



**ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA
POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE
DESARROLLO TURÍSTICO**

**FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS
PARA EL DESARROLLO METODOLÓGICO
DE POLÍTICAS REGIONALES**

**POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DE LA
REGIÓN DEL MAULE**

INFORME FINAL

4 de Septiembre de 2020

Índice

0/ INTRODUCCIÓN	1
0.1/ OBJETIVO Y ENFOQUE METODOLÓGICO DE LAS ETAPAS 1 Y 2	1
0.2/ OBJETIVO Y ENFOQUE METODOLÓGICO DE LAS ETAPAS 3 Y 4	4
0.3/ OBJETIVO Y ENFOQUE METODOLÓGICO DE LAS ETAPAS 5 Y 6	7
ETAPA 1: INCORPORACIÓN DE TEMAS EN LA AGENDA PÚBLICA	10
PASO 1.1/ IDENTIFICACIÓN DE LAS SITUACIONES PROBLEMÁTICAS	10
1.1.1/ DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN TERRITORIAL Y SECTORIAL DEL MAULE	10
1.1.2/ ANTECEDENTES DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN EL MAULE.....	74
1.1.3/ TENDENCIAS EN EL ENTORNO NACIONAL E INTERNACIONAL	79
PASO 1.2/ DESCARTE DE SITUACIONES PROBLEMÁTICAS	86
PASO 1.3/ SELECCIÓN Y PRIORIZACIÓN DE LAS SITUACIONES PROBLEMÁTICAS	103
ETAPA 2: FORMULACIÓN DE UN PROBLEMA OBJETO DE LA POLÍTICA PÚBLICA.....	117
PASO 2.1/ IDENTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	117
PASO 2.2/ ENUNCIADO DEL PROBLEMA	124
PASO 2.3/ DEFINICIÓN CONCEPTUAL, OPERACIONAL Y LÍNEA DE BASE DEL PROBLEMA.....	129
ETAPA 3/ DETERMINACIÓN DE LA SOLUCIÓN AL PROBLEMA	137
PASO 3.1/ FORMULACIÓN DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	137
PASO 3.2/ EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	153
PASO 3.3/ SELECCIÓN DE LA ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN A IMPLEMENTAR .	176
ETAPA 4/ EXPLICITACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA	186
PASO 4.1/ EXPLICITACIÓN DE LA POLÍTICA	186
PASO 4.2/ SELECCIÓN DE LOS INDICADORES	192
PASO 4.3/ ELABORACIÓN DE LA MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA	196
PASO 4.4/ RATIFICACIÓN DE LA POLÍTICA POR EL CORE.....	198
ETAPA 5/ ETAPA DE IMPLEMENTACIÓN Y EJECUCIÓN.....	199
PASO 5.1/ IDENTIFICACIÓN DE LAS INTERVENCIONES EXISTENTES.....	199

PASO 5.2/ FORMULACIÓN DE LA CARTERA DE PROYECTOS.....	214
EJE ESTRATÉGICO 1/ DESARROLLO DEL TERRITORIO PARA EL AVANCE DE LA REGIÓN DEL MAULE COMO DESTINO TURÍSTICO	214
EJE ESTRATÉGICO 2/ CALIDAD Y SUSTENTABILIDAD PARA EL IMPULSO COMPETITIVO DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE LA REGIÓN DEL MAULE	226
EJE ESTRATÉGICO 3/ DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO DEL MAULE PARA EL TURISMO.....	237
EJE ESTRATÉGICO 4/ RECUPERACIÓN TURÍSTICA TRAS EL IMPACTO DE LA COVID-19	251
PASO 5.3/ RESGUARDAR LA COHERENCIA DE LA POLÍTICA PÚBLICA	255
PASO 5.4/ EVALUACIÓN EX ANTE DE LA CARTERA DE PROYECTOS	257
PASO 5.5/ RATIFICACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN.....	260
PASO 5.6/ NEGOCIACIÓN MULTI NIVEL Y CONVENIOS	261
PASO 5.7/ IMPLANTACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA	270
PASO 5.8/ PUESTA EN MARCHA DE LA POLÍTICA PÚBLICA	273
ETAPA 6/ ETAPA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA	275
PASO 6.1/ DISEÑO DEL PLAN DE MONITOREO	275
PASO 6.2/ RECOLECCIÓN, PROCESAMIENTO Y SUPERVISIÓN DE LA INFORMACIÓN	277
PASO 6.3/ ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN PARA DATOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS	279
PASO 6.4/ ELABORACIÓN DE INFORMES	280
ÍNDICE DE TABLAS.....	281
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	286
ANEXO 1/ RELACIÓN DE ACTORES REGIONALES ENTREVISTADOS.....	289
ANEXO 2/ PAUTA DE ENTREVISTA	293
ANEXO 3/ TABLA DE JERARQUIZACIÓN DE ALTERNATIVAS PLANTEADAS ..	300
ANEXO 4/ ACTAS DE 7 TALLERES PARTICIPATIVOS.....	303
ANEXO 5/ ACTAS DE REUNIONES MULTINIVEL.....	324
ANEXO 6/ ACTAS DE REUNIONES CON EL CORE	345
ANEXO 7/ PRESENTACIÓN UTILIZADA EN TALLERES PARTICIPATIVOS Y REUNIONES MULTINIVEL	359
ANEXO 8/ACTAS DE REUNIONES CON LA CONTRAPARTE.....	383

0/ INTRODUCCIÓN

0.1/ OBJETIVO Y ENFOQUE METODOLÓGICO DE LAS ETAPAS 1 Y 2

El objetivo de este informe es realizar un diagnóstico de situación del sector turismo de la Región del Maule. También persigue identificar las situaciones problemáticas del territorio vinculadas al potencial desarrollo de dicho sector.

Para conseguirlo, en primer lugar, se ha realizado un procesamiento de información disponible en estadísticas y documentos estratégicos y sectoriales, en el que se han analizado los indicadores de la situación socio económica del territorio y de su sector turístico.

Sobre esta base, se ha desarrollado un proceso participativo en el que se han realizado entrevistas individuales y encuestas a los agentes institucionales y empresariales de la región, dirigidas a recopilar sus valoraciones, contribuciones y opiniones sobre la situación del territorio y del sector turismo regional.

Adicionalmente, se ha perseguido el objetivo de transferir conocimiento e información, mediante la realización de sesiones de capacitación, para mejorar y fortalecer las competencias de los profesionales del Gobierno Regional del Maule y de las Agencias Ejecutoras del Estado presentes en la región, en la formulación y desarrollo de políticas regionales en los ámbitos de la actividad cultural, económica, social, medioambiental y productiva, con foco específico en el sector turismo.

Finalmente, se ha realizado una reunión de presentación de los objetivos y de los avances del proyecto a la Comisión de Turismo del Consejo Regional (CORE), en la que se han presentado los avances del diagnóstico del sector turismo regional y se han identificado situaciones problemáticas y propuestas preliminares de prioridades para el diseño de un Estrategia de Turismo para la Región del Maule.

Las **herramientas metodológicas** utilizadas para el desarrollo del análisis presentado en este informe han sido las siguientes:

En primer lugar, se ha realizado un trabajo de backoffice dirigido a analizar **fuentes estadísticas y documentales**.

Mediante el análisis estadístico se ha caracterizado la situación macroeconómica, empresarial y social de la región, incidiendo en el análisis específico del sector turismo. De esta manera, la información ha sido empleada para identificar y profundizar en el problema al que se enfrenta el sector en la Región del Maule.

Se han utilizado diversas **fuentes estadísticas** como el Instituto Nacional de Estadística (INE), el Servicio de Impuestos Internos (SII) y el Banco Central de Chile, entre otros, para elaborar un análisis socioeconómico de la región.

Por su parte, se han utilizado **estudios sectoriales** como el *Plan de Acción Región de Maule (Sector Turismo) 2014-2018*, el *Informe económico regional 2018* elaborado por ASICENT y el *Diagnóstico de las capacidades y oportunidades de desarrollo de la ciencia, la tecnología y la innovación* desarrollado por CONICYT, entre otros, para la realización de un estudio de los sectores de actividad estratégicos.

Estos informes han facilitado la identificación de ventajas comparativas y competitivas, y brechas que existen en la Región del Maule.

Las unidades de medida (pesos chilenos, dólares, número de habitantes, etc.) utilizadas para presentar la información procedente de estadísticas y estudios son las utilizadas por cada una de las fuentes de información.

Para complementar la información recopilada de los distintos informes, se han utilizado **instrumentos públicos** como la *Estrategia Regional de Desarrollo (ERD)*, la *Estrategia Regional de Innovación (ERI)*, los *Planes de Desarrollo Territorial* y los *Planes de Desarrollo Comunal (PLADECO)*; con el fin de identificar las iniciativas vinculadas a la cadena de valor del sector turismo.

En segundo lugar, se han identificado, **mediante entrevistas y encuestas**, las problemáticas de la política regional de desarrollo turístico en los aspectos

sociales, económicos y empresariales, especialmente los que están vinculados con la oferta y demanda del sector turismo en cada provincia de Maule.

Así, se han realizado **entrevistas** a los actores clave de la cadena de valor del turismo con el objetivo de obtener información sobre las brechas a las que se enfrenta el sector a nivel regional y territorial (provincial y comunal).

Estas entrevistas han contribuido a identificar las propuestas de soluciones de los agentes y representantes empresariales para abordar las problemáticas identificadas.

Adicionalmente, se ha realizado una **encuesta** dirigida a recopilar las valoraciones de los agentes y empresas regionales sobre las brechas y demandas para el desarrollo del sector turismo regional. La encuesta ha sido respondida por 147 agentes y empresas de la región.

También se ha realizado una **encuesta específica a representantes políticos** de la región (Alcaldes, Senadores, Diputados, COREs, etc.) que ha sido respondida por 15 políticos.

El análisis de la información recopilada ha permitido identificar un conjunto de problemas que afectan al sector. Se ha elaborado un mapa regional de brechas. Una vez realizado dicho mapa, se han seleccionado las problemáticas prioritarias vinculadas al sector turístico regional.

En tercer lugar, se ha **presentado al CORE** el avance de las problemáticas y brechas identificadas, así como el Plan de Trabajo para el diseño de la Política de Turismo Regional, recogiendo sus valoraciones y orientaciones.

En cuarto lugar, se han celebrado **2 sesiones de capacitación**, en las que han participado representantes del GORE y los agentes institucionales, dirigidas a transferir conocimientos sobre diseño de Políticas Públicas, con foco específico en las Políticas Públicas de Promoción e Innovación del Turismo.

Finalmente, se ha procesado y analizado toda la información recopilada, y se ha elaborado el **Informe de diagnóstico territorial de la Región del Maule y de su sector turístico**.

0.2/ OBJETIVO Y ENFOQUE METODOLÓGICO DE LAS ETAPAS 3 Y 4

El objetivo de este Informe es *“determinar la solución del problema y explicitar la política pública regional de desarrollo turístico”*.

El **enfoque metodológico** utilizado ha sido el establecido por la “Guía metodológica para la formulación de Políticas Públicas Regionales” de la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (SUBDERE) del Gobierno de Chile.

Este Informe incorpora los contenidos relativos a las siguientes **etapas y pasos del Ciclo de las Políticas Públicas** establecido en la citada Guía:

Tabla 1: Ciclo de las Políticas Públicas

CICLO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS ¹ ETAPAS Y PASOS DESARROLLADOS EN ESTE INFORME	
ETAPAS	PASOS
Etapa 3/ Determinación de la solución al problema	Paso 1/ Formulación de alternativas de solución
	Paso 2/ Evaluación y jerarquización de las alternativas de solución
	Paso 3/ Selección de la alternativa de solución a implementar
Etapa 4/ Explicitación de la política pública	Paso 1/ Explicitación de la política
	Paso 2/ Selección de los indicadores
	Paso 3/ Elaboración de la matriz de operacionalización
	Paso 4/ Ratificación de la política por el CORE

¹ Guía metodológica para la formulación de Políticas Públicas Regionales” de la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (SUBDERE)

Las **herramientas metodológicas** utilizadas para conseguir los objetivos citados han sido las siguientes:

Tabla 2: Herramientas metodológicas aplicadas a cada etapa del ciclo de las políticas públicas

HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS APLICADAS A CADA ETAPA DEL CICLO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS		
ETAPAS	PASOS	HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS
Etapa 3/ Determinación de la solución al problema	Paso 1/ Formulación de alternativas de solución	TRABAJO DE GABINETE: <ul style="list-style-type: none"> Revisión de documentación Elaboración de alternativas de solución.
	Paso 2/ Evaluación y jerarquización de las alternativas de solución	TRABAJO EN TERRENO POR MEDIOS VIRTUALES: <ul style="list-style-type: none"> 25 entrevistas² a actores clave de la región relacionados con el sector turístico.
	Paso 3/ Selección de la alternativa de solución a implementar	
Etapa 4/ Explicitación de la política pública	Paso 1/ Explicitación de la política	TRABAJO DE GABINETE
	Paso 2/ Selección de los indicadores	
	Paso 3/ Elaboración de la matriz de operacionalización	
	Paso 4/ Ratificación de la política por el CORE (Desarrollo mediante un acuerdo formal para cobrar vigencia)	TRABAJO EN TERRENO POR MEDIOS VIRTUALES: <ul style="list-style-type: none"> Una reunión con la contraparte por medios telemáticos Una reunión con el CORE por medios telemáticos

A continuación, se presenta la descripción de las herramientas metodológicas aplicadas:

Tabla 3: Herramientas metodológicas utilizadas para la elaboración del Informe 2

HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS	DESCRIPCIÓN
REVISIÓN DE DOCUMENTACIÓN	Se ha revisado documentación vinculada con el objeto del desarrollo y definición de una Política Pública de desarrollo turístico de la Región del Maule. El documento esencial que se ha tomado en consideración para la elaboración de este Informe 2 es el "INFORME 1: Diagnóstico de

² Ver Anexo 1/ Relación de actores regionales entrevistados

HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS	DESCRIPCIÓN
	<p>situación e identificación de problemáticas del sector turismo de la Región del Maule" elaborado en Abril de 2020 en el marco de este proyecto.</p> <p>Este Informe 1 recogió los contenidos relativos a las primeras etapas del Ciclo de las Políticas Públicas, como fueron las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etapa 1/ Incorporación de temas en la Agenda Pública Regional. • Etapa 2/ Formulación de un problema objeto de una Política Pública. <p>Las conclusiones de este Informe 1 sirvieron como base para la "Formulación de un problema objeto de la Política Pública de desarrollo turístico de la Región del Maule".</p> <p>La anterior formulación se ha utilizado como punto de partida para la elaboración del "Paso 1/ Formulación de alternativas de solución" de la "Etapa 3/ Determinación de la solución al problema" incluida en este Informe 2.</p>
25 Entrevistas por medios telemáticos	<p>25 entrevistas a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • GORE • Seremis • Cámaras Comercio • Empresas <p>Los objetivos de las entrevistas han sido:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plantear las alternativas de solución al problema del desarrollo del turismo en la región. • Evaluar y jerarquizar las alternativas de solución. • Seleccionar las alternativas de solución a implementar. <p>Las alternativas se han planteado a agentes institucionales y empresariales vinculados al desarrollo del turismo de la región.</p> <p>La información recopilada mediante estas entrevistas ha sido procesada y analizada. INFYDE ha utilizado dicha información para la elaboración de este informe, incluyendo el análisis y las propuestas de acción para la Política Pública Regional de Desarrollo Turístico de la Región del Maule que en él se presentan.</p>
Una reunión con la contraparte por medios telemáticos	<p>El objetivo ha sido presentar los contenidos de la Etapa 4/ Explicitación de la política pública y recopilar información y valoraciones para su ratificación (Paso 4/ Ratificación de la política por el CORE).</p>
Una reunión CORE por medios telemáticos	

Fuente: elaboración de INFYDE

0.3/ OBJETIVO Y ENFOQUE METODOLÓGICO DE LAS ETAPAS 5 Y 6

El objetivo de este Informe es definir “*los pasos a seguir para la implementación / ejecución y el seguimiento / evaluación de la Política Pública de Turismo de la Región del Maule*”.

El **enfoque metodológico** utilizado ha sido el establecido por la “Guía metodológica para la formulación de Políticas Públicas Regionales” de la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (SUBDERE) del Gobierno de Chile.

Este Informe incorpora los contenidos relativos a las siguientes **etapas y pasos del Ciclo de las Políticas Públicas** establecido en la citada Guía:

Tabla 4: Etapas del ciclo de las Políticas Públicas abordadas en el Informe 3

CICLO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS ³	
ETAPAS Y PASOS DESARROLLADOS EN EL INFORME 3	
ETAPAS	PASOS
Etapa 5/ Etapa de implementación y ejecución de la política pública	Paso 1/ Identificación de las intervenciones existentes.
	Paso 2/ Formulación de la cartera de proyectos.
	Paso 3/ Resguardo de la coherencia de la política pública.
	Paso 4/ Evaluación ex ante de la cartera de proyectos.
	Paso 5/ Ratificación de la implementación.
	Paso 6/ Negociación multi nivel y convenios.
	Paso 7/ Implantación de la política pública.
	Paso 8/ Puesta en marcha de la política pública.
Etapa 6/ Seguimiento y evaluación de la política pública	Paso 1/ Diseño del Plan de Monitoreo.
	Paso 2/ Recolección y procesamiento de información.
	Paso 3/ Análisis de la información.
	Paso 4/ Elaboración de Informes.

³ Guía metodológica para la formulación de Políticas Públicas Regionales” de la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (SUBDERE)

Las **herramientas metodológicas** utilizadas para conseguir los objetivos citados han sido las siguientes:

Tabla 5: Herramientas metodológicas aplicadas a las etapas 5 y 6 del ciclo de las políticas públicas

HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS APLICADAS A LAS ETAPAS 5 Y 6 DEL CICLO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS		
ETAPAS	PASOS	HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS
Etapa 5/ Etapa de implementación y ejecución de la política pública	Paso 1/ Identificación de las intervenciones existentes.	TRABAJO DE GABINETE:
	Paso 2/ Formulación de la cartera de proyectos.	<ul style="list-style-type: none"> Revisión de documentación Elaboración de alternativas de solución.
	Paso 3/ Resguardo de la coherencia de la política pública.	TRABAJO EN TERRENO POR MEDIOS VIRTUALES:
		<ul style="list-style-type: none"> 6 talleres participativos.
	Paso 4/ Evaluación ex ante de la cartera de proyectos.	TRABAJO EN TERRENO POR MEDIOS VIRTUALES:
		<ul style="list-style-type: none"> 25 entrevistas con agentes regionales para conocer la valoración de la efectividad, la factibilidad y las capacidades existentes en la región para la implementación de las iniciativas priorizadas.
	Paso 5/ Ratificación de la implementación.	TRABAJO EN TERRENO POR MEDIOS VIRTUALES:
		<ul style="list-style-type: none"> 2 reuniones con la Comisión de Turismo y Medio Ambiente del Consejo Regional (CORE).
	Paso 6/ Negociación multi nivel y convenios.	TRABAJO EN TERRENO POR MEDIOS VIRTUALES:
		<ul style="list-style-type: none"> 2 reuniones multinivel con Asociaciones Empresariales y con Agencias Ejecutoras del Estado.
	Paso 7/ Implantación de la política pública.	TRABAJO EN TERRENO POR MEDIOS VIRTUALES:
		<ul style="list-style-type: none"> 8 entrevistas a agentes de municipalidades relacionados con el sector turístico.
	Paso 8/ Puesta en marcha de la política pública.	TRABAJO EN TERRENO POR MEDIOS VIRTUALES:
		<ul style="list-style-type: none"> 6 sesiones de capacitación a agentes institucionales regionales relacionados con el sector turístico.
Etapa 6/ Seguimiento y evaluación de la política pública	Paso 1/ Diseño del Plan de Monitoreo.	TRABAJO DE GABINETE
	Paso 2/ Recolección y procesamiento de información.	
	Paso 3/ Análisis de la información.	
	Paso 4/ Elaboración de Informes.	
		<ul style="list-style-type: none"> Procesamiento y análisis de información Elaboración de informes

A continuación, se presenta la descripción de las herramientas metodológicas aplicadas:

Tabla 6: Herramientas metodológicas utilizadas para la elaboración del Informe 3

HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS	DESCRIPCIÓN
Revisión de documentación	<p>Se ha revisado documentación relacionada con el objeto de identificar y establecer herramientas para la implementación de la Política Pública de Turismo de la Región del Maule.</p> <p>Los documentos esenciales que se han tomado en consideración para la elaboración de este Informe 3 son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • “INFORME 1: Diagnóstico de situación e identificación de problemáticas del sector turismo de la Región del Maule” elaborado en Abril de 2020. Incluye las Etapas 1 y 2 del ciclo de políticas públicas: <ul style="list-style-type: none"> ○ ETAPA 1/ Incorporación de temas en la Agenda Pública. ○ ETAPA 2/ Formulación de un problema objeto de una Política Pública. • “INFORME 2: Determinación del problema y explicitación de la Política Pública Regional de Desarrollo Turístico de la Región del Maule” elaborado en Junio de 2020. Incluye las Etapas 3 y 4 del ciclo de políticas públicas: <ul style="list-style-type: none"> ○ ETAPA 3/ Determinación de la solución al problema. ○ ETAPA 4/ Explicitación de la política pública. <p>Los resultados de los anteriores Informes se han utilizado como punto de partida para la elaboración del Informe 3.</p>
6 Talleres participativos	<p>Se han realizado 6 Talleres participativos que han tenido como objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentar la propuesta de Política Pública de Turismo para la Región del Maule. • Contrastarla con los agentes regionales. • Recopilar aportaciones y contribuciones para la elaboración de la versión definitiva de la Política.
Entrevistas por medios telemáticos ⁴	<ul style="list-style-type: none"> • 25 entrevistas con agentes regionales para conocer la valoración de la efectividad, la factibilidad y las capacidades existentes en la región para la implementación de las iniciativas priorizadas. • 8 entrevistas a agentes de municipalidades relacionados con el sector turístico.
6 Sesiones de Capacitación	Sesiones de Capacitación dirigidas a fortalecer las capacidades de los agentes institucionales regionales.
2 reuniones con la Comisión de Turismo y Medio Ambiente del Consejo Regional (CORE)	<p>Reuniones dirigidas a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentar la propuesta de Política Pública de Turismo para la Región del Maule. • Contrastarla con la Comisión de Turismo del CORE. • Recopilar aportaciones y contribuciones para la elaboración de la versión definitiva de la Política.
Reuniones con la contraparte por medios telemáticos	El objetivo ha sido presentar los contenidos y coordinar acciones.

Fuente: elaboración de INFYDE

⁴ Ver Anexo 1/ Relación de actores regionales entrevistados

ETAPA 1: INCORPORACIÓN DE TEMAS EN LA AGENDA PÚBLICA

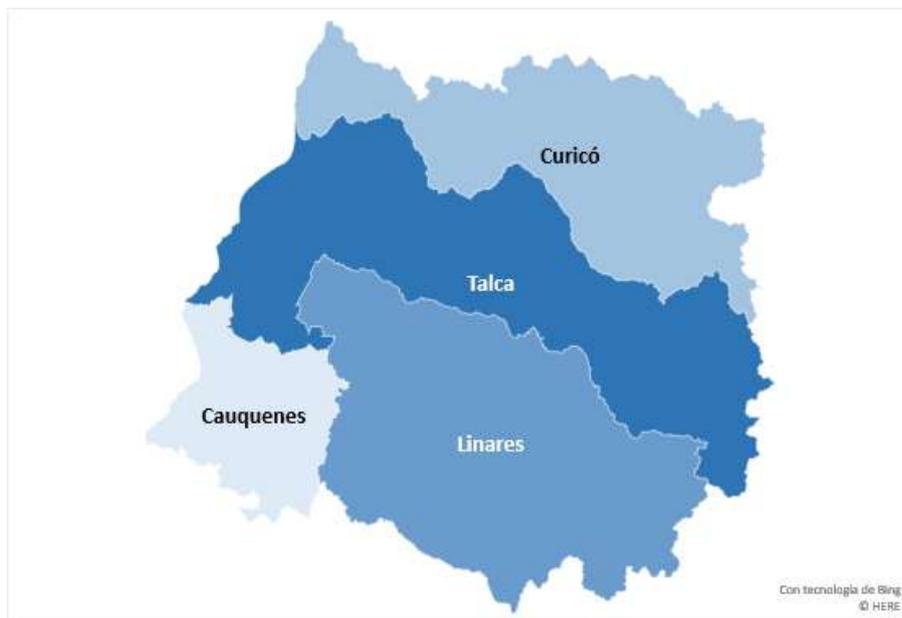
PASO 1.1/ IDENTIFICACIÓN DE LAS SITUACIONES PROBLEMÁTICAS

1.1.1/ DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN TERRITORIAL Y SECTORIAL DEL MAULE

TERRITORIO Y POBLACIÓN

La Región del Maule, cuya capital es Talca, está ubicada en el meso región denominada **Centro Sur de Chile**. La región está compuesta por **4 provincias**, Cauquenes, Curicó, Linares y Talca.

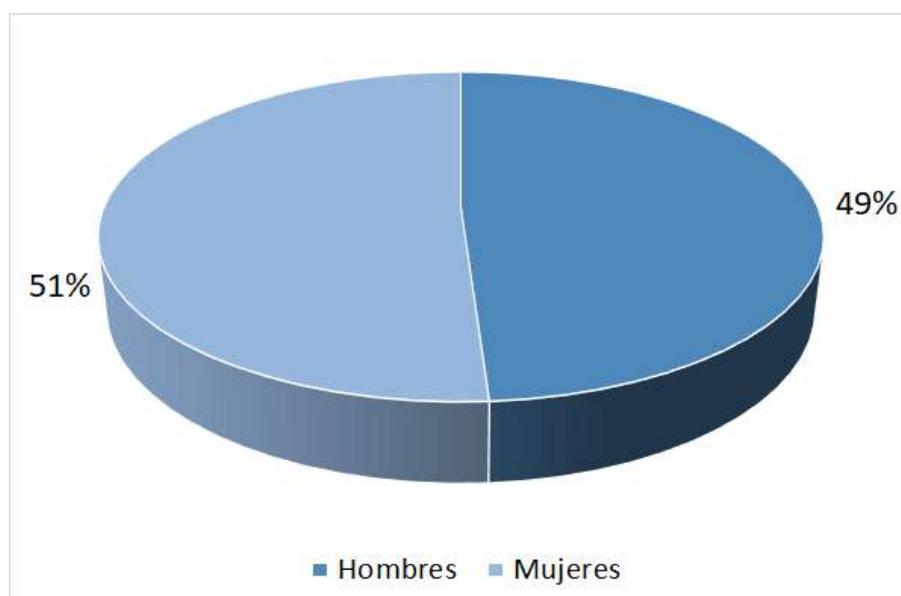
Gráfico 1: Mapa de la Región del Maule



Fuente: Elaboración de Infyde con los datos del INE

Según el INE, la **población censada** en la **Región del Maule** en 2017 fue de 1.044.950 personas, de las cuales el 51,04% son mujeres (533.326), y el 48,96% (511.624) son hombres⁵.

Gráfico 2: Porcentaje de la población por sexo para la Región del Maule, 2017



Fuente: Elaboración de Infyde a través de los datos recogidos del Instituto Nacional de Estadística (INE) chileno, censo de población y vivienda

De dichas 1.044.950 personas censadas en el año 2017 en la región, **765.131** lo estaban en **áreas urbanas** y **279.819** lo estaban en **áreas rurales**.

Los censados en las áreas urbanas suponían el 73,22% de la población total, mientras que los censados en las zonas rurales representaban el 26,78%.

Por provincias, el 39,50% de las personas estaban censadas en la provincia de **Talca**, donde habitan 412.769 personas.

Las provincias de **Curicó** y **Linares** representaron el 27,65% y 27,40% de la población total respectivamente.

Por último, la provincia de **Cauquenes** representó el 5,45% de la población total censada de la Región del Maule.

⁵ Instituto Nacional de Estadística de Chile (INE)

Talca fue la provincia con mayor población en **áreas urbanas** (330.492) representando el **43,19%** de los habitantes de las ciudades áreas urbanas.

Por su parte, la **población rural** se concentra en **Linares** (104.101), agrupando al **37,20%** de la citada población rural.

Cabe destacar que **en las poblaciones urbanas habita una mayoría de mujeres** (398.507 mujeres frente a 366.624 hombres) **mientras que en las áreas rurales habitan una mayoría de hombres** (145.000 hombres frente a 134.819 mujeres).

Tabla 7: Población por provincia y área de localización para el año 2017 en la Región del Maule

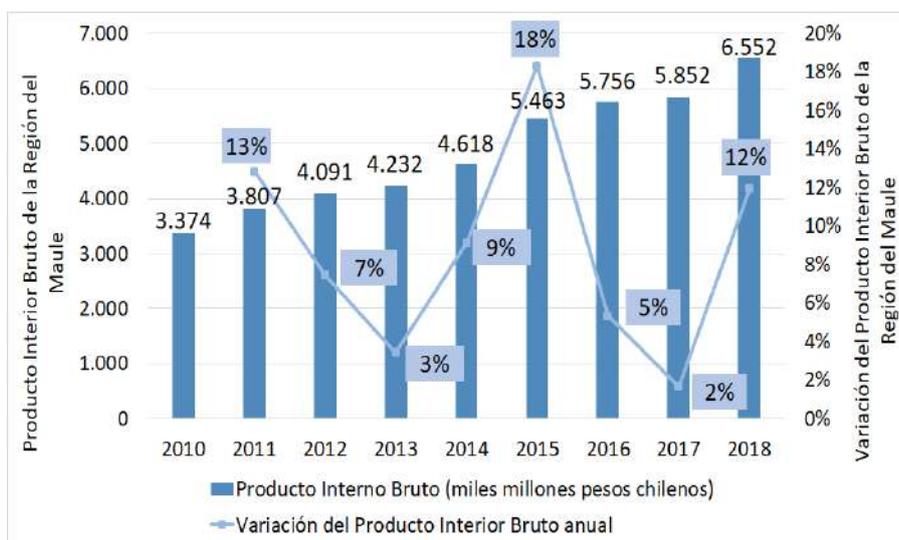
Provincias	Cauquenes	Curicó	Linares	Talca	Total de la región
Población Total	56.940	288.880	286.361	412.769	1.044.950
Población total en áreas urbanas	41.116	211.263	182.260	330.492	765.131
Población (Hombres) en áreas urbanas	19.218	102.396	86.146	158.864	366.624
Población (Mujeres) en áreas urbanas	21.898	108.867	96.114	171.628	398.507
Población total en áreas rurales	15.824	77.617	104.101	82.277	279.819
Población (Hombres) en áreas rurales	8.311	40.213	53.438	43.038	145.000
Población (Mujeres) en áreas rurales	7.513	37.404	50.663	39.239	134.819

Fuente: Elaboración de Infyde a través de los datos recogidos del Instituto Nacional de Estadística (INE) chileno, censo de población y vivienda

PRODUCTO INTERIOR BRUTO (PIB)

El **Producto Interior Bruto (PIB)** de la Región del Maule durante el periodo 2011-2018 ha ido en aumento, habiendo crecido un 72%, al pasar de 3.807 miles de millones de pesos chilenos en 2011 a 6.552 miles de millones de pesos chilenos en 2018⁶.

Gráfico 3: Evolución del PIB del Maule durante el periodo 2011-2018. [Precios corrientes; Miles de millones de pesos chilenos; Año base 2013]



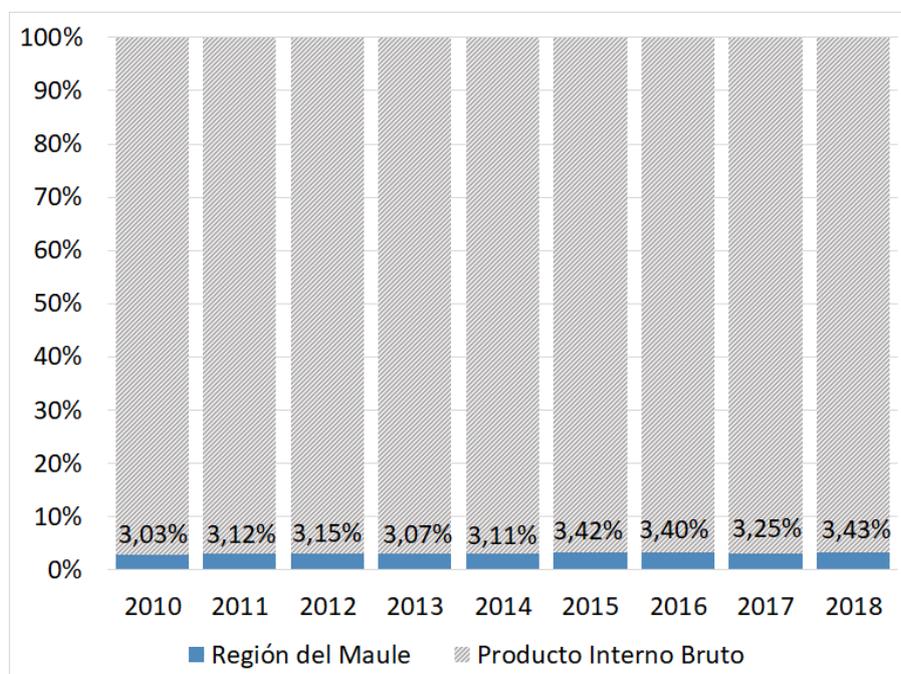
Fuente: Elaboración de Infyde con los datos sacados del Banco Central de Chile, 2020

⁶ Las unidades de medida (pesos chilenos, dólares, número de habitantes, etc.) utilizadas para presentar la información procedente de estadísticas y estudios son las utilizadas por cada una de las fuentes de información.

El peso del **PIB de la Región del Maule sobre el total del PIB nacional ha crecido de manera constante en la última década**, con alguna excepción de períodos en los que decreció de manera muy ligera (años 2013 y 2017).

Así, mientras en el año 2010 el peso del PIB del Maule representaba un 3,03% del total del PIB nacional, **en el año 2018 este peso ha pasado a representar un 3,43% del PIB nacional**.

Gráfico 4: Evolución del peso que supone la Región del Maule en el PIB nacional para el periodo 2010-2018 [PIB del Maule/ PIB nacional, en porcentaje]



Fuente: Elaboración de Infyde con los datos sacados del Banco Central de Chile, 2020

PRODUCTO INTERIOR BRUTO (PIB) PER CÁPITA

El **PIB per cápita** de la Región del Maule ascendió en el año 2017 a **6.557,66 dólares USA⁷**.

⁷ Elaboración de INFYDE con datos del Censo de Población y del banco Central de Chile correspondientes al año 2017.

Las unidades de medida (pesos chilenos, dólares, número de habitantes, etc.) utilizadas para presentar la información procedente de estadísticas y estudios son las utilizadas por cada una de las fuentes de información.

PRODUCTO INTERIOR BRUTO (PIB) POR SECTORES PRODUCTIVOS

Los sectores productivos que más PIB generaron en la región fueron el sector agropecuario y silvícola y los servicios personales. Por su parte, el PIB del sector **turismo** integrado en el epígrafe de comercio, restaurantes y hoteles, ha ido en aumento durante el periodo 2011-2018, desde los 254 mil millones de pesos chilenos⁸ en 2011 hasta 503 mil millones en 2018.

En 2017 el peso del PIB del “comercio, restaurantes y hoteles” del Maule (580\$MM) sobre el total del PIB nacional (5.852\$MM) fue de un 8,60%.

Su PIB creció en un 98% en 2018 con respecto a 2011, solo por debajo del sector de la minería (200% de variación positiva), aunque este último es un sector con un peso mucho menor (2,77%) en la economía regional.

Tabla 8: Evolución del Producto Interior Bruto (PIB) por sectores productivos de la Región del Maule durante el periodo 2010-2018 [Precios corrientes; Miles de millones de pesos chilenos; Año base 2013]

Sectores productivos	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Variación 2011/2017
Agropecuario-silvícola	526	545	555	609	744	842	806	-	53%
Pesca	2	2	2	1	2	2	2	-	-5%
Minería	54	58	54	60	107	145	162	-	200%
Industria manufacturera	560	567	581	670	874	707	611	-	9%
Electricidad, gas, agua y gestión de desechos	382	339	297	373	430	384	394	-	3%
Construcción	340	437	392	382	481	554	580	-	71%
Comercio, restaurantes y hoteles	254	303	339	366	417	490	503	-	98%
Transporte, información y comunicaciones	304	307	315	340	392	401	389	-	28%
Servicios financieros y empresariales	259	295	333	357	403	431	449	-	73%
Servicios de vivienda e inmobiliarios	327	365	401	433	482	542	611	-	87%
Servicios personales	556	610	672	706	772	872	937	-	68%
Administración pública	243	264	291	321	360	385	409	-	69%
Producto Interior Bruto Total	3.807	4.091	4.232	4.618	5.463	5.756	5.852	6.552	54%

Fuente: Elaboración de Infyde con los datos sacados del Banco Central de Chile, 2020

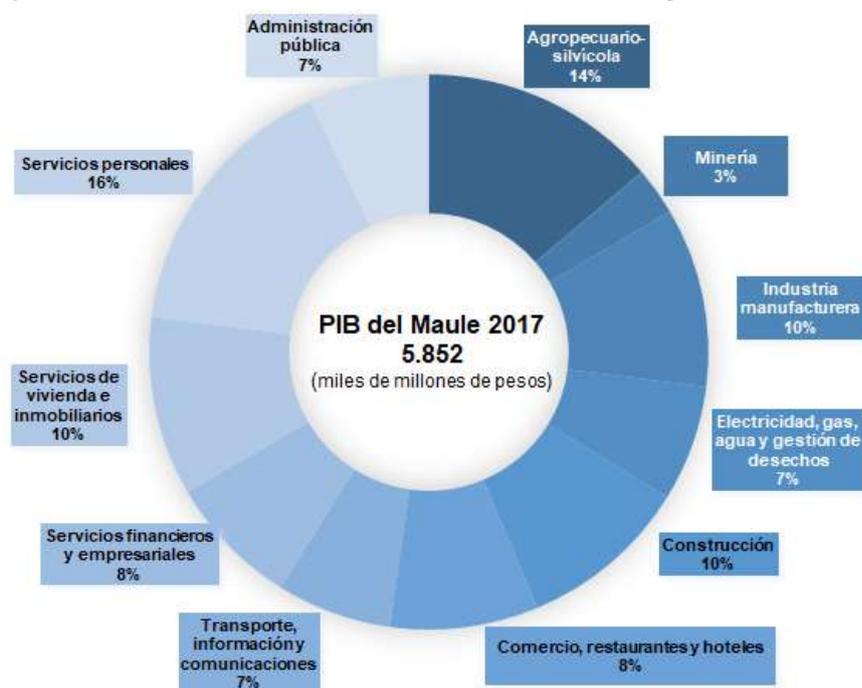
⁸ Las unidades de medida (pesos chilenos, dólares, número de habitantes, etc.) utilizadas para presentar la información procedente de estadísticas y estudios son las utilizadas por cada una de las fuentes de información.

Como se observa, el sector “Servicios personales” representó el 16% del PIB regional en 2017, mientras que el sector “Agropecuario y silvícola” representó el 14% del PIB regional ese año.

Por su parte, el sector “Construcción” representó el 10% del PIB regional y el sector “Servicios de vivienda e inmobiliarios” representó el 10% del PIB regional.

El sector de la “Industria manufacturera” representó el 10% del PIB regional, y el sector “Comercio, restaurantes y hoteles” representó el 8% del citado PIB regional.

Gráfico 5: Peso de cada sector de actividad sobre el PIB total de la Región del Maule 2017

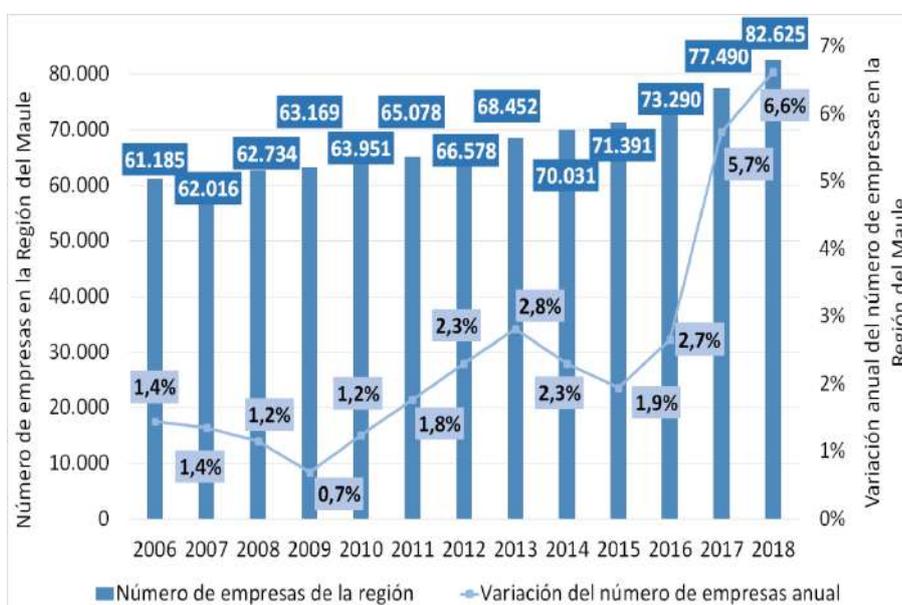


Fuente: elaboración de INFYDE con datos del Banco Central de Chile

TEJIDO EMPRESARIAL

La Región del Maule alcanzó el número de **82.625 empresas** en 2018⁹. Durante 2006-2018, la región ha crecido en número de empresas, pasando de 61.185 en 2006 a 82.625 en 2018, lo que ha representado una **variación positiva de un 35% en 2018 con respecto a 2006**.

Gráfico 6: Evolución del número de empresas en la Región del Maule, periodo 2006-2018



Fuente: Elaboración de Infyde con los datos sacados del Servicio de Impuestos Internos (SII), 2020

El sector que más empresas tenía en 2018 fue el “comercio al por mayor y al por menor: reparación de vehículos, automotores y motocicletas” (23.642 empresas), habiéndose incrementado en un 19,26% en 2018 con respecto a 2012, seguido de “agricultura, ganadería, silvicultura y pesca” con 19.419 empresas en 2018 aunque con un descenso del 9,99% en dicho período.

Por su parte, **“actividad de alojamiento y servicio de comidas” ha visto incrementado su número de empresas en un 64,51%** en 2012 con respecto a 2018. En esa línea, los sectores “transporte y almacenamiento”, “construcción”, y “otras actividades” también han aumentado el número de empresas en 59,18%, en 36,08% y en 138,56% respectivamente.

⁹ Servicio de Impuestos Internos (SII)

Tabla 9: Evolución del número de empresas de la Región del Maule por rubro económico para el periodo 2012-2018

Rubro económico	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Variación 2012/2018
A - Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	21.575	21.455	21.293	20.887	20.532	20.553	19.419	-9,99%
B - Explotación de minas y canteras	308	337	331	318	308	297	249	19,16%
C - Industria manufacturera	4.461	4.796	5.058	4.899	4.813	4.872	4.958	11,14%
D - Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	118	115	118	115	111	110	115	-2,54%
E - Suministro de agua; evacuación de aguas residuales, gestión de desechos y descontaminación	316	333	341	339	343	366	420	32,91%
F - Construcción	3.952	4.284	4.576	4.558	4.622	4.946	5.378	36,08%
G - Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	19.824	20.263	20.579	20.753	20.927	21.960	23.642	19,26%
H - Transporte y almacenamiento	5.556	5.989	6.386	6.658	6.975	7.408	8.844	59,18%
I - Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	2.843	3.053	3.279	3.350	3.443	3.742	4.677	64,51%
J - Información y comunicaciones	341	358	398	402	444	524	670	96,48%
K - Actividades financieras y de seguros	834	941	946	1.036	1.073	1.112	1.115	33,69%
L - Actividades inmobiliarias	742	862	922	1.015	1.084	1.190	1.479	99,33%
M - Actividades profesionales, científicas y técnicas	1.064	1.187	1.279	1.515	1.766	2.005	2.524	137,22%
N - Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1.041	1.047	1.083	1.339	1.580	1.936	2.404	130,93%
O - Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	-	26	27	28	31	30	37	42,31%

Rubro económico	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Variación 2012/2018
P - Enseñanza	482	496	511	543	624	784	839	74,07%
Q - Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	694	777	831	910	987	1.117	1.397	101,30%
R - Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas	169	215	220	269	368	509	709	319,53%
S - Otras actividades de servicios	1.447	1.583	1.619	2.241	3.013	3.732	3.452	138,56%
Sin información	811	335	234	216	246	297	297	-63,38%
Total	66.578	68.452	70.031	71.391	73.290	77.490	82.625	24,10%

Fuente: Elaboración de Infyde con los datos sacados del Servicio de Impuestos Internos (SII), 2020

Las unidades de medida (número de empresas en este caso) utilizadas para presentar la información procedente de estadísticas y estudios son las utilizadas por cada una de las fuentes de información.

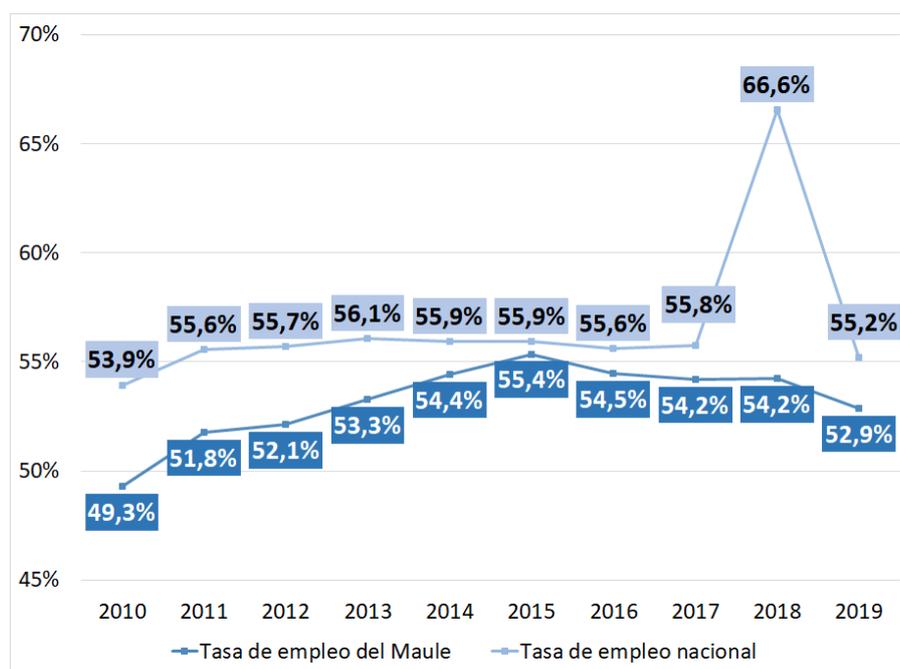
EMPLEO

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), la Región del Maule tiene una **tasa de empleo (53,20%)**, inferior a la media nacional (56,62%), tendencia que se ha mantenido durante el periodo 2010-2019¹⁰.

Durante el periodo 2010-2015, dicha tasa de empleo ha aumentado en torno a un punto porcentual anual. En 2015-2017 disminuyó, pasando de ser 55,36% a ser 54,19% en 2017.

A partir de 2017, se ha observado un ligero decrecimiento del 2,45%.

Gráfico 7: Evolución de la tasa de empleo anual para Chile (Nación) y la Región del Maule, periodo 2010-2019

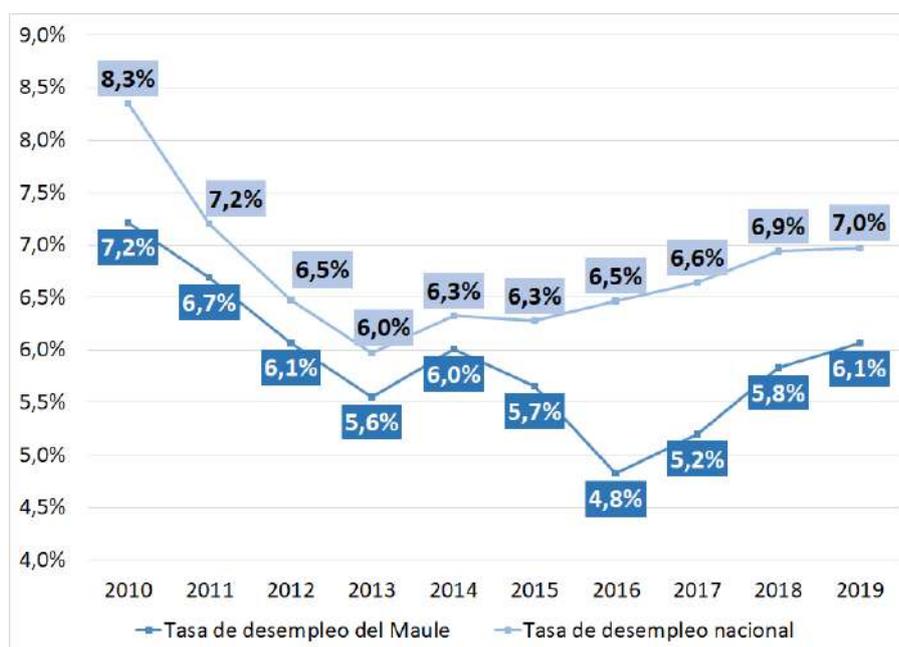


Fuente: Elaboración de Infyde con los datos sacados del Banco Central de Chile, 2020

¹⁰ Las unidades de medida (pesos chilenos, dólares, número de habitantes, etc.) utilizadas para presentar la información procedente de estadísticas y estudios son las utilizadas por cada una de las fuentes de información.

Por su parte, la **tasa de desempleo** en la Región del Maule ha alcanzado el **6% en 2019**, habiendo evolucionado de manera constante durante el periodo 2010-2019 siempre por debajo de la media nacional.

Gráfico 8: Evolución de la tasa de desempleo anual para Chile (Nación) y la Región del Maule, periodo 2010-2019



Fuente: Elaboración de Infyde con los datos sacados del Banco Central de Chile, 2020

SECTOR TURISMO EN LA REGIÓN DEL MAULE

Oferta de destinos y tipología del turismo

SERNATUR ha identificado en la **Región del Maule 298 atractivos turísticos**, de los cuales 125 son sitios naturales, 48 son museos y manifestaciones culturales, 42 son folklore, 29 son realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y 54 son centros o lugares de esparcimiento¹¹.

Gráfico 9: Destinos turísticos de la Región del Maule



Fuente: Informe de Intensidad Turística y Definición de Destinos Turísticos (2018)

¹¹ SERNATUR. Plan de Acción Región del Maule. Sector Turismo 2014-2018. Página 23
<https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/10/Plan-de-Accio%CC%81n-Maule.pdf>

Según el **Informe de Intensidad Turística y Definición de Destinos Turísticos (2018)**¹² la tipología de los destinos turísticos del Maule son el **litoral, el rural, el de naturaleza y el de montaña**.

Adicional a lo anterior, el **Plan de Acción Región del Maule**¹³ de SERNATUR caracteriza en detalle los principales destinos turísticos de la región, como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 10: Principales destinos turísticos de la Región del Maule

Destino	Tipo de Turismo
Iloca-Vichuquén	Turismo de naturaleza, turismo gastronómico, turismo cultural, agroturismo y turismo de playa,
Constitución	Turismo de playa, turismo gastronómico, turismo aventura y turismo cultural
Chanco-Pelluhue	Agroturismo, turismo rural, turismo gastronómico y turismo de naturaleza
Valles de Curicó	Enoturismo, turismo de naturaleza, turismo deportivo, turismo de aventura, turismo gastronómico y turismo rural
Radal Siete Tazas	Turismo de naturaleza y turismo de aventura
Vilches-Altos de Lircay	Turismo ufológico, agroturismo, turismo de naturaleza, turismo gastronómico y turismo aventura
Lago Colbún-Rari	Turismo de naturaleza, turismo de aventura, turismo gastronómico, turismo cultural y turismo termal
Linares y Cajón de Achibueno	Turismo de naturaleza, agroturismo, turismo termal y turismo de aventura

Fuente: SERNATUR. Plan de Acción Región del Maule. Sector Turismo 2014-2018. Página 27

El citado Plan de Acción Región del Maule elaborado por SERNATUR caracteriza los atractivos turísticos de la Región del Maule¹⁴.

Así, el destino **Iloca-Vichuquén** corresponde al sector norte costero de la región, donde abarca las comunas de Vichuquén y Licantén. El potencial turístico de la zona se debe a la gastronomía, a las actividades lacustres en torno al Lago Vichuquén, además de las áreas naturales como la Reserva Nacional Laguna Torca y a la ciudad de Vichuquén que es zona típica delcarada.

¹² División de Estudios y Territorio de la Subsecretaría de Turismo del Gobierno de Chile. Informe de Intensidad Turística y Definición de Destinos Turísticos (2018). Página 5

¹³ SERNATUR. Plan de Acción Región del Maule. Sector Turismo 2014-2018. Página 27

¹⁴ SERNATUR. Plan de Acción Región del Maule. Sector Turismo 2014-2018. Páginas 25 y 26

Constitución es la principal ciudad costera en magnitud de la región. El atractivo turístico por la comuna se debe entorno al río Maule, donde se desarrollan actividades de navegación fluviales, además de actividades gastronómicas y de playas soleaderas.

El atractivo turístico del destino **Chanco- Pelluhue** se debe principalmente a sus caletas dedicadas a la pesca artesanal. Asimismo, se realizan actividades de turismo aventura como el surf y el skysurf, además de actividades religiosas y culturales en época estival.

En los **Valles de Curicó** se desarrolla el turismo enológico consolidado. Esta zona cuenta con una amplia oferta de viñas abiertas para la cata a los turistas. Asimismo, se ofrecen productos desarrollados en torno al turismo enológico.

El Parque Nacional **Radal Siete Tazas** es el área silvestre protegido de la región que contabiliza el mayor número de visitas anuales.

El destino **Vilches- Altos de Lircay** se encuentra ubicado en la comuna de San Clemente. Vilches acoge una amplia oferta de servicios turísticos de montaña a baja escala, principalmente aquellos relacionados con el alojamiento y la alimentación, debido a su proximidad con la Reserva Nacional Altos de Lircay.

El **Lago Colbún** abarca las comunas de San Clemente y Colbún. Este destino cuenta con una oferta de actividades relacionadas al desarrollo de actividades y deportivas y recreacionales en torno al lago. Asimismo, cuenta con varios complejos termales en sectores aledaños al mismo.

Adicionalmente, el destino **Linares y Cajón del Achibueno** se ubica en la comuna de Linares, que es una de las tres comunas con mayor número de llegadas de turistas a la región. El atractivo turístico de la zona se debe a las actividades de aventura y naturaleza, donde se puede practicar la pesca deportiva y recreacional, además de trekking.

Como se observa, el atractivo turístico principal de la Región son las zonas naturales. El 100% de los visitantes que visitaron las Áreas Silvestres Protegidas (SNASPE), estuvieron en las Reservas Nacionales (R.N.). **Estas áreas rurales fueron visitadas por 76.353 personas en el año 2017.**

El 45,93% de los visitantes visitaron la Reserva Nacional Radal Siete Tazas situada en la comuna de Molina, en la provincia de Curicó. La Reserva Nacional Altos de Lircay, en la comuna de San Clemente, provincia de Talca fue visitada por el 21,17% de los visitantes en 2017.

El 13,68% de los visitantes de las Reservas Nacionales, visitaron la Reserva Nacional Federico Albert, ubicada en la comuna de Chanco, perteneciente a la provincia de Cauquenes. La Reserva Nacional Laguna Torca, ubicada en la Comuna de Vichuquén, provincia de Curicó, fue visitada por el 13,48% de los turistas de las zonas rurales. Las Reservas Nacionales de los Bellotos del Melado, en la comuna de Colbún, Los Queules y los Ruiles, de la comuna de Cauquenes registraron un porcentaje menor de visitas.

Gráfico 10: Reservas nacionales visitadas por los turistas visitantes de las Áreas Silvestres Protegidas en 2017 [Número de visitantes de la Reserva Nacional/ Número de visitantes totales de las Áreas Silvestres Protegidas de la Región del Maule; en porcentaje]



Fuente: Elaboración de Infyde a partir del Anuario de Turismo del año 2017- SERNATUR

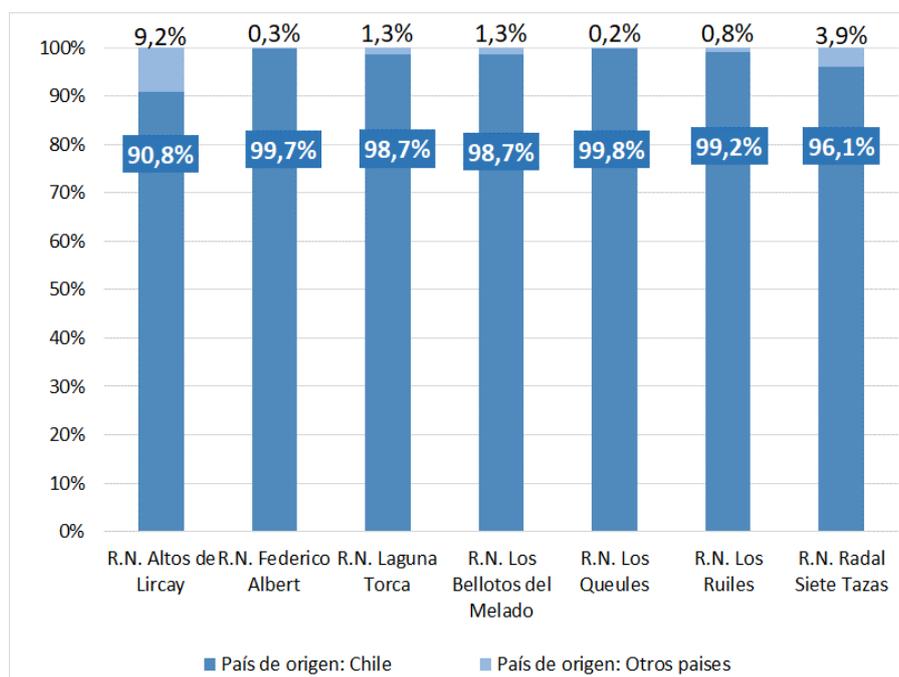
El 96,03% de los visitantes tenían como país de origen Chile, es decir, turistas nacionales. En cambio, el 3,97% de los turistas fueron extranjeros. Según los datos de INE – SERNATUR 2013 los **principales mercados emisores de visitantes para la Región del Maule** son: Argentina (22%) y EEUU (11%), seguidos de Brasil (6%), Alemania (5%) y España (5%)¹⁵.

¹⁵ SERNATUR. Plan de Acción Región del Maule. Sector Turismo 2014-2018. Página 41

Las Reservas Nacionales tuvieron más del 90% de visitantes nacionales. El peso que suponen los extranjeros en este tipo de turismo es claramente menor que el del turismo nacional. Como se observa en el siguiente gráfico, **el turismo nacional representó casi el 100% de las visitas a la Reserva Nacional de Los Queules (99,8%) del total de visitantes tenían origen en Chile) y la Reserva Nacional Federico Albert (99,7%).**

Por su parte, **los visitantes con origen en el extranjero visitaron en mayor medida la Reserva Nacional Altos de Lircay (9,2% del total de sus visitantes), y la Reserva Nacional Radal Siete Tazas (3,9% del total).**

Gráfico 11: Reservas Nacionales visitadas por los turistas visitantes de las Áreas Silvestres Protegidas según su nacionalidad, año 2017 [Número de visitantes según su origen de la Reserva Nacional/ Número de visitantes totales de la Reserva Nacional; en porcentaje]



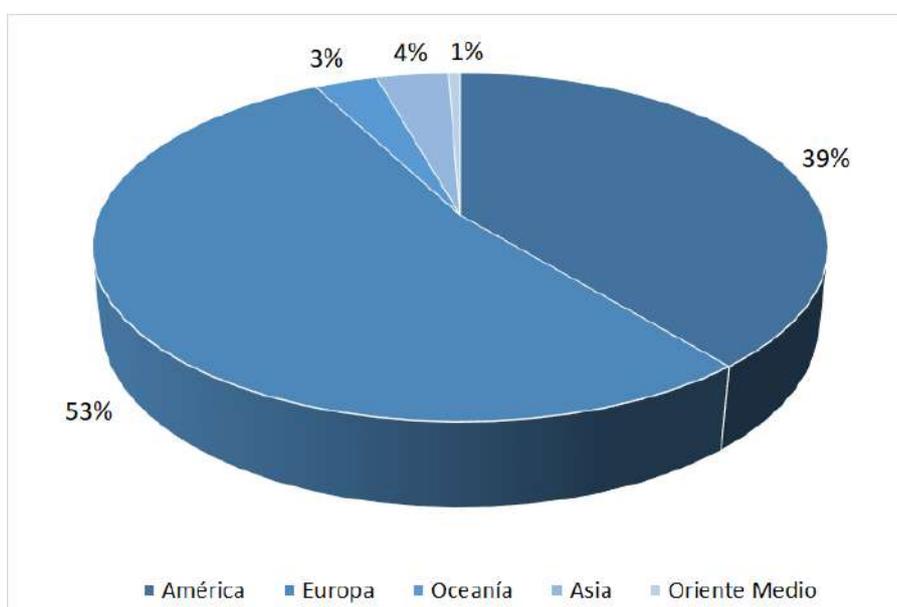
Fuente: Elaboración de Infyde a partir del Anuario de Turismo del año 2017- SERNATUR

Los visitantes extranjeros de las Áreas Silvestres Protegidas fueron 3.028 personas en 2017. El 53% de los visitantes provenían de Europa, siendo así el continente con más turistas en la región. Los europeos que más visitan la región son los procedentes de Alemania y España.

El 39% provenían de América, gran parte de los turistas americanos provenían de países de América del Sur (principalmente de Argentina y Brasil), en concreto el 64,52% de los visitantes. Sin embargo, el 33,19% de los visitantes provenían de América del Norte, mientras que el 2,29% provenían de América Central y el Caribe.

