fuerte influencia salitreras de las comunas de María Elena y Sierra Gorda, así como también las comunas del borde costero.
- Eventos Regionales: Esta instancia de dialogo, aprendizaje y generación de alianzas que fomenten la asociatividad, se desarrollarán en todas las comunas de la Región. El impacto en San Pedro de Atacama es mayor al existir una base importante de prestadores de servicios turísticos de diversos tamaños, que pueden complementar la oferta turística y genera alianzas de negocios en la que puedan prestar servicios turísticos de manera asociada.

### **2.6.3 Estudio de Planificación Turística Sustentable Regional**

La Región de Antofagasta cuenta con uno de los principales atractivos turísticos, San Pedro de Atacama, lo que es una ventaja competitiva dado que permite atraer turistas a la región, la tarea pendiente es incentivarlos a visitar los atractivos turísticos de las otras comunas, para ello es necesario crear una plataforma turística de altos estándares de calidad basada en un planificación turística eficiente y sustentable en el tiempo, permitiendo dinamizar las actividades económicas tradicionales, valorizar las particularidades culturales locales y lo más importante atraer inversiones y por ello aumentar el empleo.

La existencia de una completa infraestructura y variados servicios turísticos, facilitan la estadía de turistas. San Pedro de Atacama constituye el lugar que reúne la muestra en sitio de patrimonio arqueológico y etnocultural más importante del norte grande de Chile. Fue declarado Zona Típica en 1980 y el año 2002 declarado Zona de Interés Turístico en conjunto con San Pedro de Atacama-Cuenca Geotérmica Geysers El Tatio. La actividad turística se ha transformado en un importante eje de desarrollo económico para la provincia El Loa, y que se ha ido potenciando por los aportes que entregan los proyectos de agroturismo y turismo comunitario que están siendo ejecutados en la zona y apoyados por algunas instituciones gubernamentales.

#### **2.6.3.1 Definición del Problema**

En los últimos años se han realizado iniciativas para potenciar el sector productivo de turismo en la Región de Antofagasta, pero han carecido de un análisis integral, producto de que cada comuna ha realizado estudios independientes los cuales han conllevado a elaborar planes de desarrollo turísticos que carecen integración con la estrategia regional. Además un factor preponderante es que no se cuenta con información base que permita delimitar estrategias comunales que converjan en una sola planificación sustentable y que permita elaborar planes de acción a largo y corto plazo, repercutiendo en que las comunas no elaboran estrategias coordinadas que les permitan aprovechar las oportunidades y de enfrentar en forma asociativa las amenazas del mercado, además de potenciar en forma asociativa sus fortalezas y eliminar las brechas. Por conclusión la Región de Antofagasta no cuenta con una Planificación turística integral y sustentable.

#### **2.6.3.2 Objetivos del Estudio**

- **Objetivo General** Desarrollar un Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la Región de Antofagasta, mediante la definición de estrategias transversales de las comunas pertenecientes a la Región de Antofagasta.

- Objetivos Específicos
  - i. Disponer de un conocimiento exhaustivo y actualizado de la situación actual del sector turístico de la Región de Antofagasta.
  - ii. Elaborar las estructuras comunales que permitan elaborar los Pladetur respectivos (Plan de Desarrollo Turístico).
  - iii. Elaborar estrategias transversales de turismo según el grado de cohesión de las ofertas de las comunas.
  - iv. Determinar las líneas estratégicas para el desarrollo turístico sustentable de la región de Antofagasta para los próximos años.
  - v. Diversificar los productos turísticos y mejorar la calidad de los servicios turístico existente.
  - vi. Actualizar las estrategias de promoción y comercialización de Antofagasta a través de la prospección de los principales mercados emisores nacionales e internacionales.

#### 2.6.3.3 Antecedentes del Estudio

El estudio se localizará en la Región de Antofagasta abarcando las 9 comunas de la Región: Antofagasta, Taltal, Mejillones, Tocopilla, María Elena, Sierra Gorda, Calama, San Pedro de Atacama y Ollagüe.

La población objetivo del estudio será toda la Región de Antofagasta especialmente la plataforma de servicios turísticos. Dentro de ellos se destacan:

- Empresas de Alojamiento Turístico
- Empresas de Servicios Gastronómico
- Agencias de Viajes y Tour Operadores
- Empresas de Transporte Turístico
- Empresas de Entretención y Esparcimiento
- Artesanos y artistas locales
- Otros

Se espera que el estudio tenga una duración aproximada de 18 meses y será licitado internacionalmente, por lo que se espera que las ofertas provengan de importantes empresa consultoras internacionales de renombre. El costo aproximado del estudio es de 200 millones de pesos.



#### 2.6.3.4 Vinculación del Proyecto con el Área de Estudio

El estudio, tendrá cobertura regional, por lo que incluirá el análisis de toda la planta turística de cada una de las comunas de la región, esto es, análisis de atractivos turísticos, equipamiento turístico e instalaciones, dentro de la cual se descomponen todos los servicios turísticos presentes en el destino. Además se incorpora fuertemente la determinación de línea base de muchas variables como caracterización de la oferta y demanda, además de estudios de capacidad de carga. Una vez realizado el diagnóstico, se deberá realizar la propuesta de planes de acción, por lo que dependiendo de las potencialidades del territorio y sus vocaciones productivas. En el caso de San Pedro de Atacama se espera poder contar con planes y proyectos que ayuden a mejorar la competitividad del destino, convirtiéndolo en un destino más orientado a la calidad enfocado en actividades ligadas al turismo de intereses especiales. En este análisis se pretende dar mayores oportunidades al desarrollo de los micro y pequeños empresarios y emprendedores del destino, así como también a los emprendimientos indígenas, incorporando acciones para que las comunidades indígenas que administran sitios turísticos insertos en áreas protegidas, puedan mejorar los conocimientos de gestión y administración de los sitios turísticos, por lo que será de vital importancia generar políticas a mejorar las brechas de competitividad que impiden su desarrollo.

### **2.6.4 Proyecto de Señalética Turística Regional – Región de Antofagasta**

#### 2.6.4.1 Descripción del Proyecto

La Región de Antofagasta tiene una superficie total de 126.049 km<sup>2</sup>, que la convierte en la segunda con mayor territorio a nivel nacional. Sumado a eso, la región cuenta en la actualidad con más de 361 atractivos turísticos catastrados, distribuidos en 9 comunas y con una importante dispersión geográfica en una red vial de más 6.437,6 kilómetros, de los cuales alrededor de 1.779 kilómetros son asfaltados.

Es por lo anterior que cobra relevancia el poder entregar una óptima y oportuna información al turista, homologar el diseño e implementación de la señalización turística, representando la diversidad de los atractivos turísticos y el patrimonio natural y cultural de la región, incentivar las visitas a lugares y atractivos turísticos, elevar el nivel de gasto de los turistas y mejorar la seguridad de las carreteras, entre muchos otros factores que toman relevancia al momento de invertir un proyecto de cobertura regional.

Esta señalización debe ser clara, homogénea e inequívoca, permitiendo llamar la atención de los turistas sobre atractivos naturales y culturales, ciudades y pueblos a visitar. Asimismo, deberá contener mapas ruteros ubicados en lugares estratégicos, que permitan entregar la información en un periodo de tiempo oportuno.

Po otra parte, la Dirección Regional de Vialidad perteneciente al Ministerio de Obras Públicas, por diversas situaciones de índole económica en sus proyectos viales nuevos y de mantención, no incorpora señalizaciones turísticas e instala solamente una pequeña cantidad de señalizaciones informativas, poniendo su principal atención a las señalizaciones preventivas, las cuales son estrictamente necesarias para la habilitación y puesta en operación de cualquier ruta o carretera interurbana.

De allí que sea de mucha importancia el incorporar una correcta señalización turística e informativa para entregar una mejor atención al turista que desea orientarse en su visita a los atractivos y localidades de nuestra región, pudiendo con esto saber entre otras características:

- Sitios de interés ( Información Turísticas)
- Servicios existentes ( Información de Servicios)
- Distancias a puntos de interés ( Mapas Ruterros)

Dentro de los impactos que prevé el proyecto, destaca que en el corto plazo se contará en la región con carreteras con mayor y mejor información para los turistas que den cuenta de la real cantidad y calidad de los sitios turísticos existentes, además de la ya mencionada homogenización de las mismas y la incorporación de nuevos atractivos recientemente catastrados, y que si bien es cierto existe información disponible en material informativo impreso y digital, no están debidamente señalizados en los puntos geográficos en los que se encuentran, dificultando con ello, su ubicación y disfrute.

En el mediano y largo plazo se podrán desarrollar en base a aquello, programas y proyectos que permitan poner en valor e incluir en la oferta de atractivos turísticos a los que los empresarios turísticos puedan incluir en circuitos turísticos planificados, generando con ello mayor capacidad competitiva de las comunas y su tejido empresarial, permitiendo con ello generar un sinnúmero de externalidades positivas en torno a la explotación de los atractivos turísticos. Con esto además los municipios de la región podrán contar con mayores herramientas que permitan fortalecer la actividad turística, propiciando la incorporación de nuevos actores locales y externos al desarrollo turístico, a través de la inversión privada en diversos servicios turísticos tales como agencias de viajes, guías locales, servicios de alojamiento y alimentación, artesanía y productos locales, entre otros.

Finalmente para la Dirección Regional de Turismo de Antofagasta, este proyecto responde a una necesidad sentida tanto del gobierno, a través de las políticas de turismo que buscan promover el desarrollo armónico y planificado del territorio turístico, así como también de la base empresarial regional que requiere un proyecto de estas características en la región que mejore, actualice y ponga el valor sitios turísticos de gran importancia para el desarrollo turístico comunal insertas en su gran mayoría en sus planes de desarrollo turístico comunal. A partir de este proyecto el SERNATUR podrá desplegar un sinnúmero de herramientas de manera de complementar, apoyar y gestionar proyectos y acciones tendientes a la recuperación y puesta en valore de sitios patrimoniales, culturales y naturales de gran importancia.

#### 2.6.4.2 Objetivos del Proyecto

- Objetivo General: Instalar señalética turística, mediante el desarrollo de un proyecto de carácter regional, que permita dar solución a la escasez de señalética en las principales rutas y caminos secundarios de la Región de Antofagasta.
- Objetivos Específicos
  - i. Informar y guiar a los turistas por las principales rutas y caminos de la Región de Antofagasta hacia los atractivos y destinos principales.
  - ii. Estandarizar la oferta regional de información turística a los visitantes nacionales y extranjeros y a los residentes de las comunas que usan frecuentemente los caminos de la región.
  - iii. Establecer los atractivos turísticos, accesos y lugares definidos como prioritarios para la instalación de las placas informativas.
  - iv. Desarrollar circuitos turísticos en la Región de Antofagasta vinculadas a Rutas Chile
  - v. Definir las especificaciones técnicas de la señalética turística, de servicios y mapas ruteros.

#### 2.6.4.3 Área geográfica y de influencia del proyecto

- Región de Antofagasta.
- Provincias: Antofagasta, El Loa y Tocopilla.
- Comunas de: Antofagasta, Taltal, Mejillones, Tocopilla, María Elena, Sierra Gorda, Calama, San Pedro de Atacama, Ollagüe.
- Superficie: 126.049 KM<sup>2</sup>.
- Red Vial: 6.437,6 Km

#### 2.6.4.4 Publico Objetivo del Proyecto

Se definen dos grupos claramente establecidos, sin embargo, no existe en la actualidad estadística concreta que permita establecer con precisión, los números exactos de visitantes, excursionistas o turistas que serán usuarios directos de la señalética turística instaladas en variados puntos de las principales rutas de la Región. A continuación se detalla la población objetivo que son:

- Turistas o visitantes nacionales y extranjeros, que por una u otra razón ocupan las rutas de la Región visitando ya sea de manera particular o a través de viajes programados.
- Residentes de cada una de las ciudades de la Región de Antofagasta que utilizan las carreteras para recreación, esparcimiento y descanso, entre otros aspectos y que requieren de información, tanto de distancias, como de proximidades a centros urbanos. Como de atractivos turísticos distribuidos en la red vial.

#### 2.6.4.5 Cantidad y tipo de Señaléticas por comunas

El número de rutas que se proyecta en este proyecto en las cuales es necesaria la información turística y de servicios es de **49**. En cuanto a la señalética a instalar se define un total de 657 placas o señaléticas en la región de Antofagasta. La Señalética se distribuye en 6 grupos de acuerdo a su función y tipología:

- 1.- Señalética Turística
- 2.- Señalética de Servicios
- 3.- Señalética Mapas Ruteros
- 4.- Señalética de Confirmación
- 5.- Señalética de Dirección
- 6.- Señales de Acercamiento

El proyecto se estima que tendrá una duración de 6 meses, y tendrá un costo total de 500 millones de pesos.

## 2.7 Programa Regional de Conciencia Turística

### 2.7.1 Descripción del programa

Para reconocer, estimular o modificar conductas en la actividad turística es necesario capacitar, educar o instruir a todos los actores del turismo, según su relación e incidencia en esta actividad. Para lograr este objetivo se deben utilizar diversos métodos, formales como talleres y capacitaciones dirigidas, como informales, donde las redes sociales son un instrumento de gran impacto, que debe utilizarse de manera informada y responsable.

Por tanto, este programa pretende que SERNATUR, rescatando su experiencia en la realidad regional y local, ponga este tema como una de las actividades prioritarias en el ámbito turístico nacional, considerando que la conciencia turística es una actitud que todos los ciudadanos deben asumir y desarrollar.

No basta con ser amable y recibir con una sonrisa, sino que también se debe tener un país turísticamente planificado, basado en los principios del desarrollo sustentable.

El turismo se encuentra en una situación especial por la contribución que puede aportar a desarrollar el turismo local de forma sustentable y a los retos que esto presenta. Es así que se ha convenido orientar la conciencia turística en los siguientes temas.