El 8% restante provenían de Oceanía, Asia y Oriente Medio.

Gráfico 12: Visitantes extranjeros de las Áreas Silvestres Protegidas según su nacionalidad, año 2017



Fuente: Elaboración de Infyde a partir del Anuario de Turismo del año 2017- SERNATUR

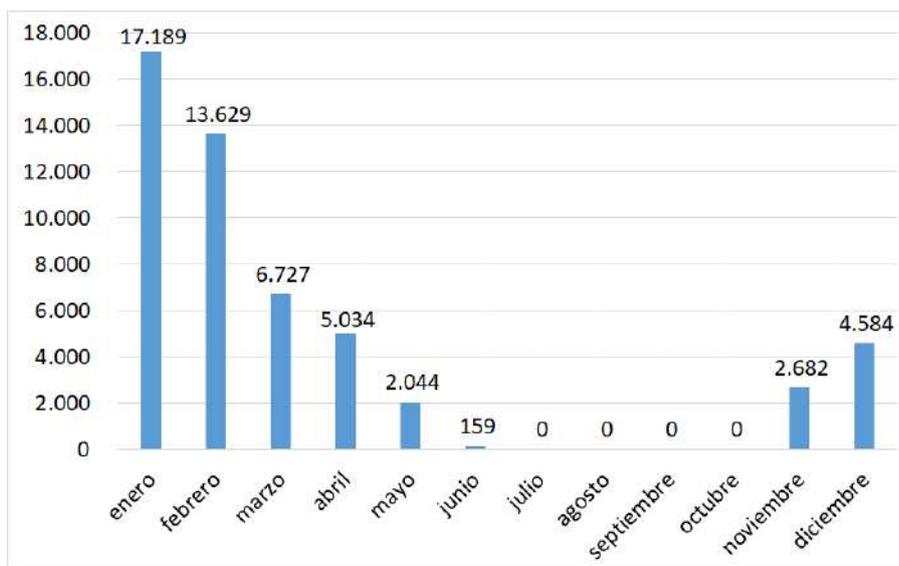
SECTOR TURISMO EN LA REGIÓN DEL MAULE

Situación competitiva

Según el Anuario de Turismo del año 2017 elaborado por SERNATUR, la **Región del Maule registró un total de 52.048 llegadas de turistas extranjeros.**

Durante los meses de verano, Enero, Febrero y Marzo, se registraron el 72,14% de las llegadas de turistas extranjeros a la región. Por el contrario, durante el período invernal en los meses de Julio, Agosto y Septiembre, la región no registró ninguna llegada de turistas extranjeros.

Gráfico 13: Número de llegadas de turistas extranjeros a la Región del Maule durante el año 2017



Fuente: Elaboración de Infyde a partir del Anuario de Turismo del año 2017- SERNATUR

El 22% de los turistas con destino Región del Maule eran procedentes de Argentina. El 11% procedieron de Estados Unidos.

Brasil, Alemania y España también entran dentro del ranking de los principales mercados emisores de turistas con destino Región del Maule, representando el 6%, 5% y 5% respectivamente de los turistas llegados a la región.

Gráfico 14: Ranking de los principales mercados emisores de turistas

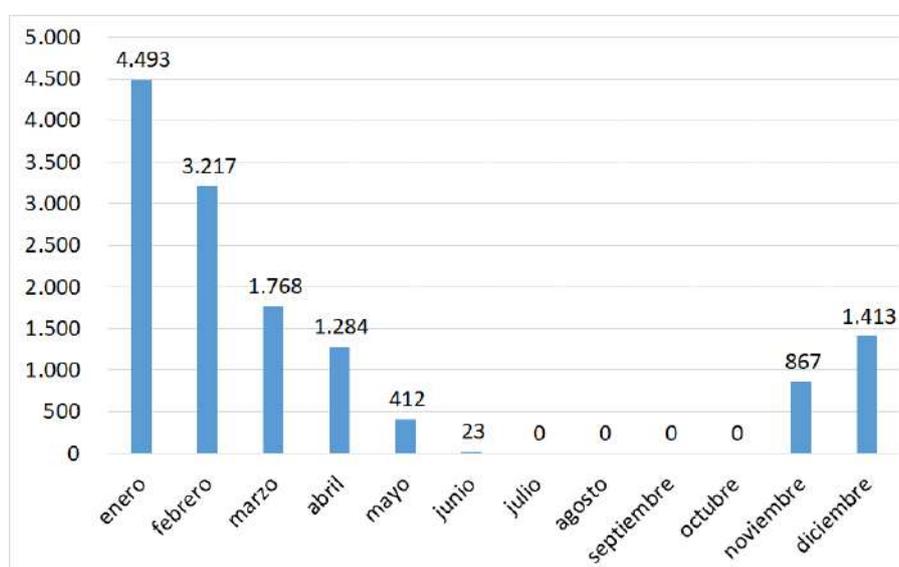


Fuente: Elaboración de Infyde a partir del informe Plan Acción Regional del Sector Turismo 2014-2018

Por otra parte, según el citado Anuario, se registraron **13.477 salidas de los habitantes de la Región del Maule al extranjero**, esencialmente durante la estación de verano.

Así, el 70,33% de las salidas, se registraron entre los meses de Enero a Marzo. Durante los meses entre Julio y Octubre no se registraron salidas desde la Región del Maule al extranjero.

Gráfico 15: Salidas de los habitantes de la Región del Maule al extranjero durante el año 2017



Fuente: Elaboración de Infyde a partir del Anuario de Turismo del año 2017- SERNATUR

Si comparamos el número de llegadas nacionales con el resto de las regiones, la Región del Maule supone el 3,27% de la llegada de turistas total¹⁶.

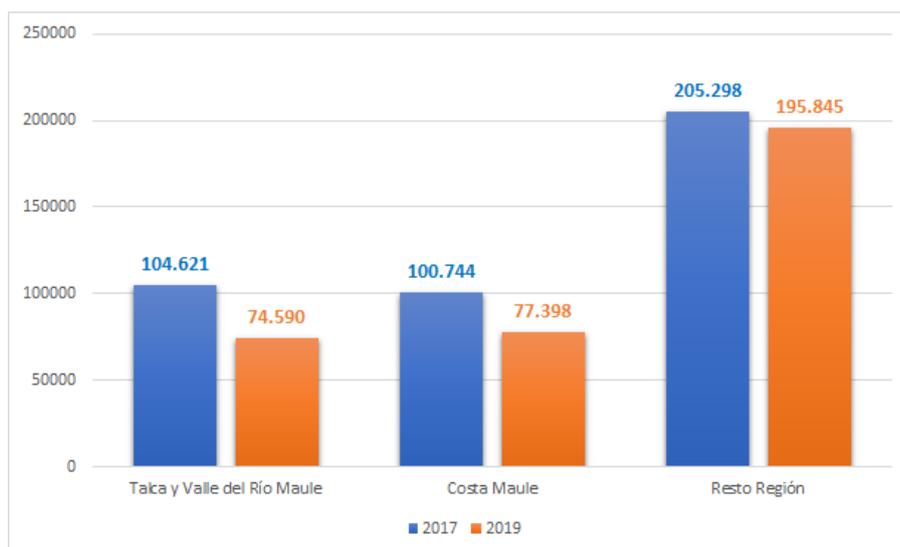
La **Encuesta Mensual de Alojamiento Turístico** (EMAT) divide la Región del Maule en tres destinos turísticos: Costa Maule, Talca y Valle del Río Maule y Resto de la Región.

¹⁶ Plan Acción Regional del Sector Turismo 2014-2018, SERNATUR

El principal receptor de las llegadas de turistas en el período 2017-2019 es “Resto de la Región” que representa aproximadamente el 50% del total de llegadas a la región. **Se observa una disminución del número de llegadas de pasajeros a la región, que ascendió a un total de 410.663 en 2017 descendiendo a un total de 347.833 en 2019.**

El 94,58% (328.991) de las llegadas de 2019 fueron pasajeros con residencia habitual en Chile, mientras que el 4,82% (16.752) fueron pasajeros con residencia habitual en el extranjero.

Gráfico 16: Número de llegadas de pasajeros según el destino turístico 2017-2019



Fuente: Elaboración de Infyde a partir del Anuario de Turismo del año 2017- SERNATUR y de la Encuesta Mensual de Alojamiento Turístico- Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (INE)

De los 357 prestadores de servicios turísticos de la región se encuentran inscritos en el registro nacional de SERNATUR, representan una oferta total de 10.623 camas. En donde el tipo de alojamiento con mayor número de establecimientos fueron las cabañas, sin embargo los hoteles ofrecen mayor número de camas por cantidad de recintos registrados.

Tabla 11: Número de establecimientos turísticos del registro nacional de prestadores de servicios turísticos de SERNATUR para el año 2017

Tipo de alojamiento turístico	Número de establecimientos	Número de camas
Total, tipo de alojamiento en la Región del Maule	357	10.623
Hotel	59	3.209
Hotel Boutique	5	118
Aparta Hotel	1	50
Cabañas	90	2.076
Hostal	67	1.429
Residencial	44	1.241
Hostería	34	804
Bed and Breakfast, Alojamiento familiar u hospedaje rural	19	179
Centro de Turismo de Naturaleza o Lodge	7	138
Departamentos turísticos y ejecutivos	10	146
Estancia o hacienda	3	52
Hostel o Albergue (Refugio)	4	52
Termas	1	160
Complejo Turístico o Resort	13	969
Campings en la Región del Maule	56	1.464
Restaurantes y otros servicios de alimentación	334	-
Número de agencias de viaje y tour operadores	75	-

Fuente: Elaboración de Infyde a partir del Anuario de Turismo del año 2017- SERNATUR

La Región del Maule mostró una **tasa de ocupación media en habitaciones de 21,75% en el año 2019**, disminuyendo alrededor de cinco puntos porcentuales con respecto a igual fecha del año anterior (2018)¹⁷.

Por tipos de alojamiento, los hoteles alcanzaron una tasa de ocupación de 34,83% durante el año 2019, mientras que otros tipos de alojamientos alcanzaron una menor tasa de alojamiento de un 12,37% de ocupación total.

¹⁷ Instituto Nacional de Estadística (INE)

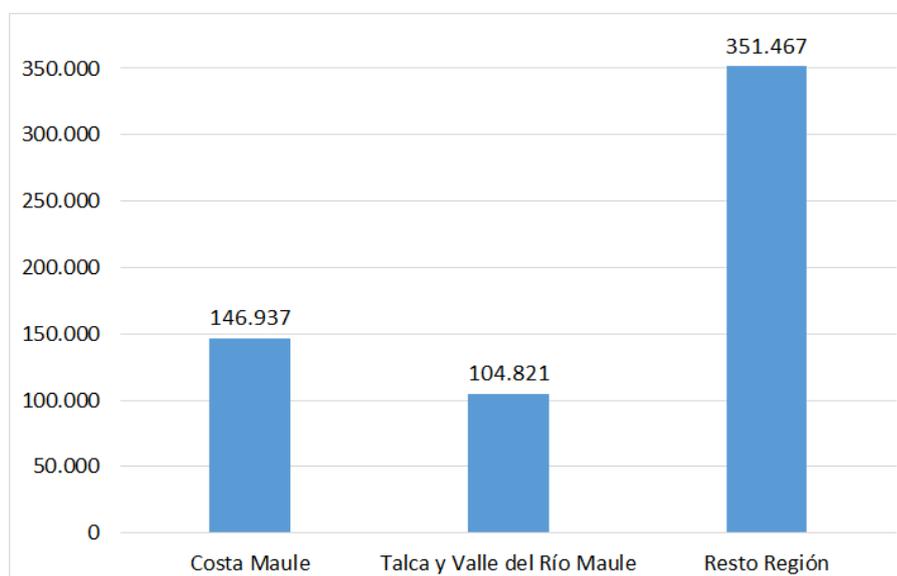
Por su parte, la **estancia media de los turistas en la región fue de 1,8 noches en 2017**, por lo que, las estadías en la región son consideradas estancias o viajes cortos¹⁸.

Por su parte, **durante el año 2019 se registraron un total de 603.224 pernoctaciones** en la región del Maule, de las cuales 570.658 (94,60%) fueron de turistas nacionales y 32.566 (5,40%) fueron pernoctaciones de turistas con residencia habitual en el extranjero.

La mayor parte de las pernoctaciones del año 2019 se registraron en el destino “Resto de la Región”. Este destino supuso el 60% de las pernoctaciones registradas en 2019 para la región.

El destino Costa de Maule registró un 22% de las pernoctaciones de la región, mientras que Talca, registró un 13% de las pernoctaciones.

Gráfico 17: Número de pernoctaciones según el destino turístico para el año 2019



Fuente: Elaboración de Infyde a partir de la Encuesta Mensual de Alojamiento Turístico- Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (INE) 2019

¹⁸ Indicadores de Turismo de SERNATUR

Durante 2019, los establecimientos de alojamiento turístico del Maule registraron en promedio un ingreso de \$10.085 pesos chilenos por habitación disponible.

Por tipos de alojamiento, los hoteles registraron en promedio un ingreso de \$18.903 pesos chilenos por habitación disponible, y los otros¹⁹ registraron en promedio un ingreso de \$3.811 pesos chilenos por habitación disponible²⁰.

El mayor monto de ingreso promedio se dio en los hoteles de Talca y Valle del Río Maule que alcanzaron los \$19.982 pesos chilenos, seguidos de los hoteles del resto de la región con \$19.697 pesos chilenos. Sin embargo, los hoteles de Costa Maule alcanzaron unos ingresos promedio por habitación relativamente menor, alcanzando tan solo los \$13.358 pesos chilenos.

El tipo de alojamiento “Otros” alcanza promedios de ingreso por habitación de menor monto, destacando los bajos ingresos de Talca y Valle del Río Maule (\$1.660 pesos chilenos) y de Costa Maule (\$2.743 pesos chilenos).

Tabla 12: Ingreso por habitación disponible (Revenue Per Available Room RevPAR) en la región del Maule en Noviembre 2019

DESTINOS TURÍSTICOS	HOTELES	OTROS
	Revenue Per Available Room (RevPAR) Ingreso por habitación disponible (\$CL corriente)	Revenue Per Available Room (RevPAR) Ingreso por habitación disponible (\$CL corriente)
Talca y Valle del Río Maule	\$ 19.982	\$ 1.660
Costa Maule	\$ 13.358	\$ 2.743
Resto Región	\$ 19.697	\$ 7.098

Fuente: Encuesta Mensual de Alojamiento Turístico- Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (INE)

¹⁹ Otros: Establecimientos de alojamiento turístico clasificados como hostales, hosterías, residenciales, cabañas y similares

²⁰ Las unidades de medida (pesos chilenos, dólares, etc.) utilizadas para presentar la información procedente de estadísticas y estudios son las utilizadas por cada una de las fuentes de información.

SECTOR TURISMO EN LA REGIÓN DEL MAULE
Evolución por subrubros

A continuación, se presenta un **análisis de la evolución de los sub-rubros y tipos de actividad económica**²¹ que integran el sector turismo de la Región del Maule. Se ha analizado la evolución en el período 2005 -2018 de los siguientes indicadores:

- Número de trabajadores por subrubro y actividad.
- Volumen anual de ventas por subrubro y actividad.
- Número de empresas por subrubro y actividad.
- Productividad (Ventas/Nº trabajadores) por subrubro y actividad.

Los subrubros económicos y tipos de actividad económica²² vinculados al sector turismo regional que han sido analizados son los siguientes.

Tabla 13: Subrubros económicos y actividades vinculadas al sector turismo

SUBRUBROS ECONÓMICOS	ACTIVIDADES ECONÓMICAS
Venta al por menor de productos culturales y recreativos en comercios especializados	Venta al por menor de artículos de caza y pesca en comercios especializados
	Venta al por menor de bicicletas y sus repuestos en comercios especializados
	Venta al por menor de otros artículos y equipos de del deporte n.c.p.
Otras actividades de transporte por vía terrestre	Transporte urbano y suburbano de pasajeros vía metro y metrótren
	Transporte urbano y suburbano de pasajeros vía locomoción colectiva
	Transporte de pasajeros vía taxi colectivo
	Otras actividades de transporte urbano y suburbano de pasajeros por vía terrestre n.c.p.
	Servicios de transporte de pasajeros en taxis libres y radiotaxis
	Servicios de transporte a turistas
	Transporte de pasajeros en buses interurbanos
	Otras actividades de transporte de pasajeros por vía terrestre n.c.p.
	Actividades de hoteles

²¹ Subrubros y actividades económicas, de acuerdo a la clasificación del Servicio de Impuestos Internos (SII)

²² Servicio de Impuestos Internos (SII)

SUBRUBROS ECONÓMICOS	ACTIVIDADES ECONÓMICAS
Actividades de alojamiento para estancias cortas	Actividades de moteles
	Actividades residenciales para turistas
Otras actividades de alojamiento	Otras actividades de alojamiento n.c.p. ²³
Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas	Actividades de restaurantes y de servicios móvil de comidas
Alquiler y arrendamiento de vehículos automotores	Alquiler de vehículos automotores sin chofer
Actividades de agencias de viaje y operadores turísticos	Actividades de agencias de viajes
	Actividades de operadores turísticos
Otras actividades de esparcimiento y recreativas	Actividades de parques de atracciones y parques temáticos
	Otras actividades de esparcimiento y recreativas n.c.p.

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del Servicio de Impuestos Internos (SII)

²³ n.c.p.: El Servicio de Impuestos Internos (SII) lo define como "No Clasificado Previamente"

El conjunto de los sub-rubros vinculados al **turismo en la Región del Maule alcanzó 6.774 empresas en el año 2018 (crecimiento de 65,42% en 2018 con respecto a 2005)**. El mayor peso en número de empresas lo alcanzó “Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas” con 2.701 (crecimiento de 78,87%) seguido de “Otras actividades de transporte por vía terrestre” con 2.495 (crecimiento de 22,54%).

Como nuevas actividades que han aparecido y se han desarrollado en los últimos años en términos de creación de empresas se observan “Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento” con 128 empresas en 2018 que se traduce a un incremento del 700% en 2018 con respecto a 2005, “Actividades deportivas” con 137 empresas en 2018 (crecimiento de 6.750%), y “Otras actividades de esparcimiento y recreativas” con 248 empresas en 2018 (crecimiento de 335,09%).

Tabla 14: Número de empresas de subrubros vinculados al turismo en la Región del Maule (2005-2018)

SUBRUBROS	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% variación 2005/2018
476 - Venta al por menor de productos culturales y recreativos en comercios especializados	93	102	81	76	83	85	86	88	93	113	125	132	138	171	83,87%
491 - Transporte por ferrocarril		1	3	5	2	2				1	2	2	2	1	-
492 - Otras actividades de transporte por vía terrestre	2.036	2.061	2.143	2.212	2.145	2.129	2.137	2.173	2.247	2.281	2.304	2.344	2.409	2.495	22,54%
511 - Transporte de pasajeros por vía aérea	3	4	4	3	2	1	1	1	1	1	1	2	3	1	-66,67%

SUBRUBROS	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% variación 2005/2018
551 - Actividades de alojamiento para estancias cortas	113	119	150	143	148	147	142	157	161	170	172	170	160	203	79,65%
552 - Actividades de campamentos, parques de vehículos de recreo y parques de caravanas														1	-
559 - Otras actividades de alojamiento	12	28	54	71	77	97	128	147	165	192	187	200	224	270	2150,00%
561 - Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas	1.510	1.628	1.592	1.550	1.606	1.609	1.621	1.673	1.778	1.903	1.903	1.909	2.033	2.701	78,87%
631 - Procesamiento de datos, hospedaje y actividades conexas; portales web	3	7	9	10	10	9	15	16	17	21	20	26	38	34	1033,33%
771 - Alquiler y arrendamiento de vehículos automotores	228	259	234	240	236	234	240	231	212	210	223	240	259	315	38,16%
791 - Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos	20	20	17	21	20	19	19	26	27	31	36	41	51	50	150,00%
813 - Actividades de paisajismo y servicios de mantenimiento conexas											3	3	5	6	-
823 - Organización de convenciones y exposiciones comerciales	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	3	4	100,00%

SUBRUBROS	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% variación 2005/2018
900 - Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento	16	13	17	22	28	25	24	28	37	38	52	68	99	128	700,00%
910 - Actividades de bibliotecas, archivos y museos y otras actividades culturales		1	2	2	3	3	2	3	2	2	2	4	5	9	-
931 - Actividades deportivas	2	1	7	9	13	18	19	24	33	31	41	51	79	137	6750,00%
932 - Otras actividades de esparcimiento y recreativas	57	51	56	53	50	53	47	54	73	74	91	147	196	248	335,09%
Total general	4.095	4.297	4.370	4.418	4.424	4.433	4.482	4.623	4.848	5.070	5.164	5.341	5.704	6.774	65,42%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

SUBRUBROS	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% variación 2005/2018
559 - Otras actividades de alojamiento	23	32	38	51	88	59	94	129	136	163	219	212	485	224	873,91%
561 - Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas	1.672	2.000	2.090	2.315	2.139	2.161	2.700	3.951	3.789	3.855	4.272	4.061	4.318	7.316	337,56%
631 - Procesamiento de datos, hospedaje y actividades conexas; portales web	1	62	6	16	25	20	30	53	35	46	48	31	39	27	2600,00%
771 - Alquiler y arrendamiento de vehículos automotores	142	143	70	63	113	897	1.454	1.693	1.503	1.476	1.522	2.171	2.433	530	273,24%
791 - Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos	27	27	18	40	41	42	36	48	16	28	22	31	27	28	3,70%
813 - Actividades de paisajismo y servicios de mantenimiento conexos											1	3	5	9	
823 - Organización de convenciones y exposiciones comerciales	56	46	25	31	57	113	101	107	59	30	9	8	1	0	-100,00%
900 - Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento	3	2	2	1	2	0	0	0	0	4	12	17	58	141	4600,00%
910 - Actividades de bibliotecas, archivos y museos y otras actividades culturales		0	0	0	0	0	0	0	5	10	9	16	12	12	
931 - Actividades deportivas	4	0	11	11	9	14	7	11	48	32	109	40	80	201	4925,00%
932 - Otras actividades de esparcimiento y recreativas	47	44	271	25	9	334	29	30	375	442	500	526	603	590	1155,32%
Total general	5.272	5.747	6.579	6.605	7.088	8.831	9.535	11.560	12.057	12.251	13.457	13.952	14.528	15.661	197,06%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

En lo relativo a las ventas (UF²⁴), según los datos disponibles se observa que **los sub-rubros vinculados al turismo han generado unas ventas de 6.915.455 UF en 2018, habiendo crecido un 303,89% con respecto a 2005²⁵**. Las actividades con mayor peso en ventas son “Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas” con 3.806.090 UF y un crecimiento de 277% seguido de “Otras actividades de transporte por vía terrestre” que vendió 2.061.106 en 2018 habiendo crecido en un 405% con respecto a 2005.

Por su parte, las “Actividades de alojamiento para estancias cortas” vendieron 473.861 UF en 2018 habiendo crecido 268% y las de “Alquiler y arrendamiento de vehículos automotores” vendieron 329.457 UF habiendo crecido un 131%.

Tabla 16: Ventas de subrubros vinculados al turismo en la Región del Maule (2005-2018)

SUBRUBROS*	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% variación 2005/2018
476 - Venta al por menor de productos culturales y recreativos en comercios especializados	0	35.304	34.764	10.441	12.414	10.182	31.740	12.312	57.231	70.682	66.209	75.688	93.467	100.181	184%
492 - Otras actividades de transporte por vía terrestre	407.996	475.638	756.201	650.914	738.234	746.412	858.648	1.032.947	1.020.743	1.541.022	1.533.166	1.597.878	1.814.937	2.061.106	405%
551 - Actividades de alojamiento para estancias cortas	128.639	147.808	171.047	208.782	258.066	322.024	321.847	368.541	474.789	438.788	501.420	491.959	422.175	473.861	268%

²⁴ Las ventas están presentadas en la unidad de medida UF utilizada por el Servicio de Impuestos Internos (SII). El valor del UF se calcula al tipo de conversión de cada uno de los años, según el cálculo realizado por el Servicio de Impuestos Internos (SII).

²⁵ Las unidades de medida (pesos chilenos, dólares, número de habitantes, etc.) utilizadas para presentar la información procedente de estadísticas y estudios son las utilizadas por cada una de las fuentes de información.

SUBRUBROS*	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% variación 2005/2018
559 - Otras actividades de alojamiento	0	0	0	0	2.936	27.054	42.172	47.263	54.769	60.384	75.792	86.611	92.611	93.647	3.089 (2009/2018)
561 - Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas	1.008.291	1.046.772	1.079.087	1.113.358	1.173.458	1.172.233	1.501.000	1.917.368	1.784.351	1.884.168	2.109.356	2.133.826	2.313.356	3.806.090	277%
771 - Alquiler y arrendamiento de vehículos automotores	142.750	192.887	88.051	80.756	107.725	170.643	184.380	226.097	238.296	236.343	326.279	429.024	543.976	329.457	131%
791 - Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos	15.908	17.845	8.114	18.946	0	0	0	0	0	0	9.645	9.559	9.082	0	-100%
932 - Otras actividades de esparcimiento y recreativas	8.624	3.315	4.142	2.789	2.862	0	3.214	6.214	14.346	10.379	12.421	29.819	59.647	51.113	493%
Total general	1.712.208	1.919.569	2.141.406	2.085.986	2.295.695	2.448.548	2.943.001	3.610.742	3.644.525	4.241.766	4.634.288	4.854.364	5.349.251	6.915.455	303,89%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

*Celdas vacías indican que no se encuentran datos disponibles

En materia de productividad, según los datos disponibles se observa que **los sub-rubros vinculados al turismo han generado una productividad de 441,57 UF por trabajador en 2018, habiendo crecido un 35,96% con respecto a 2005**. Las actividades con una mayor productividad son “Venta al por menor de productos culturales y recreativos en comercios especializados” que alcanzó 827,94 en 2018 habiendo crecido un 113,41% con respecto a 2006.

La segunda mejor productividad la alcanza el subrubro de “Alquiler y arrendamiento de vehículos automotores” que alcanzó 621,62 UF por trabajador, aunque habiendo decrecido en un 38,16% con respecto a 2005.

Cabe destacar que un subrubro con gran peso en el sector como “Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas” genera la tercera mejor productividad del sector, alcanzando 520,24 UF por trabajador en 2018 pero que sin embargo ha decrecido en un 13,73% con respecto a 2005.

En cuanto al ámbito del alojamiento, se observa que es un subrubro en el que no se alcanzan las mayores productividades del sector, ya que “Actividades de alojamiento para estancias cortas” alcanzó solo 213,55 UF por trabajador en 2018 habiendo crecido solo en un 29,48% con respecto a 2005. En este ámbito, “Otras actividades de alojamiento” presenta una mejor productividad de 418,07 en 2018 aunque habiendo decrecido en un 8,83% con respecto a 2010.

Tabla 17: Productividad (Ventas/Empleo) de subrubros vinculados al turismo en la Región del Maule (2005-2018)

SUBRUBROS*	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% variación 2005/2018
476 - Venta al por menor de productos culturales y recreativos en comercios especializados	0,00	387,96	739,66	174,02	190,98	117,03	356,63	129,60	622,08	821,88	769,87	615,35	687,26	827,94	113,41%
492 - Otras actividades de transporte por vía terrestre	167,90	196,30	260,31	238,96	228,56	229,17	270,87	327,82	300,31	426,52	382,72	378,29	413,80	486,80	189,93%
551 - Actividades de alojamiento para estancias cortas	164,92	168,54	156,06	164,65	197,00	174,35	176,35	160,79	182,61	177,94	189,79	197,65	217,50	213,55	29,48%
559 - Otras actividades de alojamiento	0,00	0,00	0,00	0,00	33,36	458,54	448,64	366,38	402,71	370,45	346,08	408,54	190,95	418,07	-8,83% (2018/2010)
561 - Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas	603,04	523,39	516,31	480,93	548,60	542,45	555,93	485,29	470,93	488,76	493,76	525,44	535,75	520,24	-13,73%
771 - Alquiler y arrendamiento de vehículos automotores	1005,28	1348,86	1257,87	1281,84	953,32	190,24	126,81	133,55	158,55	160,12	214,38	197,62	223,58	621,62	-38,16%
791 - Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos	589,19	660,93	450,78	473,65	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	438,41	308,35	336,37	0,00	-100,00%
932 - Otras actividades de esparcimiento y recreativas	183,49	75,34	15,28	111,56	318,00	0,00	110,83	207,13	38,26	23,48	24,84	56,69	98,92	86,63	-52,79%
Total general	324,77	334,01	325,49	315,82	323,88	277,27	308,65	312,35	302,27	346,24	344,38	347,93	368,20	441,57	35,96%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

SECTOR TURISMO EN LA REGIÓN DEL MAULE

Evolución por tipos de actividad

Subrubro económico: Venta al por menor de productos culturales y recreativos en comercios especializados

El **número total de empresas** en el subrubro económico “venta al por menor de productos culturales y recreativos en comercios especializados” aumentó un 84% durante el periodo 2005-2018.

Todas las actividades económicas analizadas dentro del subrubro incrementaron su número de empresas durante el periodo analizado.

El número de empresas en la actividad económica “venta al por menor de artículos de caza y pesca en comercios especializados” aumentó en un 30%, siendo así la actividad que menos crecimiento presentó.

Sin embargo, la actividad “venta al por menor de otros artículos y equipos de deporte n.c.p.” fue la que más creció, siendo su crecimiento del 293% durante el período observado.

Por último, la actividad “venta al por menor de bicicletas y sus repuestos en comercios especializados” aumentó el número de empresas en la región en un 48% durante el período observado.

Las **ventas totales** del subrubro económico aumentaron un 184% entre los años 2005–2018.

La actividad económica “venta al por menor de bicicletas y sus repuestos en comercios especializados” aumentó su nivel de ventas entre el periodo 2006-2018 en un 145%.

En cuanto a la actividad “venta al por menor de otros artículos y equipos de deporte n.c.p.”²⁶ aumentó sus ventas en un 59% durante el periodo 2014-2018.

²⁶ n.c.p.: El Servicio de Impuestos Internos (SII) lo define como “No Clasificado Previamente”

El **empleo** en el subrubro económico “venta al por menor de productos culturales y recreativos en comercios especializados” aumentó un 39,08% en el período 2005–2018.

La actividad económica “venta al por menor de artículos de caza y pesca en comercios especializados” y la actividad económica “venta al por menor de otros artículos y equipos de deporte n.c.p.” han sido las dos actividades económicas con mayores fluctuaciones en el empleo.

La **productividad** en este subrubro, medida en términos agregados, aumentó considerablemente en el periodo analizado (113%).

Por su parte, la actividad “venta al por menor de bicicletas y sus repuestos en comercios especializados” aumentó su productividad en un 55%.

Tabla 18: Evolución del número de empresas en el subrubro económico "ventas al por menor de productos culturales y recreativos en comercios especializados" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Venta al por menor de artículos de caza y pesca en comercios especializados	20	18	15	14	12	12	11	13	13	12	12	16	17	26	30%
Venta al por menor de bicicletas y sus repuestos en comercios especializados	58	69	53	49	57	56	50	52	55	64	71	70	75	86	48%
Venta al por menor de otros artículos y equipos de deporte n.c.p.	15	15	13	13	14	17	25	23	25	37	72	46	46	59	293%
Total, subrubro económico	93	102	81	76	83	85	86	88	93	113	125	132	138	171	84%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Tabla 19: Evolución de las ventas anuales (UF)²⁷ en el subrubro económico "ventas al por menor de productos culturales y recreativos en comercios especializados" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Venta al por menor de artículos de caza y pesca en comercios especializados	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

²⁷ Las ventas están presentadas en la unidad de medida UF utilizada por el Servicio de Impuestos Internos (SII). El valor del UF se calcula al tipo de conversión de cada uno de los años, según el cálculo realizado por el Servicio de Impuestos Internos (SII).

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Venta al por menor de bicicletas y sus repuestos en comercios especializados	-	35.303	34.764	10.440	12.413	10.182	31.739	12.312	57.230	62.046	60.800	58.933	62.732	86.456	145%
Venta al por menor de otros artículos y equipos de deporte n.c.p.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8.653	5.408	16.754	30.734	13.723	59%
Total, subrubro económico	-	35.304	34.764	10.441	12.414	10.182	31.740	12.312	57.231	70.682	66.209	75.688	93.467	100.181	184%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Tabla 20: Evolución del número de empleados en el subrubro económico "ventas al por menor de productos culturales y recreativos en comercios especializados" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Venta al por menor de artículos de caza y pesca en comercios especializados	16	25	9	18	15	11	1	9	13	13	22	19	24	33	106%
Venta al por menor de bicicletas y sus repuestos en comercios especializados	40	45	35	39	42	49	53	55	48	43	42	49	43	71	78%
Venta al por menor de otros artículos y equipos de deporte n.c.p.	31	21	3	3	8	27	35	31	31	30	22	55	69	17	-45%
Total, subrubro económico	87	91	47	60	65	87	89	95	92	86	86	123	136	121	39%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Tabla 21: Evolución de la productividad en el subrubro económico "ventas al por menor de productos culturales y recreativos en comercios especializados" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Venta al por menor de artículos de caza y pesca en comercios especializados	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Venta al por menor de bicicletas y sus repuestos en comercios especializados	-	784	993	286	296	208	599	224	1.192	1.443	1.448	1.203	1.459	1.218	55%
Venta al por menor de otros artículos y equipos de deporte n.c.p.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	288	246	305	445	807	180%
Total, subrubro económico	-	388	740	174	191	117	357	130	622	822	770	615	687	828	113%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Subrubro económico: Otras actividades de transporte por vía terrestre

El **número total de empresas** en el subrubro económico “otras actividades de transporte por vía terrestre” aumentó en un 23% para el periodo observado, siendo 2.036 empresas en 2005, pasando a ser 2.495 empresas en 2018.

La actividad económica “servicios de transporte a turistas” aumentó en un 7.500% durante el periodo observado, convirtiéndose así la actividad económica con mayor crecimiento del número de empresas en la Región del Maule para el periodo 2005-2018.

Otra actividad que presentó una tasa de crecimiento alta fue el “transporte de pasajeros en buses interurbanos”, siendo el crecimiento del 276%.

El número de empresas de las actividades económicas “transporte urbano y suburbano de pasajeros vía metro y metrotrén”, “transporte de pasajeros vía taxi colectivo”, “servicios de transporte de pasajeros en taxis libres y radiotaxis” y “otras actividades de transporte de pasajeros por vía terrestre n.c.p.” tuvo un crecimiento moderado durante el periodo 2005-2018 en relación a las otras dos actividades económicas previamente mencionadas, siendo el crecimiento de cada una de ellas 50%, 22%, 87% y 9% respectivamente.

En la actividad “transporte urbano y suburbano de pasajeros vía locomoción colectiva” se redujeron el número de empresas en un 11% en el periodo observando.

A principios de la década había 649 empresas en la región, finalmente, en 2018, el número de empresas se redujo hasta 575.

Las **ventas totales** del subrubro económico aumentaron en un 405% entre los años 2005-2018. Las actividades pertenecientes al subrubro incrementaron el valor de las ventas durante el periodo analizado.

La actividad económica con mayor crecimiento de ventas es “transporte de pasajeros en buses interurbanos”. No se encuentran datos disponibles de ventas de la actividad “Servicios transporte a turistas”.

El **empleo** en el subrubro económico “otras actividades de transporte por vía terrestre” ha crecido un 74% en el periodo observado.

Debido al crecimiento de la región, en las actividades “servicios de transporte de pasajeros en taxis libres y radio taxis”, “transporte de pasajeros en buses interurbanos” y “otras actividades de transporte de pasajeros por vía terrestre n.c.p.” se incrementó el número de trabajadores dependientes informados durante el periodo 2005-2018 en un 122%, en un 943% y en un 15% respectivamente.

Por su parte el empleo en la actividad “Servicios de transporte a turistas” creció hasta alcanzar 44 trabajadores empleados en 2018.

Por el contrario, el número de empleados en las actividades “transporte urbano y suburbano de pasajeros vía locomoción colectiva” y “transporte de pasajeros vía taxi colectivo” se redujo en un 35% y en un 26% respectivamente.

La **productividad** en el subrubro económico, medida en términos agregados, aumentó en un 190%. Asimismo, las actividades económicas agrupadas en este subrubro tuvieron una tasa de productivas positiva y creciente.

Sin embargo, no se encuentran datos de ventas disponibles para realizar el cálculo de la productividad de la actividad “Servicios de transporte a turistas”.

Tabla 22: Evolución del número de empresas en el subrubro económico "otras actividades de transporte por vía terrestre" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Transporte urbano y suburbano de pasajeros vía metro y metrotrén	2	1	3	1	1	3	3	2	2	3	4	4	4	3	50%
Transporte urbano y suburbano de pasajeros vía locomoción colectiva	649	657	641	652	629	645	610	606	588	579	575	568	564	575	-11%
Transporte de pasajeros vía taxi colectivo	318	322	383	440	410	391	409	393	402	399	392	380	372	387	22%
Otras actividades de transporte urbano y suburbano de pasajeros por vía terrestre n.c.p.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-
Servicios de transporte de pasajeros en taxis libres y radiotaxis	86	89	78	104	100	112	111	117	139	154	153	152	154	161	87%
Servicios de transporte a turistas	1	4	2	2	8	11	19	28	27	29	51	63	68	76	7.500%
Transporte de pasajeros en buses interurbanos	83	125	163	185	201	206	220	230	256	278	283	277	295	312	276%
Otras actividades de transporte de pasajeros por vía terrestre n.c.p.	897	863	873	828	796	761	765	797	833	839	846	900	952	978	9%
Total, subrubro económico	2.036	2.061	2.143	2.212	2.145	2.219	2.137	2.173	2.247	2.281	2.304	2.344	2.409	2.495	23%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Tabla 23: Evolución de las ventas anuales (UF)²⁸ en el subrubro económico "otras actividades de transporte por vía terrestre" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Transporte urbano y suburbano de pasajeros vía metro y metrotén	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Transporte urbano y suburbano de pasajeros vía locomoción colectiva	230.432	281.490	470.526	368.760	470.194	442.210	500.040	586.237	459.334	503.767	456.251	441.942	537.868	362.035	57%
Transporte de pasajeros vía taxi colectivo	7.305	13.867	7.412	10.463	9.867	20.174	33.698	26.647	33.152	26.780	26.170	33.434	35.246	26.808	267%
Otras actividades de transporte urbano y suburbano de pasajeros por vía terrestre n.c.p.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Servicios de transporte de pasajeros en taxis libres y radiotaxis	5.351	2.024	4.019	9.840	11.861	14.881	14.227	16.017	15.744	14.531	16.257	19.325	20.852	24.161	352%
Servicios de transporte a turistas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11.308	4.979	-
Transporte de pasajeros en buses interurbanos	34.687	72.897	86.082	118.704	97.718	105.606	113.978	117.739	174.775	686.209	710.015	742.251	813.268	1.203.234	3.369%
Otras actividades de transporte de pasajeros por vía terrestre n.c.p.	130.221	105.360	188.162	143.146	148.595	163.542	196.705	286.308	337.738	309.735	324.473	360.926	396.394	439.889	238%
Total, subrubro económico	407.996	475.638	756.201	650.914	738.234	746.412	858.648	1.032.947	1.020.743	1.541.022	1.533.166	1.597.878	1.814.937	2.061.106	405%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

²⁸ Las ventas están presentadas en la unidad de medida UF utilizada por el Servicio de Impuestos Internos (SII). El valor del UF se calcula al tipo de conversión de cada uno de los años, según el cálculo realizado por el Servicio de Impuestos Internos (SII).

Tabla 24: Evolución del número de empleados en el subrubro económico "otras actividades de transporte por vía terrestre" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Transporte urbano y suburbano de pasajeros vía metro y metrotrén	-	-	-	-	6	4	2	2	2	2	9	6	10	6	-
Transporte urbano y suburbano de pasajeros vía locomoción colectiva	1.625	1.437	1.574	1.583	1.624	1.728	1.685	1.471	1.047	1.138	1.375	1.471	1.432	1.060	-35%
Transporte de pasajeros vía taxi colectivo	34	53	45	42	42	75	86	57	80	64	65	66	63	25	-26%
Otras actividades de transporte urbano y suburbano de pasajeros por vía terrestre n.c.p.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Servicios de transporte de pasajeros en taxis libres y radiotaxis	23	21	20	29	37	31	45	50	57	56	48	44	47	51	122%
Servicios de transporte a turistas	-	2	-	-	-	1	8	7	4	10	32	35	42	44	2.100%
Transporte de pasajeros en buses interurbanos	236	469	769	620	1.099	999	956	1.097	1.776	1.945	1.979	1.919	2.228	2.461	943%
Otras actividades de transporte de pasajeros por vía terrestre n.c.p.	512	441	497	450	422	419	388	467	433	398	498	683	564	587	15%
Total, subrubro económico	2.430	2.423	2.905	2.724	3.230	3.257	3.170	3.151	3.399	3.613	4.006	4.224	4.386	4.234	74%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Tabla 25: Evolución de la productividad en el subrubro económico "otras actividades de transporte por vía terrestre" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Transporte urbano y suburbano de pasajeros vía metro y metrotrén	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Transporte urbano y suburbano de pasajeros vía locomoción colectiva	142	196	299	233	290	256	297	399	439	443	332	300	376	342	141%
Transporte de pasajeros vía taxi colectivo	215	262	165	249	235	269	392	467	414	418	403	507	559	1.072	399%
Otras actividades de transporte urbano y suburbano de pasajeros por vía terrestre n.c.p.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Servicios de transporte de pasajeros en taxis libres y radiotaxis	233	96	201	339	321	480	316	320	276	259	339	439	444	474	104%
Servicios de transporte a turistas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	269	113	-
Transporte de pasajeros en buses interurbanos	147	155	112	191	89	106	119	107	98	353	359	387	365	489	233%
Otras actividades de transporte de pasajeros por vía terrestre n.c.p.	254	239	379	318	352	390	507	613	780	778	652	528	703	749	195%
Total, subrubro económico	168	196	260	239	229	229	271	328	300	427	383	378	414	487	190%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SI

Subrubro económico: Actividades de alojamiento para estancias cortas

El **número total de empresas** en el subrubro económico “actividades de alojamiento para estancias cortas” aumentó en un 80% para el periodo observado, pasando de 113 empresas en el año 2005 a 203 empresas en 2018.

La actividad económica “actividades de hoteles” contabilizó un crecimiento de un 66% en cuanto al número de empresas en la región en 2018 frente al año 2005. La actividad “actividades de moteles” registró un total de 27 empresas en 2018, un 200% más que en 2005.

Las **ventas totales** del subrubro económico aumentaron en un 268% entre los años 2005-2018. La actividad económica “actividades de hoteles” aumentó en 268% en 2018 con respecto a 2005.

El **empleo** en el subrubro económico “actividades de alojamiento para estancias cortas” ha crecido un 184% durante el periodo analizado, destacando el volumen de empleo de “Actividades de hoteles” que alcanzó 2.054 en 2018 (crecimiento de 174% con respecto a 2005).

La **productividad** en el subrubro incrementó un 29% durante el periodo 2005-2018.

Tabla 26: Evolución del número de empresas en el subrubro económico "actividades de alojamiento para estancias cortas" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Actividades de hoteles	104	110	135	127	130	125	121	135	138	146	150	148	138	173	66%
Actividades de moteles	9	9	15	16	18	22	21	22	23	24	22	22	22	27	200%
Actividades residenciales para turistas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-
Total, subrubro económico	113	119	150	143	148	147	142	157	161	170	172	170	160	203	80%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Tabla 27: Evolución de las ventas anuales (UF)²⁹ en el subrubro económico "actividades de alojamiento para estancias cortas" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Actividades de hoteles	128.639	147.808	171.047	208.782	258.066	322.024	321.847	368.541	474.789	438.788	501.420	491.959	422.175	473.861	268%
Actividades de moteles	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Actividades residenciales para turistas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

²⁹ Las ventas están presentadas en la unidad de medida UF utilizada por el Servicio de Impuestos Internos (SII). El valor del UF se calcula al tipo de conversión de cada uno de los años, según el cálculo realizado por el Servicio de Impuestos Internos (SII).

Total, subrubro económico	128.639	147.808	171.047	208.782	258.066	322.024	321.847	368.541	474.789	438.788	501.420	491.959	422.175	473.861	268%
----------------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	-------------

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Tabla 28: Evolución del número de empleados en el subrubro económico “actividades de alojamiento para estancias cortas” para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Actividades de hoteles	750	867	1.030	1.235	1.248	1.767	1.688	2.155	2.439	2.283	2.424	2.285	1.740	2.054	174%
Actividades de moteles	30	10	66	33	62	80	137	137	161	183	218	204	201	159	430%
Actividades residenciales para turistas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6	-
Total, subrubro económico	780	877	1.096	1.268	1.310	1.847	1.825	2.292	2.600	2.466	2.642	2.489	1.941	2.219	184%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Tabla 29: Evolución de la productividad en el subrubro económico “actividades de alojamiento para estancias cortas” para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Actividades de hoteles	172	170	166	169	207	182	191	171	195	192	207	215	243	231	35%
Actividades de moteles	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Actividades residenciales para turistas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total, subrubro económico	172	170	166	169	207	182	191	171	195	192	207	215	243	231	35%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Subrubro económico: Otras actividades de alojamiento

El **número total de empresas** en el subrubro económico “otras actividades de alojamiento” aumentó en un 2.150% para el periodo observado, pasando de 12 empresas en el año 2005 a 270 empresas en 2018.

Las **ventas totales** del subrubro económico aumentaron en un 3.090% entre los años 2009-2018.

El **empleo** en el subrubro económico “otras actividades de alojamiento” ha crecido un 874% durante el periodo analizado. La actividad económica perteneciente al subrubro económico “otras actividades de alojamiento” incrementaron el número de trabajadores dependientes informados.

La **productividad** en el subrubro incrementó un 1.167% durante el periodo 2009-2018.

Tabla 30: Evolución del número de empresas en el subrubro económico "otras actividades de alojamiento" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Otras actividades de alojamiento n.c.p.	12	28	54	71	77	97	128	147	165	192	187	200	224	270	2.150%
Total, subrubro económico	12	28	54	71	77	97	128	147	165	192	187	200	224	270	2.150%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Tabla 31: Evolución de las ventas anuales (UF)³⁰ en el subrubro económico "otras actividades de alojamiento" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Otras actividades de alojamiento n.c.p.	-	-	-	-	2.936	27.054	42.172	47.263	54.769	60.384	75.792	86.611	92.611	93.647	3.090%
Total, subrubro económico	-	-	-	-	2.936	27.054	42.172	47.263	54.769	60.384	75.792	86.611	92.611	93.647	3.090%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

³⁰ Las ventas están presentadas en la unidad de medida UF utilizada por el Servicio de Impuestos Internos (SII). El valor del UF se calcula al tipo de conversión de cada uno de los años, según el cálculo realizado por el Servicio de Impuestos Internos (SII).

Tabla 32: Evolución del número de empleados en el subrubro económico "otras actividades de alojamiento" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Otras actividades de alojamiento n.c.p.	23	32	38	51	88	59	94	129	136	163	219	212	485	224	874%
Total, subrubro económico	23	32	38	51	88	59	94	129	136	163	219	212	485	224	874%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Tabla 33: Evolución de la productividad en el subrubro económico "otras actividades de alojamiento" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Otras actividades de alojamiento n.c.p.	-	-	-	-	33	459	449	366	403	370	346	409	191	418	1.167%
Total, subrubro económico	-	-	-	-	33	459	449	366	403	370	346	409	191	418	1.167%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Subrubro económico: Actividades de restaurantes y servicio móvil de comidas

El **número total de empresas** en el subrubro económico “actividades de restaurantes y servicio móvil de comidas” aumentó en un 79% para el periodo observado, pasando de 1.510 empresas en el año 2005 a 2.701 empresas en 2018.

Las **ventas totales** del subrubro económico aumentaron en un 277% entre los años 2005-2018, hasta alcanzar 3.806.090 UF en 2018.

El **empleo** en el subrubro económico “actividades de restaurantes y servicio móvil de comidas” ha crecido un 388% durante el periodo analizado, hasta emplear a 7.316 trabajadores en 2018.

La **productividad** en el subrubro decreció un 14% durante el periodo 2005-2018.

Tabla 34: Evolución del número de empresas en el subrubro económico "actividades de restaurantes y servicio móvil de comidas" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Actividades de restaurantes y servicio móvil de comidas n.c.p.	1.510	1.628	1.592	1.550	1.606	1.609	1.621	1.673	1.778	1.903	1.903	1.909	2.033	2.701	79%
Total, subrubro económico	1.510	1.628	1.592	1.550	1.606	1.609	1.621	1.673	1.778	1.903	1.903	1.909	2.033	2.701	79%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Tabla 35: Evolución de las ventas anuales (UF)³¹ en el subrubro económico "actividades de restaurantes y servicio móvil de comidas" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Actividades de restaurantes y servicio móvil de comidas n.c.p.	1.008.291	1.046.772	1.079.087	1.113.358	1.173.458	1.172.233	1.501.000	1.917.368	1.784.351	1.884.168	2.109.356	2.133.826	2.313.356	3.806.090	277%
Total, subrubro económico	1.008.291	1.046.772	1.079.087	1.113.358	1.173.458	1.172.233	1.501.000	1.917.368	1.784.351	1.884.168	2.109.356	2.133.826	2.313.356	3.806.090	277%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

³¹ Las ventas están presentadas en la unidad de medida UF utilizada por el Servicio de Impuestos Internos (SII). El valor del UF se calcula al tipo de conversión de cada uno de los años, según el cálculo realizado por el Servicio de Impuestos Internos (SII).

Tabla 36: Evolución del número de empleados en el subrubro económico "actividades de restaurantes y servicio móvil de comidas" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Actividades de restaurantes y servicio móvil de comidas n.c.p.	1.672	2.000	2.090	2.315	2.139	2.161	2.700	3.951	3.789	3.855	4.272	4.061	4.318	7.316	388%
Total, subrubro económico	1.672	2.000	2.090	2.315	2.139	2.161	2.700	3.951	3.789	3.855	4.272	4.061	4.318	7.316	388%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Tabla 37: Evolución de la productividad en el subrubro económico "actividades de restaurantes y servicio móvil de comidas" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Actividades de restaurantes y servicio móvil de comidas n.c.p.	603	523	516	481	549	542	556	485	471	489	494	525	536	520	-14%
Total, subrubro económico	603	523	516	481	549	542	556	485	471	489	494	525	536	520	-14%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Subrubro económico: Alquiler y arrendamiento de vehículos automotores

El **número total de empresas** en el subrubro económico “alquiler y arrendamiento de vehículos automotores” aumentó en un 36% para el periodo analizado, pasando de 228 empresas en el año 2005 a 315 empresas en 2018.

Las **ventas totales** del subrubro económico incrementaron en un 131% entre los años 2005-2018, hasta alcanzar 329.457 UF en 2018.

El **empleo** en el subrubro económico se incrementó un 273% durante el periodo analizado, hasta alcanzar los 530 empleados en 2018.

Sin embargo, la **productividad** en el subrubro decreció un 38% durante el periodo 2005-2018. Ello es debido a que el número de empleos ha crecido en mayor proporción que el volumen de ventas en el período analizado.

Tabla 38: Evolución del número de empresas en el subrubro económico "alquiler y arrendamiento de vehículos automotores" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Alquiler de vehículos automotores sin chofer	228	259	234	240	236	234	240	231	212	210	223	240	259	315	36%
Total, subrubro económico	228	259	234	240	236	234	240	231	212	210	223	240	259	315	36%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Tabla 39: Evolución de las ventas anuales (UF)³² en el subrubro económico "alquiler y arrendamiento de vehículos automotores" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Alquiler de vehículos automotores sin chofer	142.750	192.887	88.051	80.756	107.725	170.643	184.380	226.097	238.296	236.343	326.279	429.024	543.976	329.457	131%
Total, subrubro económico	142.750	192.887	88.051	80.756	107.725	170.643	184.380	226.097	238.296	236.343	326.279	429.024	543.976	329.457	131%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

³² Las ventas están presentadas en la unidad de medida UF utilizada por el Servicio de Impuestos Internos (SII). El valor del UF se calcula al tipo de conversión de cada uno de los años, según el cálculo realizado por el Servicio de Impuestos Internos (SII).

Tabla 40: Evolución del número de empleados en el subrubro económico "alquiler y arrendamiento de vehículos automotores" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Alquiler de vehículos automotores sin chofer	142	143	70	63	113	897	1.454	1.693	1.503	1.476	1.522	2.171	2.433	530	273%
Total, subrubro económico	142	143	70	63	113	897	1.454	1.693	1.503	1.476	1.522	2.171	2.433	530	273%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Tabla 41: Evolución de la productividad en el subrubro económico "alquiler y arrendamiento de vehículos automotores" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Alquiler de vehículos automotores sin chofer	1.005	1.349	1.258	1.282	953	190	127	134	159	160	214	198	224	622	-38%
Total, subrubro económico	1.005	1.349	1.258	1.282	953	190	127	134	159	160	214	198	224	622	-38%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Subrubro económico: Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos

El **número total de empresas** en el subrubro económico “actividades de agencias de viajes y operadores turísticos” aumentó en un 150% para el periodo analizado, pasando de 20 empresas en el año 2005 a 44 empresas en 2018.

La actividad económica “actividades de agencias de viaje” contabilizó un crecimiento de un 120% en cuanto al número de empresas en 2018 frente al año 2005.

Las **ventas totales** del subrubro económico disminuyeron en un 100% entre los años 2005-2018. La actividad económica “actividades de agencias de viaje” decreció en 100% en 2018 con respecto a 2005.

El **empleo** en el subrubro económico se incrementó un 4% durante el periodo analizado, sin embargo en la actividad “Agencias de viaje” decreció en un 7%.

Adicionalmente, se observa que la **productividad** del subrubro decreció un 100% durante el periodo 2005-2018. La actividad económica “actividades de agencias de viaje” contabilizó un decrecimiento del 100% en cuanto a la productividad en 2018 respecto a 2005.

Tabla 42: Evolución del número de empresas en el subrubro económico "actividades de agencias de viajes y operadores" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Actividades de agencias de viaje	20	20	17	21	20	19	19	26	27	31	35	39	49	44	120%
Actividades de operadores turísticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	2	6	-
Total, subrubro económico	20	20	17	21	20	19	19	26	27	31	36	41	51	50	150%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Tabla 43: Evolución de las ventas anuales (UF)³³ en el subrubro económico "actividades de agencias de viajes y operadores turísticos" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Actividades de agencias de viaje	15.908	17.845	8.114	18.946	-	-	-	-	-	-	9.645	9.559	9.082	0	-100%
Actividades de operadores turísticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total, subrubro económico	15.908	17.845	8.114	18.946	-	-	-	-	-	-	9.645	9.559	9.082	0	-100%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

³³ Las ventas están presentadas en la unidad de medida UF utilizada por el Servicio de Impuestos Internos (SII). El valor del UF se calcula al tipo de conversión de cada uno de los años, según el cálculo realizado por el Servicio de Impuestos Internos (SII).

Tabla 44: Evolución del número de empleados en el subrubro económico "actividades de agencias de viajes y operadores turísticos" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Actividades de agencias de viaje	27	27	18	40	41	42	36	48	16	28	22	31	27	25	-7%
Actividades de operadores turísticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-
Total, subrubro económico	27	27	18	40	41	42	36	48	16	28	22	31	27	28	4%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Tabla 45: Evolución de la productividad en el subrubro económico "actividades de agencias de viaje y operadores turísticos" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Actividades de agencias de viaje	589	661	451	474	-	-	-	-	-	-	438	308	336	0	-100%
Actividades de operadores turísticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total, subrubro económico	589	661	451	474	-	-	-	-	-	-	438	308	336	0	-100%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Subrubro económico: Otras actividades de esparcimiento y recreativas

El **número total de empresas** en el subrubro económico “otras actividades de esparcimiento y recreativas” aumentó en un 335% para el periodo analizado, pasando de 57 empresas en el año 2005 a 248 empresas en 2018.

La actividad económica “otras actividades de esparcimiento y recreativas n.c.p.” contabilizó un crecimiento de un 321% en cuanto al número de empresas en la región en 2018 frente al año 2005. La actividad “actividades de parques de atracciones y parques temáticos” registró un total de 8 empresas en 2018, un 700% más que en 2006.

Las **ventas totales** del subrubro económico aumentaron en un 493% entre los años 2005-2018 esencialmente debido al crecimiento de la actividad “otras actividades de esparcimiento y recreativas”, según los datos disponibles.

El **empleo** en este subrubro económico se incrementó un 1.155% durante el periodo analizado, llegando a alcanzar los 590 empleados en 2018.

Por el contrario, la **productividad** en el subrubro decreció un 52% durante el periodo 2005-2018, debido a que ha aumentado en mayor proporción el empleo que las ventas de este subrubro.

Tabla 46: Evolución del número de empresas en el subrubro económico "otras actividades de esparcimiento y recreativas" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Actividades de parques de atracciones y parques temáticos	-	1	1	2	2	4	2	1	5	7	3	6	5	8	-
Otras actividades de esparcimiento y recreativas n.c.p.	57	50	55	51	48	49	45	53	68	67	88	141	191	240	321%
Total, subrubro económico	57	51	56	53	50	53	47	54	73	74	91	147	196	248	335%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Tabla 47: Evolución de las ventas anuales (UF)³⁴ en el subrubro económico "otras actividades de esparcimiento y recreativas" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Actividades de parques de atracciones y parques temáticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otras actividades de esparcimiento y recreativas n.c.p.	8.624	3.315	4.142	2.789	2.862	-	3.214	6.214	14.346	10.379	12.421	29.819	59.647	51.113	493%

³⁴ Las ventas están presentadas en la unidad de medida UF utilizada por el Servicio de Impuestos Internos (SII). El valor del UF se calcula al tipo de conversión de cada uno de los años, según el cálculo realizado por el Servicio de Impuestos Internos (SII).

Total, subrubro económico	8.624	3.315	4.142	2.789	2.862	-	3.214	6.214	14.346	10.379	12.421	29.819	59.647	51.113	493%
----------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	----------	--------------	--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	-------------

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Tabla 48: Evolución del número de empleados en el subrubro económico "otras actividades de esparcimiento y recreativas" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Actividades de parques de atracciones y parques temáticos	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	2	3	2	4	-
Otras actividades de esparcimiento y recreativas n.c.p.	47	44	271	25	9	334	29	30	374	440	498	523	601	586	1.147%
Total, subrubro económico	47	44	271	25	9	334	29	30	375	442	500	526	603	590	1.155%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

Tabla 49: Evolución de la productividad en el subrubro económico "actividades de agencias de viaje y operadores turísticos" para la Región del Maule, periodo 2005-2018

Actividad Económica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% 2005-2018
Actividades de agencias de viaje	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Actividades de operadores turísticos	183	75	15	112	318	-	111	207	38	24	25	57	99	87	-52%
Total, subrubro económico	183	75	15	112	318	-	111	207	38	23	25	57	99	87	-52%

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos del SII

1.1.2/ ANTECEDENTES DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN EL MAULE

El marco de Políticas nacionales y regionales que persiguen el desarrollo del turismo de la Región del Maule está integrado por las siguientes estrategias y Planes de Acción:

- Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020 de Chile.
- Plan de Acción Región del Maule. Sector Turismo 2014-2018
- Estrategia Regional de Innovación de la Región del Maule.

Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020 de Chile

La visión de la **Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020 de Chile** se define como *“al 2020, Chile será reconocido como un destino turístico de clase mundial, siendo admirado y conocido por poseer una oferta atractiva, variada, sustentable y de alta calidad”*³⁵.

La visión de la Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020 y el marco de trabajo que la sustentan son el resultado de la interacción de 5 áreas de acción que actúan como motores del desarrollo económico y socio-cultural. Es así como han nacido los **5 pilares de la estrategia**, que son los siguientes:

1. Promoción.
2. Sustentabilidad.
3. Inversión y Competitividad.
4. Calidad y Capital Humano.
5. Inteligencia de Mercado.

Esta **Estrategia nacional resulta coherente un marco de referencia para el desarrollo de la política de Turismo de la Región del Maule**, ya que impulsa la implementación de 46 iniciativas que persiguen objetivos coherentes con los retos de desarrollo competitivo de la Región del Maule, como pueden ser el carácter estratégico del turismo para el desarrollo económico del país y de la región, promoviendo la prosperidad, la igualdad y el respeto al medio ambiente en los ámbitos locales, así como el patrimonio y la identidad cultural de las comunidades.

³⁵https://mma.gob.cl/wp-content/uploads/2014/10/1_Estrategia-Nacional-de-Turismo-2012-2020.pdf

Plan de Acción Región del Maule. Sector Turismo 2014-2018

Por su parte, a nivel regional, en 2014 se desarrolló el **Plan de Acción Región del Maule. Sector Turismo 2014-2018**, un Plan de Acción Regional con base en el Plan de Desarrollo Turístico Sustentable para posicionar el turismo como una actividad económica relevante en el Maule, que persigue potenciar el desarrollo turístico sostenible de las Áreas Silvestres Protegidas.

De esta manera, los Parques Nacionales de la Región del Maule pueden establecerse como **Zonas de Interés Turístico (ZOIT)**. Para ello, el Gobierno Regional persigue impulsar y promover la oferta turística con elementos culturales, facilitar el acceso a instrumentos de fomento para la inversión turística a través de proyectos locales apoyados por el Gobierno Regional para fortalecer el *capital humano y desarrollar y planificar los territorios regionales*.