- Conservación del paisaje, los recursos naturales y la biodiversidad
- Gestión de Residuos
- Bienestar de la comunidad Local
- Conservación del patrimonio cultural
- Gestión de la energía
- Prosperidad local

### 2.7.2 Objetivos del Programa

- Objetivo General: Crear conciencia turística en la población local de de los destinos turísticos del país, sobre el turismo y las buenas prácticas que deben implementar los distintos actores para promover su desarrollo sustentable.
- Objetivos específicos:
  - i. Enseñar sobre **turismo**, los beneficios y oportunidades que esta actividad aporta a la población local.
  - ii. Dar a conocer y poner en valor el patrimonio natural y cultural de los destinos turísticos para lograr pertinencia de los residentes que la habitan.
  - iii. Sensibilizar a la población sobre la importancia de tener una **conducta** adecuada con los turistas.

- iv. Dar a conocer las **buenas prácticas** que se pueden implementar para un desarrollo sustentable del turismo.
- v. Identificar los distintos medios de comunicación a utilizar para generar conciencia turística, según el destino.

### 2.7.3 Población local de destinos

Dentro de la población local de destinos sujeta a intervenir en el programa de conciencia turística destacan:

- Carabineros
- Taxistas
- Kiosqueros
- Junta de Vecinos.
- Escolares
- Funcionarios municipales
- Estudiantes de turismo
- Empresarios del sector

## 2.8 Programa de Certificación de Servicios Turísticos

La nueva Ley 20.423 fue Promulgada el 04 de febrero de 2010 (D.O. 12/02/2010) y constituye un complemento al DL 1.224 que creó Sernatur establece un Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo.

El objetivo del programa es “el desarrollo y promoción de la actividad turística, mediante el perfeccionamiento de sus mercados y por medio de mecanismos destinados a la creación, conservación y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales.”

Se reconoce el turismo como una “actividad estratégica” para el desarrollo del País. La Nueva Ley de Turismo viene a reconocer un sistema de certificación de calidad que la propia industria ya venía desarrollando desde el año 2001 en Chile.

Este sistema se basa en normas técnicas que la propia industria turística desarrolla y cuya base se sustenta en cuatro actores principales:

- Los propios prestadores de servicios
- El sector público
- Los consumidores
- La Ciencia y Tecnología (academia)

Bajo este modelo en Chile se han creado ya 48 normas técnicas con parámetros objetivos. Chile ha sido el primer país en el mundo en desarrollar normas públicas y gratuitas, lo que ha permitido que otros países sigan su ejemplo.

Las normas constituyen una verdadera “brújula” para los prestadores de servicios, permitiéndoles guiar adecuadamente su camino hacia la calidad de los servicios.

El sistema también permite un apoyo con consultores especializados. Para ello CORFO ha dispuesto un instrumento especialmente diseñado para la implementación de las normas de calidad turística para tres sectores:

- Servicios de alojamiento
- Agencias de Viajes
- Tour Operadores

Este instrumento está orientado principalmente a pequeñas y medianas empresas turísticas (menores a 100 mil UF de facturación al año por RUT) Permite contratar un Consultor Especializado con un apoyo de un 70% con tope de 3.500.000 de pesos.

Una implementación puede durar entre 6 meses y 1 año, dependiendo del tamaño de la empresa y de la cantidad de procesos que tengan que desarrollarse. Se trata de un trabajo en equipo.

Esta auditoría de certificación también cuenta con un apoyo de CORFO, para las empresas que cumplen las mismas condiciones (empresas turísticas con menos de 100 mil UF de facturación anual).

Este apoyo se entrega una vez aprobada la certificación por la empresa y cubre el 90% de la certificación con un tope de 900.000 pesos.

Una vez que la empresa obtiene el certificado de cualquiera de los organismos certificadores acreditados puede solicitar a SERNATUR el Sello Turístico de Calidad que es de carácter gratuito.

El empresario puede utilizar este sello en su publicidad y ser parte de las estrategias de promoción destacada que realiza el Estado.

- Aparecer primeros en sitios de búsqueda de servicios turísticos [www.sernatur.cl](http://www.sernatur.cl) y [www.chile.travel](http://www.chile.travel)
- Beneficiarse de las campañas que Sernatur está desarrollando en esta materia.

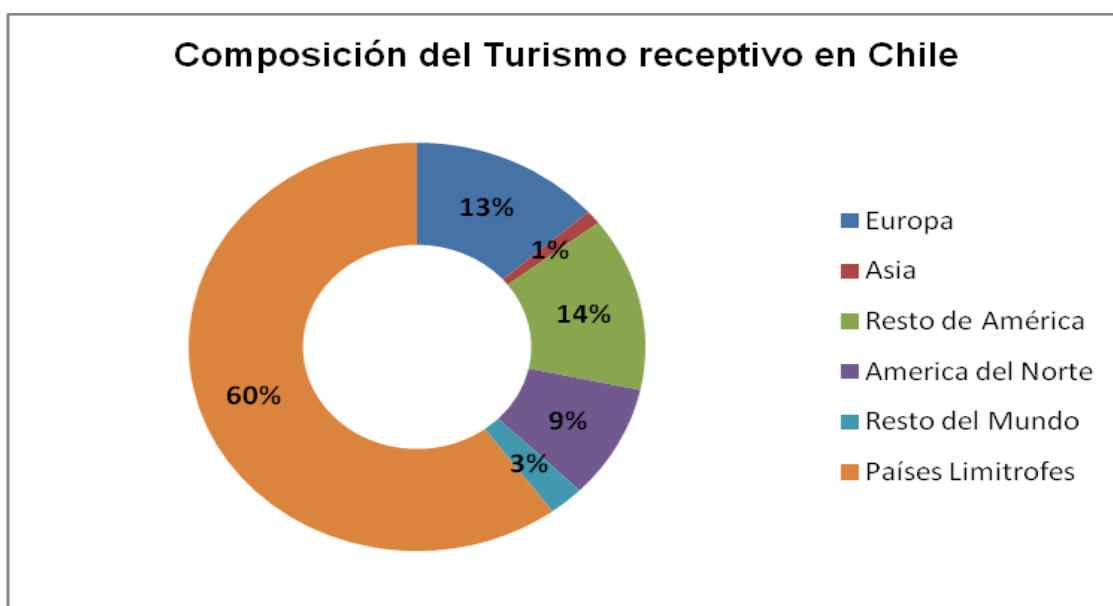
Este año en particular, se desarrollará una campaña orientada a público final (turistas nacionales y extranjeros) para que prefieran los servicios turísticos certificados.

### III.- INFORMES DE LEVANTAMIENTO DE LÍNEA BASE, ELABORADOS Y VINCULADOS CON LOS SERVICIOS ECOSISTÉMICOS EN EL ÁREA Y PERIODO DE ESTUDIO.

#### 3.1 Llegada de Turistas a Chile

De acuerdo a datos de la Jefatura Nacional de Extranjería y Policía Internacional, durante el año 2009 ingresaron al país 2.749.913 turistas extranjeros, Los turistas ingresaron al país fundamentalmente por vía terrestre (60,2%) y aérea (35,6%). No obstante, las vías marítima y ferroviaria representaron un 4,1% y un 0,1%, respectivamente.

**Gráfico N°1:** Llegada de turistas a Chile



Fuente: Sernatur 2009, Elaboración Propia.

La Zona Norte Grande, que abarca las regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta y Atacama, registra el 23,6% de las llegadas, 647.742 turistas. En ella se ubican las conexiones con Bolivia a través de los pasos Chungará (Tambo Quemado), Colchane e Hito Cajón; las conexiones con Perú a través del Paso Chacalluta Terrestre; y con Argentina por el Paso Jama. Adicionalmente se localiza el aeropuerto de Chacalluta.

Según datos proporcionados por Sernatur<sup>1</sup>, Durante el año 2009 el país tuvo un ingreso de divisas de US\$ 1.977,8 millones generado por el gasto que realizaron los visitantes extranjeros en nuestro país, cifra que incluye el desembolso hecho tanto por turistas como por excursionistas, y lo generado por transporte internacional de aquellos visitantes que utilizaron medios nacionales.

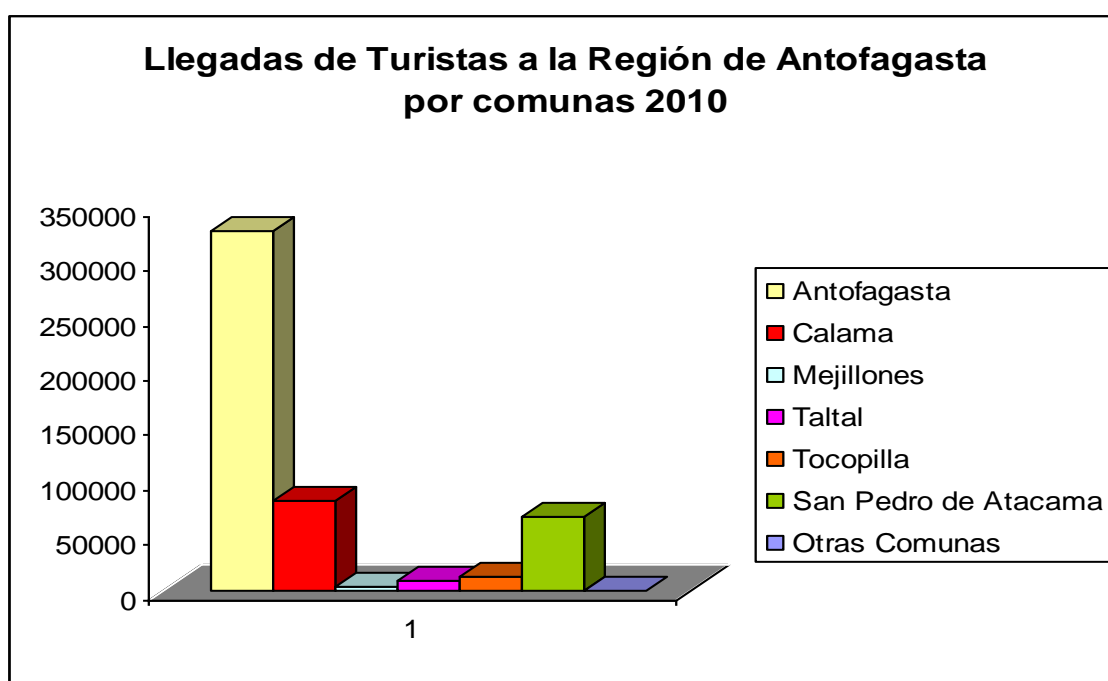
<sup>1</sup> Informe Anual de Turismo, Servicio Nacional de Turismo, año 2009.



### 3.2 Situación de la Actividad Turística a Nivel Regional

La Región de Antofagasta ha mantenido un crecimiento sostenido de las llegadas de turistas a su territorio, entre los años 2000 y 2008, estas han aumentado 132% en dicho periodo, siendo su tasa de crecimiento promedio anual de 11,5%.<sup>2</sup> En el año 2010, según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas, a la región llegaron un total de 497.756 turistas, de los cuales 326.148 corresponden a la ciudad de Antofagasta, representando un 65.5 % de las llegadas; Calama con 81.300 con un 16,3 % y San Pedro de Atacama con un total de 66.360 turistas, representando un 13,3%. (Ver gráfico N° 2).

**Gráfico N° 2:** Llegada de turistas a Establecimientos de Alojamiento Turístico a la Región de Antofagasta por comuna 2010.

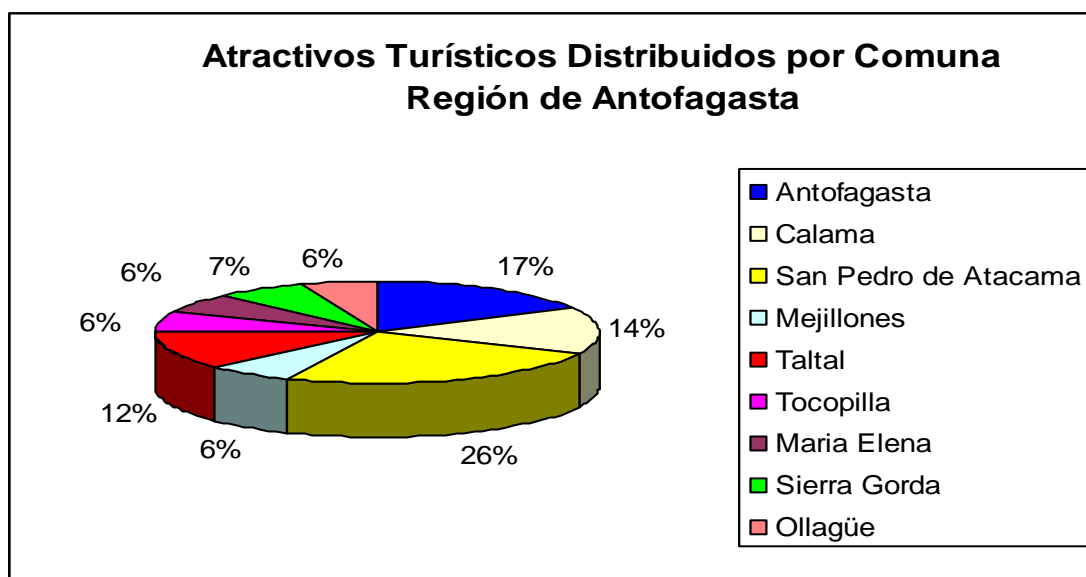


Fuente: INE, Elaboración Sernatur Región de Antofagasta 2011

La Región, cuenta con un catastro de atractivos turísticos, los que al 2011, suman un total de **361**, de los cuales se distribuyen en: 62 atractivos en la ciudad de Antofagasta, 52 en Calama, 22 en María Elena, 23 en Mejillones, 20 en Ollagüe, 91 en San Pedro de Atacama, 24 en Sierra Gorda, 44 en Taltal y 23 en Tocopilla. (Ver Gráfico N° 3).