Los componentes que se quieren abordar en el Plan mencionado son los siguientes:

- **Promoción de la Región del Maule** a nivel nacional e internacional. El objetivo de la promoción es mejorar el posicionamiento turístico de la región, donde la región se encuentre entre los destinos de los turistas del país. De esta manera se persigue captar un mayor flujo de turistas en la región, que permitirá mejorar y ofrecer nuevas infraestructuras turísticas que transformen al territorio en más atractivo para el turismo.
- **Diversificación de experiencias turísticas** en la región. Con el objetivo de ofrecer diferentes experiencias a los turistas que visiten la región. El Gobierno Regional persigue potenciar el desarrollo turístico en las zonas donde exista una mayor demanda turística. De este modo, se busca potenciar el desarrollo turístico en las Áreas Protegidas del Estado, ya sean Parques nacionales o Reservas Nacionales.
- **Desarrollo de los destinos turísticos** de la región, fomento el desarrollo de nuevas infraestructuras turísticas. El Gobierno Regional tiene como objetivo analizar el estado de las infraestructuras públicas dedicadas al turismo, con el fin de ofrecer nuevas infraestructuras para el desarrollo turístico.

- **Incentivar el turismo interno**, enfocándolo hacia un carácter inclusivo. Para cumplir este objetivo, el Gobierno Regional promueve programas de turismo inclusivo, acciones comunicacionales durante todo el año, tanto en temporada baja como en temporada alta. Asimismo, el Gobierno Regional persigue la elaboración de proyectos con el objetivo de fomentar el turismo interno en la región.

El Plan de Acción Región del Maule. Sector Turismo 2014-2018 propone trabajar sobre las siguientes áreas turísticas.

Tabla 50: Áreas turísticas que se quieren desarrollar en el Plan de Acción Región del Maule. Sector Turismo 2014-2018

Áreas turísticas sobre las que se van a trabajar
Linajes termal y natural
Costa Maulina
Valle del Maule
Curicó Valle, Cordillera y Pre-cordillera

Fuente: Plan Acción Regional del Sector Turismo 2014-2018

La costa Maulina hace referencia a toda el área costera de la región, abarcando a las comunas de Vichuquén, Licantén, Curepto, Constitución, Chanco y Pelluhue. El principal potencial turístico de la costa es la producción gastronómica asociada a los productos del mar.

Como el turismo natural es el principal reclamo turístico de la región, varios planes de desarrollo turístico se han focalizado en el desarrollo de las Reservas Naturales y Parques Nacionales.

Para fomentar y mejorar la oferta turística en las zonas naturales, se persigue mejorar el diseño de las infraestructuras existentes, mejorar la accesibilidad y realizar acciones de promoción y difusión de las Reservas Nacionales.

Asimismo, el Plan hace hincapié en las **zonas rezagadas**. Por ello, se han realizado varios estudios sobre el sector turístico en estas zonas rezagadas, con el objetivo de ver cuál es su situación turística y abordar sus retos y desafíos.

Estrategia Regional de Innovación de la Región del Maule

En 2019 se elaboró la **Estrategia Regional de Innovación de la Región del Maule para 2020-2026**, en la que se detallan las áreas de especialización económica de la región, entre las que se encuentra el desarrollo del turismo de intereses especiales.

El turismo de intereses especiales está centrado en la forma de hacer turismo, haciendo hincapié en el entorno cultural y ambiental de la Región del Maule.

Especialmente, la Estrategia Regional de Innovación se centra en el enoturismo, el turismo de aventura y en la conformación de un ecosistema digital de información turística, contribuyendo al desarrollo económico y social.

Tabla 51: Área de especialización vinculadas al turismo de la Estrategia Regional de Innovación ERI

Tipo de Turismo que se propone desarrollar	Objetivos establecidos en la Estrategia Regional de Innovación
Turismo de montaña	Se propone impulsar el desarrollo de las actividades turísticas que tengan relación con la identidad cultural y ambiental de la región
	Se propone transformar el aprovechamiento de las aguas termales, desarrollando nuevas aventuras para los turistas
	Se propone proteger las montañas de la región
Ecosistema digital de información turística	Se persigue desarrollar las actividades enfocadas a mantener la identidad cultural de la región
	Se persigue impulsar las actividades turísticas relacionadas con el enoturismo, con el objetivo de consolidar productos en torno a la producción vinícola Se persigue impulsar el turismo de experiencias
Enoturismo	Se persigue desarrollar las actividades turísticas enfocadas a la producción vinícola
	Se propone dedicar recursos con el objetivo de crear productos vinícolas que mejoren la experiencia del turista

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de la Estrategia Regional de Innovación de la Región del Maule para 2020-2026

Para cumplir con los objetivos establecidos en la Estrategia Regional de Innovación, el Gobierno Regional propone el desarrollo de programas de formación, con el objetivo de formar el capital humano en los ámbitos estratégicos para el desarrollo del turismo.

El Gobierno Regional propone la dedicación de seis centros tecnológicos o de investigación para llevar a cabo el desarrollo del **turismo de montaña**. Asimismo, propone ofertar cuatro programas de pre y post grado.

Según la ERI, aunque el área de especialización del turismo de montaña no cuenta con las mejores condiciones de conocimiento, tecnología y masa empresarial, se observa una oportunidad de desarrollo³⁶. Esta oportunidad se da, ya que, la Región del Maule tiene un entorno con unas características naturales que atraen a turistas. Por ello, el Gobierno Regional ve una oportunidad de desarrollo³⁷.

Para impulsar el desarrollo del **ecosistema digital de información turística** se propone habilitar dos centros tecnológicos o de investigación concentrados en la región que tengan relación con esta área de especialización. Asimismo, se propone ofertar doce programas de formación pre y post grado que estén vinculados al ecosistema digital de información turística, con el objetivo de formar a las personas para desarrollar el turismo en la región.

Esta área de especialización es considerada como el principal detonador del crecimiento turístico en la Región del Maule, ya que, contribuye a la creación y consolidación de redes que impulsan las actividades turísticas. Con la participación de múltiples agentes de la región, se espera aumentar la conectividad entre los agentes, a fin de abordar las brechas existentes en la actualidad.

³⁶ Estrategia Regional de Innovación de la Región del Maule para 2020-2026

³⁷ Estrategia Regional de Innovación de la Región del Maule para 2020-2026

1.1.3/ TENDENCIAS EN EL ENTORNO NACIONAL E INTERNACIONAL

TENDENCIAS DEL TURISMO

Nivel Nacional

El sector turismo es el cuarto sector más importante en Chile en cuanto a exportaciones de bienes y servicios. En 2016, el turismo tuvo un valor de 4.253,8 MUS\$ en las exportaciones chilenas³⁸.

Chile registró un total de 5.640.700 turistas en 2016, obteniendo unos ingresos económicos que bordearon los MUS\$ de 2.619,8. Se estima que el gasto total individual fue de US\$ 464,4. El promedio de estancia de los turistas en Chile fue 7,4 noches.

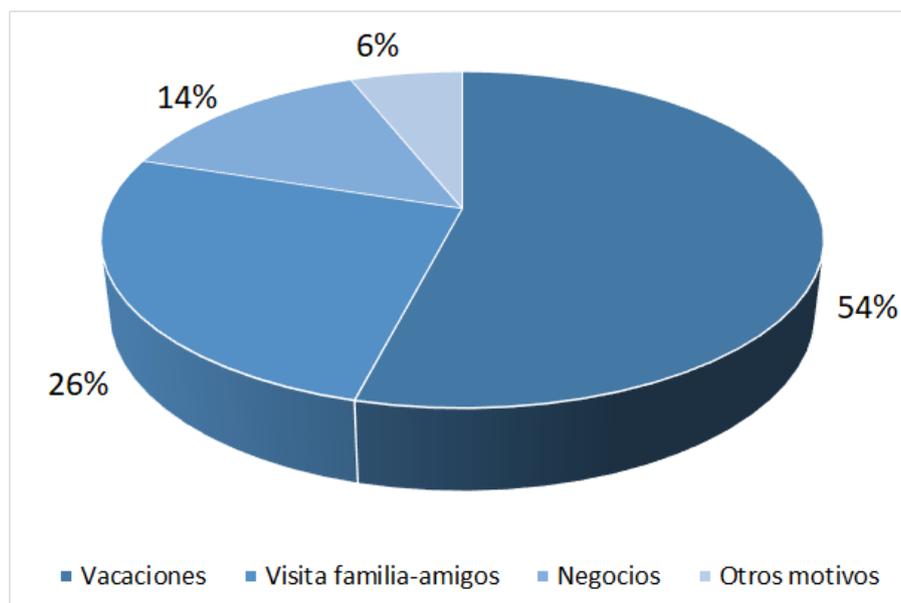
Si analizamos los datos previamente mencionados por países, Canadá fue el país promedio que más noches pasó en Chile, siendo la estancia de 18,3 noches. Asimismo, Canadá fue el país que más gastó individualmente, siendo el gasto US\$ 1.154,4.

Sin embargo, Argentina fue el país que más turistas trajo al país. De los 5.640 mil turistas que visitaron Chile en 2016, 3.016 mil personas procedían de Argentina.

El grueso de turistas extranjeros que recibió Chile en 2016 provenían de Canadá, Estados Unidos, México, Colombia, Brasil, Perú, Bolivia, Argentina, Inglaterra, España, Francia, Alemania y Australia.

³⁸ Turismo en Chile 2016, principales indicadores- SERNATUR

Gráfico 19: Razón de la visita de los turistas que viajaron durante el 2017



Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos de SERNATUR- Turismo en Chile 2016, principales indicadores

El turismo interno de Chile registró un total de 8.903.074 personas viajeras en 2016³⁹. El 59% de las personas realizaron viajes largos, con una estancia superior a 4 noches. El 24%

TENDENCIAS DEL TURISMO

Nivel Internacional

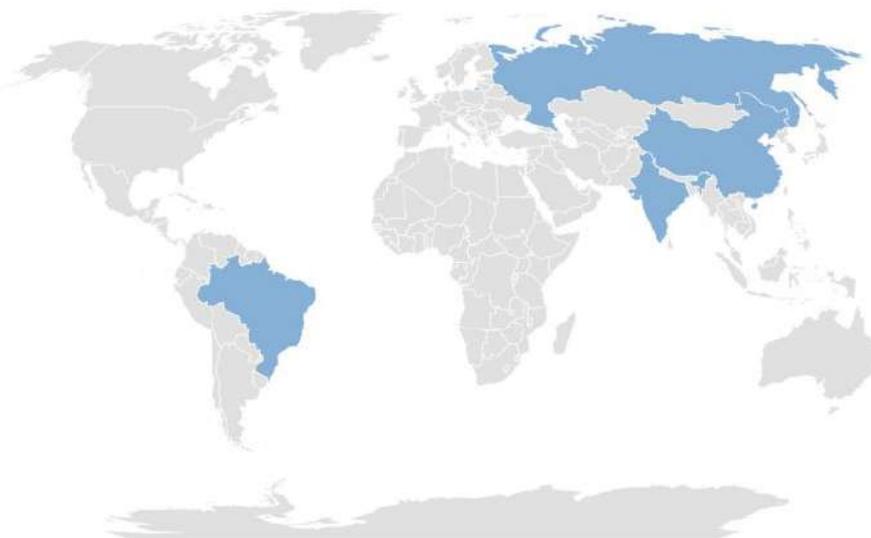
El **turismo** es un sector de crecimiento rápido y en alza, con un peso significativo dentro de la economía a toda escala.

El turismo está considerado como un motor para el progreso económico, ya que fomenta la creación de empleo, la creación de empresas y la creación de nuevas infraestructuras.

Con el crecimiento de las economías emergentes, se han desarrollado nuevos mercados en el sector turismo e incremento de visitas a los destinos turísticos. Ejemplo de ello son Brasil, China, India y Rusia.

³⁹ SERNATUR

Gráfico 20: Mapa sobre los nuevos mercados turísticos



Fuente: Elaboración de Infyde con los datos del Plan Acción Regional del Sector Turismo 2014-2018

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo ha ido evolucionando hacia un fenómeno global, convirtiéndose en una de las actividades económicas y sociales más importantes de la economía mundial.

En esta línea, se prevé un crecimiento sostenido para la actividad turística en los próximos años.

En 2017, la Organización Mundial de Turismo (OMT) realizó un estudio a nivel mundial sobre el sector turístico.

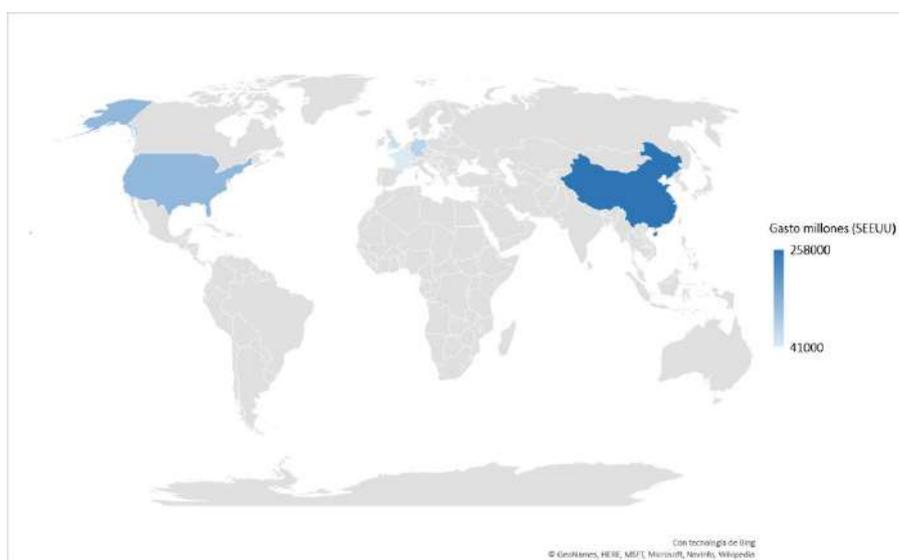
Así, el turismo representó el 10% del Producto Interior Bruto (PIB) mundial, ascendiendo a un volumen de 1,4 billones (US\$) en exportaciones, lo que representa el 7% de las exportaciones mundiales.

China fue el país con mayor gasto en turismo en 2017, con 258.000 millones de dólares estadounidenses (US\$).

Estados Unidos, fue el segundo país con mayor gasto en turismo, con 135.000 millones de US\$.

Alemania, Reino Unido y Francia fueron países donde el **gasto en turismo** fue alto, siendo 84.000, 63.000 y 41.000 millones de US\$ respectivamente.

Gráfico 21: Ranking de los países que más gastaron en turismo en 2017



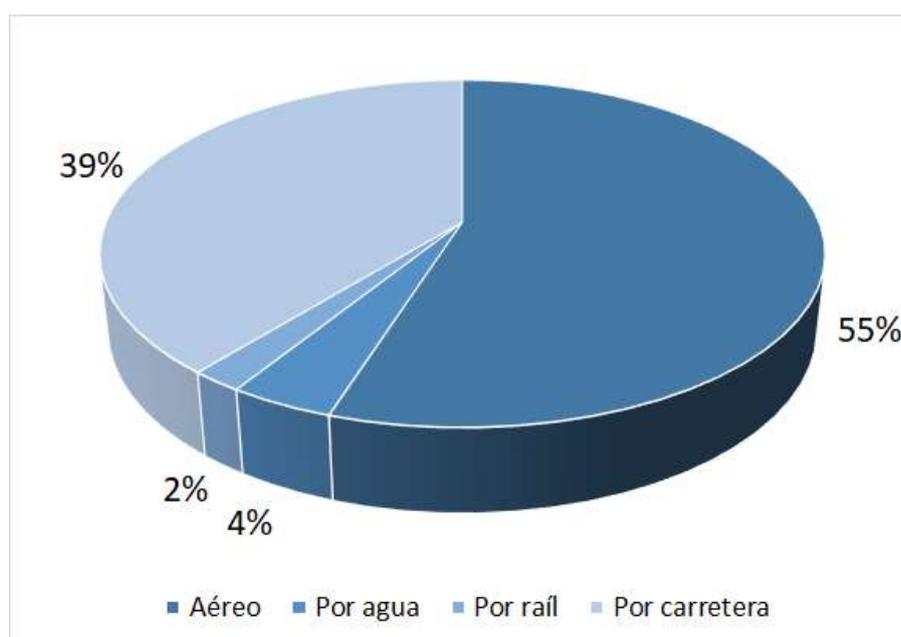
Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos de *Aprende de turismo - Estadísticas de la Organización Mundial del Turismo, 2018*

El **medio de transporte** más utilizado para realizar los viajes en 2017 fue el transporte aéreo. El 55% de los viajes se realizaron mediante este medio.

Otra alternativa mayormente utilizada es el transporte por carretera, siendo un 39% de las preferencias.

El transporte marítimo y por ferrocarril tuvieron poco peso, representando el 4% y 2% respectivamente.

Gráfico 22: Medios de transporte utilizados en 2017



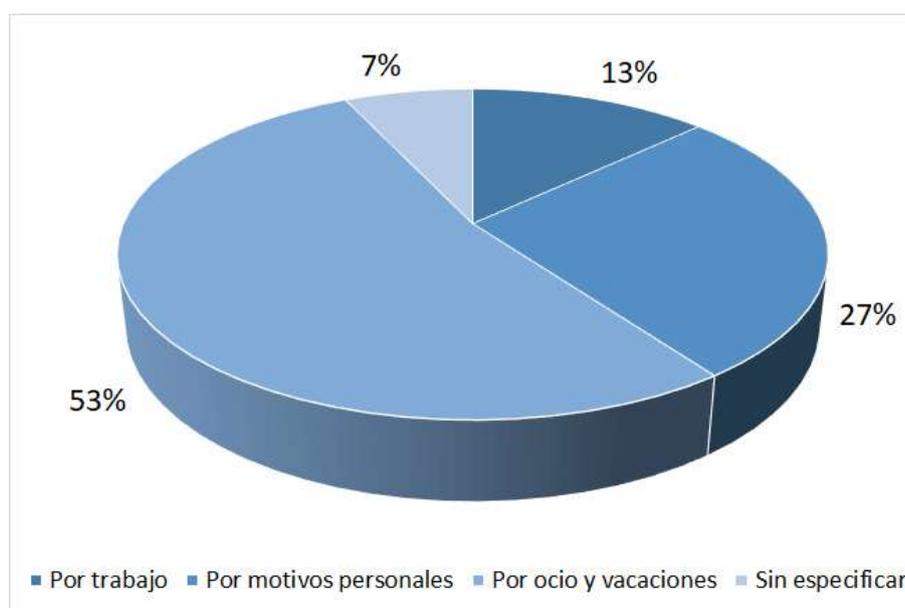
Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos de *Aprende de turismo - Estadísticas de la Organización Mundial del Turismo, 2018*

El 13% de los turistas que viajaron en 2017, lo hicieron por motivos de trabajo.

El 27% de las personas, viajaron por motivos personales, que generalmente estaba ligado a la visita de familiares o amigos.

El 53% de los turistas viajaron a otro lugar por motivos vacacionales.

Gráfico 23: Razón de la visita de los turistas que viajaron durante el 2017



Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos de *Aprende de turismo- Estadísticas de la Organización Mundial del Turismo, 2018*

PASO 1.2/ DESCARTE DE SITUACIONES PROBLEMÁTICAS

El **objetivo** ha consistido en identificar y seleccionar las brechas entre la oferta y de la demanda de servicios turísticos en la Región del Maule, atendiendo a la prioridad e importancia que los representantes políticos y los agentes tanto institucionales como empresariales de la región los que han destacado para cada una de las citadas brechas. Para conseguirlo, se han realizado dos encuestas dirigidas:

1. Una encuesta a representantes políticos.
2. Una encuesta a agentes institucionales y empresariales.

Los resultados de estas encuestas se presentan a continuación. **Al final del capítulo se presentan las conclusiones del descarte de situaciones problemáticas.**

IDENTIFICACIÓN DE BRECHAS DE OFERTA Y DEMANDA DEL SECTOR TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE

Encuesta a representantes políticos

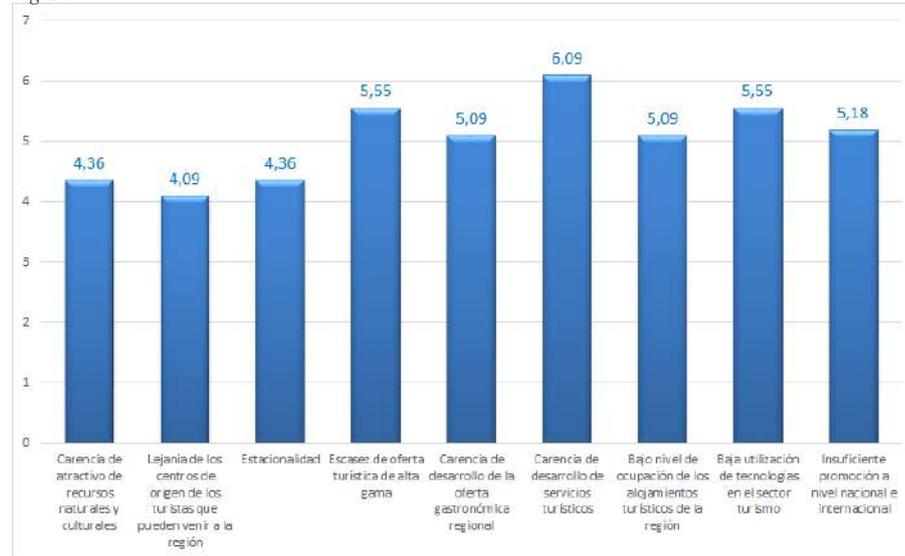
El **objeto** de la encuesta a representantes políticos de la Región del Maule ha sido identificar sus valoraciones sobre las brechas que inciden en el desarrollo competitivo del sector turístico regional.

15 representantes políticos han respondido a la encuesta.

Los representantes políticos participantes consideran que **la mayor brecha que incide en el turismo regional es la “carencia de desarrollo de servicios turísticos”** con una valoración alta de 6,09 sobre 7.

También consideran que existe una brecha importante de “escasez de oferta turística de alta gama” con 5,55 puntos y de “baja utilización de tecnologías en el sector turismo” también con 5,55 puntos. Por el contrario, consideran que **la “lejanía de los centros de origen de los turistas que pueden venir a la región” no es una brecha que impide el desarrollo del turismo regional**, ya que ha alcanzado la puntuación más baja con tan solo 4,09 puntos sobre 7.

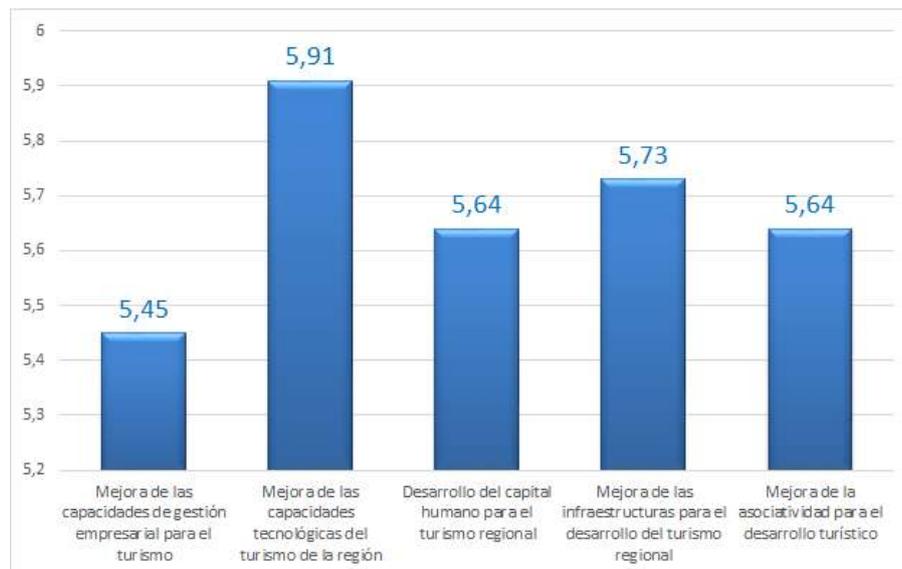
Gráfico 24: Brechas que afronta el turismo del Maule según representantes políticos de la región



Fuente: Encuesta a representantes políticos de la Región del Maule

Los representantes políticos participantes consideran que se debe priorizar la **mejora de las capacidades empresariales y sociales para el uso y aplicación de tecnológicas para el turismo** en la región.

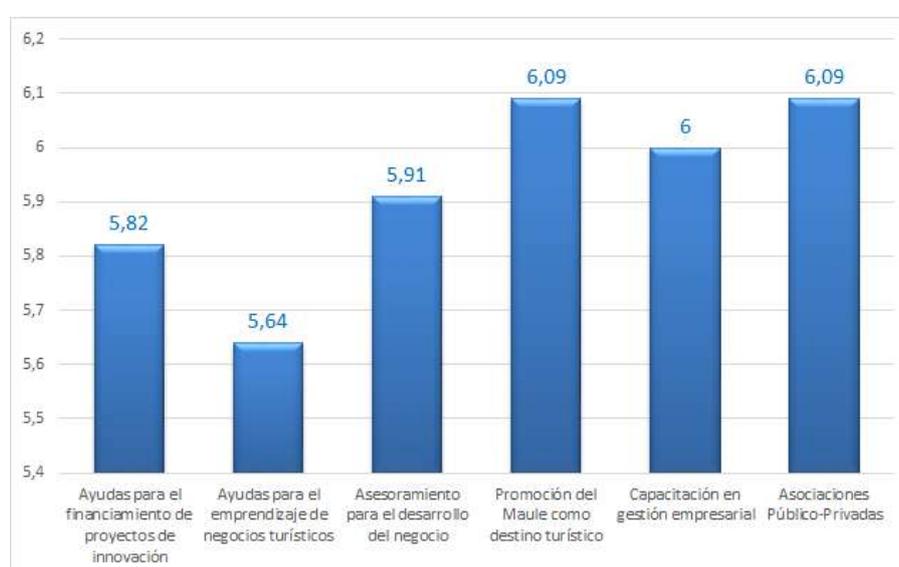
Gráfico 25: Demandas empresariales y sociales a abordar para desarrollar el turismo del Maule según representantes políticos de la región



Fuente: Encuesta a representantes políticos de la Región del Maule

Por su parte, consideran como altamente prioritario (valoraciones de 6,09 puntos sobre 7) la **“promoción del Maule como destino turístico”** y el **apoyo a “asociaciones público-privadas”** como forma de mejorar la **gestión empresarial** para el turismo en la región.

Gráfico 26: Apoyo que el sector público debe dar para mejorar la gestión empresarial del turismo del Maule según representantes políticos de la región

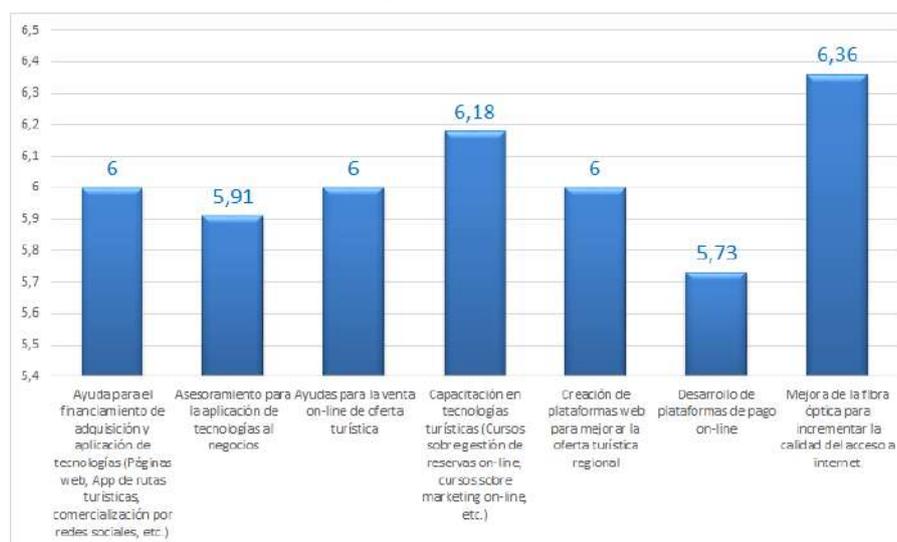


Fuente: Encuesta a representantes políticos de la Región del Maule

Se destaca la **alta prioridad que se otorga (6,36 puntos)** a la **“mejora de la fibra óptica para incrementar la calidad del acceso a internet”** como actuación clave a implementar para apoyar el desarrollo tecnológico del turismo regional.

También se otorga una **muy alta prioridad (6,18 puntos)** a la **“capacitación en tecnologías turísticas (cursos sobre gestión de reservas on-line, cursos sobre marketing on-line, etc.)”** como forma de mejorar el desempeño tecnológico de las empresas turísticas de la región.

Gráfico 27: Apoyo que el sector público debe dar a las tecnologías para el turismo del Maule según representantes políticos de la región



Fuente: Encuesta a representantes políticos de la Región del Maule

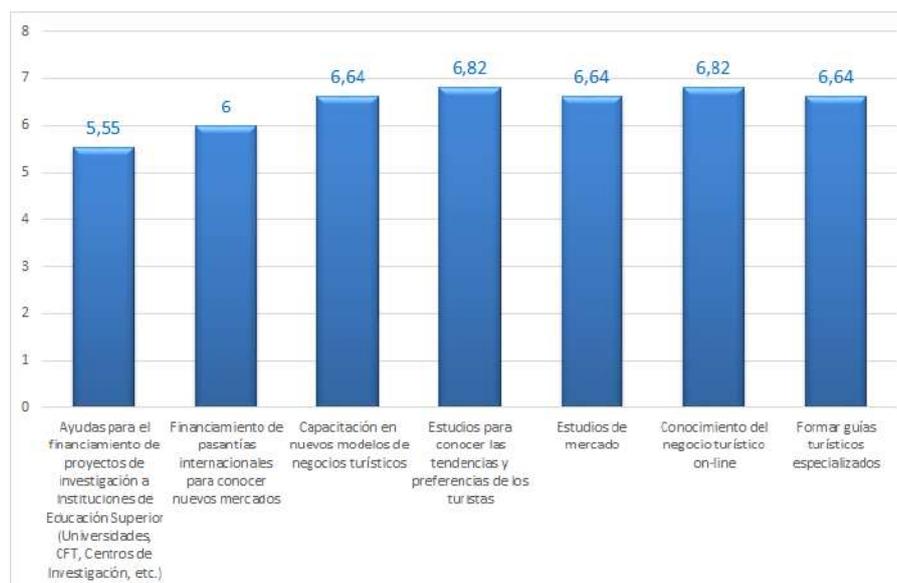
Destaca la gran cantidad de acciones de apoyo del sector público que los representantes políticos participantes en la encuesta declaran que se deben emprender en el ámbito de la transferencia de conocimiento al sector turístico.

Así, destaca con 6,82 puntos la **prioridad de realizar “estudios para conocer las tendencias y preferencias de los turistas” junto con “conocimiento del negocio turístico on-line”.**

También se otorga una muy alta prioridad, con 6,64 puntos a “capacitación en nuevos modelos de negocios turísticos”, “estudios de mercado” y “formación de guías turísticos especializados”.

Así, como se observa, **se otorga una alta importancia a la captación de conocimiento (tendencias, estudios, análisis de mercados, etc.) y la transferencia de ese conocimiento e información al capital humano del sector, mediante capacitación y especialización.**

Gráfico 28: Apoyo que el sector público debe dar para transferir conocimiento al turismo del Maule según representantes políticos de la región

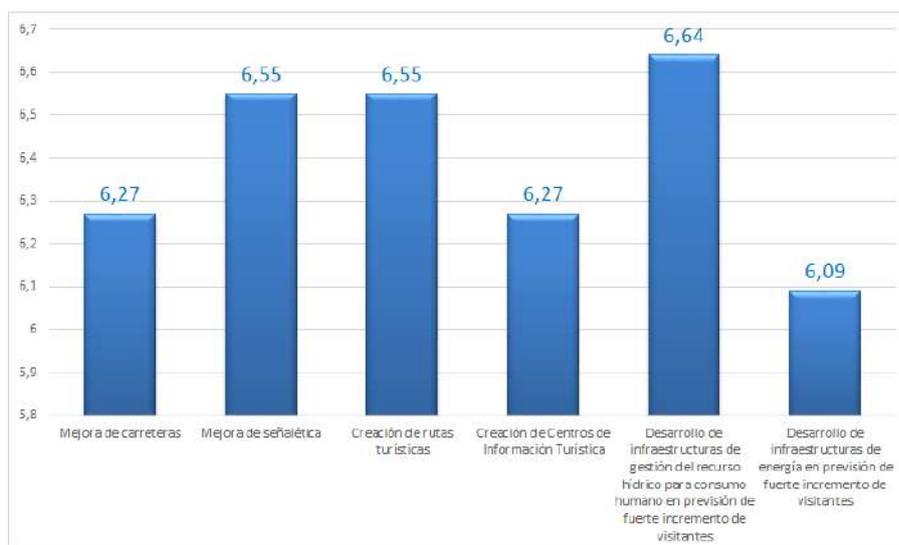


Fuente: Encuesta a representantes políticos de la Región del Maule

En materia de infraestructuras, también se otorga una **muy alta prioridad (6,64 puntos)** al “**desarrollo de infraestructuras de gestión del recurso hídrico para consumo humano en previsión de fuerte incremento de visitantes**”.

Adicionalmente, se considera de muy alta prioridad (6,55 puntos) la “**mejora de la señalética**” y la “**creación de rutas turísticas**”.

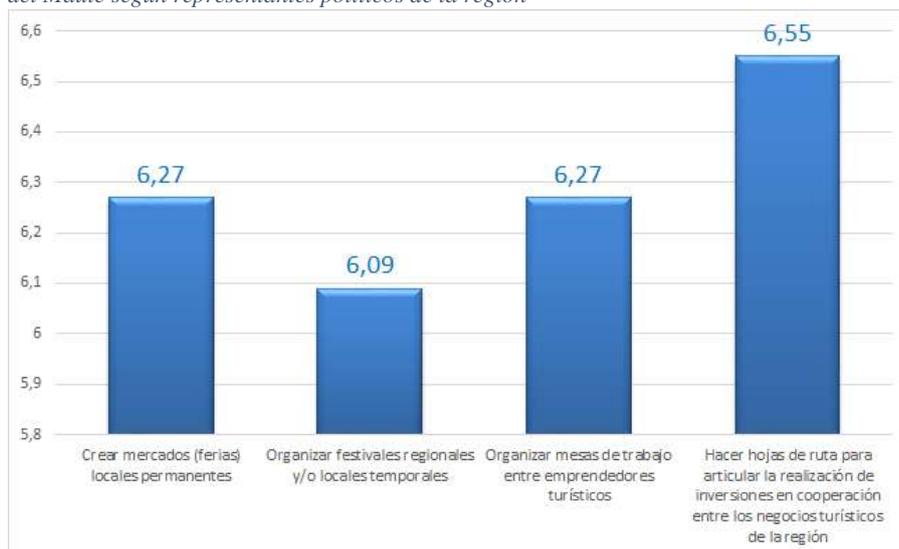
Gráfico 29: Apoyo que el sector público debe dar a infraestructuras para el turismo del Maule según representantes políticos de la región



Fuente: Encuesta a representantes políticos de la Región del Maule

En materia de asociatividad se da prioridad a elaborar “hojas de ruta para articular la realización de inversiones en cooperación entre los negocios turísticos de la región”.

Gráfico 30: Apoyo que el sector público debe dar para impulsar la asociatividad en el turismo del Maule según representantes políticos de la región



Fuente: Encuesta a representantes políticos de la Región del Maule

IDENTIFICACIÓN DE BRECHAS DE OFERTA Y DEMANDA DEL SECTOR TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE

Encuesta a agentes institucionales y representantes empresariales

El **objetivo** de la encuesta a agentes institucionales y empresariales de la Región del Maule ha sido identificar sus valoraciones sobre las brechas que inciden en el desarrollo competitivo del sector turístico regional, así como las demandas al sector público para abordar las brechas consideradas de alta prioridad.

147 agentes han respondido a la encuesta. De entre ello, se han recopilado valoraciones de agentes especializados en los **4 tipos de turismo** considerados por la Estrategia Regional de Innovación (ERI) como estratégicos para la región.

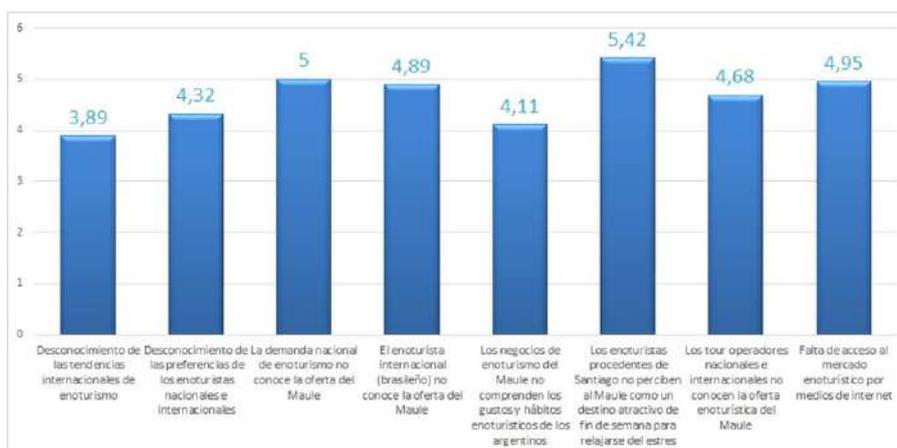
El número de participantes que han respondido a la encuesta en cada una de las especialidades son los siguientes:

- **19 respuestas** de especializados en “**Enoturismo**”.
- **17 respuestas** de especializados en “**Turismo de naturaleza**”.
- **7 respuestas** de especializados en “**Turismo de aventura**”.
- **1 respuesta** de especializados en “**Turismo patrimonial**”.

Como se observa, **19 encuestados han declarado estar especializados en enoturismo**, que consideran que la **principal brecha de demanda que tiene el sector es que “los enoturistas procedentes de Santiago no perciben al Maule como un destino atractivo de fin de semana para relajarse del estrés”**.

También se otorga una importancia medio alta a “falta de acceso al mercado enoturístico por medios de internet” y a “el enoturista internacional (brasileño) no conoce la oferta del Maule”.

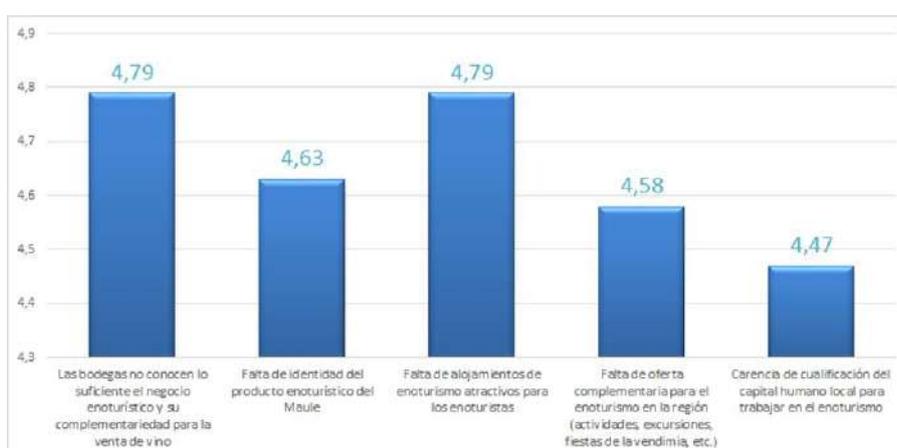
Gráfico 31: Brechas de “demanda” del enoturismo según agentes institucionales y empresariales del Maule



Fuente: Encuesta a agentes institucionales y empresariales de la Región del Maule

Estos **especialistas en enoturismo otorgan valoraciones relativamente bajas a las brechas de oferta del sector en la región**, en este sentido destacan que no existe una brecha importante de “carencia de cualificación del capital humano local para trabajar en el enoturismo” (4,47 puntos sobre 7).

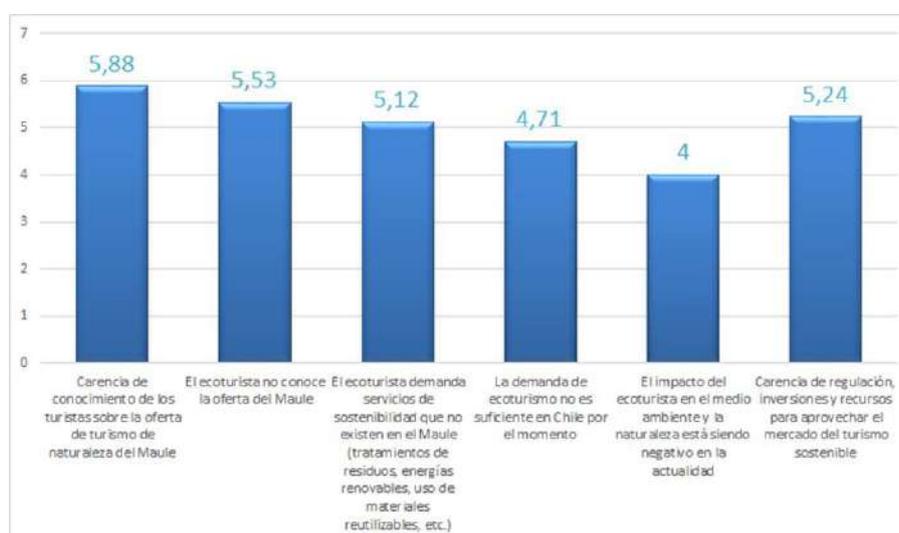
Gráfico 32: Brechas de “oferta” del enoturismo según agentes institucionales y empresariales del Maule



Fuente: Encuesta a agentes institucionales y empresariales de la Región del Maule

Por su parte, **17 encuestados han declarado estar especializados en turismo de naturaleza**, que consideran que la brecha de demanda a la que otorgan mayor importancia es la “Carencia de conocimiento de los turistas sobre la oferta de turismo de naturaleza del Maule”.

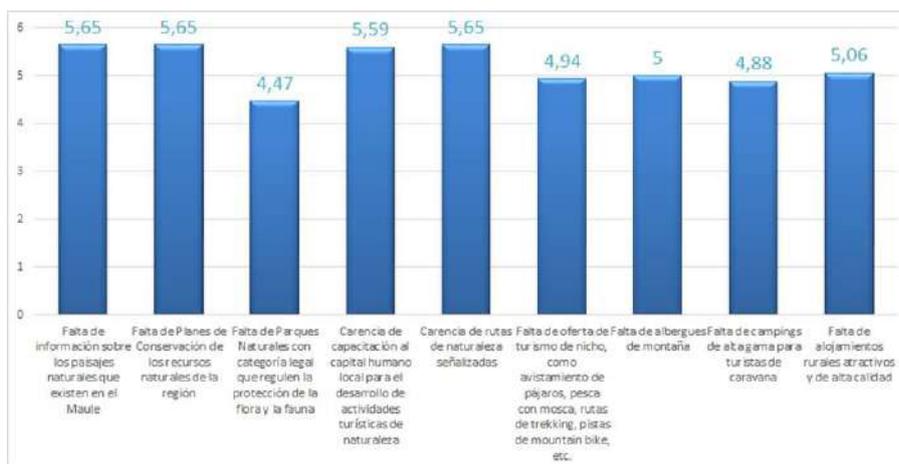
Gráfico 33: Brechas de “demanda” del turismo de naturaleza según agentes institucionales y empresariales del Maule



Fuente: Encuesta a agentes institucionales y empresariales de la Región del Maule

Por su parte, estos especialistas identifican tres brechas de oferta a las que otorgan una mayor importancia, como son “falta de información sobre los paisajes naturales que existen en el Maule”, junto con “falta de Planes de Conservación de los recursos naturales de la región” y “carencia de rutas de naturaleza señalizadas”.

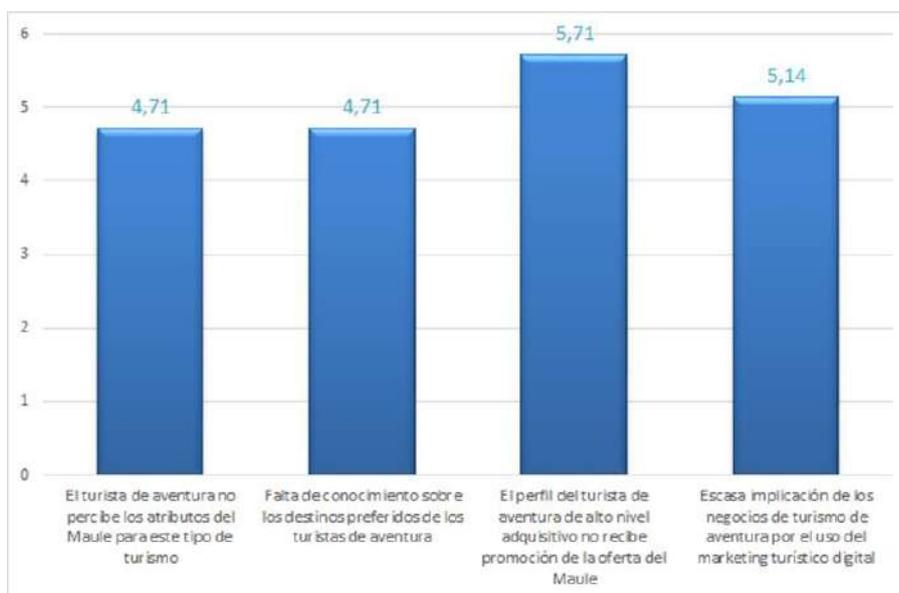
Gráfico 34: Brechas de “oferta” del turismo de naturaleza según agentes institucionales y empresariales del Maule



Fuente: Encuesta a agentes institucionales y empresariales de la Región del Maule

Por su parte, **7 encuestados han declarado estar especializados en turismo de aventura**, que consideran de alta importancia la brecha de demanda de que “el perfil del turista de aventura de alto nivel adquisitivo no recibe promoción de la oferta del Maule”.

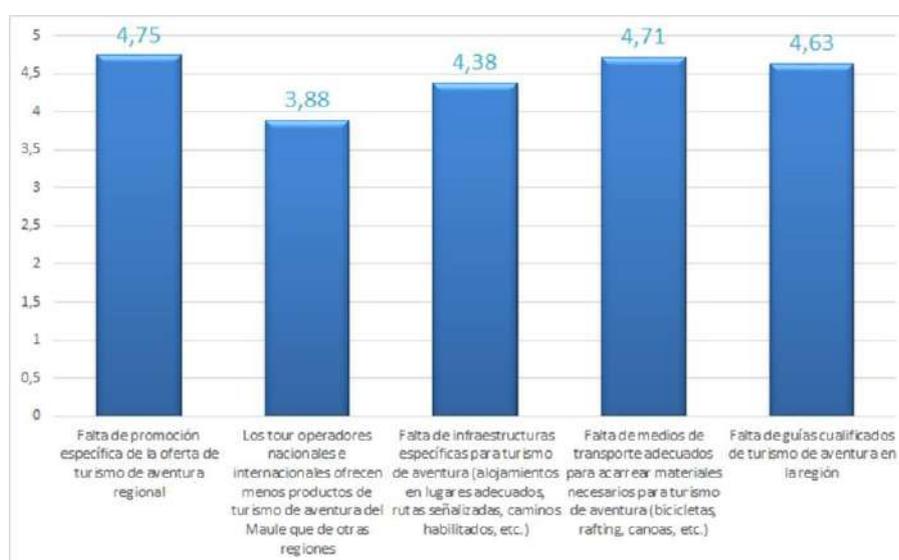
Gráfico 35: Brechas de “demanda” del turismo de aventura según agentes institucionales y empresariales del Maule



Fuente: Encuesta a agentes institucionales y empresariales de la Región del Maule

Por el contrario, no otorgan una alta importancia a las brechas de oferta del turismo de aventura regional, aunque destacan con una importancia media la “Falta de promoción específica de la oferta de turismo de aventura regional”.

Gráfico 36: Brechas de “oferta” del turismo de aventura según agentes institucionales y empresariales del Maule



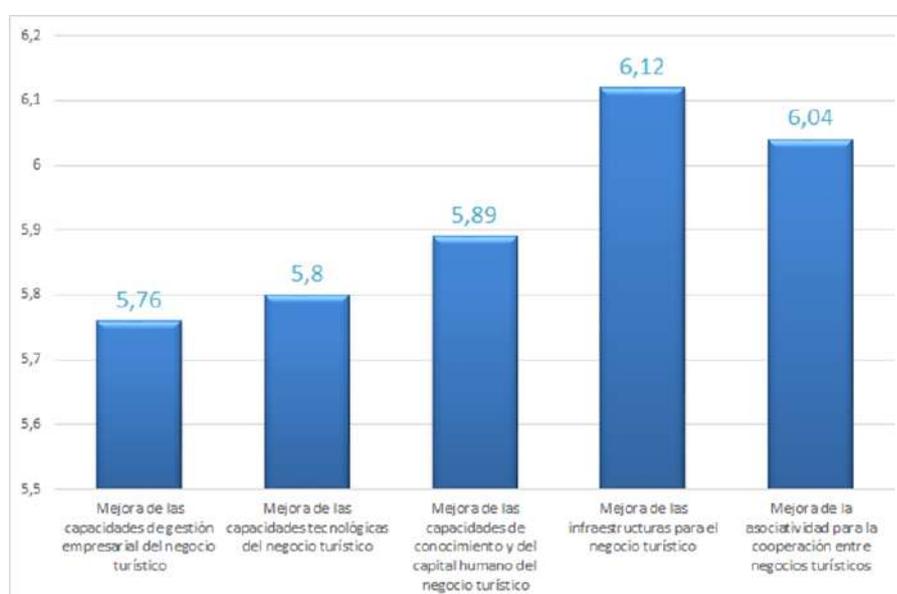
Fuente: Encuesta a agentes institucionales y empresariales de la Región del Maule

Finalmente, **1 encuestado ha declarado estar especializado en turismo patrimonial**. Esto indica que de los 147 encuestados que han respondido a la encuesta solamente uno se considera especializado en turismo patrimonial.

Ello indica una tendencia hacia que los agentes empresariales de la región no se identifican con este tipo de turismo, y por ello se observa que es un sector que no se encuentra identificado en la región como un tipo de turismo claramente caracterizado o con potencial de desarrollo de un número alto de proyectos empresariales.

En cuanto a las **demandas al sector público destacadas por el conjunto de entrevistados**, destaca la **alta importancia que los agentes otorgan a la “Mejora de las infraestructuras para el negocio turístico”** con 6,12 puntos sobre 7.

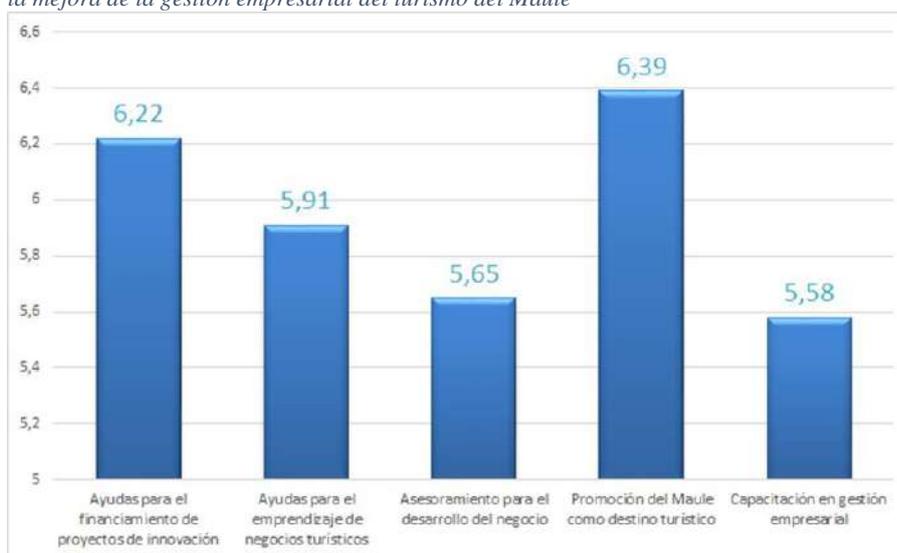
Gráfico 37: Demandas al sector público de los agentes institucionales y empresariales para el desarrollo del turismo del Maule



Fuente: Encuesta a agentes institucionales y empresariales de la Región del Maule

Destaca la **importancia que se otorga a la “promoción del Maule como destino turístico”** con 6,39 puntos sobre 7 y **“ayudas para el financiamiento de proyectos de innovación”** con 6,22 puntos sobre 7

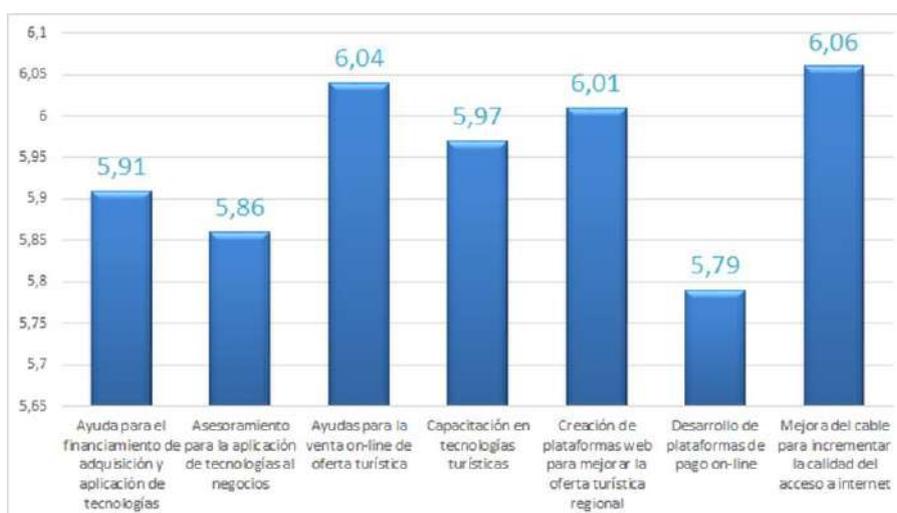
Gráfico 38: Demandas al sector público de los agentes institucionales y empresariales para la mejora de la gestión empresarial del turismo del Maule



Fuente: Encuesta a agentes institucionales y empresariales de la Región del Maule

Las **mejoras tecnológicas** consideradas más prioritarias son la “Mejora del cable para incrementar la calidad del acceso a internet” (6,06) y “Ayudas para la venta on-line de oferta turística”.

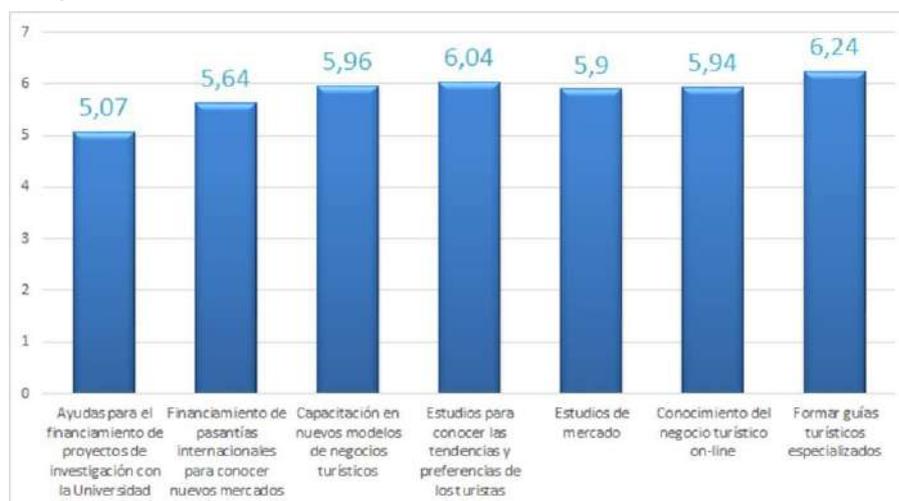
Gráfico 39: Demandas al sector público de los agentes institucionales y empresariales para la mejora tecnológica del turismo del Maule



Fuente: Encuesta a agentes institucionales y empresariales de la Región del Maule

En el **ámbito del conocimiento** se otorga alta prioridad a la demanda de “Formar guías turísticos especializados” con 6,24 puntos y “Estudios para conocer las tendencias y preferencias de los turistas”.

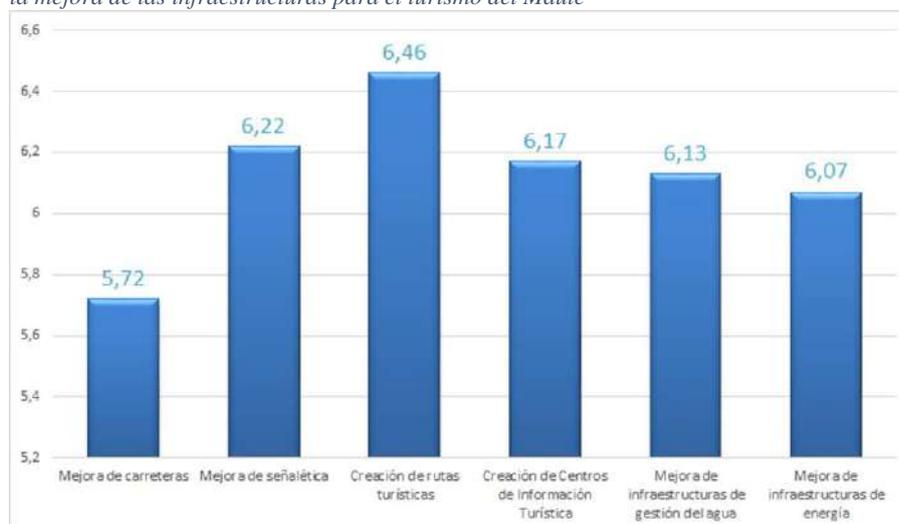
Gráfico 40: Demandas al sector público de los agentes institucionales y empresariales para la mejora del conocimiento en el turismo del Maule



Fuente: Encuesta a agentes institucionales y empresariales de la Región del Maule

Las **infraestructuras** consideradas de alta prioridad son “**creación de rutas turísticas**”, “**mejora de señalética**”, “**creación de Centros de Información Turística**” y “**mejora de infraestructuras de gestión del agua**”.

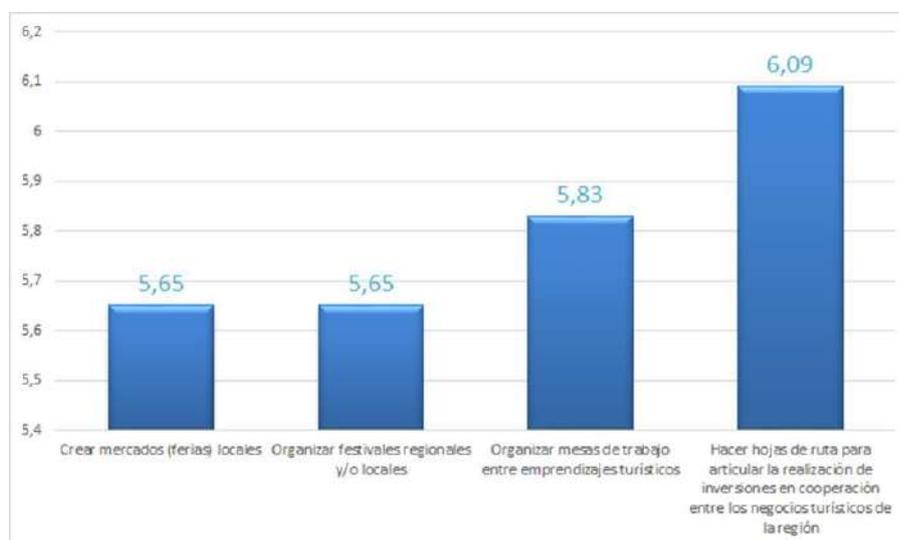
Gráfico 41: Demandas al sector público de los agentes institucionales y empresariales para la mejora de las infraestructuras para el turismo del Maule



Fuente: Encuesta a agentes institucionales y empresariales de la Región del Maule

Finalmente, el diseño de **“Hojas de ruta para articular la realización de inversiones en cooperación entre los negocios turísticos de la región”** es considerada de alta prioridad para promover la **asociatividad** en el turismo de la región.