<sup>2</sup> Fuente: Anuarios del Turismo, Servicio Nacional de Turismo e Instituto Nacional de Estadísticas, Años 2000 – 2008

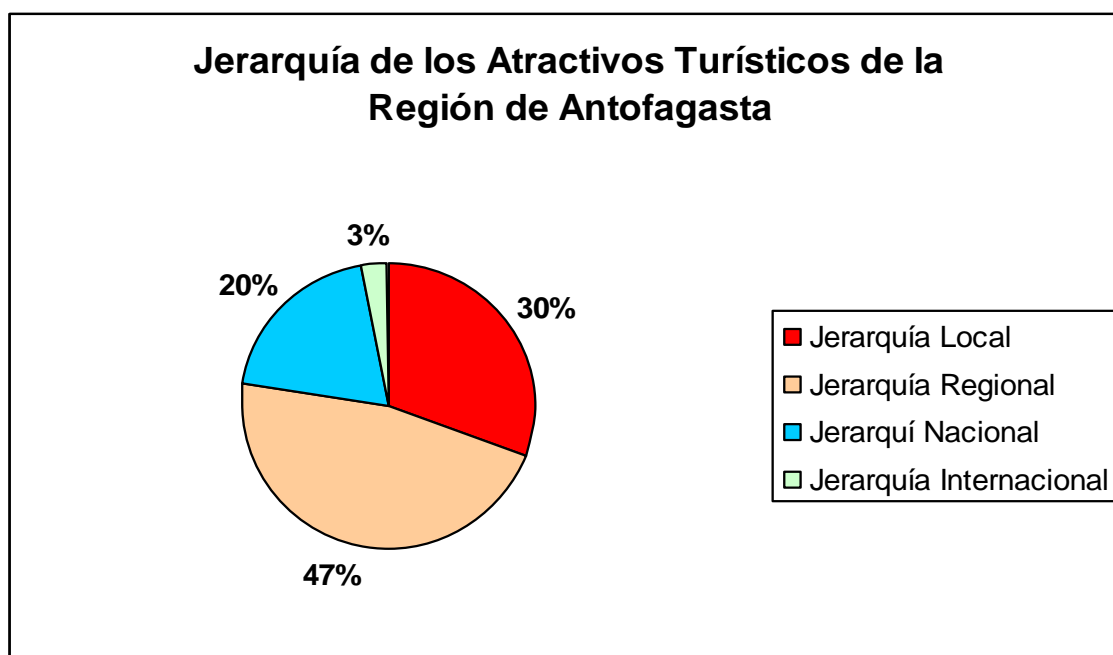
**Gráfico Nº 3:** Atractivos Turísticos de la Región de Antofagasta



Fuente: INE, Elaboración Sernatur Región de Antofagasta 2011

Del total de estos atractivos, 110 son de carácter local. 169 son de carácter regional, 71 nacional y 11 Internacional. (Ver Gráfico Nº 4).

**Gráfico Nº 4:** Jerarquía de atractivos turísticos Región de Antofagasta



Fuente: INE, Elaboración Sernatur Región de Antofagasta 2011.

### 3.3 Llegada de Turistas a la Región de Antofagasta.

Tal como lo señala el cuadro siguiente, el año 2006 llegó a la región de Antofagasta un total de 403.166 turistas a establecimientos de Alojamiento Turístico. Además como dato se puede señalar que el mismo año, se controlaron un total de 76.305 personas en los pasos fronterizos de Jama, Sico y Ollagüe. Para el año 2010, en cambio, el registro de llegada de turistas fue de 497.756, lo que representa un crecimiento del año 2010, respecto del 2006 de un 23,5%. En el caso del ingreso por controles fronterizos, el año 2010, se registraron 107.116 personas, lo que implica un crecimiento respecto del año 2006 de un 39,8%.

**Cuadro N° 1:** Llegada de Turistas a Establecimientos de Alojamiento Turístico e Ingresados por Pasos Fronterizos – Aduanas Región de Antofagasta.

<b>Años</b>	<b>Nacional</b>	<b>Extranjeros</b>	<b>Total Turistas</b>	<b>Control pasos Fronterizos</b>
2006	322.518	80.648	<b>403.166</b>	76.305
2007	362.336	82.902	<b>445.238</b>	86.143
2008	414.449	85.716	<b>500.165</b>	97.057
2009	392.873	81.443	<b>474.316</b>	88.132
2010	413.800	83.956	<b>497.756</b>	107.116

Fuente: INE, Elaboración Sernatur Región de Antofagasta 2011.

#### 3.3.1 Mercado del Turismo de Negocios

Según datos proporcionados por CORFO<sup>3</sup>, la región de Antofagasta tiene dos tipos de visitantes característicos, los extranjeros que visitan la comuna de San Pedro de Atacama y los chilenos que realizan viajes de negocios o trabajo a la región, (Antofagasta y Calama), en una proporción estimada de 28% y 72%.

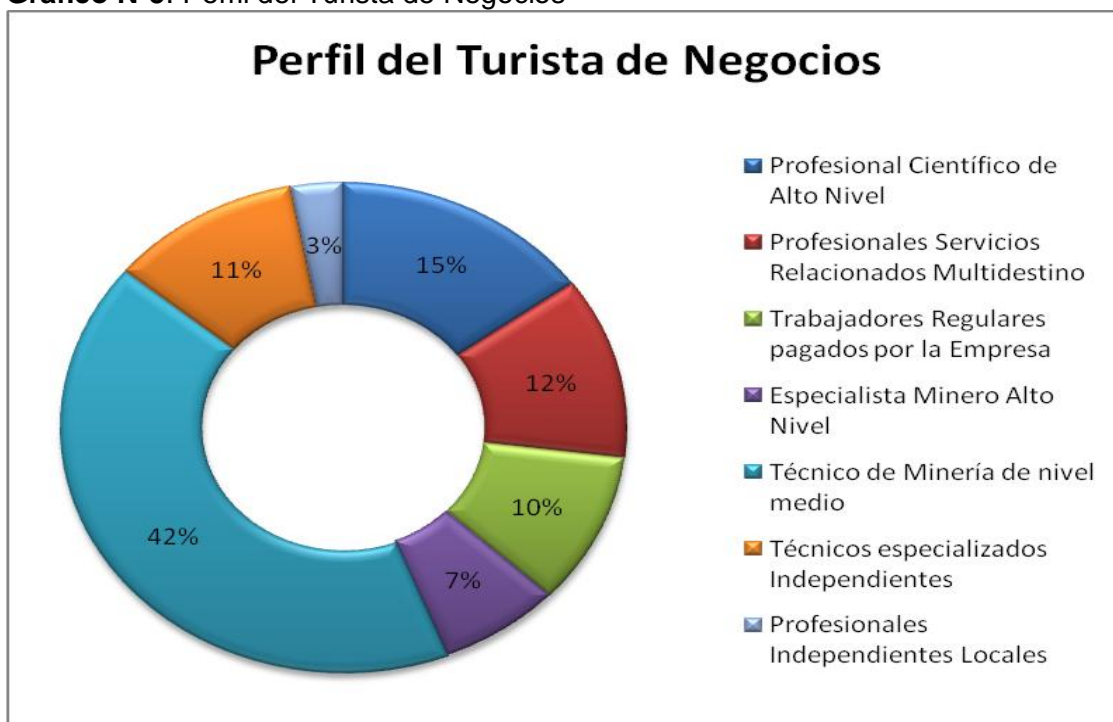
La Región de Antofagasta presenta una marcada demanda por turismo de negocios individual, el 97% de las pernoctaciones del año 2009, fueron generadas por este concepto.