Gráfico 42: Demandas al sector público de los agentes institucionales y empresariales para la mejora de la asociatividad en el turismo del Maule

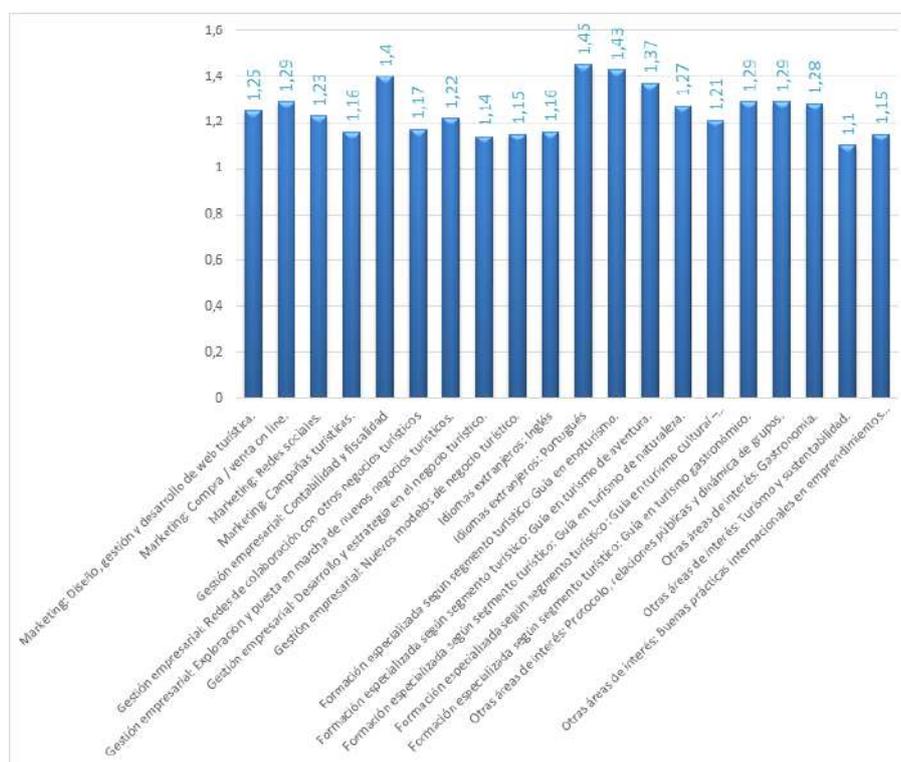


Fuente: Encuesta a agentes institucionales y empresariales de la Región del Maule

Las **necesidades de cualificación más prioritarias demandadas por los encuestados participantes son “idioma portugués” junto con “formación especializada y en especial en guías de enoturismo y en guías de aventura”, entre otros.**

También se considera de alta prioridad la capacitación en “gestión empresarial”

Gráfico 43: Demandas de capacitación para el sector turismo de los agentes institucionales y empresariales del Maule



Fuente: Encuesta a agentes institucionales y empresariales de la Región del Maule

*DESCARTE DE SITUACIONES PROBLEMÁTICAS**Conclusiones*

**DESCARTE DE SITUACIONES PROBLEMÁTICAS
BRECHAS Y DEMANDAS
PRIORIZADOS POR LOS AGENTES REGIONALES**

Los agentes políticos, institucionales y empresariales de la región han **priorizado las siguientes situaciones problemáticas**, descartando todas las alternativas que se les han planteado:

- Carencia de desarrollo de servicios turísticos.
- Necesidad de mejorar las capacidades empresariales y sociales para el uso y aplicación de tecnológicas para el turismo.
- Necesidad de promocionar el Maule como destino turístico.
- Necesidad de apoyar a "asociaciones público-privadas" como forma de mejorar la gestión empresarial.
- Necesidad de mejorar la fibra óptica para incrementar la calidad del acceso a internet.
- Necesidad de ayudas para:
 - el financiamiento de proyectos de innovación.
 - la venta on-line de oferta turística.
- Necesidad de capacitar en tecnologías turísticas (cursos sobre gestión de reservas on-line, cursos sobre marketing on-line, etc.), en nuevos modelos de negocios turísticos, y formación de guías turísticos especializados.
- Necesidad de realizar "estudios para conocer las tendencias y preferencias de los turistas".
- Carencia de "conocimiento del negocio turístico on-line".
- Necesidad de desarrollo de infraestructuras de gestión del recurso hídrico para consumo humano en previsión de fuerte incremento de visitantes.
- Necesidad de mejora de la señalética y la creación de rutas turísticas.
- Necesidad de creación de Centros de Información Turística.

PASO 1.3/ SELECCIÓN Y PRIORIZACIÓN DE LAS SITUACIONES PROBLEMÁTICAS

El **objetivo** consiste en identificar y seleccionar las problemáticas del sector turismo que son consideradas prioritarias por parte de los agentes institucionales y empresariales de la región.

Para conseguirlo, se han realizado **entrevistas en profundidad** dirigidas a recopilar información sobre la valoración de las brechas consideradas prioritarias por parte de los agentes, y a conocer las demandas al sector público para el abordaje de los problemas del sector. **Al final del capítulo se presentan las conclusiones de la selección y priorización de situaciones problemáticas.**

IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA DEL SECTOR TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE

Valoración y diagnóstico de los agentes institucionales y empresariales

¿Cuáles son las brechas prioritarias que afronta el turismo del Maule?

Las **brechas** consideradas como prioritarias son que, si bien la Región del Maule dispone de una gran cantidad de capacidades para desarrollarse como destino turístico, como costa, valles y cordillera, le falta todavía mucho por **avanzar en desarrollo de la identidad.**

Los agentes consideran que la mejora de la identidad debe ser la base para desde ahí poder **incrementar los estándares de calidad** de los servicios turísticos regionales.

En este sentido los agentes entrevistados tienden a destacar que resulta prioritario desarrollar bien los atractivos turísticos y **tener un relato** de tal forma que cada territorio dentro de la región sea identificado con un relato.

Adicionalmente, los agentes tienden a considerar que **falta mucho marketing** para que los visitantes potenciales conozcan a la Región del

Maule y sus atractivos. Los agentes consideran prioritario hacer difusión para posicionarse a nivel nacional e internacional.

Cabe destacar que los agentes tienden a considerar que los visitantes que vienen a la región son **viajeros de paso o que tiene una estancia muy corta en la región**, ya que no encuentran medios para contratar servicios y actividades de ocio que les lleven a quedarse durante más días: *“La gente pasa por la región pero no paran”*⁴⁰.

Los agentes tienden a aspirar a que se desarrolle una oferta en la región que resulte atractiva para que los visitantes se queden al menos 2 o 3 días.

Los agentes tienden a considerar que la oferta de **la región está “al debe” en tema de servicios** para ofrecer excursiones y servicios atractivos para el visitante. Tampoco se percibe que exista una conversación entre los agentes de oferta turística que facilite la cooperación para mejorar los servicios: *“No hay como hacer una reserva en la cordillera”*⁴¹.

Los agentes consideran que, si las empresas y operadores turísticos no son capaces de ofrecer respuestas a las preguntas y solicitudes de información y oferta de los visitantes potenciales, entonces los servicios no serán eficientes.

Como ejemplo, los agentes tienden a considerar que las empresas y operadores del sector han de **desarrollar modelos de negocio coherentes con el desarrollo de la actividad turística**, como son la apertura en fines de semana, la mejora de la calidad de la atención al público, y la proactividad para ofrecer nuevos servicios adicionales y complementarios una vez que el turista se encuentra en el territorio disfrutando de una diversidad de experiencias de ocio, entretenimiento, alojamiento, gastronomía, y relajación, entre otras.

En este sentido, se tiende a percibir como una brecha muy prioritaria la **carencia de capital humano con una mentalidad orientada para el desarrollo de la actividad turística**.

Falta una profesionalización del capital humano en torno al turismo. Se percibe falta educación al empresario turístico para hacer mejor calidad no

⁴⁰ Idea literal expresada por un entrevistado del sector empresarial

⁴¹ Idea literal expresada por un entrevistado del sector empresarial

necesariamente gastando más, y se percibe falta de cualificación de los profesionales para la prestación de servicios (atención al público, idiomas, y empatía y simpatía hacia el turista, entre otros).

Se percibe como una oportunidad que las Universidades creen un Centro de Formación para la profesionalización del capital humano regional para el turismo. Desplegar una oferta formativa dirigida a transferir conocimiento para que el capital humano regional sepa interpretar las claves del negocio turístico.

También se percibe la **falta de lugares donde** el turista pueda **acceder a la información** sobre la oferta turística. Se percibe carencia de un polo de servicios que conecte con el visitante para que le lleve a los lugares de interés turístico.

También se percibe carencia de **conexión digital** para poder responder a las demandas de los visitantes potenciales y para que los negocios puedan desarrollar su actividad de venta de servicios turísticos por internet (comprometer reservas y cobrar servicios por medios on-line).

La conexión digital es considerada clave para poder hacer turismo. Los agentes son conscientes de que existen presupuestos aprobados para desplegar la fibra óptica, pero sin embargo perciben que los plazos para que esta fibra óptica llegue a toda la región va a ser un largo plazo.

Los agentes tienden a considerar que una alternativa provisional mientras se completa el despliegue de la fibra óptica podría ser la de poner antenas repetidoras de telecomunicaciones en la precordillera para mejorar la señal de internet a las zonas en las que se desarrolla la actividad turística.

Los agentes tienden a considerar prioritario el desarrollo de infraestructuras como **señalética y caminos**. También se considera de interés el desarrollo de **miradores** para crear espacios que muestren los paisajes de la región (atardeceres, cumbres montañosas, lagos, etc.).

Una brecha adicional percibida por los agentes es que resulta necesario **involucrar al sector público** para que este más comprometido con el desarrollo de la Región del Maule, y eso requiere más dinero para hacer un trabajo continuo para llegar a un buen objetivo.

En este sentido los agentes destacan que el sector público ha de dar una **continuidad a las políticas de promoción y desarrollo del turismo** para que sea considerado como un eje importante de desarrollo socio económico de la región. Para ello proponen que se intensifiquen los esfuerzos y las capacidades que permitan la implementación de las políticas de turismo que se diseñan, que estas políticas y estrategias de turismo sean de largo plazo y no dependan de los cambios de Gobierno en cada legislatura, y que el Gobierno Central aporte más recursos de financiamiento para el desarrollo del sector turismo regional.

En este sentido, los agentes tienden a percibir que el sector público tiene que impulsar procesos para implementar las políticas que se diseñan, acompañando dicha implementación de acciones de comunicación y de capacitación del capital humano regional.

Para ello, se percibe como clave la realización de un seguimiento de la implementación de las Estrategias: *“Hay que asignar responsables y sistemas de seguimiento. Hay que identificar los montos, las fuentes de financiamiento y los responsables. Hay que lograr esto”*⁴².

Un instrumento considerado como prioritario para impulsar esta continuidad en la implementación de las políticas y estrategias de turismo en la región es la **cooperación entre agentes institucionales públicos, y de estos con los agentes del sector privado**.

Los agentes tienden a considerar que **el turismo hay que trabajarlo en red**, es decir, que el turismo tiene que estar conectado entre los diferentes tipos de servicios y que no puede funcionar cada uno de los servicios públicos y privados por su cuenta.

También se destaca la necesidad de mejorar y extender la organización de **procesos participativos para el diseño de las políticas** por parte del Gobierno Regional, para que los agentes, las empresas y la sociedad participen en sus contenidos y de esta forma las políticas y estrategias dejen de ser un documento que termina en una balda y se transformen en instrumentos aceptados por todos que ayuden a orientar de manera efectiva la inversión pública y privada. El Gobierno Regional se encuentra recibiendo

⁴² Idea literal expresada por un entrevistado

en la actualidad nuevas competencias en materia de desarrollo económico, y es por ello que resulta de alto interés que se vayan incorporando nuevas competencias para el diseño, implementación, seguimiento y evaluación de políticas y estrategias públicas.

En materia de contenidos de las políticas y estrategias, los agentes tienden a considerar que resulta necesario que exista una **coherencia entre los objetivos y los proyectos a implementar**. En este sentido, se deben establecer objetivos que contribuyan al desarrollo de la región en el largo plazo y que en los que se identifiquen de manera realista los avances que se quieren conseguir para el desarrollo económico de la región y de su sector turístico. Así, los agentes indican que se deben evitar los objetivos “de actividad” (como por ejemplo crear una Mesa de Turismo) y priorizar objetivos “de impacto” (como por ejemplo construir miradores, cualificar al capital humano para el turismo en centros especializados o introducir la innovación y la diversificación en los servicios turísticos de la región, entre otros).

Las políticas y estrategias han de contener carteras de proyectos en los que resulta prioritario invertir, y que queden muy claramente definidos para poder hacer un seguimiento adecuado de su implementación.

En este sentido, resultaría de interés fortalecer el desarrollo de un Gabinete de Coordinación entre Gobierno Regional, Agencias Ejecutoras del Estado y Secretarías Regionales Ministeriales (SEREMI).

En el ámbito del sector público, se tiende a considerar prioritaria la involucración de las entidades municipales y locales en el desarrollo de las condiciones y capacidades para el desarrollo del turismo. Así, las municipalidades tienen la oportunidad de implantar mejoras en la recogida de basuras en los fines de semana, en la realización de áreas verdes, y en la instalación de servicios higiénicos para los turistas (duchas, baños, etc.), entre otros.

Otro ámbito de actuación que se tiende a considerar prioritario es que las municipalidades elaboren planes de actuación urbanística en las que se establezcan requerimientos y estándares para que la construcción contribuya a crear un estilo característico de la Región del Maule y de sus territorios locales.

En la medida en que el sector público nacional, regional y municipal desarrolle estas capacidades, se incrementará la rentabilidad de los incentivos para la realización de la actividad privada vinculada al turismo. En cualquier caso, se percibe que en la actualidad falta mucha inversión privada, tanto en alojamiento como en restauración y sobre todo tour operadores.

Por su parte, **en el ámbito del sector privado** se tiende a considerar de interés involucrar a las empresas del sector más avanzadas con presencia en la región, como existen en los subrubros del alojamiento, hoteles, y actividades de promoción turística.

Los agentes indican que **no hay una cadena de valor completa del sector turismo en la región**, ya que existe una gran carencia esencialmente en eslabones de servicios, como operadores para la articulación de oferta y contratación de reservas y rutas, servicios de transporte para el turismo, servicios de actividades deportivas y de entretenimiento, servicios de bienestar y salud, servicios de tecnologías de la información y la comunicación, y servicios de gastronomía saludable, entre otros.

Existen espacios muy atractivos en la región que en la actualidad se encuentran vacíos de oferta para el turismo, como por ejemplo desde La Mina hasta el paso fronterizo o desde la zona de actividades del Río Maule hasta el Ñuble, en los que no hay infraestructura vial ni servicios de seguridad, alojamiento y alimentación entre otros, y que tienen mucho potencial para el turismo. En la zona costera ocurre la misma situación. En este sentido, se percibe que la inversión privada se encuentra al debe en la oferta, por lo que puede ser de interés estimular la actividad empresarial en el sector para aprovechar las oportunidades existentes.

En este sentido, los agentes tienden a percibir falta inversión del Gobierno Regional para facilitar el acceso a los recursos turísticos.

¿Cuáles son las brechas para el emprendizaje de negocios turísticos en el Maule?

Los agentes perciben que existe un alto grado de informalidad en el sector en la región. Se observa que SERNATUR inspecciona a los emprendizajes que están registrados pero al resto no los inspecciona.

Se observa que el registro en SERNATUR es un primer paso clave para reducir la informalidad en el sector, lo que llevaría a incrementar la calidad de la oferta turística y de sus servicios, y a facilitar a las empresas turísticas el acceso a sellos de calidad que les permita utilizar como atributos de venta en los mercados nacional e internacional.

En el **mercado turístico internacional resulta de alto valor el contar con sellos de calidad que aporten seguridad y percepción de alta calidad a los viajeros** en el momento de realizar sus reservas y contratar servicios.

Adicionalmente, los agentes consideran que puede resultar de alto interés crear **plataformas de venta on-line** (por ejemplo, Plataforma del turismo rural del Maule en las que estén disponibles funciones de reserva y de pago on-line) en las que solo puedan integrarse los **emprendizajes y negocios turísticos que tengan sellos de calidad**.

¿Cuáles son las brechas tecnológicas a las que se enfrenta el sector turismo del Maule?

Los agentes tienden a considerar que resulta necesario **profesionalizar los servicios para el turismo**, ya que existen muchos servicios que no están conectados (no se pueden realizar reservas mediante tecnologías on-line) y el mundo está conectado. Es por ello que se destaca como clave impulsar la digitalización (por ejemplo, tener una página web ya que en general los emprendizajes y negocios turísticos están desconectados).

En este contexto, los agentes tienden a considerar que la región ha avanzado en temas de conectividad. Así, por una parte, la Universidad de Talca ha creado una carrera de video juegos y están capacitando a actores del turismo, mostrando con algunas de estas iniciativas que las Universidades están capacitadas para liderar el avance tecnológico.

Los agentes indican que existen motores de reservas disponibles, pero que hay que educar al empresario para que use la tecnología que está disponible.

¿Cuáles son las brechas de innovación que demanda el sector turismo del Maule?

Los agentes indican que la carencia de conectividad no contribuye a facilitar la innovación.

La innovación ha de enfocarse en aportar valor a los servicios y el territorio (ciudades, entornos rurales, etc.).

Se destaca la necesidad de capacitación en **innovación para el turismo**, como por ejemplo en gestión de reservas on-line u otros ámbitos de innovación para el desarrollo del turismo partiendo de la base que tiene ahora.

También se destaca que la innovación ha de aplicarse al desarrollo de la sostenibilidad, ya que en la actualidad el Maule tiene un turismo no respetuoso con el entorno (se percibe el abandono de basuras por ejemplo). La innovación ha de tener en cuenta la sostenibilidad.

Se percibe que hay segmentos de profesionales jóvenes que están emprendiendo con aplicaciones innovadoras y tecnológicas, pero no contribuye al impulso de la innovación en el sector turismo el hecho de que la cultura de la innovación en la región no se encuentra muy desarrollada. En este sentido como ejemplo se señala que se percibe todavía una lógica muy tradicionalista en la región: *“la región piensa que la riqueza pasa por la posesión de la tierra y ello no favorece el desarrollo de una cultura de la creación de valor mediante los servicios”*⁴³.

¿Cuáles son las brechas de capacitación del capital humano a las que se enfrenta el sector turismo del Maule?

Los agentes perciben una brecha importante en cuanto al uso de un segundo idioma. **Los gestores de empresas y los profesionales no saben hacer negocio con los servicios:** *“Nadie le enseñó como cobrar por el pan y por los servicios que se dan en el campo, no saben cobrar en dólares o en euros, no saben acomodarse al turista, estas son dificultades”*⁴⁴.

⁴³ Idea literal expresada por un entrevistado

⁴⁴ Idea literal expresada por un entrevistado

Se observa la necesidad de realizar capacitación en atención al turista.

También se considera de interés ofrecer capacitación sobre cómo establecer **redes de cooperación con agentes turísticos de otras regiones** (Patagonia, Isla de Pascua, Santiago, etc.) para el diseño y gestión de rutas turísticas conjuntas.

Se percibe de interés “Contratar puro coach para apoyar a la gente a pensar un poco más positivo. Gente para motivar”⁴⁵.

Existe oferta de capacitación, como la ofrecida por SENCE por ejemplo, que no está siendo utilizada por el capital humano regional, como cursos de cómo hacer una cama en alojamientos turísticos, cocineros, guías turísticos, etc. Se percibe que no se aprovecha la oferta de capacitación que existe.

Los agentes consideran de interés que lleguen a la región oferta de capacitación procedente de actores de fuera para que transfieran conocimiento para el desarrollo de la región. En este sentido, los agentes perciben que sería de alto interés hacer ver a los agentes institucionales y empresariales de la región experiencias exitosas y darles capacitación.

¿Cuáles son las brechas de mercado a las que se enfrenta el sector turismo del Maule?

La brecha más grande que los agentes tienden a percibir es la **tour operación**, como los vendedores de servicios turísticos locales, o las oficinas de venta de los servicios en el centro de las ciudades, entre otros.

Los agentes perciben que muchas empresas turísticas de la región quieren apuntar al mercado de los visitantes extranjeros, pero se percibe que no están preparados. Los agentes tienden a percibir que hay que mejorar los estándares de calidad. Se tiende a percibir que no se están desarrollando infraestructuras de calidad en la región por las que los extranjeros estén dispuestos a pagar.

Así, los agentes tienden a considerar que la Región del Maule tiene que posicionarse primero, comunicar que la región existe. No se tienen que inventar los atractivos porque ya están, sino que resulta necesario hacer el posicionamiento. Los agentes tienden a considerar que para promover un

⁴⁵ Idea literal expresada por un entrevistado

posicionamiento efectivo a nivel nacional e internacional antes resulta necesario identificar, caracterizar y estudiar a fondo los segmentos de mercado que se van a abordar.

En este sentido, se observa que la Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP) ha creado una marca dirigida a que haya una imagen potente del Maule. En este sentido se ha identificado un ejemplo de cooperación entre agentes institucionales, en el que SERNATUR y la CRDP plantean la oportunidad de implementar acciones de promoción de la marca de la región en los mercados objetivo.

Los agentes tienden a percibir que no hay que seguir trabajando sobre los atractivos turísticos, sino que hay que darles fuerza.

¿Qué segmentos de mercado tienen potencial interés para el desarrollo del turismo del Maule?

Los agentes destacan que **no está claro el segmento el que se está vendiendo**. Esto contribuye a que lo turistas se vayan con la percepción de que han pagado un precio alto por un servicio turístico de no muy alta calidad.

En este contexto, los agentes tienden a considerar que los **segmentos de potencial interés** para el desarrollo del turismo en el Maule son, al menos y entre otros, los siguientes:

- Profesionales de Santiago con necesidad de disfrutar de fines de semana de desestresamiento, de cuidado de la salud y el bienestar personal, de alimentación saludable, y de excursiones de exigencia media que les permita entrar en contacto con la naturaleza y el paisaje.
- El segmento medio, por ejemplo el del profesor que tiene un nivel adquisitivo medio, y existe una amplia cantidad de profesionales de este ámbito en Chile.
- Enoturistas nacionales procedentes de Santiago y de otras regiones vitivinícolas del entorno.
- Enoturistas brasileños.

- Turistas nacionales con interés en el concepto de Chile profundo y Ruta de la Independencia.
- Adultos jóvenes, millenials, que todavía no tienen hijos, y que tienen mascotas, que vienen por vino, naturaleza, gastronomía, naturaleza, cordillera o costa.
- Europeos con interés en turismo de naturaleza, esencialmente de conocer fauna y flora autóctona en la cordillera, como por ejemplo, avistamiento de pájaros (bird watching es una actividad de alto interés para los turistas de Reino Unido), excursiones de 4 o 5 en la cordillera que permitan hacer deporte moderado conociendo la fauna y flora local y que permitan regresar a horas prudenciales a lugares en los que disfrutar de la gastronomía saludable local y de exposiciones de arte moderno.
- Tercera edad nacional para turismo termal.
- Turismo internacional de surf.

Algunos soportes considerados de interés para comunicar con los segmentos de mercado de interés son, entre otros, el metro de Santiago que es una vitrina muy importante ya que Santiago puede ser el principal mercado objetivo a nivel nacional. También se considera de interés el mercado de Biobío (Concepción). Otros soportes considerados de interés son los medios escritos, la prensa digital, las redes sociales, y las asociaciones gremiales de turismo, entre otros.

Para el mercado internacional, son considerados de interés las Ferias, (en Brasil, Buenos Aires o Colombia, entre otras).

También se señala que es de potencial interés organizar viajes de prensa para visitar los lugares de interés en el Maule, traer prensa especializada en turismo para mostrarles el Maule.

¿Cuáles son las brechas de asociatividad a las que se enfrenta el sector turismo del Maule?

Los agentes tienden a considerar que la **asociatividad es un tema de mentalidad**. La pregunta es ¿Cómo se hace a esa gente cambiar la mentalidad?

El **coaching**⁴⁶ y el **mentoring**⁴⁷ se considera como una herramienta de interés para promover la asociatividad, ya que facilita que las personas se conozcan no solo en el medio profesional y como competidores, sino también en el ámbito personal y ello estimula el intercambio de ideas, proyectos y oportunidades de cooperación.

¿Cuáles son las ventajas comparativas para el desarrollo del turismo de la Región del Maule?

La Región del Maule es considerada el centro sur de Chile. Por ello, los agentes consideran que tiene ventajas comparativas de cara a los mercados de Santiago, siendo buena **opción para fines de semana en contacto con la naturaleza**.

La región también ofrece otros nichos de actividad como el **turismo vitivinícola** que puede aportar valor al mundo hotelero vinculado al vino.

En este sentido, se tiende a considerar que la **marca Región del Maule** puede ser un valor competitivo para levantar inversión, y esto puede diferenciarla de las regiones vecinas.

⁴⁶ Definición de coaching según la International Coach Federation: "El coaching profesional se fundamenta en una asociación con clientes en un proceso de acompañamiento reflexivo y creativo que les inspira a maximizar su potencial personal y profesional".

⁴⁷ Definición de mentoring según la Harvard Business Essentials: "Mentoring es el ofrecimiento de consejos, información o guía que hace una persona que tiene experiencia y habilidades en beneficio del desarrollo personal y profesional de otra persona"

SELECCIÓN Y PRIORIZACIÓN DE SITUACIONES PROBLEMÁTICAS

Conclusiones

SELECCIÓN Y PRIORIZACIÓN DE SITUACIONES PROBLEMÁTICAS
PRIORIZACIÓN DE LOS AGENTES REGIONALES

Los agentes políticos, institucionales y empresariales de la región han **seleccionado y priorizado las siguientes situaciones problemáticas**:

¿Cuáles son las brechas prioritarias que afronta el turismo del Maule?

- Avanzar en desarrollo de la identidad.
- Incrementar los estándares de calidad.
- Marketing para que los visitantes potenciales conozcan la Región.
- La oferta de la región está “al debe” en tema de servicios:
 - Los viajeros no encuentran medios para contratar servicios y actividades de ocio que les lleven a quedarse durante más días en la región.
 - No existe una conversación entre los agentes de oferta turística que facilite la cooperación para mejorar los servicios. Esto conlleva una carencia de eficiencia en la calidad de los servicios.
 - Falta de lugares donde el turista pueda acceder a la información sobre la oferta turística.
- El sector no desarrolla modelos de negocio coherentes con el desarrollo de la actividad turística:
 - No hay una cadena de valor completa del sector turismo en la región.
 - Necesidad de apertura en fines de semana, diversidad de experiencias, flexibilidad de horarios, etc.
- Carencia de capital humano con una mentalidad orientada para el desarrollo de la actividad turística:
 - Falta educación al empresario turístico para hacer mejor calidad no necesariamente gastando más.
 - Falta de cualificación de los profesionales para la prestación de servicios (atención al público, idiomas, y empatía y simpatía hacia el turista, entre otros).
- Carencia de conexión digital para poder responder a las demandas de los visitantes potenciales.
- Carencia de infraestructuras como señalética, miradores, etc.
- Carencia de continuidad a las políticas de promoción y desarrollo del turismo:
 - Cooperación entre agentes institucionales públicos, y de estos con los agentes del sector privado.
 - Trabajo en red para el desarrollo del turismo.
 - Procesos participativos para el diseño de las políticas de turismo.
 - Coherencia entre los objetivos y los proyectos a implementar.

¿Cuáles son las brechas para el emprendizaje de negocios turísticos en el Maule?

- Existe un alto grado de informalidad en el sector en la región.
- El registro en SERNATUR es un primer paso clave para reducir la informalidad en el sector.
- En el mercado turístico internacional resulta de alto valor el contar con sellos de calidad que aporten seguridad y percepción de alta calidad a los viajeros.
- Alto interés crear plataformas de venta on-line.

SELECCIÓN Y PRIORIZACIÓN DE SITUACIONES PROBLEMÁTICAS PRIORIZACIÓN DE LOS AGENTES REGIONALES

¿Cuáles son las brechas tecnológicas a las que se enfrenta el sector turismo del Maule?

- Resulta necesario profesionalizar los servicios para el turismo.
- Resulta clave impulsar la digitalización.
- Educar al empresario para que use la tecnología que está disponible.

¿Cuáles son las brechas de innovación que demanda el sector turismo del Maule?

- La carencia de conectividad no contribuye a facilitar la innovación.
- Necesidad de enfocar la innovación en:
 - La sostenibilidad.
 - La aportación de valor a los servicios y el territorio (ciudades, entornos rurales, etc.).
- Necesidad de capacitación en innovación para el turismo.
- Necesidad de desarrollar la cultura de la innovación en la región.

¿Cuáles son las brechas de capacitación del capital humano a las que se enfrenta el sector turismo del Maule?

- Carencia de uso de un segundo idioma.
- Carencia de capacitación para establecer redes de cooperación con agentes turísticos de otras regiones.
- Existe oferta de capacitación, como la ofrecida por SENCE por ejemplo, que no está siendo utilizada por el capital humano regional.
- Atraer a la región programas de capacitación de nivel internacional.

¿Cuáles son las brechas de mercado a las que se enfrenta el sector turismo del Maule?

- Carencia de servicios de tour operación.
- Necesidad de mejorar la calidad de los servicios.
- Posicionar a la región poniendo en valor sus atractivos para el turismo.
- Necesidad de identificar, caracterizar y estudiar a fondo los segmentos de mercado que se van a abordar.

¿Qué segmentos de mercado tienen potencial interés para el desarrollo del turismo del Maule?

- No está claro el segmento el que se está vendiendo.
- Existen segmentos de potencial interés para el desarrollo del turismo en el Maule, destacando:
 - Los profesionales de Santiago que viajan en fin de semana.
 - Enoturistas nacionales e internacionales (brasileños y argentinos).
 - Turismo nacional con interés en el Chile auténtico.

¿Cuáles son las brechas de asociatividad a las que se enfrenta el sector turismo del Maule?

- Carencia de mentalidad para el desarrollo de la asociatividad.

¿Cuáles son las ventajas comparativas para el desarrollo del turismo de la Región del Maule?

- Ubicación en la macro zona turística Centro Sur de Chile.
- Atributos para turismo de naturaleza y enoturismo.

ETAPA 2: FORMULACIÓN DE UN PROBLEMA OBJETO DE LA POLÍTICA PÚBLICA

El **objetivo** ha consistido en recopilar información cualitativa de los agentes institucionales y empresariales relacionada con las problemáticas que inciden sobre el potencial de desarrollo competitivo del territorio y del sector turismo de la Región del Maule.

Para conseguirlo, se han realizado entrevistas en profundidad con agentes institucionales y empresariales, y se han celebrado sesiones de capacitación en las que se han reflexionado sobre las fuerzas competitivas del territorio y del sector turismo regional, así como sobre la caracterización de los problemas que inciden en el desarrollo potencial del turismo en los próximos años.

PASO 2.1/ IDENTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Los agentes institucionales de la Región del Maule han participado en el levantamiento de información y en la aportación de valoraciones y contribuciones para la construcción de los diamantes de competitividad⁴⁸ de los territorios de la Región del Maule y del sector turístico regional.

Este instrumento permite **identificar y delimitar de manera gráfica y sintética los retos y problemas** que abordan los factores clave para la competitividad de un territorio y de un sector de actividad económica.

El levantamiento de información se ha realizado durante el desarrollo de las sesiones de capacitación celebradas durante el mes de Marzo de 2020.

⁴⁸ Michael Porter, La Ventaja Competitiva de las Naciones. Harvard Business Review. 2007

La información aportada por los agentes institucionales mediante grupos de trabajo en las citadas sesiones de capacitación ha sido procesada junto con el resto de información recopilada durante el trabajo en terreno para la elaboración de este diagnóstico.

Así a continuación, **se presenta de manera gráfica la identificación y delimitación del problema, tanto a nivel territorial de la Región del Maule, como sectorial del sector turismo regional.**

Como se ha indicado, la **identificación y delimitación del problema** se presenta mediante los **diamantes de competitividad de Porter**, tanto para el territorio como para el sector.

El resultado ha sido la elaboración de los siguientes diamantes que recogen el análisis de las fuerzas competitivas que inciden sobre el territorio de la Región del Maule así como sobre su sector turístico.

ANÁLISIS DE FUERZAS COMPETITIVAS DEL TERRITORIO Y DEL SECTOR TURISMO DEL MAULE

Diamantes de fuerzas competitivas de Porter

El **Diamante del Territorio del Maule** señala que la región presenta un **contexto** con una economía que se encuentra evolucionando hacia los servicios, pero que en la actualidad no dispone de estrategias específicas que contribuyan a orientar, dirigir, monitorizar y evaluar los avances de la economía hacia dicha evolución.

La región presenta capacidades para el desarrollo y diversificación de actividades socio-económicas, como la existencia de alimentos bio saludables, la diversidad de atractivos turísticos o la suavidad de su clima.

Pero por el contrario presenta carencias como la escasez hídrica o una tasa de empleo menor que la media nacional lo que indica que existe una menor disposición de capital humano para el desarrollo de una economía formal.

Las **condiciones de la demanda** que inciden en el desarrollo de la Región del Maule vienen determinadas por su ubicación en la zona turística Centro Sur de Chile, que tiene una cercanía con regiones emisoras de turistas (Santiago, Valparaíso, Ñuble, Biobío, O'Higgins) y que tiene recursos para un tipo de turismo demandado por los turistas internacionales (naturaleza, enoturismo, alimentación saludable, etc.).

Sin embargo, la región presenta una carencia de cultura para atraer y desarrollar economía de servicios e impulsar una diversificación y sofisticación de servicios en general y del turismo en particular.

Por su parte, los **factores de producción** presentan una especialización agroindustrial aunque con una motivación para evolucionar hacia una economía secundaria basada en servicios (Universidades que ofrecen educación y especialización, capital humano nativo digital con capacidad para impulsar innovación, etc.), aunque la tecnología no se encuentra aún presente en el desarrollo de las actividades económicas regionales.

Finalmente, las **industrias de soporte y relacionadas** están sujetas a una baja fuerza competitiva, con carencia de diversidad de oferta de servicios, baja cualificación del capital humano para los servicios y predominancia de pequeñas y micro empresas lo que limita la capacidad e inversión.

MAULE

DIAMANTE DEL TERRITORIO

FACTORES PRODUCTIVOS

- ✓ Especialización agroindustrial
- ✓ Alojamiento y servicios de comida ha crecido 64,51% (2012/2018)
- ✓ Universidad y Centros Tecnológicos para aumentar la cualificación del capital humano
- ✓ Centros de capacitación e investigación
- ✓ Nativos digitales capaces de abordar la digitalización empresarial en la región

- ✓ Bajo levantamiento de información
- ✓ Baja innovación
- ✓ Baja introducción de tecnologías en producción y servicios

CONTEXTO, ESTRATEGIA Y COMPETENCIA

- ✓ Economía regional evolucionando hacia los servicios
- ✓ Región en transición bioclimática
- ✓ Existencia de alimentos bio saludables en la región
- ✓ Diversidad atractivos turísticos (Flora y fauna endémica)
- ✓ Planes de Gobierno (ERD, ERI, Estrategia Turismo)
- ✓ 73,22% de la población vive en áreas urbanas

- ✓ Escasez hídrica
- ✓ Tasa de empleo menor que la media nacional
- ✓ Infraestructuras deficientes para conectividad digital
- ✓ Bajo nivel de tecnologías para servicios de sustentabilidad (agua, basuras, etc.)

INDUSTRIAS DE SOPORTE Y RELACIONADAS

- ✓ Infraestructuras para el desarrollo de la economía de los servicios (Buena conexión logística entre puertos, Pasos fronterizos, el Ramal, etc.)
- ✓ Accesibilidad a las TICs una vez la infraestructura de fibra óptica esté disponible

- ✓ Carencia de cualificación del capital humano para los servicios
- ✓ Carencia de acercamiento de la formación profesional a los entornos locales (Necesidad de Potenciar Centros de Formación Técnica a nivel local)
- ✓ Predominancia de pequeñas y micro empresas
- ✓ Alta informalidad
- ✓ Existencia de intermediarios informales

CONDICIONES DE LA DEMANDA

- ✓ Ubicación en zona turística Centro Sur de Chile
- ✓ Cercanía al mercado nacional emisor de turistas
- ✓ Demanda internacional del tipo de turismo que el Maule puede ofrecer (naturaleza, enoturismo, etc.)
- ✓ Países que demandan los productos orgánicos de la región

- ✓ Región intensiva en actividades económicas de carácter primario
- ✓ Carencia de cultura para atraer y desarrollar la economía de servicios
- ✓ Baja sofisticación de la oferta turística



El **Diamante del Sector Turismo del Maule** señala que la región presenta un **contexto** con una importante diversidad de recursos para implementar una oferta turística de alta calidad, como pueden ser reservas con vegetación y fauna endémica, santuarios de naturaleza, y valles enológicos, consolidado en Curicó y emergentes en otras zonas de la región, entre otros.

Un atributo muy importante del turismo del Maule es su alto nivel de seguridad. Los turistas pueden moverse por la región sintiéndose seguros y orientados a disfrutar de una buena experiencia durante su estancia.

Por el contrario, existe una carencia de estrategias con focalización hacia el sector servicios y una carencia de cooperación intersectorial (público-privada) para implementar iniciativas en este sector.

Por su parte, las **condiciones de la demanda** que inciden en el desarrollo del turismo del Maule vienen determinadas por alta demanda nacional e internacional de nichos turísticos como el enoturismo y el turismo sustentable de salud y naturaleza, en los que el Maule tiene alto potencial de desarrollar una oferta de alta calidad.

Sin embargo, el potencial de demanda existente no se desarrolla. Se observa un descenso en el número de llegadas a la región, siendo ya este número un porcentaje menor sobre el total nacional. Existe una baja tasa de ocupación de los alojamientos regionales y un bajo nivel de ingreso por habitación, así como una baja estancia media. Resulta necesario abordar la mejora de estos indicadores mediante el desarrollo de servicios que contribuyan a aprovechar las oportunidades de demanda existentes y que la región no resulta capaz de aprovechar y concretar en la actualidad.

Por su parte, los **factores de producción** presentan carencias de capital humano cualificado, falta de conexión digital y bajo nivel de acceso del turista a la información, esencialmente a los puntos donde contratar los servicios.

Finalmente, las **industrias de soporte y relacionadas** están sujetas a una baja fuerza competitiva. Se observa como una prioridad estratégica el reto de diversificar la oferta de servicios turísticos, desde empresas que contacten con el turista y concreten las reservas y los pagos, hasta empresas que presten servicios para el desplazamiento, el ocio, el deporte y la alimentación, entre otros.



ANÁLISIS DE FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS DEL SECTOR TURISMO DEL MAULE

Análisis FODA

El **objetivo** es presentar un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que inciden en el potencial desarrollo competitivo del sector turismo de la Región del Maule.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación en el Centro Sur de Chile entre regiones emisoras de flujos de viajeros (O'Higgins, Valparaíso, Metropolitana de Santiago, Ñuble y Biobío). • Diversidad de recursos paisajísticos (cordillera-costa) para el desarrollo de actividades turísticas. • Diversidad de diversidades biológicas (alto endemismo), por ello la WWF lo considera como hotspot de biodiversidad desde 1997. • Diversidad de atractivos turísticos (Rutas del vino, Reservas Nacionales, áreas de cordillera, Ramal ferroviario, patrimonio ufológico, entre otros). • Eje estratégico de movilidad (Paso Pehuenche) internacional con Argentina. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de segmentos de demanda de turismo experiencial compatible con el modelo de turismo que el Maule tiene el potencial de ofrecer. • Diversificación de potenciales segmentos de mercado nacionales e internacionales de interés para el Maule. • Fuerte tendencia global de crecimiento de los movimientos de personas con objeto de realizar turismo. • Viajeros hiperconectados y que demandan realizar la contratación de sus viajes y servicios turísticos mediante internet. • Cualificación del capital humano en el medio rural para que desarrollen su actividad profesional sin migrar al entorno urbano. • Desarrollo de inversiones, soluciones tecnológicas y servicios para impulsar la sostenibilidad del turismo regional.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Alta estacionalidad. • Carencia de oferta de servicios de entretenimiento, ocio, salud y bienestar, y de actividades deportivas, entre otros, para su comercialización en las diferentes estaciones del año, evitando la estacionalidad. • Carencia de planificación urbana a nivel municipal para extender un estilo de construcción característico de la región. • Carencia de planificación (basuras, aguas, residuos sólidos, saneamiento sanitario y aseguramiento de AP) para absorber la carga de visitantes en eventos puntuales (ferias, fiestas, etc.). • La brecha digital que deja fuera de la actividad turística a muchas Mipymes. • Falta de capital humano profesionalizado en el rubro de turismo de manera específica. • Carencia de oferta educativa, lingüística y formativa para el capital humano del turismo. • Ecosistemas público-privados muy poco experimentados en el trabajo asociativo y colaborativo para el turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Carencia de una visión clara sobre las prioridades en las que invertir para el desarrollo de la actividad turística de la región. • Cambio climático y su impacto sobre los recursos hídricos, cada vez más complejo el escenario en la región. • La migración progresiva del capital humano desde el medio rural hacia el medio urbano. • Existencia de fenómenos coyunturales que pueden incidir en el desarrollo de la actividad turística (como por ejemplo el virus COVID-19, las catástrofes naturales, los terremotos, y la erupción de volcanes, entre otros). • Dificultades culturales para la transferencia de capacidades al capital humano de zonas rurales en materias como tecnologías de producción, comercialización, gestión de mercados y aportación de valor añadido a los servicios turísticos.

PASO 2.2/ ENUNCIADO DEL PROBLEMA

El **objetivo** consiste en enunciar el problema a incorporar a la agenda pública para definir una estrategia dirigida a impulsar el desarrollo competitivo del turismo de la Región del Maule.

Para ello, los agentes han aportado sus contribuciones sobre cuál debe ser la **visión** para el desarrollo del turismo regional en los próximos años y las **demandas al sector público** para abordar esta visión.

¿Cuál es la visión para el desarrollo del turismo del Maule?

Los agentes tienden a considerar que en 5 años la Región del Maule se debe posicionar como un turismo que tenga de todo, bien diversificado, incluyendo oferta de naturaleza, tradiciones costa, desarrollo de todos los valles del vino, así como del resto de recursos turísticos.

También se debe priorizar el turismo sostenible, de modo que las municipalidades en conjunto con los instrumentos de planificación de los servicios públicos, protejan, resguarden y regulen el estilo constructivo siguiendo un modelo para darle una identidad y una sostenibilidad a la zona.

Así, para que la región se transforme en un destino turístico (ahora es región de paso) tiene que generarse una imagen objetivo. Definir el tipo de turismo que va a desarrollar y que se corresponda con segmentos de mercado.

Para ello, se ha de elaborar una imagen objetivo que difunda atributos como la ruta de la independencia de Chile, un polo de desarrollo gastronómico, o un centro de recursos hídricos naturales, entre otros.

¿Qué demandas al sector público se consideran prioritarias para el desarrollo del turismo del Maule?

Los agentes institucionales y empresariales tienden a considerar que resulta prioritario poner en marcha los siguientes **tipos de instrumentos para abordar la problemática y los retos de desarrollo del turismo** de la Región del Maule:

- Coordinación entre las instituciones públicas.
- Coordinación de las iniciativas público-privadas para dar servicios coordinados en favor de los turistas potenciales.
- Concienciación social a nivel local para que la comunidad atienda y dé servicios al turista.
- Sustentabilidad de la actividad turística para que genere valor en el entorno local y de esta forma la sociedad local lo valore y lo cuide.
- Desarrollo de servicios para abordar la estacionalidad, ya que desde finales de marzo hasta noviembre las visitas bajan. De esta forma se podría aprovechar el potencial de la región durante todo el año, ya que el clima es templado y tiene atractivos como avistamientos de aves, las viñas, la gastronomía (gastronomía campo-mar lo que da mucha diversidad), la precordillera con paisajes espectaculares, las termas, la artesanía, y el Ramal Talca-Constitución, entre otros recursos.
- Tomar ventaja competitiva sobre la base de la imagen que tiene el Maule de ser el “Chile original”, el guaso chileno, donde el visitante puede encontrar la comida y la gente típica de Chile, el Chile natural.
- Aprovechar la cercanía con el aeropuerto internacional de la comuna de Concepción, para atraer al Maule a turistas internacionales.
- A nivel municipal, otorgar patentes provisionarias para actividades diversas que permiten operar a negocios que no cumplen con los estándares de servicio y atención que demanda el turista extranjero.
- Dar a conocer a la comunidad local los atractivos turísticos de la propia región, para que se crean el cuento de las cosas lindas que tenemos en la comunidad.
- Involucrar a las entidades municipales y sus autoridades en la implementación de una estrategia de turismo, de manera específica en el ámbito de la infraestructura y asociatividad para afrontar temas de desarrollo de las planificaciones urbanísticas, de tratamiento de residuos sólidos y de infraestructuras viales, y que requieren financiamiento a

través de la aprobación del Consejo Regional (CORE) para ser ejecutados mediante el marco presupuestario del Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR).

¿Qué cartera de potenciales iniciativas prioritarias para el desarrollo del turismo del Maule proponen los agentes institucionales y empresariales de la región?

Los agentes institucionales y empresariales proponen los siguientes tipos de iniciativas a implementar:

- Cambiar la mentalidad a través del coaching para poder hacer las cosas mejor, y a partir de ahí impulsar un crecimiento mejor del turismo *“desde el kiosko hasta el hotel”*⁴⁹.
- Difundir información a la comunidad local, para que esté informada, “cambie el chip” y conozca todas las cosas que pasan y los atractivos para el turista que tiene la región.
- Facilitar que las empresas grandes, como las viñas, se acerquen más a la comunidad local para aprovechar su potencial efecto tractor sobre otros tipo de actividades de servicios.
- Implementar marketing dirigido a segmentos de mercado, como Santiago y Brasil, entre otros.
- Implementar capacitación para el capital humano, mediante coaching y mentoring.
- Implementar capacitación para el capital humano en idiomas y en servicios de atención al cliente.
- Desarrollar inversiones en espacios públicos atractivos al turismo, áreas verdes, juegos, canchas de deporte en las orillas de los ríos y playas, crear verde, palmeras, *“no hagamos solo cemento”*⁵⁰.

⁴⁹ Idea literal expresada por un entrevistado

⁵⁰ Idea literal expresada por un entrevistado

- Diseña e implementar proyectos piloto para el desarrollo de zonas turísticas (como ejemplo, seleccionar 3 zonas turísticas y concentrar fondos FNDR en el financiamiento de iniciativas empresariales y de servicios en dichas zonas.
- Proyectos de sustentabilidad (Ordenamiento territorial, recolección y tratamiento de residuos sólidos, protección de cuencas, desarrollo de cultura residual turística, planes de manejo, planes de protección de recursos naturales (nieve, pajonales), etc.
- Fortalecer los liderazgos locales para que la gente se empodere con la política de turismo.
- Implementar Órganos de Gobernanza que gestionen de manera operativa la implementación de las iniciativas propuestas en la Política de Turismo, que haga el seguimiento y que garantice que se implementarán en el mediano y largo plazo, más allá de los cambios de Gobierno en cada legislatura.
- Construir un circuito de refugios en la precordillera y cordillera para favorecer el turismo de naturaleza, montaña y aventura.
- Construir un Centro de Enoturismo en el centro de una ciudad (Talca, por ejemplo) en la que se expliquen las características de los vinos regionales y el turista se pueda llevar información y visualizar todas las bodegas de la región.
- Poner en marcha un plan de asesoramiento y financiamiento para actividades de servicios turísticos.
- Poner en marcha un plan de asesoramiento y financiamiento para actividades de tecnologías y digitalización para el turismo (plataformas de reservas, plataformas de pago, etc.).
- Realizar acciones de promoción invitando a prensa y actores clave potencialmente prescriptores, con la finalidad de que conozcan la oferta y la den a conocer en los distintos medios de comunicación.

- Incentivar el desarrollo de aplicaciones tecnológicas que aporten información a los visitantes sobre los recursos turísticos durante su estancia y las rutas propuestas.
- Instalar e implementar las condiciones para el funcionamiento de la fibra óptica digital.
- Desarrollo de un Plan Agenda Digital para desarrollar el uso de internet en la sociedad de la región, con medidas específicas para desarrollar actividades y servicios por internet.

ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Conclusiones

ENUNCIADO DEL PROBLEMA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DEL MAULE

Los agentes políticos, institucionales y empresariales de la región han contribuido con sus valoraciones y contribuciones al siguiente **enunciado el problema**:

Enunciado del problema del turismo del Maule

Existencia de recursos atractivos para el turismo experiencial y sostenible.

Carencia de infraestructuras adecuadas para el desarrollo de una oferta diversificada, sostenible y de calidad.

Carencia de una cadena de valor completa del turismo en la región que tenga capacidad para conectar con los turistas potenciales y para estructurar una oferta diversificada en todas las estaciones del año.

Carencia de capital humano cualificado para el desarrollo del turismo sostenible y de la asociatividad para diseñar rutas turísticas que atraigan a los visitantes a estancias de mayor duración e impulsen mayores niveles de ocupación.

Brecha digital que dificulta el desarrollo de servicios de reserva y prestación de servicios a los turistas.

Carencia de conocimiento de los segmentos de mercado y de una estrategia de posicionamiento.

Visión para el desarrollo del turismo del Maule

Posicionar como un turismo sostenible que tenga de todo, bien diversificado, incluyendo oferta de naturaleza, tradiciones costa, desarrollo de todos los valles del vino, así como del resto de recursos turísticos.

Definir el tipo de turismo que va a desarrollar y que se corresponda con segmentos de mercado.

PASO 2.3/ DEFINICIÓN CONCEPTUAL, OPERACIONAL Y LÍNEA DE BASE DEL PROBLEMA

CONCLUSIONES Y LÍNEA BASE DE LA PROBLEMÁTICA DEL TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE

Los agentes institucionales y empresariales tienden a **concluir** que el turismo es una industria que es parte del estilo de vida de la clase media y alta, y está sujeto a la reconfiguración del escenario internacional. Chile y el Maule como destino turístico, afrontan el reto de habilitar las capacidades para adaptar su sistema turístico a los constantes cambios y requerimiento global.

El turismo en la Región del Maule se encuentra en su fase inicial de desarrollo, y por ello tiene la oportunidad de diseñar un modelo de turismo adaptado a las tendencias internacionales, que indican que los mercados serán más diversos, en edad, preferencias y procedencias. Todo ello plantea el reto de contemplar nuevas formas de actuar o hacer las cosas, maneras más rápidas de desarrollar las capacidades, e impulso de procesos más colaborativos entre el sector público, el privado y la sociedad civil.

En un entorno que cada vez más competitivo, donde los destinos turísticos cuentan con menores márgenes para competir, la sostenibilidad se ha convertido en un factor estratégico y en un atributo altamente apreciado por el turista nacional e internacional, que se encuentran dispuestos a pagar por obtener seguridad y confort.

Por ello, la Región del Maule tiene la oportunidad de desarrollar nuevos modelos turísticos, adaptados a la realidad de cada destino, donde la producción y consumo sean sostenibles y creen más valor agregado y bienestar social, pero que conlleven un consumo progresivo de menos cantidad de materia, energía y agua.

Así, el turismo del Maule tiene la oportunidad de favorecer al desarrollo sostenible de la región, dado que tiene el potencial de influir en distintas dimensiones, como la ambiental, la económica y la social.

Atendiendo al análisis de la información recopilada y procesada durante la elaboración de este diagnóstico, y atendiendo a las aportaciones realizadas por los agentes institucionales y empresariales de la región durante el proceso participativo llevado a cabo, se destaca a continuación la **línea base de la problemática del turismo de la Región del Maule**, integrada por los siguientes eslabones de la cadena de valor del turismo:

- **POSICIONAMIENTO TERRITORIAL:** Elección de la propuesta de valor y planificación del Producto–Destino.
- **COMERCIALIZACIÓN:** Comercialización de la propuesta de valor mediante comunicación y distribución.
- **PRESTACIÓN DEL SERVICIO TURÍSTICO:** Creación de Valor mediante accesibilidad, consumo Producto–Destino y post-consumo.

Tabla 52: Línea base de la problemática del turismo de la Región del Maule

LÍNEA BASE DE LA PROBLEMÁTICA DEL TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE		
ESLABÓN DE LA CADENA DE VALOR	SITUACIÓN	PROPUESTAS DE LÍNEAS BASE DE ACTUACIÓN
POSICIONAMIENTO TERRITORIAL	<p>Gestión del Territorio: Los Planes Reguladores Comunes y PLADECOS, es el primer instrumento de planificación territorial. Establecen normas que determinan condiciones de higiene y seguridad edificios y espacios urbanos y rurales, funcionalidad entre zonas habitacionales, de trabajo, equipamiento y esparcimiento. Se observa una carencia de seguimiento de su implementación.</p>	<p>Innovar en las formas tradicionales de planificación, incorporando nuevas herramientas (idealmente tecnológicas) que permitan considerar variables de todo el espectro de la sostenibilidad, no sólo la económica y medio ambiental además de generar un seguimiento de las mismas, para estimular la adaptación continua de los destinos a los cambios que se van generando en el entorno.</p>
	<p>Planificación del Recurso Humano: Existe un déficit de capacidades del capital humano regional, como idiomas, gestión, competencias profesionales y cultura de la sostenibilidad.</p>	<p>Capacitar y cualificar al capital humano para que contribuya a generar un desarrollo sostenible, capaz de competir en un mundo globalizado y cada vez más cambiante.</p> <p>Actualizar las mallas de formación y facilitar el acceso a formación a profesionales del sector privado y público.</p>
	<p>Normativa legal y financiamiento: el marco normativo turístico (Ley Turismo 20.423) presenta requisitos en materia de registro, calificación y clasificación de la oferta turística, ("Registro Nacional de Prestadores Turísticos" SERNATUR) que ha generado dificultades de adaptación para la oferta y el emprendimiento turístico rural.</p>	<p>Generar especiales incentivos al registro de Prestadores dada la ruralidad de la oferta turística del maule. Ayudar a las empresas y emprendedores locales a mejorar las condiciones y calidad de sus instalaciones y servicios para adaptarse a los requerimientos de registro.</p> <p>Hace falta también un cuerpo legal o de planificación que resguarde los recursos que no son zonas típicas (Reservas, Santuarios, etc.), sino que son los recursos eje (como pueden ser la nieve, el paisaje, la cultura gastronómica, la identidad, etc.). Estos serían conceptos nuevos a proteger, valorizar y explotar socio-económicamente en la región.</p>

LÍNEA BASE DE LA PROBLEMÁTICA DEL TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE		
ESLABÓN DE LA CADENA DE VALOR	SITUACIÓN	PROPUESTAS DE LÍNEAS BASE DE ACTUACIÓN
	<p>Organización del Producto-Destino. Maule cuenta con los recursos y capacidades necesarias, pero falta liderazgo por parte del sector público, y coordinación entre éste y los privados. Se percibe un bajo esfuerzo por capturar clientes más sofisticados o más exigentes con más y diversificada oferta, en términos de calidad, innovación y sostenibilidad.</p>	<p>Implementar un Modelo de Gobernanza apoyada por tecnología de manera permanente para llevar registro y seguimiento de su oferta turística regional (mejora continua). Todo ello contribuirá al liderazgo del sector público, su planificación, y finalmente su coordinación y colaboración con el sector privado.</p>
COMERCIALIZACIÓN	<p>Comunicación: La región no cuenta con una imagen consolidada a nivel nacional y tampoco asociada a la sostenibilidad. Los turistas identifican sus atractivos anclas (Radal Siete Tazas y Lago Vichuquén, entre otros) pero no así los destinos que los contienen. Esto dificulta cualquier acción por posicionarla en mercados o segmentos más atractivos, desde el punto de vista de los negocios turísticos y de la atracción de turistas más respetuosos con los recursos, la cultura y la identidad.</p> <p>Las acciones de promoción o estrategias de comunicación tienden a ser iniciativas aisladas o individuales, lo que limita una visión integral de los destinos regionales.</p> <p>Existe una brecha de coordinación entre la promoción de la oferta de Maule, la creación del producto turístico, y las acciones de planificación, donde se percibe como si fueran acciones independientes (planificación y promoción).</p>	<p>Maule tiene la oportunidad de proyectar la profesionalidad, calidad y singularidad de sus destinos, la posibilidad en un mismo día de visitar costa, valles y cordillera.</p> <p>Tiene la oportunidad de levantar una Cartelera Anual de Eventos de gran calidad y gastronomía local en torno al vino, un sin número de actividades asociadas a su cultura (textilería en fibra, tradiciones rurales, artes visuales y folklore), y una oferta muy variada de deportes de montaña, lacustres y de playa (como por ejemplo el surf) y turismo aventura (soft/hard).</p>
	<p>Distribución: Tradicionalmente los prestadores están acostumbrados a recibir viajeros a través de la intermediación de los tour-operadores regionales y/o nacionales y sus paquetes turísticos.</p> <p>Existe una brecha importante en materia de desconocimiento en materias de planificación, promoción y comercialización turística, por parte del sector público como por parte del privado en la región.</p> <p>Las TIC están cambiando el escenario turístico y lo modificarán aún más, esencialmente en el ámbito de la intermediación turística y de la gestión de reservas y formas de pago on-line.</p> <p>Las MIPYMES tienen un déficit tecnológico importante en cuanto a todas las oportunidades que hoy brindan las TIC en materia de distribución de productos a través de innovadores modelos.</p>	<p>Las MIPYMES requieren un modelo mixto de financiamiento en Portales de internet o plataformas digitales.</p> <p>Ayudar a las MIPYMES a implantar modelos de negocio turístico que impulsen su productividad, la calidad de sus servicios y su sostenibilidad.</p> <p>Ayudar a las MIPYMES a implantar sistemas de gestión de reservas y de pago utilizando medios tecnológicos que faciliten el contacto directo con los clientes y la venta de un mayor número de servicios.</p> <p>Asociatividad con los hoteles de recepción de turistas extranjeros de manera de realizar viajes dirigidos a la región.</p>
PRESTACIÓN DEL SERVICIO TURÍSTICO	<p>Accesibilidad: Se observa una carencia en el desarrollo de los medios de transporte para el turismo en la región. Por esencia el turismo implica el desplazamiento del turista fuera de su residencia habitual.</p> <p>La región presenta avances importantes en materia de caminos y señalética pero aún hay tramos que requieren ser pavimentados y se requiere urgente homogenizar señalética.</p> <p>Carencia de una visión compartida sobre que el transporte intermodal (tren, buses rurales, bicicletas) podría consolidar</p>	<p>Continuar avanzando en materia de accesibilidad e implementación de señalética clara y amigable, para lo que se requiere gestión y seguimiento con las concesionarias de Maule y otros actores públicos (MOP, Vialidad, SERNATUR y municipios).</p> <p>Desarrollar un transporte intermodal que permita posicionar a la región como un destino pionero y sostenible, donde las ciclovías jueguen un papel protagónico en la creación y comercialización de oferta innovadora y creación de nuevos emprendimientos.</p>

LÍNEA BASE DE LA PROBLEMÁTICA DEL TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE		
ESLABÓN DE LA CADENA DE VALOR	SITUACIÓN	PROPUESTAS DE LÍNEAS BASE DE ACTUACIÓN
	<p>un transporte de viajeros más sostenible y una mayor rentabilidad económica de los recursos destinados a ello.</p> <p>Consumo Producto-Destino: Los turistas valoran una relación efectiva precio/calidad. Hoy en día los clientes saben muy bien lo que quieren, están muy informados (hiperconectados) por lo mismo son más exigente y buscan en todo momento obtener más por menos dinero.</p> <p>La región presenta empresas y trabajadores que mantienen una cultura de prestadores de servicios y no de generadores de experiencias valiosas, únicas e inolvidables, que es la tendencia a nivel global que buscan los turistas.</p> <p>Aún no existe el desarrollo de productos turísticos que favorezca el consumo responsable, estos valores no se perciben de manera generalizada en los destinos de la región.</p> <p>Pese a que el año 2019 en Chile fue aprobado Anteproyecto que establece metas de recolección y valorización envases y embalajes (Ley REP), el manejo de estos por parte del sector turístico no es algo que se identifique en la región, o la creación de nuevos emprendimientos o modelos de negocio asociados a ello.</p>	<p>Incentivar capacitaciones en materias de generar experiencias con diferenciación, más que servicios e información en torno a la Ley REP y su vinculación y efectos sobre el sector turismo (consumo responsable).</p> <p>Vallas indicativas para la recolección de residuos y tratamiento de basuras en sectores específicos de afluencia de turistas.</p>
	<p>Postconsumo: La región del Maule no cuenta con estrategias de postconsumo orientadas a clientes que valoran la sostenibilidad.</p> <p>El seguimiento post-venta es esencial en el sector turismo ya que contribuye a la difusión de una buena imagen y la recomendación de la experiencia entre los turistas mediante el "boca a boca", tanto personal como virtual.</p>	<p>Apoyos mediante subsidios a las MIPYMES y empresas para implementar estrategias de servicio post-venta (post consumo) y de fidelización, para la mejora continua del sector turismo.</p> <p>Ayudas a las empresas a considerar la gestión del postconsumo como estratégica al interior del marketing de destinos turísticos.</p>

Fuente: elaboración de INFYDE con información, valoraciones y contribuciones recogidas mediante entrevistas a los agentes institucionales y empresariales de la región

*DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONAL DEL PROBLEMA**Conclusiones*

**DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONAL DEL PROBLEMA
PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DEL MAULE**

Los agentes políticos, institucionales y empresariales de la región han contribuido con sus valoraciones y contribuciones a la siguiente **definición conceptual y operacional del problema**:

Definición conceptual y operacional

El turismo en la Región del Maule se encuentra en su fase inicial de desarrollo, y por ello tiene la oportunidad de diseñar un modelo de turismo adaptado a las tendencias internacionales, que indican que los mercados serán más diversos, en edad, preferencias y procedencias. Todo ello plantea el reto de contemplar nuevas formas de actuar o hacer las cosas, maneras más rápidas de desarrollar las capacidades, e impulso de procesos más colaborativos entre el sector público, el privado y la sociedad.

La sostenibilidad se ha convertido en un factor estratégico y de diferenciación, además de un atributo altamente apreciado y por el que el turista internacional se encuentra dispuesto a pagar.

*Línea base de la problemática del turismo de la Región del Maule***POSICIONAMIENTO TERRITORIAL:**

- Planificación y Gestión del territorio.
- Planificación y desarrollo del Recurso Humano.
- Normativa legal y financiamiento de iniciativas.
- Organización del Producto-Destino.

COMERCIALIZACIÓN:

- Comunicación y posicionamiento.
- Distribución y asociatividad.

PRESTACIÓN DEL SERVICIO TURÍSTICO:

- Accesibilidad y seguridad.
- Diferenciación de Consumo Producto-Destino.
- Postconsumo. Fidelización y mejoras.

ETAPA 3/ DETERMINACIÓN DE LA SOLUCIÓN AL PROBLEMA

El **objetivo** de la “Etapa 3/ determinación de la solución al problema” consiste en la determinación de la solución al problema considerada como la más apropiada entre las distintas alternativas.

Así, esta Etapa 3 persigue realizar los siguientes pasos:

- Paso 1/ Formulación de alternativas de solución.
- Paso 2/ Evaluación y jerarquización de las alternativas de solución.
- Paso 3/ Selección de la alternativa de solución a implementar.

PASO 3.1/ FORMULACIÓN DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

El enfoque metodológico⁵¹ para la elaboración de este “Paso 1/ Formulación de alternativas” está basado en los siguientes elementos:

- Identificación de las causas asociadas al problema.
- Identificación y formulación de alternativas de solución.

Identificación de las causas asociadas al problema turístico del Maule

El objetivo en primer lugar es identificar las causas (brechas y situación competitiva) que generan el problema turístico del Maule.

Así, el **enunciado del problema turístico de la Región del Maule**⁵² tal y como se describió en el Informe 1 de este proyecto. Son las siguientes:

ENUNCIADO DEL PROBLEMA TURÍSTICO DE LA REGIÓN DEL MAULE

Existencia de recursos atractivos para el turismo experiencial y sostenible, pero carencia de infraestructuras adecuadas para el desarrollo de una oferta diversificada, sostenible y de calidad.

⁵¹ Guía metodológica para la formulación de Políticas Públicas Regionales” de la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (SUBDERE)

⁵² “INFORME 1: Diagnóstico de situación e identificación de problemáticas del sector turismo de la Región del Maule” elaborado en Abril de 2020

Carencia de una cadena de valor completa del turismo en la región que tenga capacidad para conectar con los turistas potenciales y para estructurar una oferta diversificada en todas las estaciones del año.
Carencia de capital humano cualificado para el desarrollo del turismo sostenible y de la asociatividad para diseñar rutas turísticas que atraigan a los visitantes a estancias de mayor duración e impulsen mayores niveles de ocupación.
Brecha digital que dificulta el desarrollo de servicios de reserva y prestación de servicios a los turistas.
Carencia de conocimiento de los segmentos de mercado y de una estrategia de posicionamiento.

En el Informe 1, **las causas de los problemas turísticos de la Región del Maule** se analizaron mediante la identificación de:

- Brechas entre la demanda y la oferta de servicios turísticos en la región.
- Fuerzas competitivas del territorio y del sector turístico en el Maule.

Así, las **causas** identificadas, en términos de **brechas entre la demanda y oferta de servicios**, son las siguientes:

Tabla 53: Árbol de causas del problema turístico del Maule: Brechas entre demanda y oferta

ÁRBOL DE CAUSAS DEL PROBLEMA TURÍSTICO DEL MAULE	
ÁMBITO	CAUSAS (BRECHAS)
BRECHAS PRIORITARIAS	Avanzar en desarrollo de la identidad regional en materia turística o imagen región.
	Incrementar los estándares de calidad en el ámbito turístico, con respecto a los criterios establecidos por SERNATUR en su Sello de calidad Turística.
	Marketing para que los visitantes potenciales conozcan la Región.
	La oferta de la región está "al debe" en tema de servicios: <ul style="list-style-type: none"> • Los viajeros no encuentran medios para contratar servicios formales y actividades de ocio que les lleven a quedarse durante más días en la región. • No existen espacios de intercambio de información (eventos, jornadas, actividades para la asociatividad, etc.) entre los agentes de oferta turística que facilite la cooperación para mejorar los servicios. Esto conlleva una carencia de eficiencia en la calidad de los servicios. • Falta de lugares donde el turista pueda acceder a la información sobre la oferta turística.
	El sector no desarrolla modelos de negocio coherentes con el desarrollo de la actividad turística: <ul style="list-style-type: none"> • No hay una cadena de valor completa del sector turismo en la región. • Existe una necesidad de apertura de ofrecer servicios en fines de semana y/o con flexibilidad horaria a diversidad de experiencias.
	Escaso capital humano capacitado con una mentalidad orientada para el desarrollo de la actividad turística: <ul style="list-style-type: none"> • Falta educación empresarial específica en el rubro del turismo para hacer mejoras en la calidad y bienestar del visitante. • Falta de cualificación de los profesionales para la prestación de servicios de atención al cliente, existiendo barreras idiomáticas y falta de desarrollo de valores como la amabilidad y la empatía con el turista, entre otros.
	Diferencia en la red de conexión digital para poder responder a las demandas operativas de los visitantes potenciales.

ÁRBOL DE CAUSAS DEL PROBLEMA TURÍSTICO DEL MAULE	
ÁMBITO	CAUSAS (BRECHAS)
	<p>Carencia de infraestructuras públicas y señalética que permitan contemplar el paisaje natural y cultural de la región, todas ellas amigables con el entorno.</p> <p>Carencia de continuidad a las políticas de promoción y desarrollo del turismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cooperación entre agentes institucionales públicos, y de estos con los agentes del sector privado. Trabajo colaborativo de red para el desarrollo del turismo. Procesos participativos y ciudadanos para el diseño de las políticas de turismo. Coherencia entre los objetivos y las iniciativas a implementar.
BRECHAS DE EMPRENDIZAJE	<p>Existe un alto grado de informalidad en la oferta del servicio turístico en la región.</p> <p>El registro en SERNATUR, formalizando a los agentes privados, es un primer paso clave para reducir la informalidad en el sector.</p> <p>En el mercado turístico internacional resulta de alto valor el contar con sellos de calidad que aporten seguridad y percepción de alta calidad a los viajeros.</p> <p>Alto interés crear plataformas digitales y aplicaciones móviles asociadas a sistemas de pago seguro para venta on-line.</p>
BRECHAS TECNOLÓGICAS	<p>Resulta necesario profesionalizar los servicios para el turismo.</p> <p>Resulta clave impulsar la digitalización para empresas y operadores nativos digitales.</p> <p>Educar al empresario para que use las tecnologías digitales que están disponibles, para visualización, promoción, asociatividad, reserva y venta de servicios ofertados.</p>
BRECHAS DE INNOVACIÓN	<p>La carencia de conectividad no contribuye a facilitar la innovación para promover la diferenciación.</p> <p>Necesidad de enfocar la innovación en:</p> <ul style="list-style-type: none"> La sostenibilidad. La aportación de valor agregado a los servicios y ofertas del territorio natural y cultural (ciudades, entornos rurales, etc.). <p>Necesidad de capacitación a los operadores en innovación y diferenciación para la oferta del turismo.</p> <p>Necesidad de desarrollar la cultura de la innovación en la región.</p>
BRECHAS DE CAPACITACIÓN DE CAPITAL HUMANO	<p>Carencia de uso de un segundo idioma para la comunicación con visitantes.</p> <p>Carencia de capacitación para establecer redes de cooperación con agentes turísticos de otras regiones.</p> <p>Existe oferta de capacitación, como la ofrecida por SENCE por ejemplo, que no está siendo utilizada por el capital humano regional.</p> <p>Atraer a la región programas de capacitación de nivel internacional.</p>
BRECHAS DE MERCADO	<p>Escasez de servicios de tour operadores regionales.</p> <p>Necesidad de mejorar la calidad y seguridad de los servicios turísticos ofrecidos.</p> <p>Posicionar a la región poniendo en valor sus atractivos naturales y culturales para el turismo.</p> <p>Necesidad de identificar, caracterizar y estudiar a fondo los segmentos de mercado que se van a abordar y sus requerimientos al momento de demandar servicios turísticos.</p>
BRECHAS DE ASOCIATIVIDAD	<p>Carencia de visión y ventaja comparativa para el desarrollo de la asociatividad, trabajando en una apertura de competitividad colaborativa y de diferenciación.</p>

Fuente: elaboración de INFYDE con datos del "INFORME 1: Diagnóstico de situación e identificación de problemáticas del sector turismo de la Región del Maule" elaborado en Abril de 2020. Página 108

Por su parte, las **causas** identificadas, en términos de **Fuerzas competitivas del territorio de la Región del Maule**, son las siguientes:

Tabla 54: Árbol de causas del problema turístico del Maule: Fuerzas competitivas del territorio

ÁRBOL DE CAUSAS DEL PROBLEMA TURÍSTICO DEL MAULE	
ÁMBITO	CAUSAS (FUERZAS COMPETITIVAS DEL TERRITORIO)
CONTEXTO, ESTRATEGIA Y COMPETENCIA	Escasez hídrica
	Tasa de empleo menor que la media nacional
	Infraestructuras deficientes para conectividad digital
	Bajo nivel de tecnologías para servicios de sustentabilidad (agua, basuras, etc.)
CONDICIONES DE LA DEMANDA	Región intensiva en actividades económicas de carácter primario
	Carencia de cultura para atraer y desarrollar la economía de servicios
	Baja sofisticación de la oferta turística
FACTORES PRODUCTIVOS	Bajo levantamiento de información
	Baja innovación
	Baja introducción de tecnologías en producción y servicios
INDUSTRIAS DE SOPORTE Y RELACIONADAS	Carencia de cualificación del capital humano para los servicios
	Predominancia de pequeñas y micro empresas
	Alta informalidad
	Existencia de intermediarios informales

Fuente: elaboración de INFYDE con datos del "INFORME 1: Diagnóstico de situación e identificación de problemáticas del sector turismo de la Región del Maule" elaborado en Abril de 2020. Página 113

Finalmente, las **causas** identificadas, en términos de **Fuerzas competitivas del sector turístico de la Región del Maule**, son las siguientes:

Tabla 55: Árbol de causas del problema turístico del Maule: Fuerzas competitivas del sector turístico del Maule

ÁRBOL DE CAUSAS DEL PROBLEMA TURÍSTICO DEL MAULE	
ÁMBITO	CAUSAS (FUERZAS COMPETITIVAS DEL SECTOR TURISMO)
CONTEXTO, ESTRATEGIA Y COMPETENCIA	No hay estrategia de servicios
	Carencia de focalización a segmentos de turismo
	Falta trabajo intersectorial institucional
	Faltan estudios locales (estadísticas)
	Explotación privada de Reservas Naturales
	Descenso de llegadas a la región

ÁRBOL DE CAUSAS DEL PROBLEMA TURÍSTICO DEL MAULE	
ÁMBITO	CAUSAS (FUERZAS COMPETITIVAS DEL SECTOR TURISMO)
CONDICIONES DE LA DEMANDA	Llegas al Maule son el 3,27% del total nacional
	Mala relación calidad precio de los servicios turísticos
	Baja tasa de ocupación (21,75%)
	Baja asociatividad
	Alta estacionalidad
	Bajo ingreso por habitación (\$10.085)
	Baja estancia media (1,8 noches)
FACTORES PRODUCTIVOS	Carencia de capital humano cualificado
	Falta de conexión digital
	Falta conciencia turística
	Alta tasa de informalidad
	Bajo acceso del turista a la información para reservar y contratar servicios
INDUSTRIAS DE SOPORTE Y RELACIONADAS	Carencia de servicios de contratación
	Carencia de oferta de actividades turísticas
	Tamaño de las empresas turísticas (nano y micro)
	Baja asociatividad entre subrubros turísticos

Fuente: elaboración de INFYDE con datos del "INFORME 1: Diagnóstico de situación e identificación de problemáticas del sector turismo de la Región del Maule" elaborado en Abril de 2020. Página 115

Identificación y formulación de alternativas de solución

Sobre la base de lo anterior, el objetivo en segundo lugar es identificar y formular alternativas de solución para el desarrollo turístico de la Región del Maule.

A continuación, se proponen **alternativas de solución para cada uno de los eslabones de la cadena de valor del turismo**, como son los siguientes:

Tabla 56: Eslabones de la cadena de valor del sector turismo

CADENA DE VALOR DEL TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE	
ESLABONES	ACTIVIDADES
MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA EL TURISMO	PLANIFICACIÓN DEL TERRITORIO
	CAPITAL HUMANO REGIONAL
	NORMATIVA LEGAL
	IMPACTO DEL COVID-19
ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO	POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIÓN DEL MAULE COMO DESTINO TURÍSTICO
	ORGANIZACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO
REALIZACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO	CONTRATACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO
	ACCESO AL DESTINO TURÍSTICO
	ALOJAMIENTO, RESTAURACIÓN Y SERVICIOS TURÍSTICOS
	CONTACTO CON EL TURISTA DESPUÉS DEL VIAJE

Fuente: elaboración de INFYDE

La representación gráfica de esta cadena de valor es la siguiente.

Gráfico 44: Representación gráfica de la cadena de valor del turismo de la Región del Maule



Fuente: elaboración de INFYDE

Así, se presentan a continuación las **alternativas de solución elaboradas y propuestas por INFYDE⁵³**, dirigidas a abordar la solución a las causas de los problemas identificados en cada uno de los eslabones de la cadena de valor del turismo en la Región del Maule:

Tabla 57: Alternativas de solución para **MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA EL TURISMO: PLANIFICACIÓN DEL TERRITORIO**

ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS CAUSAS DE LA PROBLEMÁTICA DEL TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE		
MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA EL TURISMO PLANIFICACIÓN DEL TERRITORIO		
CAUSAS	ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	DESCRIPCIÓN
<p>COOPERACIÓN PÚBLICO-PRIVADA</p> <ul style="list-style-type: none"> Carencia de continuidad y cooperación para las políticas de planificación, promoción e implementación del desarrollo del turismo. Visión sesgada para el desarrollo colaborativo de la asociatividad. Bajo trabajo intersectorial institucional en materias de desarrollo conjunto, para optimización de recursos. Interacción entre los agentes de oferta turística que facilite la cooperación para la mejora continua de los servicios demandados y ofertados. 	<p>ALTERNATIVA 1: Modelo de Gobernanza de la Política pública del turismo, integrada por un Directorio, una Secretaría Técnica y Grupos de Trabajo</p>	<p>Gobernanza participativa. Integrantes:</p> <p><u>Directorio:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Instituciones públicas. Representantes empresariales del rubro y subrubros. Academia. Jefes de Servicios. Representantes del COSOC. <p><u>Secretaría Técnica:</u> GORE</p> <p><u>Grupos de Trabajo:</u> áreas temáticas</p>
<p>PLANIFICACIÓN TERRITORIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> Modelo de gestión privada de Reservas Naturales. Escasez hídrica. Carencia de infraestructuras como señalética, miradores, etc. 	<p>ALTERNATIVA 2: Promulgación de un marco normativo en conjunto con un plan estratégico de unas Directrices Urbanísticas de ámbito regional para el estímulo del desarrollo turístico.</p> <p>ALTERNATIVA 3: Habilitación de un Programa financiado con el FNDR⁵⁴ y otros fondos (CONAF, SERNATUR, municipios,</p>	<p>Directrices Urbanísticas que establezcan unos requisitos de sostenibilidad y de atractivo para el turismo que deben cumplirse en el territorio regional para los espacios públicos (plazas y lugares de encuentro social) equipamientos de ocio, deporte y entretenimiento, miradores, señalética, alojamientos, restaurantes, y aquellos desarrollos urbanísticos vinculados con el turismo.</p> <p>Definir los objetivos y tipos de iniciativas de un Programa de inversiones municipales para el desarrollo turístico regional (por ejemplo miradores, capacidades hídricas, señalética,</p>

⁵³ Estas alternativas han sido elaboradas por INFYDE con la finalidad de presentarlas a los actores regionales para su valoración y jerarquización. La valoración y jerarquización de esta relación de alternativas se ha realizado mediante 25 entrevistas individuales a actores clave de la región relacionados con el turismo. La jerarquización realizada con la participación de los actores regionales se presenta en este Informe

⁵⁴ Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)

	aportaciones privadas, etc.) para financiar a municipalidades la inversión en capacidades urbanas, de gestión hídrica y medio ambiental para el desarrollo del turismo.	rutas, refugios de montaña accesibles para excursionistas de perfil medio, etc.). Habilitar un monto del FNDR para financiar el programa. Clasificar las iniciativas financiadas por el FNDR como vinculadas al Programa.
	ALTERNATIVA 4: Establecer un Estatuto de protección, conservación, explotación y resguardo de un usufructo público de las Reservas Naturales.	Elaborar un Estatuto de protección, conservación y explotación pública de las Reservas Naturales, que sea compatible con los criterios ambientales de preservación de las áreas silvestres protegidas establecidos en la legislación vigente.
TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL TERRITORIO	ALTERNATIVA 5: Habilitación de un Programa financiado con el FNDR para financiar el despliegue en el territorio de la fibra óptica.	Desplegar e instalar la fibra óptica en el territorio. Acelerar el proceso de despliegue de la fibra óptica.
<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructuras deficientes para conectividad digital. • Falta de conexión digital. 		
	ALTERNATIVA 6: Elaborar un estudio de segmentos de mercado del turismo para el Maule.	Conocer los segmentos potenciales objetivo para el turismo del Maule. Conocer su nivel de demanda potencial y los atributos que cada segmento valora en los servicios turísticos. Realizar recomendaciones sobre los segmentos de mercado turístico prioritarios para el Maule.
MARKETING TERRITORIAL	ALTERNATIVA 7: Elaborar y realizar un Plan de Marketing Territorial para el turismo del Maule.	Seleccionar los segmentos de mercado a abordar. Establecer objetivos de mercado para los segmentos seleccionados. Establecer: <ul style="list-style-type: none"> • La "política de producto" es decir, los productos y servicios que el Maule va a ofrecer a cada segmento. También potenciar los productos con sello de origen del Maule. • La "política de comunicación" es decir, los destinatarios objetivo, y los contenidos y los medios de comunicación para cada segmento. • La "política de distribución" es decir, establecer un apoyo en la planificación para determinar el lugar en que se va a concretar las ventas con los turistas en cada segmento (tour operadores, la web, hoteles, prescriptores, blogs, etc.).
<ul style="list-style-type: none"> • Carencia de identificación y focalización a segmentos de turismo. • Avanzar en desarrollo de la identidad regional e imagen promocional. • Marketing territorial para que los visitantes potenciales conozcan la Región. 		

Fuente: elaboración de INFYDE con datos del "INFORME 1: Diagnóstico de situación e identificación de problemáticas del sector turismo de la Región del Maule" elaborado en Abril de 2020. Páginas 113 y 115

Tabla 58: Alternativas de solución para **MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA EL TURISMO: CAPITAL HUMANO REGIONAL**

ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS CAUSAS DE LA PROBLEMÁTICA DEL TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE		
MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA EL TURISMO CAPITAL HUMANO REGIONAL		
CAUSAS	ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	DESCRIPCIÓN
<p>OFERTA EDUCATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> Falta conocimiento técnico del empresario turístico para hacer mejoras continuas de la imagen del negocio, no necesariamente gastando más. Carencia de capacitación en innovación para el turismo. Carencia de programas de capacitación de nivel internacional en la región. Carencia de uso de la oferta de capacitación existente (SENCE por ejemplo). 	<p>ALTERNATIVA 8: Master de Innovación Turística.</p>	<p>Se propone una carrera escalar, desde la base de centros de formación técnica y escalar a maestrías, dado que podrían estudiar los que no necesariamente estén desarrollando actividades de turismo.</p> <p>El objetivo final sería crear un master de innovación Turística con presencia de educadores y ponentes internacionales. En una primera etapa, se desarrollaría un Grado de Diplomatura, como base para desarrollo posterior de Grados de nivel superior. Las titulaciones deberían tener áreas de conocimiento específicas para profesionales del sector público.</p>
	<p>ALTERNATIVA 9: Programa de Formación Profesional dual en el área del Turismo.</p>	<p>El objetivo es facilitar a los alumnos de formación profesional y técnico-profesional:</p> <ul style="list-style-type: none"> oferta educativa en el área de turismo y el acceso a prácticas en empresas turísticas, mediante la realización de Convenios con empresas y Asociaciones Empresariales.
<p>PERFIL CUALIFICACIÓN CAPITAL HUMANO</p> <ul style="list-style-type: none"> Falta de cualificación de los profesionales para la prestación de servicios (atención al público, idiomas, y empatía y simpatía hacia el turista, entre otros). Carencia de uso de un segundo idioma. Carencia de capacitación para establecer redes de cooperación con agentes turísticos de otras regiones. Carencia de cualificación del capital humano para los servicios. Tasa de ocupación (empleo) menor que la media nacional. 	<p>ALTERNATIVA 10: Establecer un Programa de Formación en habilidades y competencias para el turismo.</p>	<p>Subsidiar cursos de habilidades sociales para el turismo.</p>
	<p>ALTERNATIVA 11: Establecer un Programa de financiamiento para la Capacitación en idiomas.</p>	<p>Subsidiar cursos de idiomas para el turismo. El objetivo es capacitar a los profesionales de la región en los idiomas requeridos según los nichos de turismo que se desarrollen en el territorio.</p> <p>Las barreras idiomáticas pueden ser absorbidas por las instituciones académicas, centros de idiomas mediante el subsidio al perfeccionamiento de las capacidades técnicas profesionales.</p> <p>Trabajo en conjunto con la Secretaria regional ministerial de Educación para orientar los focos en el aprendizaje de idiomas, subsidiados por privados o estatales a largo plazo.</p>

	<p>ALTERNATIVA 12: Establecer un Programa de Orientación Profesional para el turismo.</p>	<p>El objetivo es orientar al capital humano sobre las capacidades y competencias necesarias para obtener empleo en el sector turismo.</p> <p>También ayudar al capital humano a realizar planes de inserción laboral en el sector turismo, mediante Convenios con empresas del sector turístico.</p> <p>Gestionar mediante la Corporación (CRDP) charlas motivacionales con experiencias del sector en otros países.</p>
	<p>ALTERNATIVA 13: Establecer un Programa de apoyo al Emprendimientos de negocios turísticos.</p>	<p>Desarrollar programas de subsidios para la elaboración de la línea en "business plan" para emprendimientos turísticos en la región.</p>

Fuente: elaboración de INFYDE con datos del "INFORME 1: Diagnóstico de situación e identificación de problemáticas del sector turismo de la Región del Maule" elaborado en Abril de 2020. Páginas 113 y 115

Tabla 59: Alternativas de solución para **MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA EL TURISMO: NORMATIVA LEGAL**

ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS CAUSAS DE LA PROBLEMÁTICA DEL TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE		
MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA EL TURISMO		
NORMATIVA LEGAL		
CAUSAS	ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	DESCRIPCIÓN
<p>REGULACIÓN PARA LA CALIDAD TURÍSTICA</p> <ul style="list-style-type: none"> Existe un alto grado de informalidad en el sector en la región. Alta informalidad. Existencia de intermediarios informales. El registro en SERNATUR es un primer paso clave para reducir la informalidad en el sector. Carencia de implantación de Sellos de calidad turística. Incrementar los estándares de calidad de los servicios. Mala relación calidad precio de los servicios turísticos. 	<p>ALTERNATIVA 14: Establecimiento de un sello de calidad "Hecho en Maule".</p>	<p>El objetivo es dar un sello a los productos y servicios producidos en el Maule que alcancen unos estándares superiores de calidad.</p> <p>SERNATUR sería el actor con la competencia para otorgar el sello.</p> <p>Asesoramiento a las empresas para realizar auditorías para alcanzar el Sello "Hecho en Maule".</p> <p>Charlas de asesoramiento de la importancia de la formalidad, para el aseguramiento del turista, en la toma de decisión para la contratación de servicios o productos elaborados en el Maule.</p> <p>Fomentar la asociatividad y visualización de los comercios formales en las plataformas oficiales.</p>

Fuente: elaboración de INFYDE con datos del "INFORME 1: Diagnóstico de situación e identificación de problemáticas del sector turismo de la Región del Maule" elaborado en Abril de 2020. Páginas 113 y 115

Tabla 60: Alternativas de soluciones específicas para MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA EL TURISMO: EL IMPACTO DEL COVID-19

ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS CAUSAS DE LA PROBLEMÁTICA DEL TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE		
MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA EL TURISMO IMPACTO DEL COVID-19		
CAUSAS	ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	DESCRIPCIÓN
<p><i>IMPACTO COVID-19</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Desaparición de la demanda turística internacional en el medio plazo (La previsión de la reducción de la actividad turística alcanza al menos hasta finales de 2020). Necesidad de realizar innovación radical para identificar nuevos clientes y desarrollar nuevos modelos de negocio. 	<p><i>ALTERNATIVA 15:</i> Elaborar un estudio de nuevas tendencias, estándares sanitarios, protocolos y modelos de negocio surgidos a nivel internacional después de la pandemia COVID-19.</p>	<p>El objetivo es transferir a las empresas conocimiento sobre soluciones, innovaciones y nuevos modelos de negocio surgidos a nivel internacional después de la pandemia.</p> <p>Incentivar el desarrollo del turismo interno de carácter regional, seguro para llevar la trazabilidad de las visitas luego de los desconfinamientos, y potenciar las visitas cortas o de fines de semana de carácter local.</p>
	<p><i>ALTERNATIVA 16:</i> Subsidios para reconversión de los modelos de negocio turísticos.</p>	<p>El objetivo es dar financiamiento a las empresas para la reconversión de sus modelos de negocio.</p>

Fuente: elaboración de INFYDE con datos del "INFORME 1: Diagnóstico de situación e identificación de problemáticas del sector turismo de la Región del Maule" elaborado en Abril de 2020. Páginas 113 y 115

Tabla 61: Alternativas de solución para MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA EL TURISMO: POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIÓN DEL MAULE COMO DESTINO TURÍSTICO

ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS CAUSAS DE LA PROBLEMÁTICA DEL TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE		
MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA EL TURISMO POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIÓN DEL MAULE COMO DESTINO TURÍSTICO		
CAUSAS	ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	DESCRIPCIÓN
<p><i>CULTURA TURÍSTICA</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Carencia de cultura para atraer y desarrollar la economía de servicios. Ello se refiere a la carencia de los profesionales de la región para prestar servicios turísticos de alta calidad, basados en el conocimiento de idiomas y en las habilidades de servicios, a los visitantes. Falta conciencia turística. Necesidad de apertura en fines de semana, diversidad de experiencias, flexibilidad de horarios, etc. Carencia de cultura de la innovación en la región. Baja asociatividad. 	<p><i>ALTERNATIVA 17:</i> Campaña de concienciación social sobre cultura del turismo.</p>	<p>El objetivo es concienciar a la sociedad del Maule de la importancia del turismo para la economía regional y nacional.</p> <p>Desarrollar modelos de promoción, conciencia turística, y talleres informativos.</p> <p>Implementación real de oficinas en sectores estratégicos y específicos con apertura de fines de semana, que cuenten con información.</p>

<p>SEGMENTACIÓN DE MERCADO</p> <ul style="list-style-type: none"> Necesidad de identificar, caracterizar y estudiar a fondo los segmentos de mercado que se van a abordar. No hay estrategia de servicios. 	<p>ALTERNATIVA 18: Programa de subsidios a las empresas para la realización de estudios de mercado.</p>	<p>El objetivo es facilitar a las empresas de la región financiamiento para que realicen estudios y segmentación de sus mercados. El financiamiento se facilitaría mediante Programas específicos de las Agencias Ejecutoras del Estado.</p>
<p>ATRIBUTOS DEL TERRITORIO</p> <ul style="list-style-type: none"> Región intensiva en actividades económicas de carácter primario. Posicionar a la región poniendo en valor sus atractivos para el turismo. Alta estacionalidad. 	<p>ALTERNATIVA 19: Programa de asesoramiento y capacitación a las empresas turísticas sobre servicios de potencial desarrollo en temporada baja.</p>	<p>El objetivo es facilitar a las empresas ideas y conocimiento sobre gestión de servicios turísticos de temporada baja, como pueden ser deporte, entretenimiento, turismo de negocios, bienestar y salud.</p>
<p>CADENA DE VALOR</p> <ul style="list-style-type: none"> No hay una cadena de valor completa del sector turismo en la región. Carencia de oferta de actividades turísticas. Baja sofisticación de la oferta turística. Predominancia de pequeñas y micro empresas. 	<p>ALTERNATIVA 20: Programa de financiamiento de la diversificación de servicios turísticos.</p>	<p>El objetivo es financiar actividades de creación y desarrollo de nuevos tipos de actividades y servicios turísticos poco desarrollados en la región, como por ejemplo el alquiler de autos para el turismo, o de vans para excursiones y tours, servicios deportivos, servicios de bienestar y salud, servicios tecnológicos para la reserva y pago de servicios turísticos, entre otros.</p>
<p>INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA</p> <ul style="list-style-type: none"> Baja innovación. Carencia de conectividad digital para facilitar la innovación. Carencia de enfoque de la innovación hacia la sostenibilidad. Bajo nivel de tecnologías para servicios de sustentabilidad (agua, basuras, etc.). Carencia de aportación de valor de la innovación hacia los servicios y el territorio (ciudades, entornos rurales, etc.). Carencia de impulso de la digitalización. Carencia de conexión digital para poder responder a las demandas de los visitantes potenciales. Baja introducción de tecnologías en producción y servicios. Carencia de cualificación del empresario para el uso de la tecnología que está disponible. 	<p>ALTERNATIVA 21: Programa de financiamiento de la innovación y la aplicación tecnológica de servicios turísticos.</p>	<p>El objetivo es financiar actividades de innovación, tecnología y competitividad para promover el desarrollo de los servicios turísticos.</p>
	<p>ALTERNATIVA 22: Programa de financiamiento de tecnologías de sostenibilidad para el turismo.</p>	<p>El objetivo es financiar proyectos de incorporación de tecnologías de sostenibilidad a los negocios turísticos.</p>
	<p>ALTERNATIVA 23: Establecer un Programa de Formación en tecnologías turísticas.</p>	<p>El objetivo es transferir conocimiento a las empresas sobre tecnologías turísticas.</p>

Fuente: elaboración de INFYDE con datos del "INFORME 1: Diagnóstico de situación e identificación de problemáticas del sector turismo de la Región del Maule" elaborado en Abril de 2020. Páginas 113 y 115

Tabla 62: Alternativas de solución para ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO: ORGANIZACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO

ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS CAUSAS DE LA PROBLEMÁTICA DEL TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE		
ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO		
ORGANIZACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO		
CAUSAS	ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	DESCRIPCIÓN
<p><i>GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Faltan estudios locales (estadísticas). Bajo levantamiento de información. Bajo acceso del turista a la información para reservar y contratar servicios. Falta de lugares donde el turista pueda acceder a la información sobre la oferta turística. 	<p><i>ALTERNATIVA 24:</i> Programa de generación de datos de la actividad turística regional.</p>	<p>El objetivo es establecer procedimientos para la generación de datos de los negocios turísticos (nº de visitantes, noches de alojamiento, origen de los visitantes, servicios demandados por los visitantes, movilidad de los visitantes, demandas de mejora, etc.).</p> <p>También realizar el análisis de dicha información y distribuir los resultados entre las empresas.</p>
	<p><i>ALTERNATIVA 25:</i> Ubicación pública de una Oficina de Información Turística.</p>	<p>El objetivo es hacer accesible a los visitantes una oficina profesionalizada en la que se entregue información turística completa de la región.</p>
	<p><i>ALTERNATIVA 26:</i> Creación de un Centro de Interpretación Enoturística.</p>	<p>El objetivo es ubicar en el centro de Talca un centro de información asociativa enoturística de la región, en el que todas las bodegas tengan un espacio para presentar sus servicios enoturísticos.</p> <p>También habilitar un espacio en el que las distintas bodegas tengan cabida a promocionar su marca y los turistas puedan hacerse una fotografía con toda la variedad de marcas de vinos y bodegas de la región de fondo (pudiendo existir además venta o cata de vinos).</p> <p>Espacio físico para desarrollar cursos de catas y contratación de tour con los operadores de cada viña.</p>

Fuente: elaboración de INFYDE con datos del "INFORME 1: Diagnóstico de situación e identificación de problemáticas del sector turismo de la Región del Maule" elaborado en Abril de 2020. Páginas 113 y 115

Tabla 63: Alternativas de solución para ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO: CONTRATACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO

ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS CAUSAS DE LA PROBLEMÁTICA DEL TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE		
ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO CONTRATACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO		
CAUSAS	ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	DESCRIPCIÓN
<p>CONTRATACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carencia de servicios de contratación. • Carencia de plataformas de venta on-line. • Carencia de servicios de tour operación. • Los viajeros no encuentran medios para contratar servicios y actividades de ocio que les lleven a quedarse durante más días en la región. 	<p>ALTERNATIVA 27: Subsidios a iniciativas (FIC R y otros fondos) para el diseño y desarrollo de plataformas on-line de contratación de servicios turísticos.</p>	<p>El objetivo es financiar iniciativas de innovación y desarrollo tecnológico para la creación de plataformas temáticas (turismo rural, turismo de intereses especiales, turismo de aventura, turismo de salud y bienestar, gastronomía turística, etc.) de servicios turísticos del Maule.</p>
	<p>ALTERNATIVA 28: Financiamiento para la participación en Ferias turísticas internacionales.</p>	<p>El objetivo es financiar los gastos a las empresas para compartir experiencias de viaje y participación en Ferias turísticas internacionales.</p>
	<p>ALTERNATIVA 29: Subsidios a empresas (alojamientos, restaurantes, espectáculos, servicios turísticos, tours, etc.) para que incorporen plataformas de reserva y pago por internet.</p>	<p>El objetivo es ayudar a las empresas a que publiquen, se contraten reservas y cobren los servicios turísticos por internet, abriendo la posibilidad a realizar las operaciones directamente con los turistas por medios tecnológicos (plataformas establecidas y aplicaciones mediante sistemas de pago seguro).</p>
	<p>ALTERNATIVA 30: Organizar visitas a la región para tour operadores y prescriptores (medios de comunicación, hoteles, etc.) de Santiago y otras regiones y países potenciales clientes para el turismo del Maule.</p>	<p>El objetivo es dar a conocer los atractivos y servicios turísticos del Maule a los prescriptores potenciales.</p>

Fuente: elaboración de INFYDE con datos del "INFORME 1: Diagnóstico de situación e identificación de problemáticas del sector turismo de la Región del Maule" elaborado en Abril de 2020. Páginas 113 y 115

Tabla 64: Alternativas de solución para REALIZACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO: ACCESO AL DESTINO TURÍSTICO

ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS CAUSAS DE LA PROBLEMÁTICA DEL TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE		
REALIZACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO ACCESO AL DESTINO TURÍSTICO		
CAUSAS	ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	DESCRIPCIÓN
MOVILIDAD <ul style="list-style-type: none"> Carencia de aeropuerto internacional. Carencia de servicios de servicios de transporte específicos para el turismo. 	ALTERNATIVA 31: elaborar un Plan de atracción de visitantes procedentes de los aeropuertos internacionales del entorno.	El objetivo es aprovechar las oportunidades de movilidad que ofrecen las infraestructuras de las regiones del entorno para atraer visitantes al Maule.
	ALTERNATIVA 32: financiar iniciativas (con FIC R y otros fondos) para crear Rutas Turísticas Transregionales.	El objetivo es organizar la cooperación de los agentes del Maule con agentes de regiones del entorno nacional (Magallanes, Atacama, Metropolitana, Valparaíso, etc.) e internacional (Argentina, Brasil, etc.) para el diseño de Rutas en las que los turistas visiten varias regiones durante su itinerario vacacional. Posicionamiento de la región como destino turístico de Chile.

Fuente: elaboración de INFYDE con datos del "INFORME 1: Diagnóstico de situación e identificación de problemáticas del sector turismo de la Región del Maule" elaborado en Abril de 2020. Páginas 113 y 115

Tabla 65: Alternativas de solución para REALIZACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO: ALOJAMIENTO, RESTAURACIÓN Y SERVICIOS TURÍSTICOS

ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS CAUSAS DE LA PROBLEMÁTICA DEL TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE		
REALIZACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO ALOJAMIENTO, RESTAURACIÓN Y SERVICIOS TURÍSTICOS		
CAUSAS	ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	DESCRIPCIÓN
RENTABILIDAD DEL TURISMO <ul style="list-style-type: none"> Bajo ingreso por habitación (\$10.085). Baja estancia media (1,8 noches). Llegadas al Maule son el 3,27% del total nacional. Descenso de llegadas a la región. 	ALTERNATIVA 33: Elaborar un "Catálogo de Consejos para incrementar la ocupación de los hoteles y alojamientos del Maule".	El objetivo es transferir a los hoteles y alojamientos regionales información e ideas sobre cómo incrementar sus niveles de ocupación. También facilitar ideas sobre cómo atraer visitantes de creciente poder adquisitivo y dispuestos a gastar más dinero por estadía mediante paquetes turísticos. Adicionalmente, ideas sobre qué servicios adicionales ofrecer a los visitantes para que estos gasten más en la región. El Catálogo estaría acompañado por un servicio de acompañamiento y

		asesoramiento al empresario para la retroalimentación de resultados.
<p>ENOTURISMO</p> <ul style="list-style-type: none"> Los enoturistas procedentes de Santiago no perciben al Maule como un destino atractivo de fin de semana para relajarse del estrés. Falta de acceso al mercado enoturístico por medios de internet. El enoturista internacional (brasileño) no conoce la oferta del Maule. 	<p>ALTERNATIVA 34: Hacer una campaña de promoción de Enoturismo Maule.</p>	<p>El objetivo es dar a conocer el enoturismo del Maule al segmento objetivo de clientes que no lo conocen lo suficiente, mediante el desarrollo de actividades de interés, recorridos, curso de catas y cepas nacionales, proceso del vino, entre otros.</p>
<p>TURISMO DE AVENTURA</p> <ul style="list-style-type: none"> El perfil del turista de aventura de alto nivel adquisitivo no recibe promoción de la oferta del Maule. Falta de promoción específica de la oferta de turismo de aventura regional. 	<p>ALTERNATIVA 35: Hacer una campaña de promoción de las Rutas de Turismo de Aventura del Maule.</p>	<p>El objetivo es dar a conocer y desarrollar las Rutas de Turismo de Aventura y Montaña del Maule a los segmentos de mercado objetivo.</p>
<p>TURISMO DE NATURALEZA</p> <ul style="list-style-type: none"> Carencia de conocimiento de los turistas sobre la oferta de turismo de naturaleza del Maule. Falta de información sobre los paisajes naturales que existen en el Maule. Falta de Planes de Conservación de los recursos naturales de la región. Carencia de rutas de naturaleza señalizadas. 	<p>ALTERNATIVA 36: Hacer una campaña de promoción de las Rutas de Turismo de Naturaleza del Maule.</p>	<p>El objetivo es dar a conocer y desarrollar las Rutas de Turismo de Naturaleza del Maule a los segmentos de mercado objetivo.</p> <p>Charlas informáticas de protección y conservación de los recursos naturales de la región.</p>

Fuente: elaboración de INFYDE con datos del "INFORME 1: Diagnóstico de situación e identificación de problemáticas del sector turismo de la Región del Maule" elaborado en Abril de 2020. Páginas 113 y 115

Tabla 66: Alternativas de solución para **REALIZACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO: CONTACTO CON EL TURISTA DESPUÉS DEL VIAJE**

ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS CAUSAS DE LA PROBLEMÁTICA DEL TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE		
REALIZACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO CONTACTO CON EL TURISTA DESPUÉS DEL VIAJE		
CAUSAS	ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	DESCRIPCIÓN
<p>POST-CONSUMO</p> <ul style="list-style-type: none"> Carencia de información sobre las opiniones y demandas de los turistas después de visitar la región. 	<p>ALTERNATIVA 37: Elaborar Estudios periódicos de preferencias de los consumidores que han visitado el Maule.</p>	<p>El objetivo es conocer las valoraciones y opiniones de los visitantes y su experiencia en el Maule para tomarlos como base para la toma de decisiones y mejoras.</p> <p>Recopilar las opiniones de los visitantes tanto de manera directa como indirecta a través de sus opiniones en redes sociales y otros medios de comunicación.</p> <p>Difundir los resultados entre las empresas para la implementación de mejoras continuas dentro del rubro y fidelización de un público objetivo.</p>

Fuente: elaboración de INFYDE con datos del "INFORME 1: Diagnóstico de situación e identificación de problemáticas del sector turismo de la Región del Maule" elaborado en Abril de 2020. Páginas 113 y 115

PASO 3.2/ EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

El objetivo en este paso ha consistido en la evaluación y jerarquización de las alternativas de solución propuestas.

Para ello, INFYDE ha realizado un trabajo sobre el terreno en el que ha entrevistado por medios virtuales a 25 actores clave relacionados con el turismo de la Región del Maule.

Para la realización de estas entrevistas, INFYDE ha diseñado y utilizado una **pauta de entrevista**⁵⁵ cuyo objetivo ha consistido en recopilar información cualitativa y cuantitativa sobre las valoraciones y jerarquizaciones de las alternativas priorizadas por los actores.

A continuación, se presenta el análisis realizado mediante el procesamiento de la información recopilada.

Oferta turística prioritaria

La Región del Maule dispone de una gran variedad de recursos para el turismo.

Se percibe una dificultad para seleccionar los destinos que se han de desarrollar de manera prioritaria en el corto y mediano plazo. Ello es como consecuencia de la carencia de información que permita la toma de decisiones sobre cuáles son los segmentos de mercado de mayor interés.

Por ello, en primer lugar, se considera necesario identificar y caracterizar dichos segmentos de mercado objetivo, y sobre esta base, decidir la oferta de destinos que dichos segmentos demandan, y por lo tanto prioritarios.

Así, algunos destinos que ofrece la región, y que son potencialmente prioritarios para el desarrollo del turismo regional, son los siguientes:

⁵⁵ Ver Anexo 1/ Pauta de entrevista

OFERTA TURÍSTICA POTENCIALMENTE PRIORITARIA DE LA REGIÓN DEL MAULE	
TIPO DE TURISMO	DESTINO
TURISMO DE AVENTURA Y NATURALEZA	<ul style="list-style-type: none"> • Cajón del Achibueno en la comuna de Linares y Los Queñes en la comuna de Romeral. • El Parque Nacional y las Reservas Nacionales gestionados por la Corporación Nacional Forestal (CONAF)⁵⁶: <ul style="list-style-type: none"> ○ Excursionismo ("Trekking"). ○ Avistamiento de pájaros ("Bird watching").
ENOTURISMO	<ul style="list-style-type: none"> • Valle de Curicó. • Valle del Maule.
TURISMO DE COSTA	<ul style="list-style-type: none"> • Costa de playa y gastronomía del mar. • El secano costero. • El Ramal
TURISMO RURAL	<ul style="list-style-type: none"> • El interior poco explotado de la región.
TURISMO CULTURAL	<ul style="list-style-type: none"> • Patrimonio determinado en base al Estudio de Salvaguardia. • Artesanía con Sello Regional "Artesanías del Maule"
TURISMO DEPORTIVO	<ul style="list-style-type: none"> • Cordillera: <ul style="list-style-type: none"> ○ Trekking. ○ Escalada. ○ Kayak. • Lacustre: <ul style="list-style-type: none"> ○ Remo. ○ Canotaje. ○ Esquí acuático. • Litoral: <ul style="list-style-type: none"> ○ Surf. ○ Motocross. ○ Sandboard.
TURISMO DE BIENESTAR Y SALUD	<ul style="list-style-type: none"> • Centros termales.

Sería de interés seleccionar y **posicionar un icono** de los atractivos turísticos regionales. Este podría ser el Parque Nacional Radal Siete Tazas. Este destino tiene un atractivo paisajístico propio que lo diferencia de otros destinos de turismo de

⁵⁶ <https://www.conaf.cl/?s=a®ion=delmaule&parques=>

-Parque Nacional Radal Siete Tazas.
 -Reserva Nacional Radal Siete Tazas.
 -Reserva Nacional Los Ruiles.
 -Reserva Nacional Los Queules.
 -Reserva Nacional Laguna Torca.
 -Reserva Nacional Federico Albert.
 -Reserva Nacional Altos de Lircay.
 -Reserva Nacional Los Bellotos del Melado.

naturaleza, y además ya existe un desarrollo de servicios e infraestructuras en su entorno.

Su entorno es atractivo para realizar actividades de excursionismo, aventura y deporte.

Planificación del territorio

Se observa que la planificación del territorio resulta esencial para el desarrollo del turismo.

Resultaría necesario disponer de una estrategia que fuera un instrumento técnico que ayudara a poner en marcha iniciativas para el desarrollo del turismo.

Se advierte que existen herramientas legislativas y reglamentarias cuyo objeto es la planificación del territorio, y que lo que resulta pertinente es aplicarlas.

Por ello, se considera prioritario establecer un **Modelo de Gobernanza para la implementación de una estrategia territorial de desarrollo competitivo del turismo regional**. El objetivo sería orientar y coordinar la implementación de las reglamentaciones existentes para la planificación del territorio en favor del desarrollo del turismo.

Los **órganos de esta Gobernanza** deberían ser:

- *Liderazgo*: el Gobierno Regional, mediante la Comisión de Turismo y Medio Ambiente del Consejo Regional (CORE), debería liderar la Gobernanza para la implementación de una estrategia territorial de desarrollo competitivo del turismo regional.
- *Directorio estratégico de planificación territorial para el desarrollo del turismo*: los agentes que deberían participar serían los representantes institucionales (nacionales, regionales, provinciales y comunales) y de las Agencias Ejecutoras del Estado (SERNATUR, CORFO, SERCOTEC, INDAP, etc.) y empresariales relacionados con el turismo en la región.
- *Grupos de Trabajo Territoriales*: las comunas con características territoriales y oferta turística complementaria (como por ejemplo, la costa, el “Cajón del

Achibueno”, etc.) deberían trabajar en cooperación para el desarrollo de la calidad, seguridad y sustentabilidad del turismo en sus territorios, y para hacer promoción conjunta. Estos Grupos de Trabajo Territoriales deberían tener cooperación con la Seremía de Agricultura y la Seremía de Medio Ambiente, junto con los gestores de CONAF, para compartir información de interés para ambas partes y desarrollar una oferta turística integrada más interesante en el entorno de los Parques y Reservas Nacionales.

- *Secretaría Técnica*: la División de Planificación y Desarrollo Regional del GORE y la Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP) podrían tener las competencias para la realización del trabajo técnico de soporte a la Gobernanza, como podría ser elaboración de informes, convocatoria de reuniones, elaboración de herramientas para la coordinación entre agentes y para la gestión de la información clave. También se podría incorporar a las nuevas Divisiones del Gobierno Regional, respondiendo a la planificación estratégica regional.

Estudios de mercado

Se percibe que existen ya muchos estudios realizados pero que no se aplican a la realidad. Resulta, en este sentido, necesario aplicar las medidas que se indican en los estudios.

Se percibe una falta de conexión entre la información que se da y lo que la región necesita. Así, se observa una carencia de datos que permitan tomar decisiones para orientar las actuaciones de desarrollo del turismo. Así, existe una carencia de datos de la movilidad de los visitantes (origen, destino, razones por las que visita la región, motivaciones para incrementar el número de días que pernocta en la región, y movimientos que realiza dentro de la región durante su estancia, entre otros).

Resulta necesario conocer datos sobre la movilidad de los visitantes. Conocer algo tan sencillo como saber por qué tienen una tasa tan baja de pernoctación. La media de 1,6 noches por visitante de pernoctación es muy baja, y de esta forma el turista tiene poco tiempo para conocer la región y para gastar. Resultaría necesario conocer qué le hace falta para quedarse un día más o dos días más. También datos sobre los visitantes a las regiones más al norte y al sur, y datos que permitan conocer los puntos de referencia de los turistas a nivel nacional e internacional.

Hay que conocer este tipo de información antes de invertir en medidas.

Para abordar esta carencia, los estudios de mercado focalizados no son considerados tan interesantes porque se elaboran en un momento coyuntural y pierden validez con el paso del tiempo.

Además, la información que genera el Instituto Nacional de Estadística mediante la Encuesta de Alojamientos Turísticos no es suficiente para satisfacer la demanda de datos de las empresas y los agentes institucionales que diseñan las políticas públicas.

Por ello, se considera necesario que los estudios de mercado se realicen mediante recursos de inteligencia de marketing, como puede ser un **“Observatorio de Inteligencia Competitiva para el Turismo”** que genere y difunda de manera continuada a las empresas de la región la información demandada. Se requiere un sistema de generación y difusión de información continuada. La CRDP podría ser la institución encargada de esta iniciativa.

El objetivo es facilitar a las empresas regionales que conozcan en profundidad las preferencias y comportamientos de los viajeros regionales, nacionales e internacionales, y sus perfiles como turistas. De esta forma, las empresas puedan enfocar de mejor forma la oferta de la región. Al conocer mejor el perfil de los turistas, se facilitaría el desarrollo de soluciones para que no viajen de paso por la región, y encuentren la oferta diversa y los incentivos para alojarse más de los escasos días de media que se alojan en la actualidad.

Posicionamiento de la Región del Maule como destino

No existe una idea clara de cuáles son los segmentos de mercado que debe priorizar la Región del Maule. Adicionalmente, no hay un posicionamiento definido de la oferta turística de la región en los mercados.

En consecuencia, **no se percibe una acción coherente y eficaz de posicionamiento de ofertas en segmentos de mercado específicos definidos.**

Por el contrario, las acciones de comunicación y posicionamiento están dirigidas al conjunto de los potenciales turistas y de la sociedad en general, no a segmentos,

por lo que los esfuerzos y recursos utilizados se diluyen y se reduce el impacto en los clientes de interés.

Marketing

Se requiere una campaña intensa de marketing y promoción para dar a conocer la Región y su valor turístico. No se conoce lo suficiente la oferta turística de la región en el entorno nacional e internacional.

Se considera de alta importancia **crear una marca de la Región del Maule como destino turístico, que tenga continuidad en el tiempo**. La Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP) del Maule ha diseñado una y se encuentra ya realizando actividades de promoción con ella. Esta marca podría ser utilizada también por otros actores, como SERNATUR y el Gobierno Regional para unificar instrumentos de promoción y evitar duplicidades.

La marca ha de contribuir al desarrollo de una identidad turística propia basada en los atributos esenciales que caracterizan a la región.

Otro punto a tener en cuenta al organizar la estrategia de marketing es que **el desarrollo del turismo en la actualidad en el Maule pasa por la atracción de turistas**.

Así, los servicios son básicos y la innovación y las tecnologías no son utilizados de forma extendida por los negocios turísticos. Entre otras razones porque existe una importante carencia de infraestructuras tecnológicas como la fibra óptica lo que lleva a que los negocios no utilicen alternativas como las reservas y medios de pago on-line, la promoción en redes sociales o la creación de plataformas virtuales de oferta de servicios turísticos y rutas.

En este contexto, resulta complicado que la región pueda afrontar un reto de especialización turística en actividades como el desarrollo y venta a otras regiones de tecnologías turísticas (desarrolladores de páginas web, diseñadores de plataformas y de redes empresariales, etc.), de tecnologías medio ambientales para el turismo (energías renovables, economía circular, etc.) o tecnologías alimentarias (de procesamiento) para un turismo saludable.

Es por todo lo anterior que, en efecto, el reto que afronta en la actualidad el turismo de la Región del Maule es la atracción de turistas. Sobre esta base, el origen de estos turistas puede ser la propia región, o los ámbitos nacional e internacional.

El desarrollo del turismo en el Maule a medio y largo plazo tiene la oportunidad de atraer a visitantes nacionales, esencialmente de la región Metropolitana y de las regiones del entorno como O'Higgins, y Ñuble.

También a visitantes internacionales, esencialmente procedentes de Brasil y Europa. Los visitantes de Brasil realizan rutas en las que incluyen el enoturismo y la nieve en las Regiones Metropolitana y Valparaíso principalmente, y sobre esta base pueden ampliar su ruta para visitar la Región del Maule.

Por su parte, los visitantes europeos recorren diversas regiones del país, combinando diferentes tipos de turismo, como el urbano (Santiago y Valparaíso), hasta el gastronómico y enoturístico (centro de Chile), hasta el de naturaleza y paisaje (desierto, costa, Patagonia, etc.). El Maule tiene la oportunidad de posicionarse en los ámbitos del turismo gastronómico-enoturístico y de la naturaleza para los viajeros europeos.

Sin embargo, en el corto plazo, ante la situación coyuntural generada por el impacto de la COVID-19, la Región del Maule tiene el reto de desarrollar el turismo de los propios habitantes de la región. Se requiere orientar la oferta turística hacia este perfil de viajero. Surgen oportunidades en este ámbito en el turismo gastronómico, el enoturismo, el turismo cultural, y el turismo de naturaleza, entre otros.

Todos estos tipos de turismo han de adaptar su oferta de productos y servicios a los protocolos que las autoridades sanitarias promulguen para proteger a los clientes ante la COVID-19.

Para abordar todo lo anterior, resultaría oportuno diseñar e implementar un **Plan de Marketing Digital** para el desarrollo turístico del Maule. Su objetivo sería establecer la estrategia de productos-segmentos de mercado, y el posicionamiento y la promoción del destino en las redes sociales y por medios digitales.

Comunicación y promoción de la Región del Maule como destino turístico

El Servicio Nacional de Turismo **SERNATUR difunde información sobre las características de la región y sobre sus atractivos para el turismo.**

Tiene una **Oficina de Información Turística (OIT)** en el centro de Talca que ofrece información de interés, pero presenta la carencia de no encontrarse en acceso peatonal directo. Esto dificulta su visibilidad para los viajeros que no sepan exactamente en el lugar en que se encuentra.

Esta OIT requiere de una modernización en su diseño y en la utilización de herramientas tecnológicas para ofrecer información actualizada a los turistas. Adicionalmente, debería haber varias oficinas repartidas en diversos lugares de la región. Así, **crear una red de OITs tendría como objetivo ser una puerta de entrada a la región**, un mostrador de recepción al que lleguen los visitantes procedentes de todos los lugares y encuentren una bienvenida, información diversa, y una ayuda en la planificación de sus actividades turísticas durante su visita.

Se demanda mejorar las OITs para hacerlas más atractivas, más atrayentes, de tal forma que inviten a la gente a entrar y acceder a información sobre los destinos turísticos de la región.

SERNATUR también tiene un **“Buscador de Servicios Turísticos Registrados”**⁵⁷. La Región del Maule presenta pocos establecimientos Registrados y muy pocos negocios que tengan el Sello de Calidad Turística y el Sello de Sustentabilidad Turística.

Así, en la categoría de “Hoteles” no aparece ninguno que disponga de ambos sellos a la vez, y solo existen 3 que tienen el Sello de Calidad Turística y uno el Sello de Sustentabilidad Turística. Adicionalmente, se encuentran registrados un “Bed&breakfast”, un “Complejo turístico”, dos “Hostales”, y dos “Residenciales” que tienen el Sello de Calidad.

Ninguno de los 164 restaurantes del Maule registrados en el buscador de SERNATUR tiene Sello de Calidad o Sustentabilidad Turística. Resultaría de alto

⁵⁷ https://serviciosturisticos.sernatur.cl/nueva_busqueda.php

interés implementar un **Plan Regional de Turismo Gastronómico de Calidad** cuyo objetivo sería ayudar a los restaurantes a certificarse en los Sellos de Calidad y Sustentabilidad, incrementando de esta forma la seguridad alimentaria para el turista y el atractivo de la región en este tipo de turismo tan complementario con el enoturismo y con el turismo de naturaleza.

En lo relativo al Sello de Sustentabilidad Turística, solo se encuentran registrados unas “Cabañas”, un “Hostal”, y un “Hotel”.

Ninguno de los 103 negocios de “Turismo de aventura” que existen en el citado buscador se encuentran registrados con el Sello de Sustentabilidad Turística.

En el aspecto positivo cabe destacar que se encuentran registrados 4 tour operadores con el Sello de Calidad Turística.

Finalmente, se observa que las “Viñas y bodegas” quedan clasificadas en el campo “Servicios culturales” lo que dificulta su ubicación en la web. Además, ninguna de las 13 bodegas que se encuentran en el buscador está registrada con ninguno de los dos Sellos mencionados.

Todo ello indica la carencia de Registro de las empresas en los “Sellos de Calidad y de Sustentabilidad Turística” de SERNATUR, lo que da muestra de la carencia de nivel de calidad de los servicios de alojamiento y de actividades turísticas que ofrece la región a los visitantes.

Por su parte, la **Corporación Regional de Desarrollo Productivo del Maule (CRDP)** persigue mejorar la productividad y competitividad de distintos sectores económicos regionales, mediante la promoción y articulación de estudios, planes, programas y proyectos para mejorar su desempeño⁵⁸.

En materia de comunicación y promoción de la región ha diseñado una marca “**Descubre El Maule**”⁵⁹, y su página web ofrece varios vídeos mostrando imágenes de algunos de los atractivos de turismo de naturaleza más espectaculares de la región.

⁵⁸ <http://crdpmaule.cl/sobre-crdp-maule/>

⁵⁹ <http://crdpmaule.cl/descubre-maule/>

En este contexto, sería interesante generar un **Mapa Georeferencial de destinos turísticos de la Región del Maule**, para mostrar estos destinos tanto de temporada alta como de temporada baja.

Organización y contratación del viaje turístico

La **gestión de la información es esencial para la organización del viaje turístico**.

En la actualidad no existen herramientas tecnológicas que ayuden a los visitantes potenciales a organizar su viaje a la Región del Maule. Mejorar la información para el turista antes de que realice el viaje es fundamental para atraer un mayor número de visitantes.

Así, por ejemplo, **no existe una web oficial específica “Turismo en la Región del Maule”**⁶⁰ que ayude a conocer en profundidad los atractivos de los diversos tipos de turismo de la región, como turismo gastronómico, deportivo, enoturismo, de aventura y naturaleza, cultural y patrimonial, etc., así como los servicios y rutas que se pueden realizar.

La realización de este sitio web oficial debería ser una iniciativa financiada por el ámbito público, e implementada, por ejemplo, por la Corporación Regional de Desarrollo Productivo CRDP, facilitando de ese modo la incorporación y participación de los actores privados.

Por ello, la Región del Maule debería desarrollar proyectos de almacenamiento, procesamiento y análisis de big-data. Se debería apuntar a desarrollar aplicaciones, basadas en **inteligencia artificial, big-data** y otras, **desarrolladas en conjunto con entidades académicas del Maule**, que ayuden a los turistas a encontrar información que les interese sobre el Maule y a organizar sus rutas de viaje.

Estas soluciones tecnológicas podrían integrarse en una plataforma dirigida a ofrecer una experiencia integral al turista. Así, a la vez que ofrece información al turista, recoge datos e información sobre sus movimientos y de esta forma se pueden desarrollar servicios ajustados a sus necesidades durante el viaje, como

⁶⁰ La Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP) ofrece en su web información sobre algunos atractivos turísticos regionales y SERNATUR tiene un buscador nacional de servicios turísticos en los que se pueden encontrar algunos de ellos registrados en la Región del Maule.

pueden ser apoyo en servicios de seguridad y salud, en contratación de reservas de alojamientos y restaurantes durante la ruta, en facilidad para realizar pagos on-line, y en el suministro de información sobre noticias y eventos, entre otros.

Servicios

La Región del Maule tiene atractivos naturales para el desarrollo de actividades turísticas. Sin embargo, existe una carencia de oferta de servicios basados en el aprovechamiento de los citados atractivos naturales.

De esta forma, los visitantes acuden a la región, acampan y disfrutan de los recursos naturales como el paisaje, la fauna y la flora, pero no se pone a su disposición servicios de pago que dejen ingresos en la región.

Se observa necesario **diversificar la cadena de valor**, es decir, incrementar la variedad de los servicios turísticos que ofrece la región. Así, existen oportunidades para desarrollar, además de los ya existentes relacionados con el enoturismo y el turismo de naturaleza, otros como servicios deportivos, de bienestar y salud, de entretenimiento, de paisajismo y jardinería⁶¹, de transporte adaptado, y de rutas temáticas, entre otros tipos de servicios.

Se requieren nuevas ideas, innovación y nuevos empresarios que ofrezcan servicios diferentes a los tradicionales.

También se observa la necesidad de **incrementar la calidad de los servicios** turísticos de la región. Algunos elementos para mejorar son, el uso de segundos idiomas (portugués e inglés), las habilidades blandas como la atención y prestación de servicio a los clientes, y la incorporación de tecnologías (plataformas de reservas, formas de pago seguro, etc.) entre otros.

En este sentido, **las empresas turísticas** de la Región del Maule **no perciben el valor añadido que aporta estar Registrado en SERNATUR y de conseguir los**

⁶¹ El paisajismo y jardinería son actividades que crean una importante cantidad de empresas y empleo en las regiones turísticas. Se trata de servicios de construcción, embellecimiento y mantenimiento de parques y jardines de alto atractivo para estimular el bienestar de los visitantes, en el entorno, y en el mismo interior, de los hoteles, alojamientos, restaurantes, espacios de recreo, ocio y esparcimiento, aparcamientos, monumentos, recintos de eventos culturales, deportivos, gastronómicos y de entretenimiento, e incluso en el interior y entorno de las propias residencias de la población local y en las avenidas y paseos turísticos (marítimos, rurales, etc.).

Sellos de Calidad y de Sustentabilidad Turística. Por ello, existe una carencia de número de empresas registradas que alcanzan los niveles de calidad de servicio turístico que se requieren en los estándares de SERNATUR.

Ello tiene varias consecuencias. **Retrasa la mejora de la calidad de los servicios turísticos regionales, reduce las capacidades de la oferta para posicionarse en turismo de mayor capacidad de gasto, debilita la imagen del producto, y aporta menos atributos para la promoción de la marca de turismo regional. Además de promover y proponer mejoras continuas al rubro.**

En este contexto, sería de interés diseñar e implementar un **Plan de apoyo a las empresas para la obtención de los Sellos de Calidad y Sustentabilidad Turística.** El objetivo sería facilitar que los negocios (agricultores, restaurantes, hostales, campings, etc.) abordaran las brechas y debilidades que les impiden acceder al nivel de calidad requerido para conseguir ambos sellos. También sería de interés que esta Plan ayude a la adaptación de los requisitos de los Sellos a los perfiles de cada tipo de negocio, ya que no es lo mismo un hotel que un camping o un restaurante que una empresa de servicios deportivos.

El Plan debería incluir un sistema de seguimiento y control de las actividades que las empresas turísticas con Sellos de Calidad y Sustentabilidad prestan a los clientes, esencialmente en los Programas de Turismo Familiar y de Tercera Edad, entre otros, para garantizar que se corresponden con las exigencias requeridas por los Sellos.

También debería incluir un sistema de seguimiento de la actividad informal en el sector turístico. Este plan contribuiría a que se incrementara el nivel de calidad de los servicios turísticos de la Región del Maule.

En cuanto a la **perspectiva de género**, se observa una carencia de mujeres en los puestos directivos de los negocios turísticos, y sin embargo son las personas que mayoritariamente realizan las actividades colaterales a los servicios turísticos, como la cocina, mucama, y limpieza, entre otros.

Las artesanas de la Región del Maule ocupan un lugar preferencial en el impulso a la mejora de la situación socio-laboral de la mujer en la región. De esta forma, el desarrollo del turismo tiene el potencial de generar oportunidades para que las artesanas valoricen el patrimonio artesanal de la región.

Las mujeres artesanas se encuentran en posesión de la cultura y el conocimiento de las tradiciones y formas de producción de utensilios de trabajo y decorativos, que pueden ser la base para la producción de productos artesanales con atractivo para los turistas.