Este tipo de mercado, el de negocios, está conformado en su gran mayoría por hombres (83%) y de edades que fluctúan entre los 34 y 65 años, representando cerca del 73% del total. Estos visitantes están fuertemente relacionados a la actividad minera, ya sea directamente a empresas mineras o prestadoras de servicios mineros, representando en su totalidad, cerca del 84% de los visitantes.

Por su parte, los viajes de negocios se consideran bastante estructurados para este mercado, ya cerca del 83 % de estos viajes son planificados y organizados por la empresa; un 14% de los visitantes lo planifica de manera individual y las agencias de viajes tienen un bajo porcentaje de participación en este tipo de viajes con tan solo un 3%.

<sup>3</sup> Estudio de Mercado y Oportunidades de Negocios, Mercados de Turismo de Negocios, Región de Antofagasta. CORFO 2010.

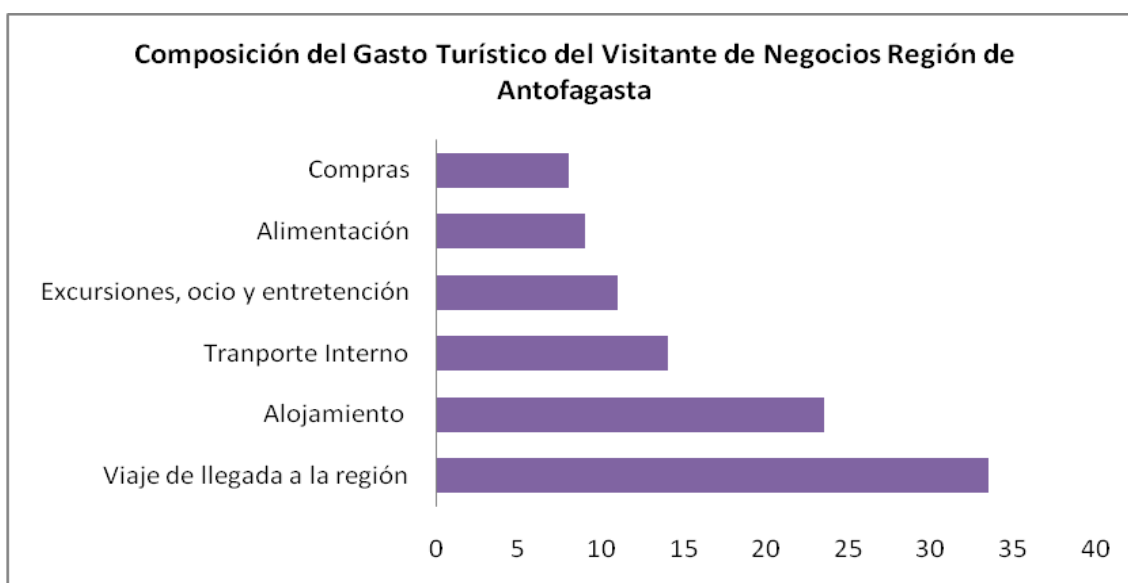
**Gráfico N°5:** Perfil del Turista de Negocios



Fuente: Estudio de Mercados y Oportunidades de Negocios, CORFO 2010.Elaboración Propia.

Otro punto importante de destacar en el turismo de negocios, es el gasto que realizan los visitantes. En promedio éstos gastan alrededor de 583 mil pesos para una estadía promedio de 1,8 pernoctaciones. La composición del gasto turístico se compone de la importancia que representa el gasto en viaje con un 35%, que preferentemente es el avión. En un segundo lugar, lo representa el alojamiento con un 24% y alimentación con un 9%. Los gastos de transportes al interior de la región representan un 14%, mientras que las compras y actividades recreativas, representan un 8% y 11% respectivamente.

**Gráfico N°6:** Composición del Gasto Turístico Turismo de Negocios



Fuente: Estudio de Mercados y Oportunidades de Negocios, CORFO 2010.Elaboración Propia.

### 3.3.2 Mercado de Turismo de Intereses Especiales.

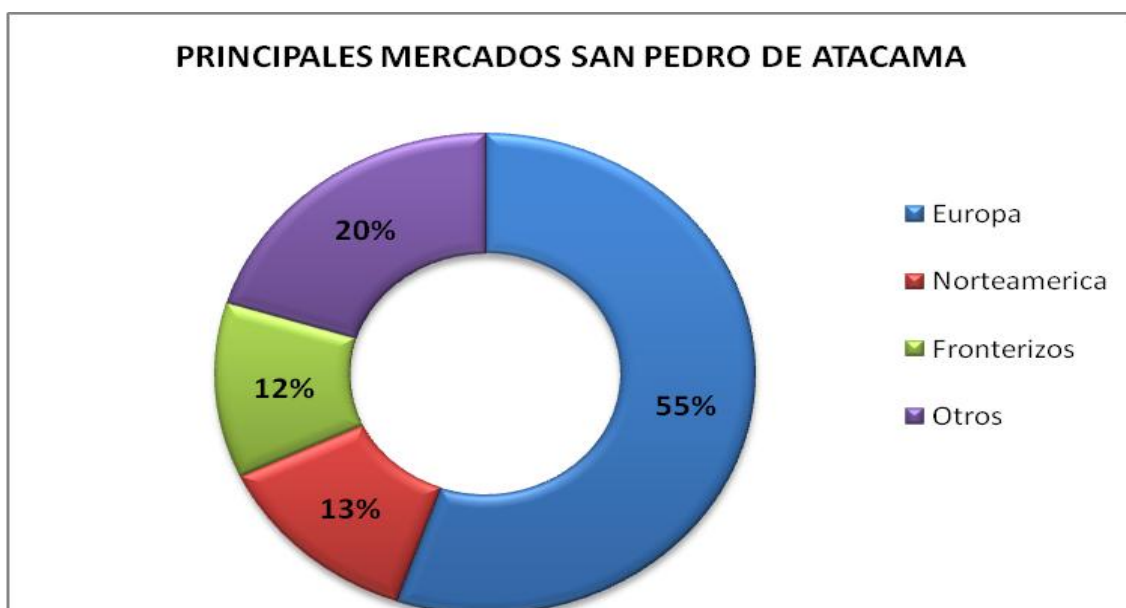
El turismo de intereses Especiales, ha adquirido una notable importancia en los últimos años, dada su alta estadía y gasto asociado. Su crecimiento es notablemente superior al del turismo masivo. Este último tipo de turismo creció en el 2006 a una tasa del 4%, mientras que el turismo de intereses especiales, según datos proporcionados por el Servicio Nacional de Turismo, lo hizo a una tasa promedio del 15%.

En un país como Chile, con una alta jerarquía de su atractivo cultural y natural y donde cerca del 19% de su territorio es un área protegida, el TIE, constituye una gran oportunidad en el desarrollo de nuevos tipos de turismo basados en el aprovechamiento del medio natural y su estrecho vínculo con el patrimonio cultural de los destino.