De esta forma, la política de turismo de la Región del Maule generará un impacto positivo en el desarrollo de la igualdad de género en la región, ya que creará nuevos empleos en la producción de artesanías producidas por mujeres, y estimulará la creación de emprendimientos relacionados con la artesanía liderados por mujeres conocedoras del patrimonio artesanal regional.

También se advierte una alta informalidad en los negocios en los que las propietarias son mujeres⁶². Por ello, resultaría de interés realizar un **acompañamiento a los negocios regentados por mujeres para su incorporación a la economía formal y para incrementar su nivel de calidad y conexión con el mercado.**

Enoturismo

Se observa que la promoción del enoturismo beneficiaría a un número limitado de empresas (bodegas) que además están ya muy establecidas, tienen recursos propios y por ello capacidades para realizar su propia estrategia de promoción comercial. Se percibe que si se promociona el enoturismo se detraen recursos que pueden dejar fuera a empresas pequeñas que no se dedican al tema del vino.

Así, no se aprecian en la región los efectos tractoros que el desarrollo del enoturismo puede tener sobre otros servicios de la cadena de valor del turismo. Algunos de ellos pueden ser, entre otros, la agricultura de productos autóctonos que contribuyan a potenciar la experiencia enológica, la gastronomía, los hoteles, los servicios de bienestar y salud, la cosmética basada en ingredientes derivados del vino, los medios de transporte como alquiler de autos, la jardinería para embellecer los paisajes en el entorno enoturístico, el merchandising de productos vitivinícolas, y los regalos y artesanías vinculadoras.

⁶² Seremi de la Mujer y la Equidad de Género Región del Maule

Los segmentos de mercado para el enoturista pueden ser las familias de la región, los enoturistas nacionales procedentes de áreas urbanas y los visitantes extranjeros, entre los cuales los brasileños representan el mayor número de visitantes potenciales. Son segmentos de medio y medio-alto nivel adquisitivo.

Los enoturistas de estos 3 segmentos son demandantes y consumidores acérrimos, no solo de los tours enoturísticos en sí mismos, sino también de los servicios y productos adicionales citados anteriormente.

Es por ello, que resultaría necesario implementar una **campaña de sensibilización de la sociedad de la Región del Maule** sobre el valor del enoturismo y su efecto tractor sobre la economía regional y el desarrollo de la cadena de valor del turismo en su conjunto. El objetivo de la campaña sería transformar a cada habitante de la Región del Maule en un embajador del enoturismo regional y transferir información y conocimiento sobre las oportunidades de negocio auxiliares que genera el efecto tractor del enoturismo.

También se observa necesario diseñar e implementar un **programa de asociatividad para el desarrollo competitivo del enoturismo**. El objetivo sería identificar intereses y objetivos comunes entre las grandes, medianas y pequeñas bodegas enoturísticas de la región, incluyendo, entre otras, a las empresas de servicios auxiliares al enoturismo, como hoteles, organizadores de eventos, empresas de servicios culturales (museos, etc.), y operadores de actividades deportivas, de salud y bienestar y de entretenimiento. La finalidad sería que la asociatividad contribuyera a difundir la idea de que priorizar a las empresas enoturísticas significa también priorizar a muchas otras empresas que orbitan en este entorno.

Un proyecto estratégico de esta asociatividad debería ser realizar una **campaña de promoción del enoturismo de la región**, dirigida a los segmentos de mercado de:

- Enoturistas de la propia Región del Maule. Este segmento sería de especial interés en el corto plazo para ayudar a afrontar la bajada de enoturistas de otras regiones y países como consecuencia de la COVID-19.
- Enoturistas de fin de semana de las regiones chilenas del entorno, esencialmente de la Región Metropolitana, Región de Valparaíso, Región del Libertador General Bernardo O'Higgins, Ñuble y Región del Biobío.
- Enoturistas internacionales, esencialmente procedentes de Brasil, Argentina, Estados Unidos y Europa.

Esta campaña en asociatividad debería mostrar las complementariedades del enoturismo de la Región del Maule con otros tipos de servicios turísticos que se pueden desarrollar en la región, como los de aventura, de naturaleza y de deporte.

Al hacer una campaña en la que los diversos tipos de turismo que ofrece la región se promocionen de manera complementaria, se podrían alcanzar diversas ventajas competitivas:

- Aprovechar el efecto tractor del enoturismo para el desarrollo de otras actividades y servicios turísticos complementarios (gastronomía, visitas a mercados y ferias, paseos en la naturaleza, actividades deportivas, alojamiento, visitas a museos, etc.).
- Resultar más factible económicamente, al realizar una promoción coherente de los diversos tipos de turismo en una sola campaña integral.
- Dar a conocer la oferta turística a diversos segmentos de mercado en una campaña de promoción basada en la asociatividad.
- Favorecer la cooperación entre los negocios de los diversos tipos de turismo, para orientar los esfuerzos y las capacidades en una misma dirección.
- Ayudar a la generación de sinergias entre empresas de la cadena de valor.

Para el desarrollo de esta campaña, existe una [página web “Valle del Maule”](#)⁶³ en la que se muestran todas las viñas asociadas a la Ruta enoturística de este Valle, y en la que se pueden realizar reservas de tours.

Turismo de aventura y naturaleza

Los servicios de turismo de aventura, naturaleza y deporte de la Región del Maule son de baja calidad y resulta necesario mejorarlos para poder abordar segmentos de mercado de creciente poder adquisitivo.

Así, según el Buscador de Servicios Turísticos Registrados de SERNATUR **ninguna empresa de turismo de aventura de la Región del Maule tiene el Sello de Calidad Turística ni el Sello de Sustentabilidad Turística.**

Los servicios de turismo de aventura deben tener, entre otros, atributos de calidad, seguridad y sustentabilidad para ofrecer a los turistas garantías de que van a desarrollar una actividad segura y sostenible.

⁶³ <http://valledelmaule.cl/>

Los servicios deportivos son actividades clave que complementan a las de turismo de aventura. Pues bien, **ninguna empresa de servicios deportivos de la Región del Maule se encuentra registrada en el buscador de SERNATUR.**

Sería de interés promover el desarrollo de negocios que presten servicios especializados de calidad, como avistamiento de pájaros (“bird watching”) y deportes específicos (como escalada, kayak, trekking, pesca deportiva, etc.) entre otros. Existen condiciones naturales en la región para el desarrollo de estas actividades.

Adicionalmente, se advierte que los **alojamientos disponibles en las rutas de turismo de aventura**, como campings y otros, **ofrecen servicios muy básicos** (sanitarios, alojamientos, gastronomía, etc.). Están orientados para el segmento de viajero joven (milenials) que gasta poco dinero durante el viaje. Así, se observa una carencia de campings, cabañas, refugios y otro tipo de alojamientos de alta calidad capaz de atraer a un segmento de turismo aventurero, de alta capacidad de gasto, que presenta mayores posibilidades de retorno al sector, que quiere estar en contacto con la naturaleza.

También se observa una carencia de información sobre las preferencias que tienen los milenials para la realización de sus actividades turísticas. Ellos llevan delantera en el uso de las tecnologías digitales y los negocios de la región se encuentran con retraso en ese ámbito.

Artesanía con Sello “Artesanías del Maule”

La artesanía de la región se encuentra de manera mayoritaria realizada por mujeres. Por ello, resultaría de interés apoyar su desarrollo y ayudarles a conseguir nuevos mercados en el segmento del turismo.

Así, se advierte la necesidad de **conectar la actividad artesanal de alta calidad de la región con los turistas interesados en comprar dichas artesanías.**

Existen experiencias en este sentido, como la **página web “Maestra Madre de Rari”**⁶⁴, integrada por **16 artesanas del pueblo de Rari** que se dedican a la elaboración de artesanías con crin de caballo.

⁶⁴ <http://www.maestramadre.cl/>

La Artesanía en Crin se remonta a casi 300 años, y en el pueblo de Rari es la Madre quien enseña a sus hijos la técnica, generación tras generación.

Maestra Madre exporta sus productos a países como Estados Unidos, Alemania, España, Francia, Italia, Australia, Reino Unido, Canadá, y Suiza, entre otros, y colabora con artesanos de todo el mundo para elaborar nuevos diseños en conjunto.

Acceso al destino turístico

Resulta necesario ampliar la duración de la estancia de los visitantes a la región. Para ello, resultaría oportuno que las provincias trabajen en cooperación para diseñar **Rutas** en las que se integren y presenten al visitante los atractivos intercomunales de manera integrada.

De esta forma, se perseguiría que el turista accediera a la región no solo con el plan de visitar Talca o uno de los destinos de montaña del entorno, sino también con la información pertinente para organizarse visitas complementarias a otros atractivos, como los tours a viñas o los paisajes de costa.

Para ello, sería necesario que las Rutas tuvieran un hilo conductor, en términos de:

- Complementariedad entre los servicios que ofrece cada localización de la Ruta
- Infraestructuras de caminos que no estuvieran cortados para facilitar el desplazamiento de un sitio a otro dentro de la Ruta
- Diversidad entre los contenidos turísticos de cada una de las Rutas, incluyendo información sobre el tiempo estimado de los recorridos), para que los visitantes tuvieran el aliciente de visitar varias de ellas.
- Señalética eficaz y amigable bilingüe que guíe a los visitantes.

La **mejora de los Pasos Pehuenche y Vergara** contribuiría a abrir caminos internacionales de acceso a la región, que puede atraer a turistas de distintas procedencias. Esta mejora debería impulsarse no solo en las infraestructuras para la movilidad (carreteras y caminos), sino también en infraestructuras para el desarrollo de actividades turísticas en el entorno de estos espacios (zonas de esparcimiento, zonas de descanso, miradores, señalética de rutas, etc.).

Despliegue territorial de la fibra óptica

En el citado ámbito de la fibra óptica, se requiere incentivar con apoyo público a los operadores para que desplieguen la infraestructura en todo el territorio, incluidas las zonas con menor población, en las que existe menor perspectiva de venta de paquetes de servicios, como televisión, telefonía, tarjetas de datos para aparatos informáticos, etc.

Además, se demanda la coordinación entre los agentes nacionales, regionales y locales involucrados para acelerar el proceso de despliegue de la fibra óptica en el territorio. Aunque ya existen resoluciones que contemplan el despliegue de esta infraestructura, incluyendo la última milla, sería oportuno garantizar el despliegue en todo el territorio, incluyendo zonas remotas y con poca población, y hacerlo de una forma rápida.

Para ello, resultaría de interés crear una **Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica**. Su objetivo sería identificar y planificar las necesidades, además de levantar alertas tempranas sobre los retrasos y dificultades en la ejecución, estableciéndose así medidas para su resolución de conflictos en el desarrollo de las iniciativas en esta materia.

Existen áreas de la región en las que incluso no alcanza la cobertura de la señal telefónica, por lo que los negocios turísticos no pueden comunicarse con los visitantes. Debiendo incentivar a las compañías la ampliación de cobertura y repetición de las señales telefónicas.

Resultaría necesario arreglar esta carencia, para que las empresas puedan establecer servicios innovadores a sus clientes como la planificación en la gestión de reservas y el pago seguro on-line, entre otros.

Innovación y tecnología en servicios turísticos

Los agentes aportan contribuciones sobre los potenciales nuevos servicios innovadores y tecnológicos que las empresas de la Región del Maule pueden desarrollar.

Así, la **“promoción de servicios turísticos a distancia”** es un ámbito a explorar. La **tecnología de la realidad virtual** puede ayudar a desarrollar este concepto. La Universidad de Talca se encuentra trabajando en desarrollo de aplicaciones tecnológicas de este tipo. Estas tecnologías permiten realizar una modelación virtual del territorio, del paisaje o de espacios turísticos determinados, y darlos a conocer por medios virtuales.

El objetivo de estos servicios sería realizar una promoción de la oferta turística disponible con un soporte más potente, como es la realidad virtual, frente a los tradicionales dípticos, trípticos o catálogos.

En síntesis, esta alternativa sería un servicio de promoción turística con un soporte tecnológico. Los turistas no van a pagar por acceder a esa experiencia virtual, pero sí podrían ver atraída su atención por la oferta turística que se promociona por ese medio, y tomar la decisión de viajar a la región promocionada.

Otra opción es la **“promoción por medios virtuales de los productos artesanales regionales”**. Así, los artesanos tendrían la oportunidad de enseñar, mediante cursos y/o demostraciones los procesos de elaboración de las artesanías que producen, y difundir estos contenidos a través de las redes sociales y otros medios virtuales.

Se percibe que la Universidad de Talca dispone de capacidades para impulsar la **transferencia de conocimiento, innovación y tecnología** a las empresas de la región.

Capital humano

Se advierte una **carencia de capacitación en los empresarios turísticos**. Existen muchas falencias en el ámbito del capital humano, esencialmente carencias de habilidades y competencias para prestar un servicio de alta calidad a los turistas (efectividad en la atención al cliente de forma óptima, sonreír, ofrecer un trato agradable más allá de la amabilidad y la educación, mantener una actitud proactiva para dar a conocer al turista opciones adicionales de servicios que puede contratar y pagar, etc.) y escasa utilización de idiomas (portugués e inglés).

Sería de interés implementar **programas de formación en tecnologías digitales** para el negocio turístico (redes sociales, marketing digital, gestión de reservas, etc.) dirigidos a los profesionales del sector.

Existe una oferta formativa que aborda algunas de las necesidades de capacitación del capital humano local. El Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE) ofrece planes formativos en diversos ámbitos profesionales relacionados con la hostelería y el turismo (mucama, cocinero, camarero, garzón, guías turísticos, etc.).

Las empresas y el capital humano regional no aprovechan esta oferta. Para los pequeños empresarios y para las personas de las localidades resulta caro desplazarse hasta otra ciudad dentro de la región a recibir cursos durante varios días. Es por ello, que el capital humano local tiende a no asistir a estos cursos si no reciben pago por acudir.

Ello hace que la oferta de SENCE no se aproveche en todo su potencial para impulsar la cualificación del capital humano regional y llegue a los sectores necesarios.

En este sentido, sería de interés **promover la educación profesional dual**, involucrando a los centros de formación técnico profesional, centros de formación técnica, instituciones universitarias para incorporar en las mallas formativas contenidos relacionados con el turismo.

Esta oferta formativa podría desarrollarse de manera descentralizada, más cercana a los habitantes locales, y en ella podrían participar los trabajadores que ya son profesionales en las empresas y también los jóvenes que buscan orientar su carrera profesional en éste ámbito de desarrollo laboral.

SENCE podría realizar su oferta formativa en cooperación con estos centros educativos regionales. Además, sería interesante que SENCE diseñara la oferta formativa en cooperación con los agentes sectoriales locales, para adaptar los contenidos a las necesidades del capital humano local en función de las actividades desarrolladas.

Adicionalmente, se advierte el interés de realizar **programas de formación del área turística dirigidos a las autoridades y los actores institucionales de la región**. El objetivo sería capacitar a los actores institucionales locales y regionales

en las políticas y estrategias que les pueden resultar de interés para atraer más turismo, así como en los tipos de planes, programas y proyectos que contribuyen al desarrollo de un turismo sustentable y de calidad (por ejemplo, organización de estacionamiento de vehículos en zonas costeras o cordilleranas, creación de miradores y señaléticas, medidas para hacer seguimiento de la calidad de los servicios, etc.).

Incluido en este concepto de educación profesional dual, sería de interés implementar un **programa de intercambio internacional** en el que estudiantes de la región realicen pasantías en otras regiones muy turísticas del mundo a estudiar y realizar prácticas allí. De esta forma, adquirirían competencias y habilidades de gestión de negocios turísticos de alto nivel para poder aplicarlas al regreso en los servicios turísticos de la Región del Maule.

Una **Escuela de Turismo** en la región podría ser una iniciativa de interés para enseñar a los jóvenes el negocio y desarrollo turístico regional, como una alternativa de desempeño laboral.

Infraestructura para la sostenibilidad turística

Se advierte la necesidad de mejorar las infraestructuras de los negocios para el desarrollo de la sostenibilidad del turismo, como servicios higiénicos de mayor calidad e instalaciones modernizadas para acoger a los clientes.

También se requiere crear equipamientos para el cuidado al medio ambiente, como puntos de reciclaje, organización de la gestión de los residuos orgánicos e inorgánicos (plásticos), y tratamientos de aguas residuales, entre otros.

Sería de interés desarrollar parques eólicos y solares que faciliten el aprovechamiento de los recursos naturales para la generación de energía renovable a nivel local y su utilización por los negocios del entorno.

Medidas Post COVID-19

El impacto de la COVID-19 está siendo muy alto en el sector turismo. Los alojamientos, restaurantes y servicios turísticos se encuentran inactivos y sin ingresos. También se encuentra muy reducida la actividad en el transporte.

El **impacto de la COVID-19 va a ser coyuntural pero profundo**. Además, existe incertidumbre sobre cuándo será el momento en el que los turistas volverán a recuperar la confianza para realizar viajes de ocio.

Las empresas van a necesitar apoyo para afrontar las consecuencias de la pandemia en la actividad económica. Por ello, se observa necesario asesorar a las empresas para explorar nuevos modelos de negocio de servicios turísticos, en los que se requerirá una mayor incorporación de oferta digital.

También resultará clave vincular los nuevos modelos de negocio que se habrán de desarrollar con la inmensa cantidad de empresas turísticas de la región que no tienen acceso a recursos tecnológicos. En este sentido, se percibe la necesidad de solucionar problemas básicos como el colapso de las comunicaciones telefónicas en zonas rurales durante la temporada alta, o el despliegue de la fibra óptica.

También sería de interés realizar un **Plan de Capacitación sobre los protocolos post COVID-19** que va a resultar necesario implementar para garantizar las condiciones higiénicas y sanitarias de los negocios turísticos después de la pandemia.

Esta capacitación debería incluir contenidos como cuáles van a ser las nuevas formas de atención a los turistas, las formas de prevención, y las medidas de higiene que va a resultar necesario tomar, entre otras.

Seguimiento a los visitantes después del viaje

Existen muy pocos negocios turísticos que realicen seguimiento a los clientes que han visitado la región.

El seguimiento a los visitantes después del viaje aporta información de calidad sobre el nivel de satisfacción del viajero, su motivación y disposición para recomendar el viaje a otras personas y sobre su interés en regresar.

Para conseguirlo, sería necesario ayudar a las empresas a que recopilen y almacenen en bases de datos la información que ha generado el viajero durante la estancia, y que les envíen encuestas de valoración pidiendo sugerencias y áreas de mejora tanto de los recintos como de los servicios ofrecidos.

Resultaría oportuno enseñar a los negocios a introducir en estas encuestas información sobre otras alternativas de ruta que al viajero le faltaron de conocer. Así, se aprovecharía el momento de recopilar dichas valoraciones para hacer promoción del negocio a clientes que ya conocen el Maule y que por lo tanto podrían repetir viaje a la región.

De esta forma, las encuestas de satisfacción después del viaje resultan también un efectivo canal de venta de nuevos servicios a personas que ya han sido clientes y que habría que desarrollar como mercado para el futuro.

La asociatividad podría aportar ventajas para la realización de estas actividades de seguimiento y fidelización de segmentos de clientes, mediante la oferta de servicios complementarios y de alternativas atractivas para el viajero.

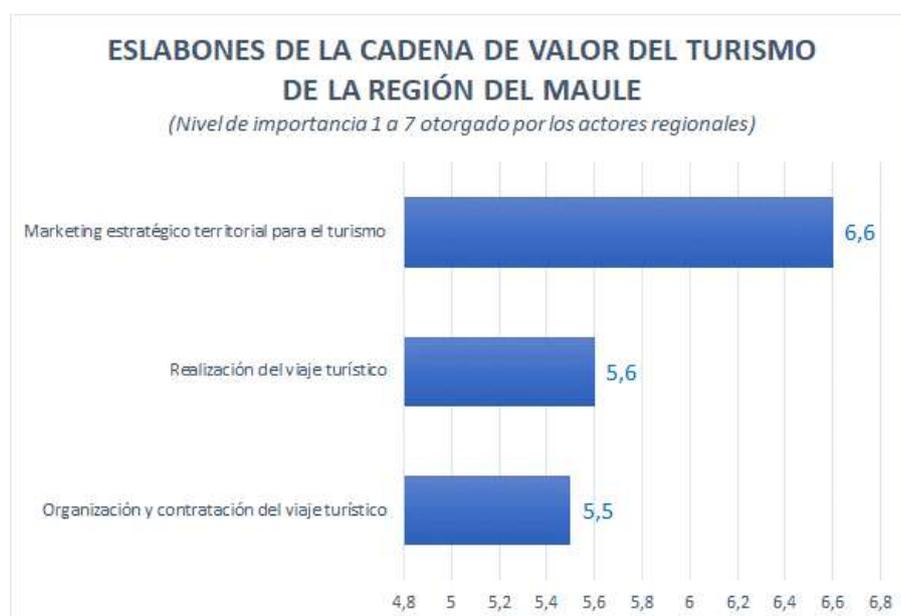
PASO 3.3/ SELECCIÓN DE LA ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN A IMPLEMENTAR

El objetivo es **seleccionar las alternativas de solución a implementar**. Para ello, los actores regionales relacionados con el turismo, que han participado en las entrevistas realizadas, han aportado valoraciones cuantitativas y cualitativas que permiten presentar la siguiente jerarquización de alternativas.

Los actores consideran de una mayor importancia para el desarrollo del turismo de la Región del Maule el **“Marketing Estratégico territorial para el turismo”**.

De menor importancia consideran el desarrollo de las actividades relacionadas con el eslabón de la “Realización del viaje turístico” y el de la “Organización y contratación del viaje turístico”.

Gráfico 45: Jerarquización de la importancia de los eslabones de la cadena de valor para el desarrollo del turismo en la Región del Maule



Fuente: elaboración de INFYDE con datos de las entrevistas a actores regionales relacionados con el turismo

En efecto, lo anterior indica que los actores regionales consideran que la región en primer lugar debe organizar adecuadamente sus recursos y capacidades para construir una oferta turística atractiva y de calidad.

Una vez que la región desarrolle sus infraestructuras y capacidades para el turismo, entonces tendrá un producto de calidad y en ese momento será más adecuado empezar a vender la Región del Maule como destino turístico.

En este sentido, los actores tienden a considerar que **la oferta de turismo regional que se debe priorizar para su desarrollo y comercialización** es la siguiente:

Tabla 67: Tipos de turismo considerados prioritarios para su desarrollo en la Región del Maule

TIPOS DE TURISMO CONSIDERADOS PRIORITARIOS	JUSTIFICACIÓN
ENOTURISMO	<ul style="list-style-type: none"> Alta demanda de este tipo de turismo a nivel nacional e internacional Segmento de alta capacidad adquisitiva Capacidad tractora sobre otras actividades relacionadas (gastronomía, alojamiento, actividades culturales, etc.) Buena imagen del vino del Maule Complementariedad con actividades gastronómicas saludables
TURISMO DE AVENTURA Y NATURALEZA	<ul style="list-style-type: none"> Recursos naturales (Parques y Reservas Naturales) de alto valor natural. Alta demanda de este tipo de turismo a nivel nacional e internacional Sub-segmentos especializados de alta capacidad adquisitiva (avistamiento de pájaros "bird watching") Complementariedad con actividades gastronómicas saludables
TURISMO DEPORTIVO	<ul style="list-style-type: none"> Potencial de desarrollar servicios especializados para nuevos deportes (ciclismo, escalada, kayak, etc.) Nichos de mercado muy específicos y de alto potencial de actividad Actividad desestacionalizada que se demanda en todas las estaciones del año. Complementariedad con actividades gastronómicas saludables
TURISMO DE BIENESTAR Y SALUD	<ul style="list-style-type: none"> Potencial de desarrollar nuevos servicios de alto valor añadido (cosméticos, wellness, relajación, actividades formativas, etc.) Existencia de capacidades en la región (termas) aunque con necesidades de reconversión para adaptarse a segmentos de mayor poder adquisitivo Existencia de segmentos de mercado de alto nivel adquisitivo con una alta demanda de este tipo de actividades Complementariedad con actividades gastronómicas saludables

Fuente: elaboración de INFYDE con datos de las entrevistas a actores regionales relacionados con el turismo

Se propone establecer un **icono** de los atractivos turísticos de la Región, que contribuya a generar un impacto de imagen relacionando al Maule con un atractivo de fuerte personalidad. Se propone que los elementos de este icono sean el **enoturismo** y los **Parques y Reservas Naturales** de la región.

En este contexto, las actividades de la cadena de valor que los actores regionales consideran de mayor importancia para el desarrollo del turismo en la Región del Maule son, en primer lugar, la **“Planificación del territorio”**, seguido de **“El posicionamiento y comunicación del Maule como destino turístico”** y el desarrollo del **“Capital humano regional”**.

También es considerado de alta importancia en el corto plazo **abordar el impacto de la pandemia de la COVID-19**.

Gráfico 46: Jerarquización de la importancia de las actividades a implementar para el desarrollo del turismo en la Región del Maule



Fuente: elaboración de INFYDE con datos de las entrevistas a actores regionales relacionados con el turismo

Sobre esta base, los actores han aportado valoraciones que han permitido la elaboración de una **jerarquización de la efectividad, la factibilidad y las capacidades existentes en el Maule para la implementación de las alternativas planteadas**⁶⁵.

Las alternativas relacionadas con la “*Planificación del Territorio*” cuya implementación es considerada de mayor importancia por los actores regionales han sido las siguientes:

- **ALTERNATIVA 5:** Habilitación de un Programa financiado con el FNDR para financiar el despliegue en el territorio de la fibra óptica.
- **ALTERNATIVA 7:** Elaborar y realizar un Plan de Marketing Territorial para el turismo del Maule.
- **ALTERNATIVA 1:** Modelo de Gobernanza de la Política pública del turismo, integrada por un Directorio, una Secretaría Técnica y Grupos de Trabajo.

Gráfico 47: Jerarquización de alternativas relacionadas con la “*Planificación del Territorio*”



Fuente: elaboración de INFYDE con datos de las entrevistas a actores regionales relacionados con el turismo

⁶⁵ Ver Anexo 3/ Tabla de jerarquización de alternativas planteadas

La justificación para la priorización de las alternativas para la planificación del territorio son las siguientes:

Tabla 68: Alternativas prioritarias para la Planificación del Territorio

PLANIFICACIÓN DEL TERRITORIO	
ALTERNATIVAS PRIORITARIAS	JUSTIFICACIÓN
<p>ALTERNATIVA 5: Habilitación de un Programa financiado con el FNDR para financiar el despliegue en el territorio de la fibra óptica</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de acelerar el despliegue de la fibra óptica en todo el territorio. • Necesidad de conectividad de los negocios turísticos en todo el territorio. • Falta de cobertura de telecomunicaciones en temporada alta. • Urgencia de facilitar acceso a operadores de servicios de telefonía e internet a los negocios turísticos en todo el territorio. • Necesidad de coordinar las acciones de todos los actores (nacionales, regionales y comunales) para acelerar las obras de instalación de la fibra óptica, mediante: <ul style="list-style-type: none"> ○ Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica.
<p>ALTERNATIVA 7: Elaborar y realizar un Plan de Marketing Territorial para el turismo del Maule</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de identificar y caracterizar los segmentos de mercado para los destinos icono de la Región del Maule, como podrían ser el enoturismo y el turismo de aventura y naturaleza. • Necesidad de identificar las actividades y servicios, principales, complementarias y auxiliares, que se podrían desarrollar en el Maule para ofrecer a los turistas de los destinos icono. • Necesidad de generar y difundir continuamente información de mercado a las empresas e instituciones relacionadas con el turismo. • Necesidad de avanzar en el desarrollo de la identidad turística del Maule construyendo marca para sus iconos turísticos. • Necesidad de establecer un Plan de Marketing para el territorio consensuado por todos los actores de la región relacionados con el turismo, en el que cada uno de ellos tenga asignada su responsabilidad y en el que las acciones se gestionen de manera coordinada y coherente, incluyendo: <ul style="list-style-type: none"> ○ La "política de producto" es decir, los productos y servicios que el Maule va a ofrecer a cada segmento. Priorización de los destinos icono. ○ La "política de comunicación" es decir, los destinatarios objetivo, y los contenidos y los medios de comunicación para cada segmento. ○ La "política de distribución" es decir, determinar el lugar en que se va a concretar las ventas con los turistas en cada segmento (tour operadores, la web, hoteles, prescriptores, blogs, etc.). ○ Un "Observatorio de Inteligencia Competitiva para el Turismo" que genere y difunda información de mercado y sobre la movilidad y preferencias de los visitantes. ○ Plan de Promoción Digital. ○ La "política de recursos e infraestructuras" requeridas: mejora de Pasos Pehuenche y Vergara.

PLANIFICACIÓN DEL TERRITORIO	
ALTERNATIVAS PRIORITARIAS	JUSTIFICACIÓN
<p>ALTERNATIVA 1: Modelo de Gobernanza de la Política pública del turismo, integrada por un Directorio, una Secretaría Técnica y Grupos de Trabajo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de coordinar a todos los actores regionales relacionados con el turismo, que a priori deben ser: <ul style="list-style-type: none"> ○ CORE: Comisión de Turismo y Medio Ambiente ○ Gobierno Regional: División de Planificación y Desarrollo ○ Gobierno Regional: División de Fomento e Industria ○ Servicio Nacional de Turismo SERNATUR ○ Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP) ○ Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) ○ Corporación Nacional Forestal (CONAF) ○ Asociaciones empresariales ○ Municipalidades. • Necesidad de orientar estratégicamente las acciones a implementar en el territorio para desarrollar el turismo. • Necesidad de crear grupos de trabajo territoriales en los que se coordinen los esfuerzos y recursos a nivel comunal, provincial y regional. • Evitar duplicidades y organizar complementariedades en la gestión de los recursos para el desarrollo del turismo en la región y en sus comunas.

Fuente: elaboración de INFYDE con datos de las entrevistas a actores regionales relacionados con el turismo

Por su parte, las alternativas relacionadas con el *“Posicionamiento y comunicación del Maule como destino turístico”* cuya implementación es considerada de mayor importancia por los actores regionales han sido las siguientes:

- **ALTERNATIVA 17:** Campaña de concienciación social sobre cultura del turismo.
- **ALTERNATIVA 21:** Programa de financiamiento de la innovación y la aplicación tecnológica de servicios turísticos.
- **ALTERNATIVA 22:** Programa de financiamiento de tecnologías de sostenibilidad para el turismo.

Gráfico 48: Jerarquización de alternativas relacionadas con la “Posicionamiento y comunicación del Maule como destino turístico”



Fuente: elaboración de INFYDE con datos de las entrevistas a actores regionales relacionados con el turismo

La justificación para la priorización de las alternativas para el posicionamiento y comunicación del Maule como destino turístico son las siguientes:

Tabla 69: Alternativas prioritarias para el posicionamiento y comunicación del Maule como destino turístico

POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIÓN DEL MAULE COMO DESTINO TURÍSTICO	
ALTERNATIVAS PRIORITARIAS	JUSTIFICACIÓN
<p>ALTERNATIVA 17: Campaña de concienciación social sobre cultura del turismo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de concienciar a la sociedad de la Región del Maule de que el turismo es un sector estratégico para la economía regional. • Necesidad de sensibilizar a la sociedad del Maule de que la economía de los servicios turísticos requiere de la participación y disposición de todos. Los ciudadanos, y sus habilidades para empatizar con los visitantes, son los actores principales de la experiencia turística. • Carencia de herramientas y habilidades sociales para gestionar información turística. • Necesidad de crear instrumentos para ayudar a la sociedad y a las empresas del Maule a gestionar la información turística regional, y a los visitantes a conocer la oferta, mediante: <ul style="list-style-type: none"> ○ Creación de una Red de Oficinas de Información Turística que fuera una puerta de entrada a la región y un proveedor de información para la sociedad regional y para los turistas. ○ Generar un Mapa Georeferencial de destinos turísticos de la Región del Maule, para mostrar estos destinos tanto de temporada alta como de temporada baja. ○ Una web oficial específica "Turismo en la Región del Maule".
<p>ALTERNATIVA 21: Programa de financiamiento de la innovación y la aplicación tecnológica de servicios turísticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidad de ayudar a las empresas a innovar y aplicar tecnologías para desarrollar servicios turísticos de calidad.
<p>ALTERNATIVA 22: Programa de financiamiento de tecnologías de sostenibilidad para el turismo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Carencia de conciencia de la sociedad y de las empresas turísticas sobre la importancia de la calidad y la sustentabilidad que deben tener las actividades turísticas. Carencia de conciencia de que los turistas quieren pagar más por calidad y por sustentabilidad. • Necesidad de crear Programas para ayudar a los negocios a incrementar su calidad y a motivarles y ayudarles para conseguir los Sellos de Calidad y Sustentabilidad Turística, incluyendo: <ul style="list-style-type: none"> ○ Programa de Enoturismo y Turismo Gastronómico de Calidad. ○ Programa de Alojamientos Turísticos Sustentables y de Calidad. ○ Programa de Servicios Turísticos Sustentables (Aventura, Montaña, Naturaleza, Bienestar, Termas, etc.).

Fuente: elaboración de INFYDE con datos de las entrevistas a actores regionales relacionados con el turismo

Adicionalmente, las alternativas relacionadas con el “*Desarrollo del Capital Humano para el turismo*” cuya implementación es considerada de mayor importancia por los actores regionales han sido las siguientes:

- **ALTERNATIVA 13:** Establecer un Programa de apoyo al Emprendimientos de negocios turísticos.
- **ALTERNATIVA 10:** Establecer un Programa de Formación en habilidades duras y blandas en conjunto con mejoras en las competencias para el desarrollo del turismo.
- **ALTERNATIVA 11:** Establecer un Plan de mejora y programas de financiamiento para la Capacitación en idiomas relevantes para el desarrollo del sector turístico.
- **ALTERNATIVA 9:** Programa de Formación Profesional dual⁶⁶ (con enfoque metodológico teórico práctico en el que los alumnos realizan parte del programa formativo mediante prácticas profesionales no retribuidas en empresas) en el área del Turismo.

Gráfico 49: Jerarquización de alternativas relacionadas con el “Capital humano para el turismo”



Fuente: elaboración de INFYDE con datos de las entrevistas a actores regionales relacionados con el turismo

⁶⁶ Comisión Europea. Definición de Formación Profesional dual: La educación y formación profesional dual se lleva a cabo generalmente en el nivel secundario superior antes de que los estudiantes comiencen la vida laboral. Se lleva a cabo en un entorno escolar (principalmente en el aula) y/o en un entorno laboral, como centros de formación y empresas. Esto varía de un país a otro, según los sistemas nacionales de educación y formación y las estructuras económicas.

https://ec.europa.eu/education/policies/eu-policy-in-the-field-of-vocational-education-and-training-vet_en

La justificación para la priorización de las alternativas para el desarrollo del Capital Humano para el turismo son las siguientes:

Tabla 70: Alternativas prioritarias para el desarrollo del capital humano para el turismo

DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO PARA EL TURISMO	
ALTERNATIVAS PRIORITARIAS	JUSTIFICACIÓN
ALTERNATIVA 13: Establecer un Programa de apoyo al Emprendimientos de negocios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> Necesidad de apoyar la creación de emprendimientos. Necesidad de desarrollar la economía formal en las comunas.
ALTERNATIVA 10: Establecer un Programa de Formación en habilidades y competencias para el turismo	<ul style="list-style-type: none"> Necesidad de desarrollar habilidades para el turismo en los agentes empresariales e institucionales de la región, mediante: <ul style="list-style-type: none"> Programas de formación del área turística dirigidos a las autoridades y los actores institucionales de la región. Programa de intercambio internacional en el que estudiantes de la región viajen a otras regiones muy turísticas del mundo a estudiar y realizar prácticas. Escuela de Turismo.
ALTERNATIVA 11: Establecer un Programa de financiamiento para la Capacitación en idiomas	<ul style="list-style-type: none"> Carencia de capacitación de los empresarios y del capital humano en materia de idiomas.
ALTERNATIVA 9: Programa de Formación Profesional dual en el área del Turismo	<ul style="list-style-type: none"> Necesidad de acercar la oferta formativa a las comunas, ya que a las personas les resulta dificultoso desplazarse largas distancias desde las zonas remotas para capacitarse. Necesidad de desarrollar mallas de formación profesional para jóvenes y profesionales en el área del turismo. Necesidad de transferir competencias al capital humano regional y local en el área de tecnologías para el turismo.

Fuente: elaboración de INFYDE con datos de las entrevistas a actores regionales relacionados con el turismo

Finalmente, se considera prioritario en el corto plazo “*abordar el impacto de la pandemia de la COVID-19*”. Las alternativas a implementar son:

ABORDAJE DEL IMPACTO DE LA COVID-19	
ALTERNATIVAS PRIORITARIAS	JUSTIFICACIÓN
ALTERNATIVA 15: Elaborar un estudio de nuevas tendencias, estándares sanitarios, protocolos y modelos de negocio surgidos a nivel internacional después de la pandemia COVID-19.	<ul style="list-style-type: none"> Carencia de información de las empresas sobre protocolos para abordar la reactivación económica ante el impacto de la COVID-19.
ALTERNATIVA 16: Subsidios para reconversión de los modelos de negocio turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> Ayuda y asesoramiento a las empresas para implementar soluciones de competitividad e innovación.

Fuente: elaboración de INFYDE con datos de las entrevistas a actores regionales relacionados con el turismo

ETAPA 4/ EXPLICITACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA

El objetivo es explicitar la decisión adoptada mediante un enunciado formal, unos objetivos, y unas metas e indicadores a utilizar.

PASO 4.1/ EXPLICITACIÓN DE LA POLÍTICA

El objetivo es establecer un enunciado de la política pública de turismo de la Región del Maule.

Problemas prioritarios del turismo de la Región del Maule

El problema inicial a solucionar es la **carencia de una planificación territorial** en la que los agentes institucionales y empresariales de la región coordinen sus acciones para el desarrollo del sector turístico.

También se requiere solucionar la **carencia de promoción y posicionamiento de la Región del Maule en los segmentos de mercado de mayor oportunidad** a nivel nacional e internacional.

Adicionalmente, se persigue solucionar la **carencia de habilidades y competencias del capital humano regional** para el desarrollo de actividades turística

Y finalmente, se advierte la necesidad en el corto plazo de **ayudar a las empresas turísticas a superar el impacto de la pandemia de la COVID-19**.

Enunciado de la política pública de turismo y sus iniciativas

En este contexto, el **enunciado de la política de turismo de la Región del Maule** se presenta en la siguiente tabla, que incluye los **Ejes Estratégicos** que estructurarán dicha política.

Tabla 71: Enunciado de la Política Pública de Turismo de la Región del Maule

PROBLEMAS	ENUNCIADO DE LA POLÍTICA PÚBLICA	EJES ESTRATÉGICOS
Carencia de una planificación territorial	<ul style="list-style-type: none"> Despliegue de la fibra óptica rápido y completo en el territorio. Marketing Territorial para el turismo Gobernanza de la Política pública del turismo 	EJE 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico.
Carencia de promoción y posicionamiento de la Región del Maule en los segmentos de mercado de mayor oportunidad	<ul style="list-style-type: none"> Concienciación social sobre cultura del turismo. Financiamiento de la innovación y la aplicación tecnológica de servicios turísticos Financiamiento de tecnologías de sostenibilidad para el turismo 	EJE 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule.
Carencia de habilidades y competencias del capital humano regional	<ul style="list-style-type: none"> Apoyo al Emprendimientos de negocios turísticos. Formación en habilidades y competencias para el turismo. Capacitación en idiomas. Formación Profesional dual en el área del Turismo. 	EJE 3/ Desarrollo del Capital Humano del Maule para el turismo.
Necesidad de ayudar a las empresas a superar el impacto de la COVID-19	<ul style="list-style-type: none"> Estudio de nuevas tendencias, estándares sanitarios, protocolos y modelos de negocio surgidos a nivel internacional después de la pandemia COVID-19. Ayuda a la reconversión de los modelos de negocio turísticos. 	EJE 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19.

Fuente: elaboración de INFYDE con datos de las entrevistas a actores regionales relacionados con el turismo

Los Ejes Estratégicos derivados del enunciado de la política se desplegarán en los siguientes **objetivos**:

Tabla 72: Objetivos de la política pública de turismo de la Región del Maule

EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS
<p>EJE 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico.</p>	<p>OBJETIVO 1.1/ Implementar una Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica.</p> <p>OBJETIVO 1.2/ Elaborar e implementar un Plan de Marketing para el territorio, incluyendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La "política de producto" es decir, los productos y servicios que el Maule va a ofrecer a cada segmento. Priorización de los destinos icono. • La "política de comunicación" es decir, los destinatarios objetivo, y los contenidos y los medios de comunicación para cada segmento. • La "política de distribución" es decir, determinar el lugar en que se va a concretar las ventas con los turistas en cada segmento (tour operadores, la web, hoteles, prescriptores, blogs, etc.). • Plan de Promoción Digital. <p>OBJETIVO 1.3/ Crear un Observatorio de Inteligencia Competitiva para el Turismo.</p> <p>OBJETIVO 1.4/ Invertir en la mejora de las infraestructuras en Pasos Pehuenche y Vergara.</p> <p>OBJETIVO 1.5/ Implementar una Mesa de Gobernanza para la implementación de una estrategia territorial de desarrollo competitivo del turismo regional.</p>
<p>EJE 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule.</p>	<p>OBJETIVO 2.1/ Desplegar una Red de Oficinas de Información Turística.</p> <p>OBJETIVO 2.2/ Diseñar y crear un Mapa Georeferencial de destinos turísticos de la Región del Maule.</p> <p>OBJETIVO 2.3/ Crear una Web oficial "Turismo en la Región del Maule".</p> <p>OBJETIVO 2.4/ Ayudar a las empresas a la aplicación de la innovación y las tecnologías turísticas.</p> <p>OBJETIVO 2.5/ Ayudar a mejorar la Calidad y la Sustentabilidad de las empresas turísticas.</p>
<p>EJE 3/ Desarrollo del Capital Humano del Maule para el turismo</p>	<p>OBJETIVO 3.1/ Ayudar al desarrollo de los emprendimientos turísticos.</p> <p>OBJETIVO 3.2/ Capacitar en el área turística a las autoridades y los actores institucionales de la región.</p> <p>OBJETIVO 3.3/ Ayudar a los jóvenes estudiantes a realizar intercambios internacionales con otras regiones muy turísticas del mundo para estudiar y realizar prácticas.</p> <p>OBJETIVO 3.4/ Crear una Escuela de Turismo.</p> <p>OBJETIVO 3.5/ Capacitar en idiomas.</p> <p>OBJETIVO 3.6/ Desarrollar la formación profesional dual en el área del turismo.</p>
<p>EJE 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19.</p>	<p>OBJETIVO 4.1/ Estudiar tendencias, estándares sanitarios, protocolos y modelos de negocio surgidos a nivel internacional después de la pandemia COVID-19.</p> <p>OBJETIVO 4.2/ Ayudar y asesorar a las empresas afectadas por la COVID-19 para implementar soluciones de recuperación.</p>

Fuente: elaboración de INFYDE con datos de las entrevistas a actores regionales relacionados con el turismo

Coherencia de la Política de Turismo de la Región del Maule con el marco estratégico y legal

Los objetivos estratégicos de la **Política Pública de la Región del Maule 2020-2025** son coherentes con el marco estratégico y legal del entorno nacional y regional. Así, resulta coherente con la **Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020 de Chile** que establece unos ejes de actuación coherentes con la Política Pública de Turismo de la Región del Maule, como son los siguientes:

1. Promoción.
2. Sustentabilidad.
3. Inversión y Competitividad.
4. Calidad y Capital Humano.
5. Inteligencia de Mercado.

Tanto la Estrategia nacional como la Política Pública de Turismo de la Región del Maule persiguen la implementación de objetivos estratégicos como el desarrollo competitivo del sector turístico, la igualdad de género y el respeto al medio ambiente y a la sostenibilidad de las actividades turísticas en el territorio.

Adicionalmente, resulta coherente y complementaria con la **Estrategia Regional de Innovación (ERI) 2020-2026**, que persigue el impulso a la especialización inteligente de la región en el contexto nacional e internacional, incluyendo el desarrollo de sectores estratégicos de la economía regional, en el que el turismo tiene un carácter prioritario.

Tanto en la Política de Turismo como en la ERI de la Región del Maule se prioriza el impulso competitivo a tipos de turismo basados en el aprovechamiento de las capacidades culturales, patrimoniales, naturales y productivas de la Región del Maule. Así, ambas políticas priorizan tipos de turismo como el turismo de montaña, el turismo de aventura y de naturaleza, el enoturismo y el turismo gastronómico, y el turismo experiencial y de bienestar y salud.

Finalmente, la Política Regional de Turismo de la Región del Maule se enmarca y resulta coherente con las **Leyes nacionales sobre Gobierno y Administración Regional** (Ley Orgánica N° 19.175) y sobre elección de Gobernadores y adecuación de diversos cuerpos legales (Ley N° 21.073), ya que su modelo de Gobernanza atiende y considera las funciones que cada ámbito de la administración regional debe tener en la gestión de la implementación de la Política.

Perspectiva de Género de la Política de Turismo de la Región del Maule

La Política de Turismo de la Región del Maule persigue un desarrollo del turismo en la región en el que la perspectiva de género resulta fundamental.

El desarrollo del turismo que persigue la política requiere la incorporación de las mujeres a los procesos productivos de la actividad turística, en el contexto de un tipo de desarrollo sostenible del sector.

Así, la incorporación de la mujer como protagonista del desarrollo turístico regional es coherente con el impulso a la sostenibilidad del sector.

El **protagonismo de la mujer en las actividades turísticas**, como la artesanía, los servicios turísticos (ferias, eventos culturales, servicios de restauración y alojamiento, actividades deportivas, etc.) contribuirá a **favorecerá la disminución de la pobreza y la desigualdad**, esencialmente en los entornos rurales.

También favorecerá el **desarrollo de la salud y bienestar social**, ya que la generación de empleo para las mujeres en el sector turístico favorecerá su emancipación e independencia, lo que incrementará el ejercicio de sus derechos de acceso a viviendas dignas, a una mayor autonomía económica y a la libertad de gestión de su experiencia vital como individuo en la sociedad. Y todo ello, favorecerá el desarrollo de entornos familiares saludables, especialmente en los entornos rurales.

Adicionalmente, favorecerá el **incremento de una educación de calidad**, mediante el acercamiento de la oferta formativa a los entornos rurales en los que se realizan las actividades turísticas, tal y como propone la Política Pública de Turismo de la Región del Maule. Este acercamiento de la oferta formativa resulta esencial para que las mujeres, que de manera prioritaria tienen que atender sus compromisos sociales y familiares en el entorno local, tengan la oportunidad de acceder a la formación y la cualificación profesional que mejore sus oportunidades de acceso al empleo en el sector turístico.

Por su parte, favorecerá el **desarrollo sostenible y la lucha contra el cambio climático**, en el que las mujeres están llamadas a ejercer un papel de protagonismo absoluto, mediante su educación hacia las nuevas generaciones transmitiendo valores y cultura respetuosos con el medio ambiente, con el reciclaje y con la valorización responsable de los recursos naturales del entorno.

Valores éticos, morales que persigue abordar la Política de Turismo de la Región del Maule

La Política de Turismo de la Región del Maule persigue un desarrollo del turismo en la región respetuoso con los valores éticos y morales que sustentan el desarrollo sostenible de una economía y de una sociedad.

Así, toma como referencia los códigos éticos para el desarrollo del turismo en otras regiones del mundo en las que la actividad se encuentra desarrollada. Así, Política de Turismo de la Región del Maule persigue impulsar el desarrollo competitivo del turismo en la región construyendo dicho desarrollo sobre los siguientes **pilares éticos fundamentales**⁶⁷:

- Contribución al entendimiento y respeto a los turistas.
- Igualdad, inclusión y tolerancia a la diversidad.
- Sostenibilidad.
- Fomento de la tradición y cultura local.
- Preservación del patrimonio cultural de la humanidad.
- Excelencia y profesionalidad.
- Respeto a los derechos de las personas.
- Trato adecuado a las personas trabajadoras y empresarias del sector.

Estos citados pilares de la Política Turística de la Región del Maule constituyen un **Código Ético para el desarrollo del Turismo en la Región del Maule**, que servirá para sensibilizar a la sociedad regional sobre los valores que interesan a la región para impulsar una actividad económica y social turística sostenible y distribuido de manera igualitaria entre territorios y entre hombres y mujeres de la sociedad del Maule.

El **objetivo** de este código es establecer unos principios clave, con el fin de que todos los agentes turísticos de la Región del Maule integren la responsabilidad, la calidad y la sostenibilidad en la práctica diaria desde el respeto, la igualdad de género, y la contribución al entendimiento como principios básicos.

Estos pilares tienen en consideración los estándares internacionales, como el **Código Ético Mundial de la Organización Mundial del Turismo (OMT)**.

⁶⁷ Código Ético de Turismo de Euskadi.
https://turismo.euskadi.eus/contenidos/informacion/turismo_responsable_landing/es_def/files/Codigo-Etico-Turismo-Euskadi.pdf

PASO 4.2/ SELECCIÓN DE LOS INDICADORES

El objetivo es establecer los **indicadores de impacto y de producto**⁶⁸ que permitan medir el grado de logro de los objetivos de la política.

Los **indicadores de impacto para el período 2020-2025** propuestos son:

Tabla 73: Indicadores de impacto de la política pública de la Región del Maule

TIPO DE INDICADOR	INDICADOR	SITUACIÓN ESPERADA 2020-2025	FUENTE	INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN
INDICADORES DE IMPACTO	Nº de empleos generados por todas las iniciativas financiadas.	1.000	GORE (FIC R y FNDR) Agencias Ejecutoras del Estado (FIC R y otros Fondos)	Encuesta a las entidades ejecutoras de fondos de financiamiento
	Porcentaje de Ventas de las empresas turísticas del Maule.	Incremento 20%	Servicio de Impuestos Internos	Procesamiento de las Estadísticas
	Nº de empresas turísticas del Maule.	Incremento 20%		
	Productividad ⁶⁹ del sector turístico del Maule.	Incremento 20%		
	Nº de emprendimientos turísticos creados y consolidados.	200	Agencias Ejecutoras del Estado	Encuesta a las Agencias
	Nº de empresas con Sellos de Calidad y Sustentabilidad Turística.	Incremento 200%	SERNATUR	Encuesta a SERNATUR
	Nº de turistas que visitan el Maule.	Incremento 20%	Instituto Nacional de Estadística (INE)	Procesamiento de las Estadísticas
	Gasto total del turismo.	Incremento 20%		
	Gasto promedio por visitante.	Incremento 20%		
	Nº de noches de pernoctación.	Incremento 20%		
	% de ocupación de los alojamientos.	Incremento 20%		

Fuente: elaboración de INFYDE

⁶⁸ Guía Metodológica para la Formulación de las Políticas Públicas Regionales de SUBDERE.

La definición de estos dos tipos de indicadores la siguiente:

-Un indicador de impacto es el que permite cuantificar el efecto final producido por la acción de la política pública (contribución específica) en la solución del problema.

-Un indicador de producto permite cuantificar los bienes y/o servicios generados directamente por la política pública durante su ejecución.

⁶⁹ Productividad calculada como ventas entre número de trabajadores en las actividades turísticas de la Región, utilizando para ello los datos estadísticos disponibles en el Servicio de Impuestos Internos (SII). En el Informe 1 (ver capítulo "Sector turismo en la Región del Maule. Evolución por sub-rubros" en la página 29 y siguientes de este Informe Final) de este proyecto se ha presentado un procesamiento de estas estadísticas. Se puede tomar como base dicho análisis para actualizarlo cuando el SII vaya publicando los nuevos datos de cada año.

Por su parte, los **indicadores de producto para el período 2020-2025** propuestos son:

Tabla 74: Indicadores de producto de la política pública de la Región del Maule

TIPO DE INDICADOR	INDICADOR	SITUACIÓN ESPERADA 2020-2025	FUENTE	INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN
INDICADORES DE PRODUCTO	Monto total de financiamiento destinado a la política de turismo por FIC R, FNDR y otros fondos de Agencias Ejecutoras.	M\$CLP 152.081,8	Gobierno Regional Agencias Ejecutoras del Estado	Creación de una base de datos de integrada de iniciativas financiadas relacionadas con la política de turismo. Coordinación entre los agentes para alimentar la base de datos con los mismos criterios. Recopilación de información de las iniciativas. Procesamiento de la base de datos y generación de informes.
	Nº total de iniciativas relacionadas con la política de turismo y financiadas por FIC R, FNDR y otros fondos de Agencias Ejecutoras.	200		
	Nº de empresas y entidades que han recibido financiamiento y han sido beneficiarios en iniciativas relacionadas con el turismo.	500		
	Nº de empresas turísticas apoyadas para recuperación tras la COVID-19.	200		
	Nº de kilómetros de fibra óptica ejecutados.	Incremento 20%		
	Nº de kilómetros mejorados en rutas en sectores de los Pasos fronterizos de Pehuenche y Vergara.	Incremento 20%		
	Nº de personas formadas en cualquier área de cualificación.	1.000		
	Nº de emprendedores asesorados.	200		
	Nº de Oficinas de Información Turística (OITs) modernizadas y consolidadas.	4	SERNATUR	Encuesta a SERNATUR
Nº de visitas a la web "Turismo en la Región del Maule".	20.000			

Fuente: elaboración de INFYDE

A continuación, se presenta la **distribución anual de las metas de los indicadores**. El objetivo de esta presentación es facilitar la medición anual de los indicadores para medir el impacto que están alcanzando las medidas, y disponer de esta forma de información periódica actualizada que facilite el seguimiento de los procesos de implementación de la política, así como la incorporación de medidas correctoras y áreas de mejora.

Tabla 72: Metas anuales de los indicadores de impacto de la política pública de la Región del Maule

TIPO DE INDICADOR	INDICADOR	SITUACIÓN ESPERADA 2020-2025	META 2021	META 2022	META 2023	META 2024	META 2025
INDICADORES DE IMPACTO	Nº de empleos generados por todas las iniciativas financiadas.	1.000	200	200	200	200	200
	Porcentaje de Ventas de las empresas turísticas del Maule.	Incremento 20%					
	Nº de empresas turísticas del Maule.	Incremento 20%	▲ 2%	▲ 2%	▲ 4%	▲ 6%	▲ 6%
	Productividad ⁷⁰ del sector turístico del Maule.	Incremento 20%					
	Nº de emprendimientos turísticos creados y consolidados.	200	20	25	40	50	65
	Nº de empresas con Sellos de Calidad y Sustentabilidad Turística.	Incremento 200%	▲ 10%	▲ 20%	▲ 45%	▲ 50%	▲ 75%
	Nº de turistas que visitan el Maule.	Incremento 20%					
	Gasto total del turismo.	Incremento 20%					
	Gasto promedio por visitante.	Incremento 20%	▲ 2%	▲ 4%	▲ 4%	▲ 4%	▲ 6%
	Nº de noches de pernoctación.	Incremento 20%					
	% de ocupación de los alojamientos.	Incremento 20%					

Fuente: elaboración de INFYDE

⁷⁰ Productividad calculada como ventas entre número de trabajadores en las actividades turísticas de la Región, utilizando para ello los datos estadísticos disponibles en el Servicio de Impuestos Internos (SII). En el Informe 1 (ver capítulo "Sector turismo en la Región del Maule. Evolución por sub-rubros" en la página 29 y siguientes de este Informe Final) de este proyecto se ha presentado un procesamiento de estas estadísticas. Se puede tomar como base dicho análisis para actualizarlo cuando el SII vaya publicando los nuevos datos de cada año.

Tabla 75: Indicadores de producto de la política pública de la Región del Maule

TIPO DE INDICADOR	INDICADOR	SITUACIÓN ESPERADA 2020-2025	META 2021	META 2022	META 2023	META 2024	META 2025
INDICADORES DE PRODUCTO	Monto total de financiamiento destinado a la política de turismo por FIC R, FNDR y otros fondos de Agencias Ejecutoras.	M\$CLP 152.081,8	M\$CLP 21.000	M\$CLP 23.000	M\$CLP 28.000	M\$CLP 32.300	M\$CLP 47.781,8
	Nº total de iniciativas relacionadas con la política de turismo y financiadas por FIC R, FNDR y otros fondos de Agencias Ejecutoras.	200	10	20	45	50	75
	Nº de empresas y entidades que han recibido financiamiento y han sido beneficiarios en iniciativas relacionadas con el turismo.	500	60	80	100	120	140
	Nº de empresas turísticas apoyadas para recuperación tras la COVID-19.	200	20	25	40	50	65
	Nº de kilómetros de fibra óptica ejecutados.	Incremento 20%	▲ 1%	▲ 1%	▲ 4%	▲ 6%	▲ 8%
	Nº de kilómetros mejorados en rutas en sectores de los Pasos fronterizos de Pehuenche y Vergara.	Incremento 20%	▲ 1%	▲ 1%	▲ 4%	▲ 6%	▲ 8%
	Nº de personas formadas en cualquier área de cualificación.	1.000	100	150	220	240	290
	Nº de emprendedores asesorados.	200	20	25	40	50	60
	Nº de Oficinas de Información Turística (OITs) modernizadas y consolidadas.	4	-	4	-	-	-
	Nº de visitas a la web "Turismo en la Región del Maule".	20.000	1.500	2.500	3.500	5.500	7.000

Fuente: elaboración de INFYDE

PASO 4.3/ ELABORACIÓN DE LA MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA

El objetivo es establecer una **matriz de operacionalización de la política pública de turismo de la Región del Maule** para presentar sus contenidos de manera coherente con la estructura de Ejes Estratégicos definidos.

Tabla 76: Matriz de operacionalización de la política regional de turismo de la Región del Maule

ENUNCIADO DE LA POLÍTICA PÚBLICA	EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS	INDICADORES DE IMPACTO 2020-2025	INDICADORES DE PRODUCTO 2020-2025
<ul style="list-style-type: none"> Despliegue de la fibra óptica rápido y completo en el territorio. Marketing Territorial para el turismo Gobernanza de la Política pública del turismo 	EJE 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico.	OBJETIVO 1.1/ Implementar una Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica.	IndImpact 1/ 1.000 empleos generados por todas las iniciativas financiadas.	IndResult 1/ M\$CLP 152.081,8 de financiamiento destinado a la política de turismo por FIC R, FNDR y otros fondos de Agencias Ejecutoras. IndResult 2/ 200 iniciativas relacionadas con la política de turismo y financiadas por FIC R, FNDR y otros fondos de Agencias Ejecutoras. IndResult 3/ 500 empresas y entidades que han recibido financiamiento y han sido beneficiarios en iniciativas relacionadas con el turismo.
		OBJETIVO 1.2/ Elaborar e implementar un Plan de Marketing para el territorio, incluyendo:	IndImpact 2/ Incremento en 20% de las Ventas de las empresas turísticas del Maule.	
		OBJETIVO 1.3/ Crear un Observatorio de Inteligencia Competitiva para el Turismo.	IndImpact 3/ Incremento en 20% del n° de empresas turísticas del Maule.	
		OBJETIVO 1.4/ Invertir en la mejora de las infraestructuras en Pasos Pehuenche y Vergara.	IndImpact 4/ Incremento en 20% de la productividad de las empresas turísticas del Maule.	
		OBJETIVO 1.5/ Implementar una Mesa de Gobernanza para la implementación de una estrategia territorial de desarrollo competitivo del turismo regional.		
<ul style="list-style-type: none"> Concienciación social sobre cultura del turismo. Financiamiento de la innovación y la aplicación tecnológica de servicios turísticos Financiamiento de tecnologías de sostenibilidad para el turismo 	EJE 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule.	OBJETIVO 2.1/ Desplegar una Red de Oficinas de Información Turística.	IndImpact 5/ 200 emprendimientos turísticos creados y consolidados.	IndResult 4/ 200 empresas turísticas apoyadas para recuperación tras la COVID-19. IndResult 5/ Incremento en 20% del n° de kilómetros de cobertura de fibra óptica ejecutados.
		OBJETIVO 2.2/ Diseñar y crear un Mapa Georeferencial de destinos turísticos de la Región del Maule.	IndImpact 6/ Incremento en 200% del n° de empresas con Sellos de Calidad y Sustentabilidad Turística.	
		OBJETIVO 2.3/ Crear una Web oficial "Turismo en la Región del Maule".	IndImpact 7/ Incremento en 20% del n° de turistas que visitan el Maule.	
		OBJETIVO 2.4/ Ayudar a las empresas a la aplicación de la innovación y las tecnologías turísticas.		
		OBJETIVO 2.5/ Ayudar a mejorar la Calidad y la Sustentabilidad de las empresas turísticas.		
<ul style="list-style-type: none"> Apoyo al Emprendimientos 		OBJETIVO 3.1/ Ayudar al desarrollo de los emprendimientos turísticos.		