San Pedro de Atacama, es sin duda el principal destino turístico del norte grande y uno de los principales de nuestro país, debido a la gran cantidad de atractivos turísticos e impresionante paisaje, se ha convertido en el centro de partida de la actividad turística y de las excursiones por la región, concentrándose en el pueblo una oferta variada de servicios como alojamiento, restaurantes, agencias de turismo, artesanía, entre otros.

De acuerdo a los resultados del Estudio del Turismo Receptivo año 2009, el 4,4% de los turistas extranjeros que visitan Chile, van a la zona de San Pedro de Atacama y Valle de la Luna, lo cual representa un total de 122.593 turistas. De ellos, alrededor del 68% procedente de mercados de larga distancia, entre los que se destacan, en orden de importancia, Europa (55,3%) y Norteamérica (12,7%).

**Gráfico N°7:** Principales Mercados Turismo Extranjero



Fuente: Sernatur 2009. Elaboración Propia

Las actividades realizadas durante la estadía en Chile, y que están relacionadas con la Naturaleza, son las principales para más del 80% de los turistas que visitan San Pedro de Atacama. También destacan las actividades Urbanas, tales como city tour, visitas a museos y/o centros históricos, las cuales son realizadas por turistas de negocios.

**Gráfico N°8:** Principales actividades realizadas por los turistas



Fuente: Sernatur 2009. Elaboración Propia

La permanencia promedio de los turistas extranjeros en San Pedro de Atacama es de 3,9 días. No obstante, además de visitar esta zona, disponen poco más de 2 semanas (15,9 días) para visitar otros destinos dentro de Chile, por lo que la estadía total en el país para estos turistas llega casi a las 3 semanas (19,8 días).

Tanto para San Pedro de Atacama como a Torres del Paine y Santiago, la principal puerta de entrada es el aeropuerto. No obstante, existe también un considerable flujo de turistas que ingresan vía Chacalluta Carretera, por el extremo norte del país y que visitan la zona de San Pedro de Atacama.

### 3.3.3 Otros Mercados de Turismo a nivel Regional.

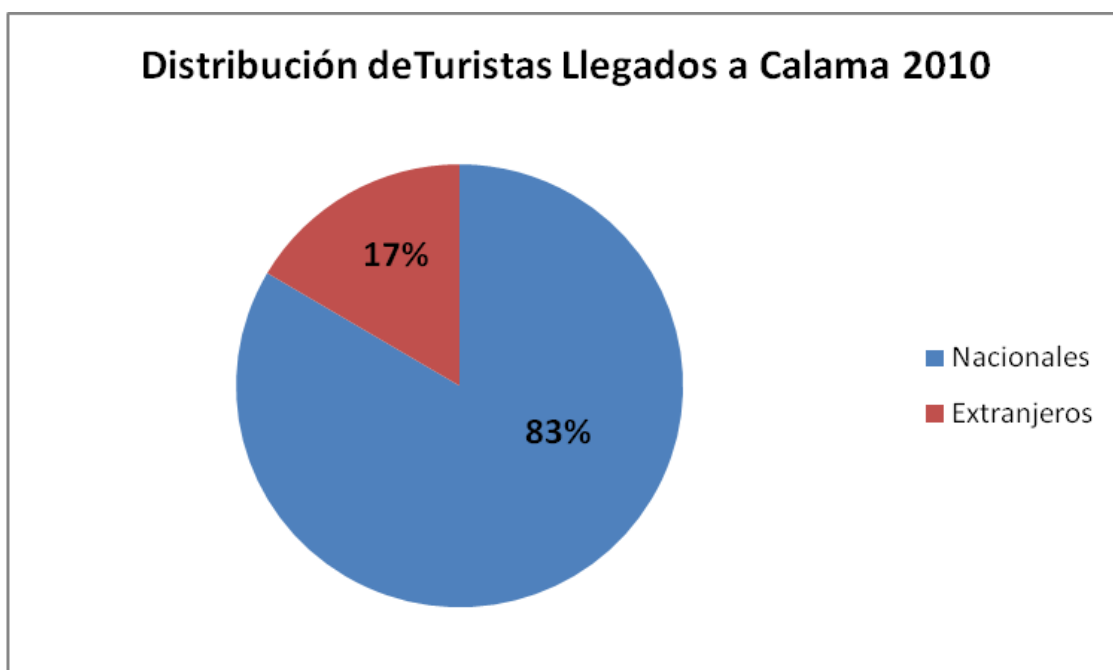
Si bien es cierto, San Pedro de Atacama, concentra gran parte de la atención, por ser el destino más importante de la región, la gran diversidad geográfica y cultural del norte, nos permite señalar que existen otras varias alternativas tanto para los propios residente de la región, así como también de turistas en su mayoría nacionales optan por visitar principalmente las ciudades del borde costero, así como también las comunas de zona intermedia como lo son María Elena y Sierra Gorda, así como muchos de los turistas que visitan San Pedro de Atacama, lo hacen también a atractivos turísticos al interior de la provincia el Loa, destacando poblados como Lasana, Caspana, Toconce y Chiu Chiu, entre otros.

En el caso de comunas como Sierra Gorda y María Elena, tienen un pasado ligado fuertemente al salitre, es por esto que es posible recorrer ex oficinas salitreras como Santa Filomena, Estación Unión, Estación Salinas, Oficina Prat en la comuna de Sierra Gorda y Oficinas como Iberia, Vergara y María Elena. Esta última es el único yacimiento natural de salitre cuya explotación sigue vigente hasta el día de hoy, creada en 1926 posee en la actualidad gran parte de la arquitectura tradicional que el resto de los pueblos salitreros.

Si bien no existen datos de llegadas de turistas a estas comunas, el flujo de turistas es alto, considerando que utilizan las rutas que unen la ciudad de Antofagasta con Calama y la que une la ciudad de Tocopilla con María Elena, utilizando preferentemente vehículos particulares para este desplazamiento.

En el caso de la Comuna de Calama, según información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas, el año 2010, se registró un total de 81.300 turistas llegados a la comuna a establecimientos de alojamiento turístico. De estos 67.922 corresponde a turistas nacionales, mientras que 13.378 corresponden a extranjeros.

**Gráfico N°9:** Turistas Nacionales y Extranjeros en Calama



Fuente: INE, Elaboración Sernatur Región de Antofagasta 2011.