ENUNCIADO DE LA POLÍTICA PÚBLICA	EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS	INDICADORES DE IMPACTO 2020-2025	INDICADORES DE PRODUCTO 2020-2025
<p>de negocios turísticos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formación en habilidades y competencias para el turismo. • Capacitación en idiomas. • Formación Profesional dual en el área del Turismo. 	<p>EJE 3/ Desarrollo del Capital Humano del Maule para el turismo.</p>	<p>OBJETIVO 3.2/ Capacitar en el área turística a las autoridades y los actores institucionales de la región.</p> <p>OBJETIVO 3.3/ Ayudar a los jóvenes estudiantes a realizar intercambios internacionales con otras regiones muy turísticas del mundo para estudiar y realizar prácticas.</p> <p>OBJETIVO 3.4/ Crear una Escuela de Turismo.</p> <p>OBJETIVO 3.5/ Capacitar en idiomas.</p> <p>OBJETIVO 3.6/ Desarrollar la formación profesional dual en el área del turismo.</p>	<p>IndImpact 8/ Incremento en 20% del gasto total del turismo.</p> <p>IndImpact 9/ Incremento en 20% del gasto promedio por visitante.</p> <p>IndImpact 10/ Incremento en 20% del nº de noches de pernoctación.</p> <p>IndImpact 11/ Incremento en 20% del % de ocupación de los alojamientos.</p>	<p>IndResult 6/ Incremento en 20% del nº de kilómetros de carretera mejorada en los Pasos Pehuenche y Vergara.</p> <p>IndResult 7/ 1.000 personas formadas.</p> <p>IndResult 8/ 200 emprendedores asesorados.</p> <p>IndResult 9/ 4 Oficinas de Información Turística (OITs) modernizadas y consolidadas.</p> <p>IndResult 10/ 20.000 visitas a la web "Turismo en la Región del Maule".</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de nuevas tendencias, estándares sanitarios, protocolos y modelos de negocio surgidos a nivel internacional después de la pandemia COVID-19. • Ayuda a la reconversión de los modelos de negocio turísticos. 	<p>EJE 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19.</p>	<p>OBJETIVO 4.1/ Estudiar tendencias, estándares sanitarios, protocolos y modelos de negocio surgidos a nivel internacional después de la pandemia COVID-19.</p> <p>OBJETIVO 4.2/ Ayudar y asesorar a las empresas afectadas por la COVID-19 para implementar soluciones de recuperación.</p>		

Fuente: elaboración de INFYDE

PASO 4.4/ RATIFICACIÓN DE LA POLÍTICA POR EL CORE

Para conseguirlo, se han celebrado **reuniones con el Gobierno Regional GORE y con el Consejo Regional CORE**. El objetivo de estas reuniones ha sido presentar la jerarquización de alternativas y seleccionar las soluciones más adecuadas para explicitar la Política Pública de desarrollo turístico de la Región del Maule.

La “Guía metodológica para la formulación de Políticas Públicas Regionales” de la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (SUBDERE) del Gobierno de Chile, establece en su “Paso 4 de las Etapa 4/ Explicitación de la política pública”, que la política debe ser ratificada por el Consejo Regional.

Es por ello por lo que en el enfoque metodológico para el diseño de la política se han incorporado reuniones de presentación y validación de los contenidos de la política con la Comisión de Turismo y Medio Ambiente del Consejo Regional.

Adicionalmente a ello, la política puede ser ratificada por otros ámbitos institucionales, como el Consejo Municipal.

ETAPA 5/ ETAPA DE IMPLEMENTACIÓN Y EJECUCIÓN

La fase de implementación de la política pública consiste fundamentalmente en el diseño del conjunto de proyectos o programas, a partir de los cuales se llevará a cabo.

Para ello son necesarios los siguientes pasos⁷¹:

- La identificación de las intervenciones existentes.
- La formulación de la cartera de proyecto.
- El resguardo de la coherencia de la política pública; la evaluación ex-ante de su impacto;
- La ratificación de la implementación del diseño; la negociación multi-nivel; y la construcción legal de instrumentos.

PASO 5.1/ IDENTIFICACIÓN DE LAS INTERVENCIONES EXISTENTES

La identificación de las distintas intervenciones gubernamentales existentes en la región en relación al problema que se intenta solucionar a través de la política pública, es un paso necesario para garantizar tanto la coherencia externa de la política.

Para ello, se presenta a continuación una identificación de los proyectos ya existentes en los ámbitos relacionados con los objetivos propuestos por la política.

También se presenta una visualización de las áreas o proyectos faltantes.

⁷¹ Guía Metodológica para la Formulación de Políticas Públicas Regionales SUBDERE

Tabla 77: Proyectos ya existentes y áreas faltantes relacionadas con los objetivos de la política Pública de Turismo de la Región del Maule

EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS	PROYECTOS YA EXISTENTES	ÁREAS FALTANTES
<p>EJE 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico.</p>	<p>OBJETIVO 1.1/ Implementar una Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica.</p>	<p>Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL) del Gobierno de Chile, a través del Consejo de Desarrollo de las Telecomunicaciones (CDT), adjudicó a la empresa Wom el proyecto <i>"Fibra Óptica Nacional"</i>, entre las que se encuentra la Región del Maule. Esta iniciativa entrará en operación durante el 2022.</p> <p>Se estima que 767.208 personas se beneficiarán en las Regiones de O'Higgins y del Maule.</p> <p>https://www.subtel.gob.cl/subtel-adjudica-a-wom-proyecto-fibra-optica-nacional/</p> <p>Las comunas de la Región del Maule consideradas en el proyecto "Fibra Óptica Nacional" son las siguientes (ver listado publicado por SUBTEL en el link anterior):</p> <ul style="list-style-type: none"> • CONSTITUCIÓN • CUREPTO • EMPEDRADO • PELARCO • PENCAHUE • RÍO CLARO • SAN CLEMENTE • CAUQUENES • CHANCO • PELLUHUE • HUALAÑÉ • LICANTÉN 	<p>Resulta necesario disponer de una <i>información detallada sobre las comunas que están incluidas en el Proyecto FON, y aquellas que no se encuentran incluidas en él</i>. En la actualidad, se está desarrollando el proyecto impulsando el despliegue en las cabeceras regionales y las ciudades en torno a las vías troncales de movilidad y comunicación de la región.</p> <p>Resulta necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aclarar el proyecto de introducción de fibra óptica en las anteriores comunas. • Planificar y adjudicar el <i>Proyecto de Última Milla</i>. El Proyecto de la Última Milla se encuentra en fase de diseño y pendiente de aprobación por parte de las instancias competentes del Gobierno Regional. • La Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica podría abordar el proyecto de desarrollo de la última milla para aquellas zonas del territorio que no vayan a ser cubiertas en el proyecto que se implementará en esta primera fase en el corto plazo. • Coordinar las acciones de los diferentes agentes relacionados con el turismo, para incorporar las necesidades de este sector en las decisiones estratégicas de despliegue de la fibra óptica en la región.

EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS	PROYECTOS YA EXISTENTES	ÁREAS FALTANTES
		<ul style="list-style-type: none"> • MOLINA • RAUCO • ROMERAL • SAGRADA FAMILIA • VICHUQUÉN • COLBÚN • SAN JAVIER • VILLA ALEGRE • YERBAS BUENAS <p>También se encuentra en fase de planificación y adjudicación el Proyecto de Última Milla, que contempla la incorporación de 11 puntos WiFi en las siguientes localidades de la región:</p> <ul style="list-style-type: none"> • COMUNA DE CUREPTO: <ul style="list-style-type: none"> ○ El Manzano ○ Monte Maqui ○ Trapiche ○ Depún ○ Los Rábanos ○ Los Rincones ○ Las Lomas ○ Huenchullami ○ Macal • COMUNA DE CONSTITUCIÓN: <ul style="list-style-type: none"> ○ Putú • COMUNA DE HUALAÑE: 	

EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS	PROYECTOS YA EXISTENTES	ÁREAS FALTANTES
		<ul style="list-style-type: none"> ○ Tilicura • COMUNA DE VICHUQUEN: <ul style="list-style-type: none"> ○ Llico ○ Las Pancoras ○ Zapallar ○ Boyeruca • COMUNA DE SAN JAVIER: <ul style="list-style-type: none"> ○ San Baldomero ○ Alquihue ○ Luis Cruz Martinez ○ Codellima ○ Pan de Azúcar ○ La Quebrada ○ Huerta de Maule ○ Rastrojos ○ Las Corrientes ○ Los Maquis • COMUNA DE MOLINA: <ul style="list-style-type: none"> ○ La Palmilla ○ La Valdesina 	
	<p>OBJETIVO 1.2/Elaborar e implementar un Plan de Marketing para el territorio.</p>	<p>Existen iniciativas de comunicación impulsadas por SERATUR, incluyendo información sobre marketing turístico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Industria turística • Público final • Prensa e influenciadores 	<p>Resulta necesario desarrollar los siguientes contenidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La “política de producto” es decir, los productos y servicios que el Maule va a ofrecer a cada segmento. Priorización de los destinos icono. • La “política de comunicación” es decir, los destinatarios objetivo, y los contenidos y los medios de comunicación para cada segmento.

EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS	PROYECTOS YA EXISTENTES	ÁREAS FALTANTES
		<p>https://www.sernatur.cl/</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La “<i>política de distribución</i>” es decir, determinar el lugar en que se va a concretar las ventas con los turistas en cada segmento (tour operadores, la web, hoteles, prescriptores, blogs, etc.). • “<i>Plan de Promoción Digital</i>”. Posicionamiento de la región en las distintas redes sociales y digitales, tendientes a promover la región.
	<p>OBJETIVO 1.3/ Crear un Observatorio de Inteligencia Competitiva para el Turismo.</p>	<p><i>Observatorio turístico para la Región del Maule</i>: una herramienta para la competitividad. Universidad de Talca. Centro de Investigación y Desarrollo del Turismo (CIDETUR). Carencia de información operativa de interés. No operativo en la actualidad. Sus objetivos eran:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar información clara, oportuna y de calidad del destino turístico Región del Maule, para contribuir a una eficiente toma de decisiones tácticas y de gestión, para empresarios y organismos públicos. • Facilitar la reconstrucción y sostener o mejorar la competitividad del destino. • http://cidetur.otalca.cl/hm/ob_turistico.html <p><i>Observatorio de Emprendimiento Regional (OBER)</i>. Universidad del Desarrollo. Operativo hasta 2018. Se enfoca en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar investigación de alto impacto y calidad que sirva como herramientas de evaluación de los ecosistemas de emprendimiento regional. • Aportar a la creación, implementación y diagnóstico de políticas públicas enfocadas a los ecosistemas de emprendimiento regional. • https://ober.udd.cl/observatorio-de-emprendimiento-regional/ 	<p>Resulta necesario desarrollar un “<i>Observatorio de Competitividad Turística</i>”:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actualización del Cuadro de Mando de la Política Pública Regional de Turismo. • Información sobre la actividad turística formal e informal⁷² de la región. • Establecimiento de pilares de competitividad del turismo de la región. • Recogida, procesamiento y análisis de información procedente de las empresas turísticas para conocer su evolución en los pilares de competitividad del sector. • Apoyo metodológico a las Asociaciones Empresariales para que recojan la información pertinente de sus miembros mediante encuestas periódicas. • Difusión cuatrimestral a las empresas, instituciones y a la sociedad de la información generada, como: <ul style="list-style-type: none"> ○ Resultados de las encuestas a empresas. ○ Tendencias turísticas a nivel nacional e internacional. ○ Soluciones tecnológicas para la empresa turística, como software para la gestión de clientes y visitantes en hoteles y alojamientos, softwares para la gestión de reservas en restaurantes, plataformas de pago seguro,

⁷² La información sobre la actividad turística informal se puede recopilar por medio de trabajo en terreno, mediante la utilización de técnicas como entrevistas individuales y grupos de trabajo en las comunas en los que participen las agrupaciones vecinales y las asociaciones empresariales y de emprendimiento, con el apoyo de las municipalidades y las oficinas de turismo de ámbito local y comunal.

EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS	PROYECTOS YA EXISTENTES	ÁREAS FALTANTES
		<p><i>Observatorio Laboral Territorial (OLM)</i> de la Universidad Católica del Maule (UCM), proyecto adjudicado por el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE). Operativo desde 2016:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generar un sistema de información, estadística e indicadores cualitativos y cuantitativos de la situación y evolución del mercado del trabajo en diferentes sectores económicos de la Región del Maule. • http://portal.ucm.cl/observatorio-laboral-del-maule 	<p>plataformas en internet de turismo temático (como turismo rural, turismo de aventura, turismo deportivo, oferta gastronómica para el turismo, etc.), software para recopilar y mostrar información geolocalizada sobre los destinos turísticos de la región, soluciones de software on-line para el marketing digital turístico, tecnologías para facilitar el reciclaje y la reutilización de materiales utilizados en la realización de los productos y servicios turísticos, tecnologías de energías renovables, tecnologías para la producción de alimentos saludables como técnicas de riego eficientes, envases adaptados a las necesidades de los alimentos que van a viajar, y cartas virtuales en los restaurantes, entre otras).</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Caracterización actualizada de la cadena de valor del turismo del Maule. ○ Actualización periódica del diamante de Porter sobre fuerzas competitivas del sector turístico del Maule.
	<p>OBJETIVO 1.4/ Invertir en la mejora de señalética en zonas turísticas y de las infraestructuras en Pasos Pehuenche y Vergara.</p>	<p><i>Carencia de señalética</i> orientada al turismo.</p> <p><i>Carencia infraestructuras</i> desarrolladas <i>para facilitar la movilidad</i> en la región.</p> <p>Existencia de proyectos de obras públicas del Ministerio de Obras Públicas.</p> <p>http://maule.mop.cl/noticias/Paginas/default.aspx</p>	<p>Resulta necesario desarrollar <i>señalética</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que aporte información a los turistas sobre los destinos locales. • Atractiva para el turismo (realizada en maderas y materiales amigables con el medio ambiente y con el turista). • Sobre sostenibilidad, medio ambiente y comportamientos compatibles con el respeto a la naturaleza. <p>Resulta necesario desarrollar <i>infraestructuras de movilidad</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejora de las infraestructuras viales en los pasos de Pehuenche y Vergara.
	<p>OBJETIVO 1.5/ Implementar una Mesa de Gobernanza para la implementación de una estrategia territorial de desarrollo competitivo del turismo regional.</p>	<p><i>Carencia de Mesa de Gobernanza</i> regional para el turismo.</p> <p>Existencia de <i>Mesa de Turismo promovida y liderada por el Consejo Regional (Comisión de Turismo y Medio Ambiente del CORE)</i></p>	<p>Resulta necesario desarrollar un <i>Modelo de Gobernanza para la implementación del Política Pública Regional de Turismo</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo del Gobierno Regional. • Participación Público-Privada:

EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS	PROYECTOS YA EXISTENTES	ÁREAS FALTANTES
			<ul style="list-style-type: none"> ○ SERNATUR ○ CORFO ○ SERCOTEC ○ CONAF ○ SEREMIs ○ Asociaciones Empresariales ○ Universidades ○ Otros. • Secretaría Técnica: <ul style="list-style-type: none"> ○ Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP)
<p>EJE 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule.</p>	<p>OBJETIVO 2.1/ Desplegar una Red de Oficinas de Información Turística.</p>	<p><i>Oficina de Información Turística de SERNATUR en Talca.</i> No dispone de página web propia que ofrezca información sobre la oferta de turismo regional.</p> <p><i>Puntos de información turística en diversas municipalidades.</i></p>	<p>Resulta necesario desarrollar una <u>Red de Oficinas de Turismo</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oficinas de Turismo en diversas ciudades de la región, al menos en las 4 capitales de Provincia: Cauquenes, Linares, Curicó y Talca. • Ubicar las Oficinas de Turismo en lugares bien visibles y accesibles de las Plazas de Armas de las ciudades. • Accesibilidad a pie de calle en lugares bien transitados. • Coordinar a diversas instituciones para realizar una gestión integral de las Oficinas de Turismo. Las instituciones que deberían trabajar en cooperación en el diseño, creación y desarrollo de estas Oficinas serían al menos el GORE, SERNATUR, la CRDP y las municipalidades en las que cada Oficina se ubique. • Diseños atractivos y modernos del interior de las Oficinas, amigables y multilingües para los visitantes. • Ampliación de los horarios para adecuarlos a los horarios de demanda de los visitantes, incluyendo fines de semanas y horarios adaptados a las fechas ferias de interés para los turistas. • Información sobre hoteles, restaurantes, servicios, guías, horarios, eventos, etc. Coordinación de dicha información mediante las

EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS	PROYECTOS YA EXISTENTES	ÁREAS FALTANTES
			<p>Oficinas de Turismo, para difundirla entre los inscritos en dichas Oficinas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en Red de las Oficinas de Turismo.
	<p>OBJETIVO 2.2/ Diseñar y crear un Mapa Georeferencial de destinos turísticos de la Región del Maule.</p>	<p><i>Carencia de información sobre Rutas Turísticas</i> de la Región del Maule.</p>	<p>Resulta necesario desarrollar un Mapa de 100 Rutas Turísticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de Rutas Turísticas de interés. • Clasificación de tipos de Rutas: <ul style="list-style-type: none"> ○ De un día, de fin de semana, de una semana. ○ Gastronómicas, de montaña, deportivas (surf, kayak, etc.), de naturaleza (avistamiento de pájaros, trekking, etc.), culturales, etc. • Ordenación de la información por Rutas. • Actualización continuada de la información sobre los establecimientos y empresas que ofrecen servicios y productos turísticos en cada ruta.
	<p>OBJETIVO 2.3/ Crear una Web oficial "Turismo en la Región del Maule".</p>	<p><i>Página web de SERNATUR.</i> Presenta un Buscador de Servicios Turísticos para todas las regiones de Chile. No está diseñado para proyectar la imagen específica de la Región del Maule. Destaca las opciones de servicios que cuentan con "Sello de calidad" y "Sello de Sustentabilidad", pero como la mayoría de las empresas turísticas del Maule no cuentan con estos sellos, proyecta una mala imagen sobre la calidad turística de la región.</p> <p>https://serviciosturisticos.sernatur.cl/</p> <p><i>Página web de la Corporación Regional de Desarrollo Productivo.</i> Cuenta con un apartado "Descubre el Maule" en el que se presenta información en formato vídeo promocional de algunos de los atractivos turísticos de la región.</p> <p>https://crdpmaule.cl/descubre-maule/</p>	<p>Carencia de una <i>página web</i> específica "Turismo Región del Maule", que debería aportar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información exclusivamente sobre el turismo de la Región del Maule. • Información sobre los diversos tipos de Rutas Turísticas del Maule. • Información actualizada sobre eventos turísticos de la región. • Información de interés para las empresas turísticas de la región (protocolos post COVID-19, noticias, etc.) • Información generada por el Observatorio de Competitividad Turística. • Planes urgentes para prevenir en el corto plazo los impactos negativos que pudieran tener contingencias adversas, con la finalidad de abordar con agilidad y rapidez retos coyunturales (por ejemplo, información sobre "turismo de proximidad: 100 Rutas de 1 día para habitantes de la región", tras el fin del confinamiento post COVID-19).

EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS	PROYECTOS YA EXISTENTES	ÁREAS FALTANTES
	<p>OBJETIVO 2.4/ Apoyo a las empresas a la aplicación de la innovación y las tecnologías turísticas.</p>	<p><i>Programas de CORFO</i>, como al menos, entre otros, los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Programa Digitaliza tu Pyme.</i> Instrumento que permite la transformación digital de las empresas turísticas de Chile, en tres fases: Entender, Aprender y Adoptar. En una primera instancia se implementó en la Región de Maule como modelo piloto donde se capacitó y mejoró la productividad de 50 pymes. • <i>Programa de Apoyo a la Reactivación en sector turístico de la región.</i> Su objetivo es mejorar el potencial productivo y fortalecer la gestión de las empresas de la zona costera a través de un plan de asesorías e inversión. Benefició a 30 pymes de las comunas de Constitución, Hualañé-Vichuquén y Licantén. • <i>Programa Digital de Impacto Productivo CHILE TRANSFORMA MAULE.</i> Su objetivo es contribuir a que empresas del Maule en el sector Turismo incrementen sus ingresos, a través de la incorporación de competencias y/o la adopción de tecnologías digitales en sus procesos productivos, de gestión y/o negocios. Identificando sus brechas tecnológicas digitales caracterizadas, implementando tecnologías digitales en los procesos de gestión de venta y/u operación, en las relaciones con sus clientes, otras empresas o el Estado y/o en la innovación de su negocio y haciendo uso efectivo y eficiente de tecnologías digitales. En la Región del Maule FEDETUR implementa el Centro de Impacto Digital en el marco de este Programa de CORFO. • https://www.corfo.cl/ 	<p>Resulta necesario desarrollar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Apoyo para Proyectos Territoriales Turísticos.</i> Su finalidad debería ser financiar iniciativas cuyo objetivo sea mejorar el atractivo de los destinos y la experiencia turística, así como la competitividad y sostenibilidad de los destinos. • <i>Apoyo a la Comercialización y Promoción Turística.</i> Su finalidad debería ser financiar iniciativas cuyo objetivo sea impulsar eventos, productos turísticos y experiencias que contribuyan a la diversificación y dinamización turística. • <i>Apoyo a la Mejora de la Competitividad Turística.</i> Su finalidad debería ser financiar iniciativas cuyo objetivo sea la competitividad de las empresas turísticas de la región: <ul style="list-style-type: none"> ○ Innovación empresarial y soluciones tecnológicas. ○ La innovación en los procesos de negocio. ○ Desarrollo de actividades de I+D+i. ○ Incorporación de sistemas de gestión inteligente. ○ Optimización y ampliación de la oferta turística de las empresas. ○ Obras y adquisición de equipamiento en empresas de restauración o establecimientos de alojamientos turísticos. ○ Adecuación de la oferta hacia un turismo sostenible, responsable y accesible. ○ Inversiones destinadas a la reducción de impacto de la actividad turística sobre el entorno. ○ Incorporación de tecnologías tendentes a facilitar la accesibilidad. ○ Información y sensibilización a los negocios turísticos informales para que se transformen en negocios formales

EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS	PROYECTOS YA EXISTENTES	ÁREAS FALTANTES
	<p>OBJETIVO 2.5/ Apoyo a mejorar la Calidad y la Sustentabilidad de las empresas turísticas.</p>	<p><i>Programas de SERNATUR:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Sello Q de calidad. Distintivo entregado por Sernatur que se le otorga a los y las prestadores(as) de servicios turísticos que están certificados en alguna de las 49 normas técnicas certificables de calidad turística, las que se dividen en tres grandes áreas: Alojamiento Turístico, Agencias de Viaje y Tour Operadores, y Guías de Turismo. • Sello S de sostenibilidad. La Distinción en Turismo Sustentable, reconocida gráficamente con el Sello S, garantiza al visitante que el servicio turístico que cuenta con este distintivo cumple con criterios globales de sustentabilidad turística, en los ámbitos socio-cultural, medioambientales y económicos. 	<p>y mejoren de esta forma su calidad, su sostenibilidad y su fortaleza competitiva.</p> <p>Resulta necesario apoyar a las empresas turísticas a mejorar su calidad y sustentabilidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fiscalizar a las empresas que utilizan proveedores con sello de calidad para ganar postulaciones, pero una vez ganadas entregan a los beneficiarios finales servicios turísticos de empresas no certificadas con el sello. • Sensibilizar a las empresas de la cadena de valor del turismo sobre el valor de negocio que tiene la sustentabilidad y la calidad, sobre todo para el mercado internacional, y de manera creciente para el nacional. • Apoyo a las empresas de la cadena de valor del turismo a mejorar la calidad de sus servicios turísticos, como por ejemplo mejorar el atractivo de los alojamientos, la calidad de la oferta gastronómica y su relación con el mundo del vino, y la mejora de la concienciación de los guías de montaña y de excursiones en la naturaleza sobre la necesidad de respetar el medio ambiente del entorno natural, entre otros. • Apoyo a las empresas de la cadena de valor del turismo a mejorar la sostenibilidad de sus servicios, como por ejemplo reducir los residuos generados durante la realización de las actividades turísticas, mejorar la organización de l reciclaje de los diversos tipos de residuos generados por la actividad turística, mejorar el tratamiento de las aguas residuales, y educar a los guías para que sean transmisores de valores éticos sobre el respeto a la naturaleza y las formas de no dejar restos y residuos en el entorno durante las excursiones, tours y actividades relacionadas con el turismo, entre otras.

EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS	PROYECTOS YA EXISTENTES	ÁREAS FALTANTES
<p>EJE 3/ Desarrollo del Capital Humano del Maule para el turismo</p>	<p>OBJETIVO 3.1/ Apoyo al desarrollo de los emprendimientos turísticos.</p>	<p><i>Programas de SERCOTEC</i> como al menos los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Ruta Digital Región del Maule.</i> Es un servicio de Sercotec para micro y pequeños empresarios/as, que busca instalar capacidades y habilidades en el uso de tecnologías y herramientas digitales en sus negocios. A través de la entrega gratuita de cursos en línea, se quiere contribuir al mejoramiento en la gestión operativa y financiera, en la comercialización de productos o servicios y en el grado de innovación de sus negocios. Las temáticas de los cursos en línea son: Finanzas y Seguridad de la Información; Ventas e Inventario; Gestión y Colaboración; y Marketing Digital. https://www.sercotec.cl/ruta-digital-region-del-maule/ • <i>Crece.</i> Es un subsidio no reembolsable de Sercotec destinado a potenciar el crecimiento de las micro y pequeñas empresas o su acceso a nuevas oportunidades de negocio. Apoya la implementación de un plan de trabajo que incluye acciones de gestión empresarial (asistencias técnicas, capacitación y acciones de marketing) para el fortalecimiento de competencias de los empresarios y empresarias, así como el financiamiento de inversiones. https://www.sercotec.cl/crece/ • <i>Centro de Negocios Sercotec.</i> Atiende a micro y pequeños empresarios y emprendedores de la Provincia de Talca. Estos, por su vocación productiva, pertenecen principalmente al sector agrícola y agroindustrial, comercio y turismo, servicios y manufactura. Cuentan con centros satélites. https://www.sercotec.cl/centros-de-negocios/centro-de-desarrollo-de-negocios-talca/ 	<ul style="list-style-type: none"> • Prestar servicios de asesoramiento a las empresas de la cadena de valor del turismo para ayudarlas a alcanzar los sellos de calidad y sostenibilidad turística. <p>Resulta necesario desarrollar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Apoyo al Emprendimiento Turístico.</i> Su finalidad debería ser financiar iniciativas para asesorar en la creación de nuevas empresas en toda la cadena de valor del turismo. • <i>Capacitación para el emprendimiento.</i> Su finalidad debería ser financiar iniciativas cuyo objetivo sea formar a los profesionales y a los emprendedores, a nivel de comunas en colaboración con las municipalidades, en materias clave para el negocio turístico.
	<p>OBJETIVO 3.2/ Capacitar en el área turística a las autoridades y los actores institucionales de la región.</p>	<p>Proyecto del <i>Gobierno Regional del Maule:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Análisis del problema de la política pública regional de desarrollo turístico. Fortalecimiento de competencias para el desarrollo metodológico de políticas regionales.</i> En desarrollo durante el año 2020. Su objetivo es transferir conocimiento y experiencias internacionales en el ámbito del 	<p>Resulta necesario desarrollar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Programas de capacitación en Políticas Públicas de Turismo.</i> Su objetivo sería transferir conocimiento sobre el diseño, implementación y evaluación de políticas públicas relacionadas con el turismo.

EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS	PROYECTOS YA EXISTENTES	ÁREAS FALTANTES
		<p>diseño e implementación de Políticas Públicas, con especial énfasis en las políticas de turismo. Proyecto ejecutado por la consultora internacional INFYDE.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de pasantías nacionales e internacionales. Su objetivo sería organizar visitas de estudio a regiones turísticas de Chile y de Europa, en las que participen profesionales del sector público relacionados con el turismo de la Región del Maule.
	<p>OBJETIVO 3.3/ Apoyo a los jóvenes estudiantes a realizar intercambios internacionales con otras regiones muy turísticas del mundo para estudiar y realizar prácticas.</p>	<p><i>Carencia de intercambios internacionales para jóvenes</i> orientados a carreras profesionales relacionadas con el turismo.</p>	<p>Resulta necesario desarrollar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a jóvenes profesionales para que realicen cursos de especialización turística en regiones turísticas europeas. Su objetivo debería ser promover que los jóvenes de la Región del Maule hagan estudios teóricos y prácticos en Centros Educativos y en empresas de prestigio en Europa, para que adquieran el conocimiento sobre la base de la experiencia.
	<p>OBJETIVO 3.4/ Crear una Escuela de Turismo.</p>	<p><i>Carencia de una Escuela de Turismo.</i></p>	<p>Resulta necesario desarrollar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mallas curriculares en la especialidad de turismo para los siguientes niveles educativos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Formación Profesional. ○ Universidad. ○ Post-grados y especialización. • Escuela de Turismo. Su objetivo debería ser especializarse en educar al capital humano regional en las diversas áreas de conocimiento relacionadas con el turismo. Debería tener un nivel educativo que cubriera desde la formación profesional hasta los grados Universitarios. También debería ofrecer grados de educación formal y cursos de especialización. Las áreas de conocimiento que debería ofrecer podrían ser, entre otras, las siguientes: <ul style="list-style-type: none"> ○ Enoturismo. ○ Gestión hotelera. ○ Gastronomía. ○ Servicios de ocio y entretenimiento. ○ Organización de eventos.

EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS	PROYECTOS YA EXISTENTES	ÁREAS FALTANTES
			<ul style="list-style-type: none"> ○ Tour operación. ○ Innovación turística. ○ Tecnologías para el turismo. ○ Sustentabilidad turística. ○ Idiomas para el turismo. ○ Capacidades digitales para el turismo. ○ Marketing turístico digital.
	OBJETIVO 3.5/ Capacitar en idiomas.	<p>Cursos de capacitación de SENCE en la Región del Maule:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inglés empresarial. 74 horas de formación. Modalidad e-learning. 	<p>Resulta necesario desarrollar capacitación en idiomas relevantes (inglés, francés, alemán, portugués) a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guías turísticos. • Profesionales de hoteles y alojamientos. • Profesionales de servicios turísticos.
	OBJETIVO 3.6/ Desarrollar la formación profesional dual en el área del turismo.	<p>Programas de capacitación financiados por CORFO y el aval de SERNATUR:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guías turísticos a través de curso B-Learning con especialización en Enoturismo. primer curso en el sector avalado por la Subsecretaría de Turismo y el Servicio Nacional de Turismo SERNATUR. Enoturismo Chile, Programa Estratégico de Corfo, certificó a 16 guías turísticos con especialización en Enoturismo con la finalidad de mejorar el capital humano en el sector y de esta forma generar un servicio de mejor calidad. <p>Cursos de capacitación de SENCE en la Región del Maule:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñador de oferta turística. 24 horas de formación. Modalidad e-learning. • Promotor turístico. 33 horas de formación. Modalidad e-learning. • Representante telefónico en turismo. 28 horas de formación. Modalidad e-learning. 	<p>Resulta necesario desarrollar formación profesional dual⁷³ en el área del turismo. Involucrar a empresas y centros educativos. Destinatarios serían:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes de los ámbitos rurales y urbanos. • Profesionales de negocios y servicios turísticos. • Profesionales del sector público relacionados con políticas de turismo. <p>Resulta necesario el siguiente enfoque metodológico para la capacitación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cooperar entre SENCE y las Municipalidades para que la capacitación se realice en las propias comunas y el capital humano

⁷³ Comisión Europea. Definición de Formación Profesional dual: La educación y formación profesional dual se lleva a cabo generalmente en el nivel secundario superior antes de que los estudiantes comiencen la vida laboral. Se lleva a cabo en un entorno escolar (principalmente en el aula) y/o en un entorno laboral, como centros de formación y empresas. Esto varía de un país a otro, según los sistemas nacionales de educación y formación y las estructuras económicas.
https://ec.europa.eu/education/policies/eu-policy-in-the-field-of-vocational-education-and-training-vet_en

EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS	PROYECTOS YA EXISTENTES	ÁREAS FALTANTES
			<p>no se tenga que desplazar para formarse, reduciendo de esta forma el número de horas perdidas de atención a sus negocios turísticos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El e-learning no llega al capital humano de las comunas, debido a la carencia de conectividad y de capacidades digitales. • Formación presencial en las localidades rurales en las que los profesionales desarrollan las actividades turísticas.
<p>EJE 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19.</p>	<p>OBJETIVO 4.1/ Estudiar tendencias, estándares sanitarios, protocolos y modelos de negocio surgidos a nivel internacional después de la pandemia COVID-19.</p>	<p><i>Carencia de información sobre tendencias</i> de nuevos modelos de actividad turística surgidos tras la pandemia de la COVID-19.</p>	<p>Resulta necesario desarrollar información sobre tendencias y nuevos modelos de negocio turístico post COVID-19.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudios de tendencias. • Análisis de aprendizajes de interés para su aplicación al sector turismo de la Región del Maule.
	<p>OBJETIVO 4.2/ Apoyo y asesorar a las empresas afectadas por la COVID-19 para implementar soluciones de recuperación.</p>	<p><i>Programas de CORFO</i>, como al menos los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>PAR Impulsa - Región del Maule</i>. Su objetivo es busca apoyar a contribuyentes que pertenezcan al sector de micro y pequeñas empresas, en la reactivación de su actividad económica o en el inicio de una distinta, recuperando y/o mejorando su potencial productivo y su gestión, en el marco de la coyuntura social, económica y sanitaria. https://www.corfo.cl/ <p><i>Programas de SERCOTEC</i> como al menos los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Reactive con Sercotec</i>. Es un programa de emergencia productiva dirigido a micro y pequeñas empresas que hayan disminuido sus ventas mensuales en al menos un 20%, durante octubre y noviembre de 2019. Entrega un subsidio no reembolsable para adquirir activos fijos y/o capital de trabajo, con el fin de reactivar su actividad económica. https://www.sercotec.cl/reactivate-con-sercotec-region-del-maule/ • <i>Reactive Turismo</i>. Es un programa de emergencia que busca apoyar a las micro y pequeñas empresas del sector turismo, que tengan inicio de actividades en primera categoría hasta el 28 de febrero de 2019 ante el Servicio de Impuestos Internos; con ventas netas mayores o iguales a 200 UF e inferiores o iguales a 15.000 UF al año y que hayan visto afectadas sus ventas en al menos un 30%, producto de la emergencia 	<p>Resulta necesario desarrollar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a las empresas para reforzar su competitividad. Su objetivo debería ser asesorar a las empresas para reformular sus modelos de negocio e incrementar su competitividad en el escenario post COVID-19.

EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS	PROYECTOS YA EXISTENTES	ÁREAS FALTANTES
		sanitaria. Se busca apoyar la reactivación de sus negocios, mejorar su potencial productivo y/o reemprender. https://www.sercotec.cl/reactivate-turismo/	

Fuente: elaboración de INFYDE con datos de las entrevistas a actores regionales relacionados con el turismo

PASO 5.2/ FORMULACIÓN DE LA CARTERA DE PROYECTOS

El objetivo es formular la **cartera de proyectos** de la Política Pública de Turismo de la Región del Maule. Se presenta a continuación.

EJE ESTRATÉGICO 1/ DESARROLLO DEL TERRITORIO PARA EL AVANCE DE LA REGIÓN DEL MAULE COMO DESTINO TURÍSTICO

PROYECTO 1: Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica

PROYECTO 1
<i>Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica</i>
EJE ESTRATÉGICO
<i>EJE ESTRATÉGICO 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico</i>
OBJETIVO
<i>OBJETIVO 1.1/ Implementar una Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica.</i>
CONTENIDOS
<p>Mesa de Coordinación de la Fibra Óptica en la Región del Maule. Sus integrantes serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agentes institucionales relacionados con la implementación de la fibra óptica, y con el turismo regional. • Agentes empresariales de telecomunicaciones implicados (Wom, Movistar, Claro, etc.) • Agentes empresariales de la cadena de valor del turismo regional. • Ministerio de transporte y telecomunicaciones; dado que la formulación de los proyectos relacionados con la fibra óptica viene impulsada desde el ámbito institucional de nivel nacional, y su competencia recae en la Ley General de Telecomunicaciones. <p>Sus funciones serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aclarar el proyecto de introducción de fibra óptica en las anteriores comunas. • Planificar y adjudicar la última milla. • Coordinar las acciones de los diferentes agentes relacionados con el turismo, para incorporar las necesidades de este sector en las decisiones estratégicas de despliegue de la fibra óptica en la región. <p>Ámbitos de coordinación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Armonización de listados de las comunas incluidas en el proyecto Fibra Óptica Nacional (FON) de SUBTEL. • Plazos de ejecución que va a tener cada una de las comunas el despliegue del FON.

PROYECTO 1
<i>Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Contenidos del proyecto de última milla para el despliegue de la fibra óptica. • Coordinación entre los operadores que ya han desplegado fibra óptica en algunas comunas de la región (como movistar, y creo que CLARO, al menos), y los que desplegarán el FON. • Ámbitos territoriales de incorporación a los Proyectos de despliegue de la fibra óptica, tanto de ámbito nacional (Proyecto Fibra Óptica Nacional FOM) como de ámbito regional (Proyecto Última Milla). • Otros.
TERRITORIO EN EL QUE SE DESARROLLARÁ LA INICIATIVA
<p>El territorio en el que se desarrollará la iniciativa será toda la región.</p> <p>Las reuniones de la Mesa de Coordinación se celebrarán en las oficinas del GORE en Talca. También se podrían celebrar reuniones en las oficinas del Seremi de Obras Públicas, del Seremi de Transportes y Telecomunicaciones, del Seremi de Economía y del Seremi de Medio Ambiente.</p> <p>Algunas de las reuniones de la Mesa de coordinación se pueden celebrar también en otras ciudades de la región, principalmente en las capitales de provincia, como forma de acercar al territorio el proceso de orientación estratégica de la implementación de la Política Pública de Turismo.</p> <p>También se pueden celebrar reuniones en comunas en las que va a tener lugar el despliegue del proyecto de la Fibra Óptica Nacional (FON), como forma de involucrar a las entidades locales y de difundir entre la sociedad a nivel local el compromiso del Gobierno Regional con el desarrollo de esta infraestructura tan importante.</p>
AGENTES DEL TERRITORIO Y REGIONALES QUE INTERVIENEN EN LA INICIATIVA
<p>El Gobierno Regional liderando el proceso de convocatoria de las reuniones de la Mesa.</p> <p>Los municipios en los que se va a desplegar el FON.</p> <p>Oficinas del Seremi de Obras Públicas, del Seremi de Transportes y Telecomunicaciones, del Seremi de Economía y del Seremi de Medio Ambiente.</p>
RESPONSABLE
<p>LIDERAZGO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gobierno Regional GORE <p>DIRECTORIO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejo Regional CORE. • Ministerio de Obras Públicas (MOP). • Secretaría Regional Ministerial de Transporte y Telecomunicaciones. • Secretaría Regional Ministerial del Medio Ambiente. • Secretaría Regional Ministerial de Economía. • CORFO. • Asociación de Municipalidades de la Región del Maule. • Municipalidades. • Asociaciones empresariales relacionadas con la fibra óptica. • Asociaciones empresariales relacionadas con el turismo. • Consejos Comunales de Organizaciones de la Sociedad Civil (COSOC). <p>SECRETARÍA TÉCNICA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP)
FINANCIAMIENTO

PROYECTO 1 <i>Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica</i>
Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)
ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA
20.000.000 pesos chilenos
CALENDARIO
Reuniones cuatrimestrales durante todo el período 2020-2025

PROYECTO 2: Plan de Marketing Territorial

PROYECTO 2 <i>Plan de Marketing Territorial</i>
EJE ESTRATÉGICO
EJE ESTRATÉGICO 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico
OBJETIVO
OBJETIVO 1.2/ Elaborar e implementar un Plan de Marketing para el territorio
CONTENIDOS
<p>Contenidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La "política de producto" es decir, los productos y servicios que el Maule va a ofrecer a cada segmento. Priorización de los destinos icono. • La "política de comunicación" es decir, los destinatarios objetivo, y los contenidos y los medios de comunicación para cada segmento. • La "política de distribución" es decir, determinar el lugar en que se va a concretar las ventas con los turistas en cada segmento (tour operadores, la web, hoteles, prescriptores, blogs, etc.). • "Plan de Promoción Digital".
TERRITORIO EN EL QUE SE DESARROLLARÁ LA INICIATIVA
<p>El territorio en el que se desarrollará la iniciativa será toda la región. El trabajo en terreno se desarrollará en todas las comunas de precordillera, valles y costa que desean desarrollar el sector turístico.</p> <p>Las reuniones y el trabajo de back-office se realizarán en Talca en la sede del Gobierno Regional y de la Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP).</p>
AGENTES DEL TERRITORIO Y REGIONALES QUE INTERVIENEN EN LA INICIATIVA
<p>Gobierno Regional GORE. SERNATUR. Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP). Oficinas de turismo de las comunas turísticas.</p>
RESPONSABLE
<p>GRUPO DE TRABAJO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gobierno Regional GORE. • Secretaría Regional Ministerial de Economía. • SERNATUR. • CORFO. • Universidades Regionales. • Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP). • Asociación de Municipios de la Región del Maule. • Consejos Comunales de Organizaciones de la Sociedad Civil (COSOC). <p>ENTIDAD EJECUTORA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP). Incluyendo subcontrataciones si fuera necesario.
FINANCIAMIENTO

PROYECTO 2 <i>Plan de Marketing Territorial</i>
Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)
ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA
100.000.000 pesos chilenos
CALENDARIO
Elaboración: 2020-2021 Implementación: 2021-2025

PROYECTO 3: Observatorio de Competitividad Turística

PROYECTO 3 <i>Observatorio de Competitividad Turística</i>
EJE ESTRATÉGICO
EJE ESTRATÉGICO 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico
OBJETIVO
OBJETIVO 1.3/ Crear un Observatorio de Inteligencia Competitiva para el Turismo
CONTENIDOS
<p>Contenidos a desarrollar por el Observatorio de Inteligencia Competitiva para el Turismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actualización del Cuadro de Mando de la Política Pública Regional de Turismo. • Información sobre la actividad turística de la región. • Establecimiento de pilares de competitividad del turismo de la región. • Recogida, procesamiento y análisis de información procedente de las empresas turísticas para conocer su evolución en los pilares de competitividad del sector. • Apoyo metodológico a las Asociaciones Empresariales para que recojan la información pertinente de sus miembros mediante encuestas periódicas. • Difusión cuatrimestral a las empresas, instituciones y a la sociedad de la información generada, como: <ul style="list-style-type: none"> ○ Resultados de las encuestas a empresas. ○ Tendencias turísticas a nivel nacional e internacional. ○ Soluciones tecnológicas para la empresa turística. ○ Caracterización actualizada de la cadena de valor del turismo del Maule. ○ Actualización periódica del diamante de Porter sobre fuerzas competitivas del sector turístico del Maule.
TERRITORIO EN EL QUE SE DESARROLLARÁ LA INICIATIVA
<p>El territorio en el que se desarrollará la iniciativa será toda la región.</p> <p>El trabajo en terreno se desarrollará con las Asociaciones Empresariales relacionadas con el turismo, en aquellas comunas en las que existan estas Asociaciones Empresariales.</p> <p>Las reuniones y el trabajo de back-office se realizarán en la sede de la institución que ejecute el proyecto de Observatorio.</p>
AGENTES DEL TERRITORIO Y REGIONALES QUE INTERVIENEN EN LA INICIATIVA
<p>Gobierno Regional GORE.</p> <p>Asociaciones Empresariales relacionadas con el turismo</p> <p>Institución que ejecute el proyecto de Observatorio.</p>
RESPONSABLE

PROYECTO 3 <i>Observatorio de Competitividad Turística</i>	
ENTIDAD EJECUTORA:	<ul style="list-style-type: none">• Universidades de la Región del Maule.• Centros de competitividad e innovación en el Maule.• SERNATUR.• Centro de Investigación relacionados con Asociaciones Empresariales.
ENTIDAD FINANCIADORA:	<ul style="list-style-type: none">• Gobierno Regional GORE
FINANCIAMIENTO	
Fondo de Innovación para la Competitividad Regional (FIC R) modalidad concursable Cofinanciamiento privado (porcentaje de cofinanciamiento privado a negociar con Asociaciones Empresariales y empresas de la región)	
ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA	
Año 2021: 90.000.000 pesos chilenos Año 2022: 90.000.000 pesos chilenos Año 2023: 90.000.000 pesos chilenos Año 2024: 90.000.000 pesos chilenos Año 2025: 90.000.000 pesos chilenos PRESUPUESTO TOTAL AGREGADO 2021-2025: 450.000.000 pesos chilenos	
CALENDARIO	
Diseño: 2020 Implementación: 2021-2025	

PROYECTO 4: *Inversión en infraestructuras en señalética y para la movilidad y accesibilidad en Pasos Pehuenche y Vergara*

PROYECTO 4
<i>Inversión en infraestructuras en señalética y para la movilidad y accesibilidad en Pasos Pehuenche y Vergara</i>
EJE ESTRATÉGICO
EJE ESTRATÉGICO 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico
OBJETIVO
OBJETIVO 1.4/ Invertir en la mejora de señalética en zonas turísticas y de las infraestructuras en Pasos Pehuenche y Vergara
CONTENIDOS
<p>Contenidos a desarrollar en señalética:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que aporte información a los turistas sobre los destinos locales. • Atractiva para el turismo (realizada en maderas y materiales amigables con el medio ambiente y para el turista). • Sobre sostenibilidad, medio ambiente y comportamientos compatibles con el respeto a la naturaleza. • Construcción y colocación de 200 indicaciones de señalética hacia destinos turísticos de la región. <p>Contenidos a desarrollar de las infraestructuras para la movilidad y accesibilidad en Pasos Pehuenche y Vergara:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejora de las infraestructuras viales en los pasos de Pehuenche y Vergara. • Construcción de 82 kilómetros de carretera desde Romeral hasta el Paso Vergara. • Construcción de 55 Kilómetros de carretera desde las Termas el Médano hasta el Paso Pehuenche. <p>Se persigue tener en consideración específica a colectivos con capacidades diferentes. El objetivo es desarrollar servicios turísticos adaptados a colectivos con capacidades diferentes, como pueden ser infraestructuras, vehículos adaptados, accesibilidad universal a Parques, etc.).</p>
TERRITORIO EN EL QUE SE DESARROLLARÁ LA INICIATIVA
<p>El territorio en el que se desarrollará la iniciativa será toda la región. El trabajo en terreno se desarrollará en todas las comunas de precordillera, valles y costa que desean desarrollar el sector turístico.</p> <p>Las reuniones de coordinación se celebrarán en las oficinas del GORE en Talca. También se podrían celebrar reuniones en las oficinas del Seremi de Obras Públicas, del Seremi de Transportes y Telecomunicaciones, del Seremi de Economía y del Seremi de Medio Ambiente.</p> <p>También se pueden celebrar reuniones en comunas en las que va a tener lugar el despliegue de infraestructuras para involucrar a los agentes municipales y locales, y comunicar a la sociedad la inversión que realizan las instituciones públicas.</p>
AGENTES DEL TERRITORIO Y REGIONALES QUE INTERVIENEN EN LA INICIATIVA
<p>El Gobierno Regional liderando el proceso de convocatoria de las reuniones de coordinaciónj.</p> <p>Los municipios en los que se van a desplegar las infraestructuras.</p> <p>Oficinas del Seremi de Obras Públicas, del Seremi de Transportes y Telecomunicaciones, del Seremi de Economía y del Seremi de Medio Ambiente.</p> <p>Los municipios en los que se van a desplegar las infraestructuras.</p>
RESPONSABLE

PROYECTO 4 <i>Inversión en infraestructuras en señalética y para la movilidad y accesibilidad en Pasos Pehuenche y Vergara</i>
LIDERAZGO: <ul style="list-style-type: none"> • Gobierno Regional GORE.
DIRECTORIO: <ul style="list-style-type: none"> • Consejo Regional CORE. • Ministerio de Obras Públicas (MOP). • Secretaría Regional Ministerial del Medio Ambiente. • Secretaría Regional Ministerial de Agricultura. • Corporación Nacional Forestal (CONAF), en su función de gestión de Parques y Reservas Naturales, humedales y zonas protegidas. • CORFO. • Asociación de Municipios de la Región del Maule. • Municipalidades.
FINANCIAMIENTO
Fondos del Ministerio de Obras Públicas Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR) Cofinanciamiento privado (porcentaje de cofinanciamiento privado a negociar con Asociaciones Empresariales y empresas de la región). Municipalidades.
ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA
Construcción y colocación de 200 unidades de indicaciones de señalética turística en madera (1.000.000 pesos/unidad): \$200.000.000 Construcción de 82 kilómetros de carretera desde Romeral hasta el Paso Vergara (1 Millón de dólares/kilómetro ⁷⁴): 85.000 MM\$ Construcción de 55 Kilómetros de carretera desde las Termas el Médano hasta el Paso Pehuenche (1 Millón de dólares/kilómetro ⁷⁵): 56.000 MM\$ PRESUPUESTO TOTAL AGREGADO 2021-2025: 141.000 MM\$
CALENDARIO
Diseño: 2020 Implementación: 2021-2025

⁷⁴ Fuente: Cámara Chilena de la Construcción. "La industria estima en un millón de dólares el costo del kilómetro de autopista en Chile" <https://www.plataformaurbana.cl/archive/2014/05/06/estudio-revela-que-chile-necesita-12-500-km-de-nuevas-rutas-a-10-anos-para-mitigar-caos-vial/#:~:text=En%20la%20industria%20estiman%20en,millones%20en%20nuevos%20caminos%20interurb>

⁷⁵ Fuente: Cámara Chilena de la Construcción. "La industria estima en un millón de dólares el costo del kilómetro de autopista en Chile" <https://www.plataformaurbana.cl/archive/2014/05/06/estudio-revela-que-chile-necesita-12-500-km-de-nuevas-rutas-a-10-anos-para-mitigar-caos-vial/#:~:text=En%20la%20industria%20estiman%20en,millones%20en%20nuevos%20caminos%20interurb>

PROYECTO 5: Modelo de Gobernanza para la implementación del Política Pública Regional de Turismo

PROYECTO 5
<i>Modelo de Gobernanza para la implementación del Política Pública Regional de Turismo</i>
EJE ESTRATÉGICO
EJE ESTRATÉGICO 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico
OBJETIVO
OBJETIVO 1.5/ Implementar una Mesa de Gobernanza para la implementación de una estrategia territorial de desarrollo competitivo del turismo regional
CONTENIDOS
<p>Funciones del Gobierno Regional:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Liderar la convocatoria de la Mesa de Gobernanza. • Coordinar con el Consejo Regional (CORE) las acciones para el desarrollo de las actividades de la Mesa de Gobernanza. • Invitar a participar a los agentes regionales público-privados relacionados con el desarrollo del turismo. • Organizar los espacios de encuentro para el desarrollo de las actividades de la Mesa de Gobernanza, como pueden ser seminarios virtuales, reuniones virtuales, reuniones presenciales, etc. de todos los agentes. <p>Funciones del Directorio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientar estratégicamente la implementación de los Ejes Estratégicos de la Política Pública Regional de Turismo. • Analizar los resultados y los impactos de las iniciativas financiadas relacionadas con la Política Pública Regional de Turismo. • Priorizar los proyectos a implementar en cada año de vigencia de la Política. • Realizar el seguimiento del cumplimiento de los objetivos y proyectos de la Política. • Tomar decisiones de reorientación de los proyectos en el caso en que estos encuentren dificultades para obtener financiamiento o tengan desviaciones en el proceso de implementación. • Coordinar a todos los agentes relacionados con la implementación de la Política, con la finalidad de: <ul style="list-style-type: none"> ○ Orientar los contenidos de los Convenios entre los diversos agentes (GORE, Agencias Ejecutoras, Centros de Investigación, Asociaciones Empresariales, etc.). ○ Asesorar al GORE y a las Agencias Ejecutoras para que destinen el capital humano necesario para la implementación de la Política y para la coordinación de las iniciativas que se financien relacionadas con ella. ○ Facilitar a la Secretaría Técnica la interlocución con el GORE y las Agencias para que les faciliten la información pertinente para la realización de las actividades de seguimiento de la implementación de la Política. <p>Funciones de la Secretaría Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar una Hoja de Ruta anual para la implementación de los proyectos de la Política. • Elaborar Planes de Trabajo detallados para la implementación anual de los proyectos de la Política. • Elaborar la base de datos de iniciativas relacionadas con la Política Pública Regional de Turismo financiadas por el Gobierno Regional y todas las Agencias Ejecutoras del Estado. • Analizar los resultados y los impactos obtenidos por las iniciativas financiadas. • Elaborar informes periódicos sobre la evolución de las iniciativas que se financian.

PROYECTO 5*Modelo de Gobernanza para la implementación del Política Pública Regional de Turismo*

- Presentar al Directorio los resultados y los impactos que alcanzan los fondos invertidos y las iniciativas financiadas relacionadas con la Política Pública Regional de Turismo.
- Alimentar los indicadores del Cuadro de Mando de la Política.
- Desarrollar las acciones operativas del sistema de seguimiento de la Política.

TERRITORIO EN EL QUE SE DESARROLLARÁ LA INICIATIVA

El territorio en el que se desarrollará la iniciativa será toda la región.

Las reuniones de la Mesa de Gobernanza se celebrarán en las oficinas del GORE y/o SERNATUR en Talca. También se podrían celebrar reuniones en las oficinas del Seremi de Economía.

Algunas de las reuniones de la Mesa de Gobernanza se pueden celebrar también en otras ciudades de la región, principalmente en las capitales de provincia, como forma de acercar al territorio el proceso de orientación estratégica de la implementación de la Política Pública de Turismo.

También se pueden celebrar reuniones en comunas turísticas, como forma de involucrar a las entidades locales y de difundir entre la sociedad a nivel local el compromiso del Gobierno Regional con el desarrollo del turismo en la región.

AGENTES DEL TERRITORIO Y REGIONALES QUE INTERVIENEN EN LA INICIATIVA

El Gobierno Regional liderando el proceso de convocatoria de las reuniones de la Mesa.

Los municipios turísticos.

Oficinas del Seremi de Economía.

RESPONSABLE**LIDERAZGO:**

- Gobierno Regional GORE.

DIRECTORIO:

- Consejo Regional CORE.
- Ministerio de Obras Públicas (MOP).
- Secretaría Regional Ministerial de Economía.
- Secretaría Regional Ministerial del Medio Ambiente.
- Secretaría Regional Ministerial de Agricultura.
- Corporación Nacional Forestal (CONAF), en su función de gestión de Parques y Reservas Naturales, humedales y zonas protegidas.
- SERNATUR.
- CORFO.
- SERCOTEC.
- Asociación de Municipios de la Región del Maule.
- Municipalidades.
- Consejos Comunales de Organizaciones de la Sociedad Civil (COSOC).

SECRETARÍA TÉCNICA

- Consejos Comunales de Organizaciones de la Sociedad Civil (COSOC).
- Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP)

FINANCIAMIENTO

Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR) para financiar la Secretaría Técnica

Fondos propios de cada organismo para la participación en las actividades de la Mesa de Gobernanza.

PROYECTO 5	
<i>Modelo de Gobernanza para la implementación del Política Pública Regional de Turismo</i>	
ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA	
Financiamiento de la Secretaría Técnica:	
Año 2021: 45.000.000 pesos chilenos	
Año 2022: 45.000.000 pesos chilenos	
Año 2023: 45.000.000 pesos chilenos	
Año 2024: 45.000.000 pesos chilenos	
Año 2025: 45.000.000 pesos chilenos	
PRESUPUESTO TOTAL AGREGADO 2021-2025: 225.000.000 pesos chilenos	
CALENDARIO	
Diseño y lanzamiento: 2020	
Implementación: 2021-2025	

EJE ESTRATÉGICO 2/ CALIDAD Y SUSTENTABILIDAD PARA EL IMPULSO COMPETITIVO DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE LA REGIÓN DEL MAULE

PROYECTO 6: Red de Oficinas de Turismo

PROYECTO 6
<i>Red de Oficinas de Turismo</i>
EJE ESTRATÉGICO
<i>EJE ESTRATÉGICO 2/</i> Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule
OBJETIVO
<i>OBJETIVO 2.1/</i> Desplegar una Red de Oficinas de Información Turística
CONTENIDOS
<p>Contenidos de la Red de Oficinas de Turismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oficinas de Turismo en diversas ciudades de la región, al menos en las 4 capitales de Provincia: Cauquenes, Linares, Curicó y Talca. • Ubicar las Oficinas de Turismo en lugares bien visibles y accesibles de las Plazas de Armas de las ciudades. • Accesibilidad a pie de calle en lugares bien transitados. • Coordinar a diversas instituciones para realizar una gestión integral de las Oficinas de Turismo. Las instituciones que deberían trabajar en cooperación en el diseño, creación y desarrollo de estas Oficinas serían al menos el GORE, SERNATUR, la CRDP y las municipalidades en las que cada Oficina se ubique. • Diseños atractivos y modernos del interior de las Oficinas, amigables para los visitantes. • Ampliación de los horarios para adecuarlos a los horarios de demanda de los visitantes. • Información sobre hoteles, restaurantes, servicios, guías, horarios, eventos, etc. • Trabajo en Red de las Oficinas de Turismo. <p>Características de cada oficina:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 150 metros cuadrados. • Ubicación en la Plaza de Armas de cada ciudad. • Locales de propiedad fiscal o alquilados por instituciones públicas, como pueden ser el Gobierno Regional y las Municipalidades, entre otros. • Rehabilitación de los locales con un diseño interior moderno para ser atractivo para los turistas. <p>Capital humano para cada oficina:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 4 Guías turísticos profesionales permanentes en cada una de las oficinas. • La organización del capital humano debería facilitar la apertura de las Oficinas en un horario continuo, incluidos los fines de semana. • Encargado de plataforma digital de cada una de las oficinas turísticas que de respuesta en horarios de consulta. <p>Horarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Horarios de apertura coherentes con las necesidades de los visitantes, que en muchas ocasiones llegan a la región a última hora de la tarde y requieren información sobre hoteles, alojamientos, medios de transporte, etc.

PROYECTO 6 <i>Red de Oficinas de Turismo</i>	
<ul style="list-style-type: none"> Por lo anterior, resultaría adecuado un horario continuado y ampliado de 9 de la mañana a 9 de la noche. Apertura de las Oficinas entre semana y durante los fines de semana. 	
TERRITORIO EN EL QUE SE DESARROLLARÁ LA INICIATIVA	
Oficinas de Turismo en diversas ciudades de la región, al menos en las 4 capitales de Provincia: Cauquenes, Linares, Curicó y Talca	
AGENTES DEL TERRITORIO Y REGIONALES QUE INTERVIENEN EN LA INICIATIVA	
Gobierno Regional. SERNATUR. Oficinas municipales de turismo.	
RESPONSABLE	
LIDERAZGO: <ul style="list-style-type: none"> Gobierno Regional GORE. El GORE crea y ubica las oficinas de turismo en sectores estratégicos. COORDINACIÓN CON: <ul style="list-style-type: none"> Consejo Regional CORE. Secretaría Regional Ministerial de Economía. SERNATUR. Asociación de Municipios de la Región del Maule. Municipalidades. 	
FINANCIAMIENTO	
Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR) Cofinanciamiento privado (porcentaje de cofinanciamiento privado a negociar con Asociaciones Empresariales y empresas de la región). Municipalidades.	
ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA	
Instalaciones 4 Oficinas: <ul style="list-style-type: none"> Alquileres de 4 locales en zonas céntricas: 1.500.000 pesos al mes. Obras de acondicionamiento del interior de las Oficinas: 4.500.000 pesos cada una de las Oficinas. TOTAL AGREGADO Instalaciones para 5 años (período 2021-2025): 378.000.000	
Capital Humano: <ul style="list-style-type: none"> Cada uno de los profesionales. 4 por Oficina, por lo que en total son 16 profesionales: 1.600.000 pesos al mes por cada profesional. TOTAL AGREGADO capital humano para 5 años (período 2021-2025): 1.536.000.000	
PRESUPUESTO TOTAL AGREGADO 2021-2025: 1.914.000.000 pesos chilenos	
CALENDARIO	
Diseño y lanzamiento: 2020 Implementación: 2021-2025	

PROYECTO 7: Mapa de 100 Rutas Turísticas de la Región del Maule

PROYECTO 7	
<i>Mapa de 100 Rutas Turísticas de la Región del Maule</i>	
EJE ESTRATÉGICO	
EJE ESTRATÉGICO 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule	
OBJETIVO	
OBJETIVO 2.2/ Diseñar y crear un Mapa Georeferencial de destinos turísticos de la Región del Maule	
CONTENIDOS	
<p>Contenidos del Mapa de 100 Rutas Turísticas de la Región del Maule:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de Rutas Turísticas de interés. • Clasificación de tipos de Rutas: <ul style="list-style-type: none"> ○ De un día, de fin de semana, de una semana. ○ Gastronómicas, de montaña, deportivas (surf, kayak, etc.), de naturaleza (avistamiento de pájaros, trekking, etc.), culturales, etc. • Ordenación de la información por Rutas. • Actualización continuada de la información sobre los establecimientos y empresas que ofrecen servicios y productos turísticos en cada ruta. • Los tipos de rutas que debe proponer son: <ul style="list-style-type: none"> ○ Para diferentes colectivos (parejas, familias, con niños, negocios, etc.) ○ Para diferentes tipos de experiencia (gastronómica, enoturística, termas, naturaleza, deportes, bienestar y salud, etc.). <p>Ubicación del Mapa de 100 Rutas Turísticas de la Región del Maule:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La ubicación debería ser en la página web "Turismo Región del Maule". • El mapa debería dar opciones de búsqueda para que los visitantes elijan el tipo de ruta en función de los intereses en cada momento. <p>Ventajas competitivas derivadas de disponer de un Mapa de 100 Rutas Turísticas de la Región del Maule:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar información útil y práctica sobre propuestas de turismo dentro de la propia región. • Construcción de imagen de destino, mediante el detalle que aporta la descripción de 100 Rutas en la región. • Sensibilización de la sociedad regional con los recursos turísticos que tiene la propia región. • Toma de conciencia de la sociedad regional con los destinos internos de la propia región que no han visitado nunca, y sin embargo, son atractivos turísticos de primer orden, y los tienen cerca. • Transferencia de conceptos clave para el turismo del Maule, que son atributos esenciales valorados por los turistas, como son la sostenibilidad, la seguridad, la naturaleza, la experiencia, el regreso a la tierra y el mar, el retorno a la esencia de las tradiciones, el vino y la gastronomía, y la salud. <p>Segmentos objetivo de las 100 Rutas Turísticas de la Región del Maule:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turismo de proximidad en el corto plazo (2020-2021): <ul style="list-style-type: none"> ○ El objetivo es sensibilizar a los habitantes de la región de la necesidad de hacer turismo de proximidad después de que acabe el confinamiento post COVID-19. ○ El segmento de turismo de proximidad puede abarcar desde Rancagua hasta Concepción. Se estima que en esta zona habitan unas 700.000 personas. 	