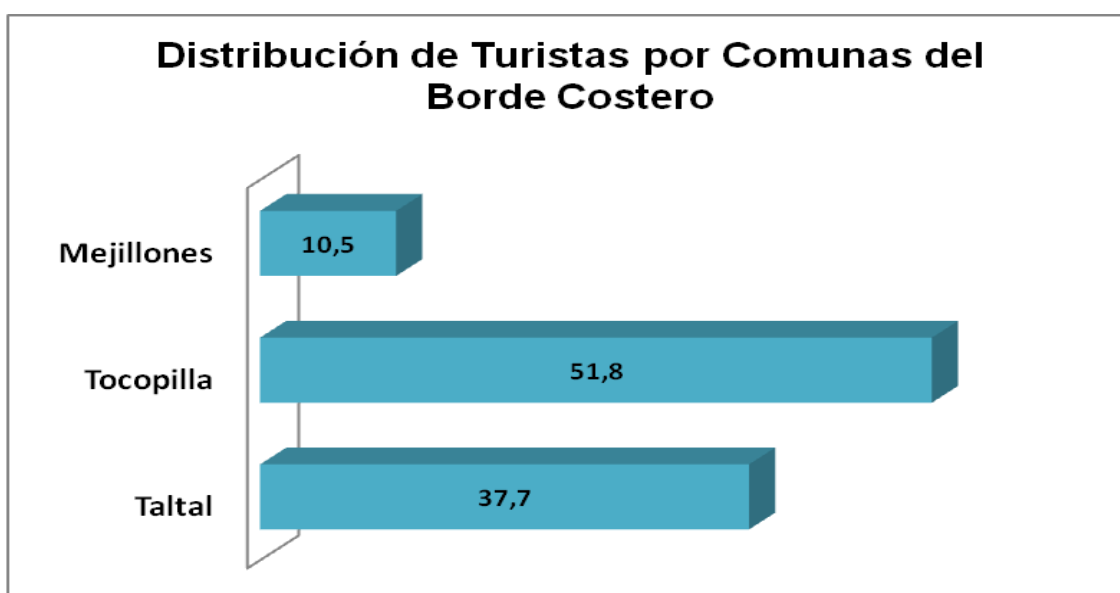
Si bien es cierto, un alto porcentaje de las llegadas el 2010 a Calama, corresponden a Turismo de Negocios, otra parte importante se vincula fuertemente con las actividades turísticas desarrolladas en San Pedro de Atacama y que se orientan al Turismo de Intereses Especiales y que se relacionan en los circuitos turísticos con localidades ubicadas al interior de Calama, tales como Lasana donde luego de almorzar en el tambo, realizan una visita guiada al Pukará. En Chiu Chiu principalmente visitan la Iglesia más antigua de Chile, que data de 1611, para posteriormente visitar la feria artesanal. En su Paso por Caspana una vez que ya han visitado los Geiser del

Tatio, realizan una caminata por el pueblo, visitando su iglesia y sus amplios cultivos en terrazas. De vuelta pueden visitar la comunidad de Ayquina – Turi donde podrán visitar la Iglesia del Pueblo y dar un recorrido por las Vegas de Turi donde podrán acercarse a las Llamas y corderos que pastorean en el sector.

En el borde Costero las comunas de Tocopilla, Taltal y Mejillones, presentan innumerables atractivos turísticos ligados principalmente al turismo de playas. Con un gran centro urbano como Antofagasta, con más de 360.000 habitantes, se convierte en el panorama ideal para disfrutar de los fines de semana o de las actividades de veranos en las cálidas playas. Una gastronomía basada en productos del mar y un clima agradable lo convierten en destinos muy visitados preferentemente en periodo estival.

Según datos, proporcionados por el INE, en el año 2010, llegaron a la ciudad de Mejillones 2.519 turistas, de los cuales 2.243 corresponden a turistas nacionales y 276 a turistas extranjeros. En el caso de Tocopilla, el número de turistas llegados el mismo año ascendió a 12.408, de los cuales 11.688 corresponden a turistas nacionales y a turistas extranjeros. Finalmente en el caso de la ciudad de Taltal, en el mismo periodo se registró una llegada de 9.021 turistas, de los cuales 8.176 corresponden a turistas nacionales y 845 a extranjeros.

**Gráfico N°10:** Distribución de Turistas comunas de Tocopilla, Mejillones y Taltal



Fuente: INE, Elaboración Sernatur Región de Antofagasta 2011.



**IV.- INFORMES DE MONITOREO Y SEGUIMIENTO DE VARIABLES AMBIENTALES DISPONIBLES RELACIONADOS CON SERVICIOS ECOSISTÉMICOS EN EL ÁREA Y PERIODO DE ESTUDIO.**

A la fecha, no existen datos relacionados a este punto.

**V.- INFORMACIÓN GEOGRÁFICA GEOREFERENCIADA EN FORMATO DIGITAL CAD O SHAPE QUE SERNATUR POSEA VINCULADAS A LOS SERVICIOS ECOSISTÉMICOS EN EL ÁREA Y PERIODO DE ESTUDIO.**

Actualmente, Sernatur Nivel Central, se encuentra desarrollando toda la logística para la instalación del Sistema de Información Geográfica en las Regiones del País, por lo tanto no existe información geográfica georeferenciada disponible del área de estudio.

**VI.- OTRA INFORMACIÓN DE RELEVANCIA VINCULADA CON SERVICIOS ECOSISTÉMICOS.**

Sin Información.

## VII.- BIBLIOGRAFÍA

- Plan de Promoción del Noreste Argentino (NOA), Dirección Regional de Sernatur, Antofagasta, Julio de 2011.
- Proyecto “Señalética Turística Región de Antofagasta, Dirección Regional de Sernatur, Julio de 2011.
- Plan Regional de Fortalecimiento del sector productivo –turístico de la Región de Antofagasta, Dirección Regional de Sernatur, Antofagasta, Julio de 2011.
- Estudio de Planificación Turística Sustentable Regional, Dirección Regional de Sernatur, Antofagasta, Julio de 2011.
- Normas, Instrucciones y Procedimientos de Inversión Pública – NIP, 2011.
- Indicador de Actividad Económica Regional, INE, Mayo de 2011.
- Informe de la Actividad Turística, en Chile, Servicio Nacional de Turismo, 2010.
- Boletín Anual, Observatorio de Turismo Regional de Antofagasta, 2010.
- Estrategia Regional de Desarrollo, Gobierno Regional de Antofagasta, 2010.
- Ley de Turismo N° 20.423, Extracto del Diario Oficial, Santiago, 2010.
- Estudio de Mercado y Oportunidades de Negocios, Mercados de Turismo de Negocios, Región de Antofagasta. CORFO 2010.
- Metodologías e instrumentos para la Formulación, Evaluación y monitoreo de programas sociales, Cepal, 2009.
- Informe Anual de Turismo, Servicio Nacional de Turismo, año 2009.
- Estadísticas de Flujos Turísticos, INE año 2006-2010.
- Anuarios del Turismo, Servicio Nacional de Turismo e Instituto Nacional de Estadísticas, Años 2000 – 2008.
- Anuario de Turismo 2006, 2008 Departamento de Estadísticas Económicas INE – Departamento de Planificación SERNATUR.
- Metodología General de Preparación y Evaluación de Proyectos, Ministerio de Planificación, Estudios e Inversión, Departamento de Inversiones, versión 2006.

## VIII.- HORAS DESTINADAS A PREPARACIÓN DEL INFORME

### 8.1 Costo Profesional

- GRADO: 10
- HORAS DIARIAS: 2
- TOTAL HORAS: 20
- VALOR DE LA HORA 6.500
  
- **TOTAL  $6.500 \times 20 = 130.000$**

### 8.2 Gastos Administrativos

- Costo de Materiales: 20.000
- Gastos Básicos ( Luz, internet): 20.000
- Otros: 10.000
  
- **Total Gastos Administrativos: \$ 50.000**

### 8.3 TOTAL COSTO DEL INFORME

- $\$ 50.000 + 130.000 = 180.000$