PROYECTO 7

Mapa de 100 Rutas Turísticas de la Región del Maule

- Este segmento de turismo puede hacer turismo de 1 día, y turismo de fin de semana.
- Turismo nacional en el mediano y largo plazo (2021-2025):
 - El objetivo es informar sobre las rutas en la Región del Maule a los turistas potenciales de otras regiones de Chile, prioritariamente a los turistas de la Región de Coquimbo, la Región Metropolitana, la Región de Valparaíso, la Región de O'Higgins, y la Región del Biobío.
 - Los habitantes de todas las regiones anteriores tienen una alta valoración sobre el tipo de vacaciones que se pueden disfrutar en el centro sur de Chile. Valoran la naturaleza, el ocio al aire libre, el vino, la gastronomía, y las actividades deportivas en lagos, mar y montaña. También valoran las actividades de termas y spas.
 - Este segmento de turismo puede hacer turismo de fin de semana y de 1 semana.
- Turismo internacional de el mediano y largo plazo (2021-2025):
 - El objetivo es informar sobre las rutas en la Región del Maule a los turistas potenciales internacionales.
 - Los segmentos internacionales de interés prioritario deberían ser los siguientes:
 - Americanos. Alto poder adquisitivo. Buscan experiencias nuevas y el sabor de las tradiciones auténticas (en experiencias con los visitantes locales y los habitantes originarios).
 - Europeos. Alto poder adquisitivo. Buscan la calidad (en la gastronomía y el vino) y la sostenibilidad (en alojamientos y experiencias en la naturaleza).
 - Australianos. Alto poder adquisitivo. Buscan experiencias exclusivas y personalizadas (deportivas).
 - Este segmento de turismo puede hacer turismo de fin de semana y de 1 semana.
- Colectivos con capacidades diferentes. El objetivo es proveer de información actualizada sobre servicios turísticos adaptados a colectivos con capacidades diferentes, como pueden ser infraestructuras, vehículos adaptados, accesibilidad universal a Parques, etc.).

TERRITORIO EN EL QUE SE DESARROLLARÁ LA INICIATIVA

El territorio en el que se desarrollará la iniciativa será toda la región. El trabajo en terreno se desarrollará en todas las comunas de precordillera, valles y costa que desean desarrollar el sector turístico.

Las reuniones y el trabajo de back-office se realizarán en Talca en la sede del Gobierno Regional, de SERNATUR y de la Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP).

AGENTES DEL TERRITORIO Y REGIONALES QUE INTERVIENEN EN LA INICIATIVA

Gobierno Regional GORE.
SERNATUR.
Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP).
Oficinas de turismo de las comunas turísticas.

RESPONSABLE

ENTIDAD EJECUTORA:

- La Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP) crea el mapa Georeferencial de destinos (incluyendo subcontrataciones si fuera necesario).

COORDINACIÓN PARA LA OBTENCIÓN E INCORPORACIÓN DE INFORMACIÓN, CON:

- Consejo Regional CORE.
- Secretaría Regional Ministerial de Economía.
- SERNATUR.
- Asociación de Municipios de la Región del Maule.
- Municipalidades.
- INDAP para aportar información sobre rutas de turismo rural y valorización cultural.

PROYECTO 7	
<i>Mapa de 100 Rutas Turísticas de la Región del Maule</i>	
<ul style="list-style-type: none">• Monumentos Nacionales para aportar información sobre patrimonio cultural.• GORE aportación de información sobre los 4 tipos de turismo de los que están levantando información.• Consejos Comunales de Organizaciones de la Sociedad Civil (COSOC).	
FINANCIAMIENTO	
Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR) Cofinanciamiento privado (porcentaje de cofinanciamiento privado a negociar con Asociaciones Empresariales y empresas de la región). Municipalidades.	
ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA	
Elaboración de los contenidos de las 100 Rutas: <ul style="list-style-type: none">• Desarrollos informáticos: 45.000.000 pesos Capital Humano para área de turismo de la CRDP: <ul style="list-style-type: none">• 2 profesionales (1.600.000 pesos al mes por cada profesional), durante 2 años para el diseño y realización de los contenidos de las 100 Rutas: 76.800.000 pesos. PRESUPUESTO TOTAL AGREGADO 2021-2025: 121.800.000 pesos chilenos	
CALENDARIO	
Diseño y lanzamiento: 2020-2021 Implementación: 2020-2025	

PROYECTO 8: Página Web oficial “Turismo en la Región del Maule”

PROYECTO 8
<i>Página Web oficial “Turismo en la Región del Maule”</i>
EJE ESTRATÉGICO
EJE ESTRATÉGICO 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule
OBJETIVO
OBJETIVO 2.3/ Crear una Web oficial “Turismo en la Región del Maule”.
CONTENIDOS
<p>Contenidos de la Página Web oficial “Turismo en la Región del Maule”:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información exclusivamente sobre el turismo de la Región del Maule. • Información sobre los diversos tipos de Rutas Turísticas del Maule. • Información actualizada sobre eventos turísticos de la región. • Información de interés para las empresas turísticas de la región (protocolos post COVID-19, noticias, etc.) • Información generada por el Observatorio de Competitividad Turística. • Planes de choque para abordar retos coyunturales (por ejemplo, información sobre “turismo de proximidad: 100 Rutas de 1 día para habitantes de la región”, tras el fin del confinamiento post COVID-19). <p>Ubicación de la Página Web:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ubicación independiente en un sitio web propio. • Asegurar que los distintos servicios relacionados con el desarrollo del turismo de la región redirijan de manera automática sus contenidos de interés para el turismo a esta página (por ejemplo, cuando el Gobierno Regional publique la Política Pública de Turismo de la Región del Maule 2020-2025, que esta información sea redireccionada a esta página web oficial del “Turismo en la Región del Maule”). <p>Ventajas competitivas derivadas de disponer de una Página Web oficial “Turismo en la Región del Maule”:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permite crear y comunicar contenidos desarrollados en función de la coyuntura de cada momento. • Permite adecuar los tipos de ofertas turísticas (Rutas) que se promocionan en función del tipo de segmento de mercado que resulta más interesante promover en cada momento. • Permite lanzar mensajes e información turística a la propia sociedad de las Región del Maule. <p>Debe una herramienta flexible y versátil que permita adecuar sus contenidos, mensajes y promociones atendiendo a las necesidades del desarrollo turístico de cada momento coyuntural, además de aportar información estratégica con la mira puesta en el mediano y largo plazo.</p>
TERRITORIO EN EL QUE SE DESARROLLARÁ LA INICIATIVA
<p>El territorio en el que se desarrollará la iniciativa será toda la región. El trabajo en terreno se desarrollará en todas las comunas de precordillera, valles y costa que desean desarrollar el sector turístico.</p> <p>Las reuniones y el trabajo de back-office se realizarán en Talca en la sede del Gobierno Regional, de SERNATUR y de la Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP).</p>
AGENTES DEL TERRITORIO Y REGIONALES QUE INTERVIENEN EN LA INICIATIVA

PROYECTO 8 <i>Página Web oficial "Turismo en la Región del Maule"</i>	
<p>Gobierno Regional GORE. SERNATUR. Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP). Oficinas de turismo de las comunas turísticas.</p>	
RESPONSABLE	
<p>ENTIDAD EJECUTORA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP) crea (utilizando para ello subcontrataciones si fuera necesario) el mapa Georeferencial de destinos que incluya imágenes referenciales atractivas de la región. <p>COORDINACIÓN PARA LA OBTENCIÓN E INCORPORACIÓN DE INFORMACIÓN, CON:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejo Regional CORE. • Secretaría Regional Ministerial de Economía. • SERNATUR. • Asociación de Municipios de la Región del Maule. • Municipalidades. 	
FINANCIAMIENTO	
<p>Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR) Cofinanciamiento privado (porcentaje de cofinanciamiento privado a negociar con Asociaciones Empresariales y empresas de la región). Municipalidades.</p>	
ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA	
<p>Elaboración de la página web:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollos informáticos y contenidos: 50.000.000 pesos <p>Capital Humano para área de turismo de la CRDP:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 profesional (1.600.000 pesos al mes por profesional), durante 5 años para el mantenimiento y desarrollo de los contenidos de la página web: 96.000.000 pesos. <p>PRESUPUESTO TOTAL AGREGADO 2021-2025: 146.000.000 pesos chilenos</p>	
CALENDARIO	
<p>Diseño y lanzamiento: 2020-2021 Implementación: 2020-2025</p>	

PROYECTO 9: Apoyos a la innovación y las tecnologías turísticas

PROYECTO 9 <i>Apoyos a la innovación y las tecnologías turísticas</i>
EJE ESTRATÉGICO
EJE ESTRATÉGICO 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule
OBJETIVO
OBJETIVO 2.4/ Apoyar a las empresas a la aplicación de la innovación y las tecnologías turísticas.
CONTENIDOS
<p>Contenidos de los programas de Apoyos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo para Proyectos Territoriales Turísticos. Su finalidad consiste en financiar iniciativas cuyo objetivo sea mejorar el atractivo de los destinos y la experiencia turística, así como la competitividad y sostenibilidad de los destinos. • Apoyo a la Comercialización y Promoción Turística. Su finalidad consiste en financiar iniciativas cuyo objetivo sea impulsar eventos, productos turísticos y experiencias que contribuyan a la diversificación y dinamización turística. • Apoyo a la Mejora de la Competitividad Turística. Su finalidad consiste en financiar iniciativas cuyo objetivo sea la competitividad de las empresas turísticas de la región: <ul style="list-style-type: none"> ○ Innovación empresarial y soluciones tecnológicas. ○ La innovación en los procesos de negocio. ○ Desarrollo de actividades de I+D+i. ○ Incorporación de sistemas de gestión inteligente. ○ Optimización y ampliación de la oferta turística de las empresas. ○ Obras y adquisición de equipamiento en empresas de restauración o establecimientos de alojamientos turísticos. ○ Adecuación de la oferta hacia un turismo sostenible, responsable y accesible. ○ Inversiones destinadas a la reducción de impacto de la actividad turística sobre el entorno. ○ Incorporación de tecnologías tendentes a facilitar la accesibilidad.
TERRITORIO EN EL QUE SE DESARROLLARÁ LA INICIATIVA
<p>El territorio en el que se desarrollará la iniciativa será toda la región.</p> <p>Las reuniones y el trabajo de back-office se realizarán en Talca en la sede del Gobierno Regional, del Seremi de Economía y de las Agencias Ejecutoras del Estado.</p>
AGENTES DEL TERRITORIO Y REGIONALES QUE INTERVIENEN EN LA INICIATIVA
<p>Gobierno Regional. Seremi de Economía. Agencias Ejecutoras del Estado.</p>
RESPONSABLE

PROYECTO 9 <i>Apoyos a la innovación y las tecnologías turísticas</i>	
ENTIDADES EJECUTORAS:	<ul style="list-style-type: none">• CORFO.• SERCOTEC.• Otras Agencias Ejecutoras del Estado.
COORDINACIÓN CON:	<ul style="list-style-type: none">• Consejo Regional CORE.• Gobierno Regional GORE.• Secretaría Regional Ministerial de Economía.
FINANCIAMIENTO	
FIC R modalidad asignación directa.	
Fondos propios de las Agencias Ejecutoras	
ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA	
Año 2021: 450.000.000 pesos chilenos	
Año 2022: 450.000.000 pesos chilenos	
Año 2023: 450.000.000 pesos chilenos	
Año 2024: 450.000.000 pesos chilenos	
Año 2025: 450.000.000 pesos chilenos	
PRESUPUESTO TOTAL AGREGADO 2021-2025: 2.250.000.000 pesos chilenos	
CALENDARIO	
Firma Convenios entre el GORE y las Agencias Ejecutoras del Estado: 2020-2021	
Implementación: 2021-2025	

PROYECTO 10: Apoyos a la sostenibilidad turística

PROYECTO 10
<i>Apoyos a la sostenibilidad turística</i>
EJE ESTRATÉGICO
EJE ESTRATÉGICO 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule
OBJETIVO
OBJETIVO 2.4/ Apoyar a mejorar la Calidad y la Sustentabilidad de las empresas turísticas.
CONTENIDOS
<p>Contenidos de los programas de apoyos a las empresas turísticas a mejorar su calidad y sustentabilidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fiscalizar a las empresas que utilizan proveedores con sello de calidad para ganar postulaciones, pero una vez ganadas entregan a los beneficiarios finales servicios turísticos de empresas no certificadas con el sello. • Sensibilizar a las empresas de la cadena de valor del turismo sobre el valor de negocio que tiene la sustentabilidad y la calidad, sobre todo para el mercado internacional, y de manera creciente para el nacional. • Apoyar a las empresas de la cadena de valor del turismo a mejorar la calidad de sus servicios. • Apoyar a las empresas de la cadena de valor del turismo a mejorar la sustentabilidad de sus servicios. • Prestar servicios de asesoramiento a las empresas de la cadena de valor del turismo para ayudarlas a alcanzar los sellos de calidad y sustentabilidad turística.
TERRITORIO EN EL QUE SE DESARROLLARÁ LA INICIATIVA
<p>El territorio en el que se desarrollará la iniciativa será toda la región.</p> <p>Las reuniones y el trabajo de back-office se realizarán en Talca en la sede del Gobierno Regional, del Seremi de Economía, del Seremi de Medio Ambiente, y de las Agencias Ejecutoras del Estado.</p>
AGENTES DEL TERRITORIO Y REGIONALES QUE INTERVIENEN EN LA INICIATIVA
<p>Gobierno Regional.</p> <p>Seremi de Economía.</p> <p>Seremi de Medio Ambiente.</p> <p>Agencias Ejecutoras del Estado.</p>
RESPONSABLE
<p>ENTIDADES EJECUTORAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • CORFO, SERCOTEC y otras Agencias Ejecutoras del Estado. Sus funciones serán: <ul style="list-style-type: none"> • Formar a sus agentes operadores para que conozcan bien los contenidos de los Sellos Q y S. • Financiar a sus agentes operadores para que implementen actuaciones de asesoramiento a las empresas y emprendimientos turísticos en cómo mejorar sus calidad y sustentabilidad, y en como alcanzar los Sellos Q y S. • Evaluar el trabajo de los agentes operadores en las actividades de asesoramiento a las empresas en este ámbito. • Introducir medidas correctoras en las metodologías de los agentes operadores para que mejoren sus servicios de asesoramiento a las empresas y emprendimientos turísticos. <p>COORDINACIÓN CON:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejo Regional CORE. • Gobierno Regional GORE.

PROYECTO 10*Apoyos a la sostenibilidad turística*

- Secretaría Regional Ministerial de Economía.
- Secretaría Regional Ministerial del Medio Ambiente.
- Asociación de Municipios de la Región del Maule.
- Municipios.
- Consejos Comunales de Organizaciones de la Sociedad Civil (COSOC).

Función de SERNATUR:

- SERNATUR tiene los Sellos Q de Calidad Turística y S de Sostenibilidad Turística.
- SERNATUR asesorará al GORE y al resto de Agencias Ejecutoras del Estado en los contenidos de los Sellos Q y S, con la finalidad de ayudar a orientar los Programas de ayuda a las empresas en este campo.
- Formará a los agentes operadores de las Agencias Ejecutoras del Estado para aprendan la metodología de los Sellos Q y S, y de esta manera, puedan asesorar a las empresas y emprendimientos turísticos.
- Realización de estas capacitaciones a agentes operadores con periodicidad anual.

FINANCIAMIENTO

FIC R modalidad asignación directa.
Fondos propios de las Agencias Ejecutoras.

ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA

Formación y capacitación de SERNATUR a los agentes operadores de las Agencias Ejecutoras del Estado en la metodología de los Sellos Q y S. Realización de capacitaciones con periodicidad anual:

- Año 2021: 30.000.000 pesos chilenos
- Año 2022: 30.000.000 pesos chilenos
- Año 2023: 30.000.000 pesos chilenos
- Año 2024: 30.000.000 pesos chilenos
- Año 2025: 30.000.000 pesos chilenos

Importe total de las capacitaciones de SERNATUR a los agentes operadores de las Agencias: 150.000.000 pesos chilenos.

Programa de financiamiento a agentes operadores para que ofrezcan servicios de asesoramiento a empresas y emprendedores en materia de calidad y sostenibilidad turística:

- Año 2021: 180.000.000 pesos chilenos
- Año 2022: 180.000.000 pesos chilenos
- Año 2023: 180.000.000 pesos chilenos
- Año 2024: 180.000.000 pesos chilenos
- Año 2025: 180.000.000 pesos chilenos

Importe total del financiamiento a los agentes operadores de las Agencias para prestar servicios a empresas y emprendedores: 900.000.000 pesos chilenos.

PRESUPUESTO TOTAL AGREGADO 2021-2025: 1.050.000.000 pesos chilenos

CALENDARIO

Firma Convenios entre el GORE y las Agencias Ejecutoras del Estado: 2020-2021

Capacitaciones de SERNATUR a los agentes operadores de las Agencias Ejecutoras del Estado: periodicidad anual en todo el período 2021-2025

Implementación Programa de asesoramiento a empresas y emprendedores: 2021-2025

EJE ESTRATÉGICO 3/ DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO DEL MAULE PARA EL TURISMO

PROYECTO 11: Apoyos al emprendimiento turístico

PROYECTO 11 <i>Apoyos al emprendimiento turístico</i>
EJE ESTRATÉGICO
EJE ESTRATÉGICO 3/ Desarrollo del Capital Humano de la Región del Maule para el turismo
OBJETIVO
OBJETIVO 3.1/ Apoyar al desarrollo de los emprendimientos turísticos.
CONTENIDOS
<p>Contenidos de los programas de apoyos al emprendimiento turístico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo al Emprendimiento Turístico. Su finalidad es financiar y asesorar para la creación de nuevas empresas en toda la cadena de valor del turismo. • Capacitación para el emprendimiento. Su finalidad es formar a los profesionales y a los emprendedores, a nivel de comunas en colaboración con las municipalidades, en materias clave para el negocio turístico.
TERRITORIO EN EL QUE SE DESARROLLARÁ LA INICIATIVA
<p>El territorio en el que se desarrollará la iniciativa será toda la región.</p> <p>Las reuniones y el trabajo de back-office se realizarán en Talca en la sede del Gobierno Regional, del Seremi de Economía y de las Agencias Ejecutoras del Estado.</p>
AGENTES DEL TERRITORIO Y REGIONALES QUE INTERVIENEN EN LA INICIATIVA
<p>Gobierno Regional.</p> <p>Seremi de Economía.</p> <p>Agencias Ejecutoras del Estado.</p> <p>Agentes operadores de las Agencias Ejecutoras del Estado.</p>
RESPONSABLE
<p>ENTIDADES EJECUTORAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • CORFO, SERCOTEC y otras Agencias Ejecutoras del Estado, junto con el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE) y Centros de Formación de la región. Sus funciones serán: <ul style="list-style-type: none"> • Formar a sus agentes operadores para que conozcan bien los contenidos la Política regional de Turismo del Maule. • Financiar a sus agentes operadores para que implementen actuaciones de asesoramiento a los emprendimientos turísticos en la elaboración de “business plan turísticos” y de “planes de marketing turístico virtual”. • Financiar a sus agentes operadores para que ofrezcan a los emprendedores programas de mentoring y asesoramiento para la creación de nuevos negocios innovadores turísticos basados en el desarrollo de servicios turísticos y aplicaciones tecnológicas para el turismo.

PROYECTO 11*Apoyos al emprendimiento turístico*

- Introducir medidas correctoras en las metodologías de los agentes operadores para que mejoren sus servicios de asesoramiento a los emprendimientos turísticos.
- Evaluar el trabajo de los agentes operadores en las actividades de asesoramiento a los emprendedores del sector turismo.

COORDINACIÓN CON:

- Consejo Regional CORE.
- Gobierno Regional GORE.
- Secretaría Regional Ministerial de Economía.
- Asociación de Municipalidades de la Región del Maule.
- Municipalidades.
- Consejos Comunales de Organizaciones de la Sociedad Civil (COSOC).

FINANCIAMIENTO

FIC R modalidad asignación directa.

Fondos propios de las Agencias Ejecutoras.

Asociación de Municipalidades de la Región del Maule.

Municipalidades.

Cofinanciamiento privado (porcentaje de cofinanciamiento privado a negociar con Asociaciones Empresariales y empresas de la región).

ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA

Programa de financiamiento a agentes operadores para que ofrezcan servicios de asesoramiento y mentoring a emprendedores turísticos:

- Año 2021: 180.000.000 pesos chilenos
- Año 2022: 180.000.000 pesos chilenos
- Año 2023: 180.000.000 pesos chilenos
- Año 2024: 180.000.000 pesos chilenos
- Año 2025: 180.000.000 pesos chilenos

Importe total del financiamiento a los agentes operadores de las Agencias para prestar servicios a emprendedores: 900.000.000 pesos chilenos.

PRESUPUESTO TOTAL AGREGADO 2021-2025: 900.000.000 pesos chilenos

CALENDARIO

Firma Convenios entre el GORE y las Agencias Ejecutoras del Estado: 2020-2021

Implementación Programa de asesoramiento a emprendedores turísticos: 2021-2025

PROYECTO 12: Programa de Capacitación en Políticas Públicas para agentes regionales

PROYECTO 12
<i>Programa de Capacitación en Políticas Públicas para agentes regionales</i>
EJE ESTRATÉGICO
EJE ESTRATÉGICO 3/ Desarrollo del Capital Humano de la Región del Maule para el turismo
OBJETIVO
OBJETIVO 3.2/ Capacitar en el área turística a las autoridades y los actores institucionales de la región.
CONTENIDOS
<p>Contenidos de los programas de apoyos al emprendimiento turístico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programas de capacitación en Políticas Públicas de Turismo. Su objetivo es transferir conocimiento sobre el diseño, implementación y evaluación de políticas públicas relacionadas con el turismo. Los contenidos del programa de capacitación en Políticas Públicas serán: <ul style="list-style-type: none"> ○ ESTRATEGIAS REGIONALES: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estrategias Regionales de Especialización Inteligente RIS3. ▪ Estrategias Regionales de Innovación. ▪ Estrategias Regionales de Competitividad. ▪ Estrategias Regionales de Turismo. ○ METODOLOGÍAS DE DIAGNÓSTICO: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diagnósticos de Competitividad Territorial. ▪ Diagnósticos de Competitividad de Sectores Empresariales Estratégicos. ▪ Fuentes Estadísticas para la recopilación de datos. ▪ Como realizar una encuesta a agentes territoriales. ▪ Enfoque para la realización de entrevistas a agentes regionales. ▪ Enfoque para la organización, celebración y animación de talleres participativos. ○ DISEÑO DE POLÍTICAS: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Procesos participativos. ▪ Identificación y priorización de brechas territoriales y sectoriales. ▪ Identificación y priorización de prioridades de especialización. ▪ Definición de la visión compartida entre agentes regionales. ▪ Definición de Ejes Estratégicos de especialización inteligente y de desarrollo competitivo regional. ▪ Enfoque para la organización, celebración y animación de mesas de contraste. ○ INSTRUMENTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS REGIONALES: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Hojas de Ruta de Sectores Estratégicos (Alimentación, Turismo e Industrias Creativas, entre otros). ▪ Instrumentos para la transferencia de conocimiento Universidad-Empresa. ▪ Instrumentos para la asociatividad (Redes, Clusters, Asociaciones Empresariales Innovadoras, etc.). ▪ Centros y Parques Tecnológicos. ○ GOBERNANZA Y EVALUACIÓN DE POLÍTICAS: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Modelos de Gobernanza. ▪ Sistemas de Seguimiento y Cuadros de Mando.

PROYECTO 12

Programa de Capacitación en Políticas Públicas para agentes regionales

- Evaluación de Políticas Públicas.
- [Programa de pasantías internacionales](#). Su objetivo es organizar visitas de estudio a regiones turísticas de Europa, en las que participen profesionales del sector público relacionados con el turismo de la Región del Maule. Los contenidos del programa de pasantías serán:
 - BENEFICIARIOS RELACIONADOS CON EL DESARROLLO COMPETITIVO DEL TURISMO REGIONAL:
 - Consejeros Regionales (COREs).
 - Profesionales del Gobierno Regional (GORE).
 - Profesionales de las Agencias Ejecutoras del Estado con presencia en la región (CORFO, SERCOTEC, SERNATUR, CONAF, etc.).
 - SEREMIS relacionados con el desarrollo turístico de la región.
 - Profesionales de la Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP).
 - Representantes de Asociaciones Empresariales relacionadas con el turismo.
 - OBJETIVO:
 - Conocer experiencias europeas de políticas públicas diseñadas e implementadas en regiones en las que el turismo es un sector estratégico.
 - CONTENIDOS:
 - Organización de una agenda de visitas a agentes institucionales y empresariales relacionados con las políticas públicas turísticas y con el sector empresarial del turismo.
 - Identificación y análisis de lecciones aplicables para el desarrollo del turismo de la Región del Maule.
- [Desarrollo de acuerdos con regiones a nivel internacional en el ámbito de la cooperación turística](#). Su objetivo es establecer redes de contactos para la cooperación con agentes turísticos de regiones avanzadas en el sector, con la finalidad de compartir experiencias, transferir capacidad formativa en algunas materias propias de interés, y definir proyectos conjuntos de desarrollo competitivo en el ámbito del turismo, entre otros. Como ejemplo, se podría trabajar en identificar proyectos a implementar en la Región del Maule en el marco de Convenios de colaboración con países como Francia, España o China, entre otros. También se persigue desarrollar nexos y redes de cooperación turística con regiones europeas, como el País Vasco, explorando las oportunidades existentes para financiar proyectos e iniciativas que se implementen en la región del Maule, como actividades de transferencia de conocimiento o de interconexión entre empresas turísticas de la Región del Maule y del País Vasco.
- [Vínculos de cooperación con Instituciones internacionales Multilaterales de financiamiento](#). Su objetivo es identificar agentes internacionales que tengan líneas de financiamiento o programas de apoyo para el desarrollo de turismo a nivel internacional. A priori, se proponen los siguientes:
 - [Banco Interamericano de Desarrollo \(BID\)](#). A través del apoyo técnico y financiero que brinda a América Latina y el Caribe, el BID se convierte en un socio estratégico para el desarrollo del turismo sostenible. El Banco respalda proyectos que contribuyen a mejorar la calidad de vida de la población con menores recursos, al tiempo que garantiza la conservación del medio ambiente y los valores sociales y culturales de las comunidades. Los proyectos apoyados por el BID, persiguen el desarrollo de productos turísticos más competitivos en los mercados internacionales. Sus cuatro áreas principales de acción son las siguientes: apoyo al turismo orientado a la reducción de la pobreza, turismo y conservación, Gobernanza, e Innovación. Ver página web: <https://www.iadb.org/es/tourism/turismo>
 - [Comisión Económica para América Latina y el Caribe \(CEPAL\) de las Naciones Unidas](#). La CEPAL dispone de un programa denominado [Programa Ordinario de Cooperación Técnica](#) que tiene por finalidad ampliar la capacidad de los gobiernos para formular e implementar políticas que favorezcan un desarrollo económico y social sostenible. Este programa brinda la flexibilidad necesaria para reaccionar rápidamente ante demandas imprevistas y ante necesidades de desarrollo que se plantean en América Latina y el Caribe y que exigen una actuación ágil y eficaz. Para ello, brinda apoyo en forma de servicios de asesoría y de capacitación y asistencia técnica a petición, a una gran diversidad de personas y entidades, como autoridades gubernamentales y personal técnico de nivel regional, nacional y local, así como a organizaciones no gubernamentales y de la sociedad

PROYECTO 12
<i>Programa de Capacitación en Políticas Públicas para agentes regionales</i>
<p>civil. se ha utilizado con frecuencia para desplegar equipos especializados de respuesta rápida ante requerimientos de evaluación del impacto socioeconómico y ambiental de fenómenos naturales tales como huracanes, inundaciones, terremotos y pandemias. Podría resultar de interés solicitar su asesoramiento para abordar los impactos de la COVID-19 en la economía turística de la región.</p>
TERRITORIO EN EL QUE SE DESARROLLARÁ LA INICIATIVA
<p>El territorio en el que se desarrollará la iniciativa será toda la región.</p> <p>Las reuniones y el trabajo de back-office se realizarán en Talca en la sede del Gobierno Regional.</p> <p>La capacitación se realizará en las capitales de provincia: Talca, Curicó, Linares y Cauquenes, con el apoyo de las Oficinas Municipales de Turismo.</p>
AGENTES DEL TERRITORIO Y REGIONALES QUE INTERVIENEN EN LA INICIATIVA
<p>Gobierno Regional.</p> <p>Oficinas Municipales de Turismo de Talca, Curicó, Linares y Cauquenes.</p>
RESPONSABLE
<p>LIDERAZGO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Gobierno Regional crea y desarrolla el Programa de Capacitación. <p>COORDINACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejo Regional CORE. • Gobierno Regional GORE. • Asociación de Municipalidades de la Región del Maule. • Municipalidades.
FINANCIAMIENTO
<p>Fondos propios del Gobierno Regional.</p> <p>Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (SUBDERE).</p> <p>Asociación de Municipalidades de la Región del Maule.</p> <p>Municipalidades.</p> <p>Oportunidades de financiamiento con agentes nacionales y regionales de ámbito internacional.</p> <p>Vínculos de cooperación con Instituciones internacionales Multilaterales de financiamiento para las diversas iniciativas de esta Cartera de Iniciativas de la Política Pública de Turismo de la Región del Maule.</p>
ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA

PROYECTO 12*Programa de Capacitación en Políticas Públicas para agentes regionales*

Programa de Capacitación en Políticas Públicas a las autoridades y los actores institucionales de la región:

- Año 2021: 55.000.000 pesos chilenos
- Año 2022: 55.000.000 pesos chilenos

Importe total del Programa de Capacitación: 110.000.000 pesos chilenos.

Programa de pasantías internacionales:

- Año 2021: 90.000.000 pesos chilenos

Importe total del Programa de pasantías internacionales: 90.000.000 pesos chilenos.

PRESUPUESTO TOTAL AGREGADO 2021-2025: 200.000.000 pesos chilenos

CALENDARIO

Diseño y lanzamiento: 2020

Implementación: 2021-2022

PROYECTO 13: Programa de intercambios internacionales para jóvenes profesionales turísticos

PROYECTO 13
<i>Programa de intercambios internacionales para jóvenes profesionales turísticos</i>
EJE ESTRATÉGICO
<i>EJE ESTRATÉGICO 3/</i> Desarrollo del Capital Humano de la Región del Maule para el turismo
OBJETIVO
OBJETIVO 3.3/ Apoyar a los jóvenes estudiantes a realizar intercambios internacionales con otras regiones muy turísticas del mundo para estudiar y realizar prácticas.
CONTENIDOS
<p>Contenidos de los programas de apoyos al emprendimiento turístico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a jóvenes profesionales para que realicen cursos de especialización turística en regiones turísticas europeas. Su objetivo consiste en promover que los jóvenes de la Región del Maule hagan estudios teóricos y prácticos en Centros Educativos y en empresas de prestigio en Europa, para que adquieran el conocimiento sobre la base de la experiencia. Sus contenidos serán los siguientes: <ul style="list-style-type: none"> ○ Un Programa de financiamiento a jóvenes profesionales de la Región del Maule estudios y estadías de prácticas en empresas turísticas europeas.
TERRITORIO EN EL QUE SE DESARROLLARÁ LA INICIATIVA
<p>El territorio en el que se desarrollará la iniciativa será toda la región.</p> <p>Las reuniones y el trabajo de back-office se realizarán en Talca en la sede del Gobierno Regional y del Seremi de Economía. También se celebrarán reuniones en la sede de la Asociación de Municipalidades de la Región del Maule y en las comunas interesadas.</p>
AGENTES DEL TERRITORIO Y REGIONALES QUE INTERVIENEN EN LA INICIATIVA
<p>Gobierno Regional. Seremi de Economía. Asociación de Municipalidades de la Región del Maule. Comunas interesadas.</p>
RESPONSABLE
<p>LIDERAZGO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Gobierno Regional GORE. <p>COORDINACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejo Regional CORE. • Gobierno Regional GORE. • Asociación de Municipalidades de la Región del Maule. • Municipalidades.
FINANCIAMIENTO

PROYECTO 13*Programa de intercambios internacionales para jóvenes profesionales turísticos*

Fondos propios del Gobierno Regional.

Instituciones de formación técnica y/o superior.

Asociación de Municipalidades de la Región del Maule.

Municipalidades.

Cofinanciamiento privado (porcentaje de cofinanciamiento privado a negociar con Asociaciones Empresariales y empresas de la región).

ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA

Programa de Apoyos a jóvenes profesionales:

- Año 2021: 135.000.000 pesos chilenos
- Año 2022: 135.000.000 pesos chilenos
- Año 2023: 135.000.000 pesos chilenos
- Año 2024: 135.000.000 pesos chilenos
- Año 2025: 135.000.000 pesos chilenos

PRESUPUESTO TOTAL AGREGADO 2021-2025: 675.000.000 pesos chilenos

CALENDARIO

Diseño y lanzamiento: 2020

Implementación: 2021-2025

PROYECTO 14: Escuela de Turismo

PROYECTO 14 <i>Escuela de Turismo</i>
EJE ESTRATÉGICO
EJE ESTRATÉGICO 3/ Desarrollo del Capital Humano de la Región del Maule para el turismo
OBJETIVO
OBJETIVO 3.4/ Crear una Escuela de Turismo.
CONTENIDOS
<p>Contenidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mallas curriculares en la especialidad de turismo para los siguientes niveles educativos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Formación Profesional y Formación Técnica. ○ Universidad. ○ Post-grados y especialización. • Escuela de Turismo. Su objetivo debería ser especializarse en educar al capital humano regional en las diversas áreas de conocimiento relacionadas con el turismo. La Escuela debería ofrecer grados de educación formal y cursos de especialización. Debería tener un nivel educativo que cubriera desde la formación profesional hasta los grados Universitarios. Las áreas de conocimiento que debería ofrecer podrían ser, entre otras, las siguientes: <ul style="list-style-type: none"> ○ Enoturismo. ○ Gestión hotelera. ○ Gastronomía. ○ Servicios de ocio y entretenimiento. ○ Organización de eventos. ○ Tour operación. ○ Innovación turística. ○ Tecnologías para el turismo. ○ Sustentabilidad turística. ○ Idiomas para el turismo. ○ Capacidades digitales para el turismo. ○ Marketing turístico digital.
TERRITORIO EN EL QUE SE DESARROLLARÁ LA INICIATIVA
<p>El territorio en el que se desarrollará la iniciativa será toda la región.</p> <p>Las reuniones y el trabajo de back-office se realizarán en Talca en la sede del Gobierno Regional.</p> <p>La capacitación se realizará en las capitales de provincia: Talca, Curicó, Linares y Cauquenes, con el apoyo de las Oficinas Municipales de Turismo.</p> <p>También se celebrarán reuniones en la sede de la Asociación de Municipalidades de la Región del Maule y en las comunas interesadas.</p>
AGENTES DEL TERRITORIO Y REGIONALES QUE INTERVIENEN EN LA INICIATIVA
<p>Gobierno Regional.</p> <p>Asociación de Municipalidades de la Región del Maule.</p> <p>Comunas interesadas.</p>
RESPONSABLE

PROYECTO 14 <i>Escuela de Turismo</i>
<p>LIDERAZGO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Secretaría Regional Ministerial de Educación. • Sistema educativo (Universidades, Centros de Formación Profesional). <p>COORDINACIÓN E INVOLUCRACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Educación. • Secretaría Regional Ministerial de Educación. • Secretaría Regional Ministerial de Economía. • Gobierno Regional GORE, para articular y promover el Programa en coordinación con el Ministerio de Educación. • Asociaciones Empresariales para el desarrollo de la educación dual. • Centros Universitarios y de Formación Profesional. • Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE). • Asociación de Municipalidades de la Región del Maule. • Municipalidades.
FINANCIAMIENTO
<p>Fondos del Ministerio de Educación.</p> <p>Instituciones Educativas.</p> <p>Aporte del Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR).</p> <p>Asociación de Municipalidades de la Región del Maule.</p> <p>Municipalidades.</p> <p>Cofinanciamiento privado (porcentaje de cofinanciamiento privado a negociar con Asociaciones Empresariales y empresas de la región).</p>
ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA
<p>Diseño de mallas curriculares:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Año 2021: 180.000.000 pesos chilenos • Año 2022: 180.000.000 pesos chilenos <p>Importe total del Diseño de mallas curriculares: 360.000.000 pesos chilenos.</p> <p>Creación de la Escuela e inicio de actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Año 2023: 270.000.000 pesos chilenos • Año 2024: 270.000.000 pesos chilenos • Año 2025: 270.000.000 pesos chilenos <p>Importe total De la actividad de la Escuela de Turismo: 810.000.000 pesos chilenos.</p> <p>PRESUPUESTO TOTAL AGREGADO 2021-2025: 1.170.000.000 pesos chilenos</p>
CALENDARIO
<p>Diseño y lanzamiento: 2020-2021</p> <p>Implementación: 2023-2025</p>

PROYECTO 15: Programa de Capacitación en idiomas para el turismo

PROYECTO 15 <i>Programa de Capacitación en idiomas para el turismo</i>
EJE ESTRATÉGICO
EJE ESTRATÉGICO 3/ Desarrollo del Capital Humano de la Región del Maule para el turismo
OBJETIVO
OBJETIVO 3.5/ Capacitar en idiomas al capital humano regional.
CONTENIDOS
<p>Destinatarios del programa de capacitación en idiomas a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guías turísticos. • Profesionales de hoteles y alojamientos. • Profesionales de servicios turísticos. <p>Resulta necesario el siguiente <i>enfoque metodológico para la capacitación</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cooperar entre SENCE y las Municipalidades para que la capacitación se realice en las propias comunas y el capital humano no se tenga que desplazar para formarse, reduciendo de esta forma el número de horas perdidas de atención a sus negocios turísticos. • El e-learning no llega al capital humano de las comunas, debido a la carencia de conectividad y de capacidades digitales. • Formación presencial en las localidades rurales en las que los profesionales desarrollan las actividades turísticas.
TERRITORIO EN EL QUE SE DESARROLLARÁ LA INICIATIVA
<p>El territorio en el que se desarrollará la iniciativa será toda la región.</p> <p>Las reuniones y el trabajo de back-office se realizarán en Talca en la sede del Gobierno Regional.</p> <p>La capacitación se realizará en las capitales de provincia: Talca, Curicó, Linares y Cauquenes, con el apoyo de las Oficinas Municipales de Turismo.</p> <p>También se celebrarán reuniones en la sede de la Asociación de Municipalidades de la Región del Maule y en las comunas interesadas.</p>
AGENTES DEL TERRITORIO Y REGIONALES QUE INTERVIENEN EN LA INICIATIVA
<p>Gobierno Regional.</p> <p>Asociación de Municipalidades de la Región del Maule.</p> <p>Comunas interesadas.</p>
RESPONSABLE
<p>LIDERAZGO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE). <p>COORDINACIÓN E INVOLUCRACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gobierno Regional GORE, para articular y promover el Programa en coordinación con SENCE. • Municipalidades para acercar la oferta formativa a los entornos locales.
FINANCIAMIENTO
<p>Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE).</p> <p>Asociación de Municipalidades de la Región del Maule.</p> <p>Municipalidades.</p>
ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA

PROYECTO 15

Programa de Capacitación en idiomas para el turismo

Programa de Capacitación en idiomas para el turismo:

- Año 2021: 50.000.000 pesos chilenos
- Año 2022: 50.000.000 pesos chilenos
- Año 2023: 50.000.000 pesos chilenos
- Año 2024: 50.000.000 pesos chilenos
- Año 2025: 50.000.000 pesos chilenos

PRESUPUESTO TOTAL AGREGADO 2021-2025: 250.000.000 pesos chilenos

CALENDARIO

Diseño y lanzamiento: 2020

Implementación: 2021-2025

PROYECTO 16: Programa de Formación Profesional dual para el turismo

PROYECTO 16 <i>Programa de Formación Profesional dual para el turismo</i>
EJE ESTRATÉGICO
EJE ESTRATÉGICO 3/ Desarrollo del Capital Humano de la Región del Maule para el turismo
OBJETIVO
OBJETIVO 3.6/ Desarrollar la formación profesional dual en el área del turismo.
CONTENIDOS
<p>Destinatarios del Programa de formación profesional y técnica dual en el área del turismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes de los ámbitos rurales y urbanos. • Profesionales de negocios y servicios turísticos. • Profesionales del sector público relacionados con políticas de turismo. <p>Resulta necesario el siguiente enfoque metodológico para la capacitación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Involucrar a empresas y centros educativos. • Cooperar entre SENCE y las Municipalidades para que la capacitación se realice en las propias comunas y el capital humano no se tenga que desplazar para formarse, reduciendo de esta forma el número de horas perdidas de atención a sus negocios turísticos. • El e-learning no llega al capital humano de las comunas, debido a la carencia de conectividad y de capacidades digitales. • Formación presencial en las localidades rurales en las que los profesionales desarrollan las actividades turísticas.
TERRITORIO EN EL QUE SE DESARROLLARÁ LA INICIATIVA
<p>El territorio en el que se desarrollará la iniciativa será toda la región.</p> <p>Las reuniones y el trabajo de back-office se realizarán en Talca en la sede del Gobierno Regional.</p> <p>La capacitación se realizará en las capitales de provincia: Talca, Curicó, Linares y Cauquenes, con el apoyo de las Oficinas Municipales de Turismo.</p> <p>También se celebrarán reuniones en la sede de la Asociación de Municipalidades de la Región del Maule y en las comunas interesadas.</p>
AGENTES DEL TERRITORIO Y REGIONALES QUE INTERVIENEN EN LA INICIATIVA
<p>Gobierno Regional.</p> <p>Asociación de Municipalidades de la Región del Maule.</p> <p>Comunas interesadas.</p>
RESPONSABLE

PROYECTO 16 <i>Programa de Formación Profesional dual para el turismo</i>	
LIDERAZGO: <ul style="list-style-type: none"> Consejo Regional CORE. Secretaría Regional Ministerial de Educación. Secretaría Regional Ministerial de Economía. 	
COORDINACIÓN E INVOLUCRACIÓN: <ul style="list-style-type: none"> Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP) para asesorar a los centros educativos sobre la orientación de los contenidos prácticos de las mallas curriculares para el desarrollo competitivo del turismo regional. Secretaría Regional Ministerial de Educación para facilitar la gestión del financiamiento necesario del ámbito del Ministerio de Educación. Gobierno Regional GORE, para articular y promover el Programa en coordinación con el CORE y la CRDP. Asociación de Municipalidades de la Región del Maule. Municipalidades para acercar la oferta formativa a los entornos locales y para involucrar a las empresas locales. 	
FINANCIAMIENTO	
Fondos del Ministerio de Educación. Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR). Cofinanciamiento privado (porcentaje de cofinanciamiento privado a negociar con Asociaciones Empresariales y empresas de la región).	
ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA	
Diseño de mallas curriculares: <ul style="list-style-type: none"> Año 2021: 180.000.000 pesos chilenos Año 2022: 180.000.000 pesos chilenos Importe total del Diseño de mallas curriculares: 360.000.000 pesos chilenos.	
Programa de Formación Profesional dual para el turismo: <ul style="list-style-type: none"> Año 2023: 200.000.000 pesos chilenos Año 2024: 200.000.000 pesos chilenos Año 2025: 200.000.000 pesos chilenos Importe total De la actividad de la Escuela de Turismo: 600.000.000 pesos chilenos.	
PRESUPUESTO TOTAL AGREGADO 2021-2025: 960.000.000 pesos chilenos	
CALENDARIO	
Diseño y lanzamiento: 2020-2022 Implementación: 2023-2025	

EJE ESTRATÉGICO 4/ RECUPERACIÓN TURÍSTICA TRAS EL IMPACTO DE LA COVID-19

PROYECTO 17: *Estudio de tendencias y nuevos modelos de negocio turístico post COVID-19*

PROYECTO 17
<i>Estudio de tendencias y nuevos modelos de negocio turístico post COVID-19</i>
EJE ESTRATÉGICO
EJE ESTRATÉGICO 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19
OBJETIVO
OBJETIVO 4.1/ Estudiar tendencias, estándares sanitarios, protocolos y modelos de negocio surgidos a nivel internacional después de la pandemia de la COVID-19.
CONTENIDOS
<p>Resulta necesario desarrollar información sobre tendencias y nuevos modelos de negocio turístico post COVID-19:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudios de tendencias y experiencias internacionales de éxito en el sector turístico. • Análisis de aprendizajes de interés para su aplicación al sector turismo de la Región del Maule.
TERRITORIO EN EL QUE SE DESARROLLARÁ LA INICIATIVA
<p>El territorio en el que se desarrollará la iniciativa será toda la región.</p> <p>Las reuniones y el trabajo de back-office se realizarán en Talca en la sede del Gobierno Regional y del Seremi de Economía.</p>
AGENTES DEL TERRITORIO Y REGIONALES QUE INTERVIENEN EN LA INICIATIVA
<p>Gobierno Regional. Seremi de Economía.</p>
RESPONSABLE
<p>ENTIDAD EJECUTORA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP), incluyendo subcontrataciones si fuera necesario. <p>COORDINACIÓN CON:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejo Regional CORE. • Gobierno Regional GORE. • Secretaría Regional Ministerial de Economía. • Asociación de Municipalidades de la Región del Maule. • Municipalidades. • Consejos Comunales de Organizaciones de la Sociedad Civil (COSOC).
FINANCIAMIENTO

PROYECTO 17 <i>Estudio de tendencias y nuevos modelos de negocio turístico post COVID-19</i>
Fondos propios del Gobierno Regional.
ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA
PRESUPUESTO: 110.000.000 pesos chilenos
CALENDARIO
Elaboración del Estudio: 2020-2021

PROYECTO 18: *Apoyo para la competitividad post COVID-19 de las empresas turísticas*

PROYECTO 18 <i>Apoyo para la competitividad post COVID-19 de las empresas turísticas</i>
EJE ESTRATÉGICO
EJE ESTRATÉGICO 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19
OBJETIVO
OBJETIVO 4.2/ Apoyar y asesorar a las empresas afectadas por la COVID-19 para implementar soluciones de recuperación.
CONTENIDOS
<p>Resulta necesario desarrollar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyos a las empresas para reforzar su competitividad. Su objetivo debería ser asesorar a las empresas para reformular sus modelos de negocio e incrementar su competitividad en el escenario post COVID-19.
TERRITORIO EN EL QUE SE DESARROLLARÁ LA INICIATIVA
<p>El territorio en el que se desarrollará la iniciativa será toda la región.</p> <p>Las reuniones y el trabajo de back-office se realizarán en Talca en la sede del Gobierno Regional, del Seremi de Economía y de las Agencias Ejecutoras del Estado.</p>
AGENTES DEL TERRITORIO Y REGIONALES QUE INTERVIENEN EN LA INICIATIVA
<p>Gobierno Regional.</p> <p>Seremi de Economía.</p> <p>Agencias Ejecutoras del Estado.</p>
RESPONSABLE
<p>ENTIDADES EJECUTORAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • CORFO, SERCOTEC y otras Agencias Ejecutoras del Estado. <p>COORDINACIÓN CON:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejo Regional CORE. • Gobierno Regional GORE. • Secretaría Regional Ministerial de Economía.
FINANCIAMIENTO
<p>FIC R modalidad asignación directa.</p> <p>Fondos propios de las Agencias Ejecutoras del Estado.</p>
ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA

PROYECTO 18

Apoyo para la competitividad post COVID-19 de las empresas turísticas

Programa de Apoyos:

- Año 2021: 270.000.000 pesos chilenos
- Año 2022: 270.000.000 pesos chilenos

PRESUPUESTO TOTAL AGREGADO 2020-2021: 540.000.000 pesos chilenos

CALENDARIO

Firma Convenios entre el GORE y las Agencias Ejecutoras del Estado: 2020-2021
Implementación apoyos: 2020-2021

PASO 5.3/ RESGUARDAR LA COHERENCIA DE LA POLÍTICA PÚBLICA

La **coherencia interna y externa de la cartera de proyectos** se presenta en la siguiente tabla.

POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE ANÁLISIS DE LA COHERENCIA INTERNA Y EXTERNA DE LA CARTERA DE PROYECTOS			
EJE ESTRATÉGICO	PROYECTO	COHERENCIA INTERNA	COHERENCIA EXTERNA
EJE ESTRATÉGICO 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico	PROYECTO 1: Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica	Consistencia lógica del despliegue de la fibra óptica para el desarrollo del territorio.	Compatibilidad alta con el proyecto "Fibra Óptica Nacional" de SUBTEL
	PROYECTO 2: Plan de Marketing Territorial	Consistencia lógica del marketing territorial para el desarrollo del territorio.	Compatibilidad alta con la información sobre marketing turístico de SERNATUR
	PROYECTO 3: Observatorio de Competitividad Turística	Consistencia lógica de la información estratégica continuada para el desarrollo del territorio.	Compatibilidad alta con el antiguo Observatorio turístico para la Región del Maule, con el Observatorio de Emprendimiento Regional (OBER), y con el Observatorio Laboral Territorial (OLM).
	PROYECTO 4: Inversión en infraestructuras en señalética y para la movilidad y accesibilidad en Pasos Pehuenche y Vergara	Consistencia lógica de las infraestructuras para el desarrollo del territorio.	Compatibilidad alta con las inversiones del Ministerio de Obras Públicas
	PROYECTO 5: Modelo de Gobernanza para la implementación del Política Pública Regional de Turismo	Consistencia lógica de la Gobernanza para orientar estratégicamente y coordinar las acciones de desarrollo del territorio.	Compatibilidad alta con la Mesa de Turismo promovida y liderada por el Consejo Regional (Comisión de Turismo y Medio Ambiente del CORE).
EJE ESTRATÉGICO 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule	PROYECTO 6: Red de Oficinas de Turismo	Consistencia lógica de aportar información de calidad a los turistas para impulsar el desarrollo de las empresas turísticas.	Compatibilidad alta con la Oficina de Información Turística de SERNATUR en Talca y con los puntos de información turística en diversas municipalidades.
	PROYECTO 7: Mapa de 100 Rutas Turísticas de la Región del Maule	Consistencia lógica de información sobrerutas para atraer a los visitantes hacia el consumo en empresas turísticas regionales.	Compatibilidad alta con los avances en diseño de marca del destino Región del Maule de la Corporación regional de Desarrollo Productivo (CRDP) y de SERNATUR.

POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE			
ANÁLISIS DE LA COHERENCIA INTERNA Y EXTERNA DE LA CARTERA DE PROYECTOS			
EJE ESTRATÉGICO	PROYECTO	COHERENCIA INTERNA	COHERENCIA EXTERNA
	PROYECTO 8: Página Web oficial "Turismo en la Región del Maule"	Consistencia lógica de la oferta de información del destino para atraer a visitantes que consuman en las empresas de la región.	Compatibilidad alta con LA Página web de SERNATUR y la de la CRDP.
	PROYECTO 9: Apoyo a la innovación y las tecnologías turísticas	Consistencia lógica de la innovación y la tecnología para impulsar la competitividad de las empresas turísticas.	Compatibilidad alta con Programas de CORFO.
	PROYECTO 10: Apoyo a la sostenibilidad turística	Consistencia lógica de la sostenibilidad como atributo esencial para el desarrollo del turismo en el Maule.	Compatibilidad alta con programas de SERNATUR.
EJE ESTRATÉGICO 3/ Desarrollo del Capital Humano de la Región del Maule para el turismo	PROYECTO 11: Apoyo al emprendimiento turístico	Consistencia lógica del apoyo a emprendedores para desarrollar el capital humano regional.	Compatibilidad alta con Programas de SERCOTEC.
	PROYECTO 12: Programa de Capacitación en Políticas Públicas para agentes regionales	Consistencia lógica de transferir conocimiento sobre políticas públicas para cualificar a los profesionales del sector público de la región.	Compatibilidad alta con Programas del Gobierno Regional GORE.
	PROYECTO 13: Programa de intercambios internacionales para jóvenes profesionales turísticos	Consistencia lógica de conocer experiencias internacionales para desarrollar el capital humano local.	Compatibilidad alta con Programas educativos.
	PROYECTO 14: Escuela de Turismo	Consistencia lógica de formar en turismo para desarrollar el capital humano para el sector.	Compatibilidad alta con Programas educativos.
	PROYECTO 15: Programa de Capacitación en idiomas para el turismo	Consistencia lógica de formar en idiomas para disponer de capital humano para el turismo.	Compatibilidad alta con Planes Formativos de SENCE.
	PROYECTO 16: Programa de Formación Profesional dual para el turismo	Consistencia lógica de la formación profesional para disponer de profesionales del turismo.	Compatibilidad alta con Programas de capacitación financiados por CORFO y el aval de SERNATUR, así como con Planes Formativos de SENCE.
EJE ESTRATÉGICO 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19	PROYECTO 17: Estudio de tendencias y nuevos modelos de negocio turístico post COVID-19	Consistencia lógica de estudiar nuevos modelos de respuesta post COVID para impulsar la recuperación.	Compatibilidad alta con programas de CORFO y SERCOTEC.
	PROYECTO 18: Apoyo para la competitividad post COVID-19 de las empresas turísticas	Consistencia lógica de ayudar a las empresas para acelerar la recuperación post COVID.	

Fuente: elaboración de INFYDE con datos del Paso 1 de esta Etapa de Implementación del proceso para el diseño de políticas públicas (ver capítulo Etapa 5 de este Informe)

PASO 5.4/ EVALUACIÓN EX ANTE DE LA CARTERA DE PROYECTOS

La **evaluación ex ante de la cartera de proyectos** se ha realizado mediante entrevistas personales a los agentes institucionales y empresariales de la región relacionados con el turismo⁷⁶.

El análisis del impacto potencial de la cartera de proyectos se ha realizado mediante la valoración de los siguientes factores:

- **Efectividad.** Valoración del nivel de eficacia de la iniciativa para solucionar el problema del turismo de la Región del Maule.
- **Factibilidad.** Valoración del nivel de factibilidad de ejecución de la iniciativa planteada.
- **Capacidades.** Valoración del nivel de las capacidades existentes en la región para la implementación efectiva de la iniciativa planteada.

Los resultados de las valoraciones aportadas por los agentes regionales se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 78: Resultados de la evaluación ex ante de iniciativas propuestas en la Política Pública de turismo de la región del Maule

POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE EVALUACIÓN EX ANTE DE LA CARTERA DE PROYECTOS				
EJE ESTRATÉGICO	PROYECTO	EFFECTIVIDAD	FACTIBILIDAD	CAPACIDADES
EJE ESTRATÉGICO 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico	PROYECTO 1: Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica	73,33	66,07	66,07
	PROYECTO 2: Plan de Marketing Territorial	69,70	68,97	65,34
	PROYECTO 3: Observatorio de Competitividad Turística	69,70	68,97	65,34
	PROYECTO 4: Inversión en infraestructuras en señalética y para la movilidad y accesibilidad en Pasos Pehuenche y Vergara	57,35	58,08	50,82
	PROYECTO 5: Modelo de Gobernanza para la	66,79	63,89	58,08

⁷⁶ Ver Anexo 1/ Relación de actores regionales entrevistados

POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE				
EVALUACIÓN EXANTE DE LA CARTERA DE PROYECTOS				
EJE ESTRATÉGICO	PROYECTO	EFFECTIVIDAD	FACTIBILIDAD	CAPACIDADES
	implementación del Política Pública Regional de Turismo			
EJE ESTRATÉGICO 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule	PROYECTO 6: Red de Oficinas de Turismo	69,70	68,97	65,34
	PROYECTO 7: Mapa de 100 Rutas Turísticas de la Región del Maule	60,06	58,63	59,35
	PROYECTO 8: Página Web oficial "Turismo en la Región del Maule"	69,70	68,97	65,34
	PROYECTO 9: Apoyo a la innovación y las tecnologías turísticas	59,35	56,49	55,77
	PROYECTO 10: Apoyo a la sostenibilidad turística	57,92	55,06	54,34
EJE ESTRATÉGICO 3/ Desarrollo del Capital Humano de la Región del Maule para el turismo	PROYECTO 11: Apoyo al emprendimiento turístico	56,38	55,00	52,94
	PROYECTO 12: Programa de Capacitación en Políticas Públicas para agentes regionales	55,00	52,25	48,81
	PROYECTO 13: Programa de intercambios internacionales para jóvenes profesionales turísticos	55,00	52,25	48,81
	PROYECTO 14: Escuela de Turismo	55,00	52,25	48,81
	PROYECTO 15: Programa de Capacitación en idiomas para el turismo	53,63	50,88	51,56
	PROYECTO 16: Programa de Formación Profesional dual para el turismo	52,94	48,81	44,00
EJE ESTRATÉGICO 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19	PROYECTO 17: Estudio de tendencias y nuevos modelos de negocio turístico post COVID-19	43,62	36,91	37,58
	PROYECTO 18: Apoyo para la competitividad post COVID-19 de las empresas turísticas	44,29	36,91	28,85

Fuente: elaboración de INFYDE con datos del Paso 1 de esta Etapa de Implementación del proceso para el diseño de políticas públicas (ver capítulo Etapa 5 de este Informe)

Como se observa, la valoración sobre la efectividad de los proyectos para solucionar el problema del turismo de la Región del Maule siempre es mayor que la valoración sobre la factibilidad de poderlos implementar y sobre la existencia de capacidades en la propia región para llevarlos a cabo.

Así, los proyectos que se consideran como de mayor efectividad para solucionar el problema del turismo regional son los siguientes:

- PROYECTO 1: Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica.
- PROYECTO 2: Plan de Marketing Territorial.
- PROYECTO 3: Observatorio de Competitividad Turística.
- PROYECTO 5: Modelo de Gobernanza para la implementación del Política Pública Regional de Turismo.
- PROYECTO 6: Red de Oficinas de Turismo.
- PROYECTO 8: Página Web oficial “Turismo en la Región del Maule”.

Adicionalmente, estos mismo presentan la más alta valoración en cuanto a la factibilidad en su implementación en la Región del Maule, lo cual indica que son proyectos que además de tener un alto potencial de impacto para solucionar los problemas del turismo regional, tienen una alta factibilidad de realizarse en el territorio:

- PROYECTO 1: Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica.
- PROYECTO 2: Plan de Marketing Territorial.
- PROYECTO 3: Observatorio de Competitividad Turística.
- PROYECTO 5: Modelo de Gobernanza para la implementación del Política Pública Regional de Turismo.
- PROYECTO 6: Red de Oficinas de Turismo.
- PROYECTO 8: Página Web oficial “Turismo en la Región del Maule”.

Por su parte, baja relativamente la valoración sobre las capacidades existentes en la región para implementar las medidas, por lo que algunas de ellas requerirán de involucrar capacidades externas a la región, de ámbito nacional e internacional, como son al menos, de entre las más efectivas, las siguientes:

- PROYECTO 4: Inversión en infraestructuras en señalética y para la movilidad y accesibilidad en Pasos Pehuenche y Vergara.
- PROYECTO 5: Modelo de Gobernanza para la implementación del Política Pública Regional de Turismo.

PASO 5.5/ RATIFICACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN

Para conseguirlo, se han celebrado **reuniones con el Gobierno Regional GORE y con el Consejo Regional CORE**. El objetivo de estas reuniones ha sido presentar las soluciones más adecuadas para explicitar la Política Pública de desarrollo turístico de la Región del Maule.

PASO 5.6/ NEGOCIACIÓN MULTI NIVEL Y CONVENIOS

Los contenidos para la negociación de **Acuerdos y Convenios multi nivel** son los siguientes:

Tabla 79: Propuesta de Convenio entre GORE con CORFO para el financiamiento de Proyectos de la Política Pública de Turismo de la Región del Maule

POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE	
PROPUESTA DE CONVENIO 1	
GORE CON CORFO	
PROYECTO 9: Apoyo a la innovación y las tecnologías turísticas	
ENTIDADES EJECUTORAS	
<ul style="list-style-type: none"> CORFO. 	
COORDINACIÓN CON	
<ul style="list-style-type: none"> CORE y GORE. 	
FONDOS DE FINANCIAMIENTO	
<ul style="list-style-type: none"> GORE: FIC R modalidad asignación directa. CORFO: Cofinanciamiento de la iniciativa con Fondos propios 	
CONTENIDO DEL CONVENIO	
<ul style="list-style-type: none"> Apoyo para Proyectos Territoriales Turísticos. Su finalidad consiste en financiar iniciativas cuyo objetivo sea mejorar el atractivo de los destinos y la experiencia turística, así como la competitividad y sostenibilidad de los destinos. Apoyo a la Comercialización y Promoción Turística. Su finalidad consiste en financiar iniciativas cuyo objetivo sea impulsar eventos, productos turísticos y experiencias que contribuyan a la diversificación y dinamización turística. Apoyo a la Mejora de la Competitividad Turística. Su finalidad consiste en financiar iniciativas cuyo objetivo sea la competitividad de las empresas turísticas de la región: <ul style="list-style-type: none"> Innovación empresarial y soluciones tecnológicas. La innovación en los procesos de negocio. Desarrollo de actividades de I+D+i. Incorporación de sistemas de gestión inteligente. Optimización y ampliación de la oferta turística de las empresas. Obras y adquisición de equipamiento en empresas de restauración o establecimientos de alojamientos turísticos. Adecuación de la oferta hacia un turismo sostenible, responsable y accesible. Inversiones destinadas a la reducción de impacto de la actividad turística sobre el entorno. Incorporación de tecnologías tendentes a facilitar la accesibilidad. 	
PROYECTO 10: Apoyo a la sostenibilidad turística	

POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE PROPUESTA DE CONVENIO 1 GORE CON CORFO	
<p>ENTIDADES EJECUTORAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • CORFO. <p>COORDINACIÓN CON</p> <ul style="list-style-type: none"> • CORE y GORE. <p>FONDOS DE FINANCIAMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • GORE: FIC R modalidad asignación directa. • CORFO: Cofinanciamiento de la iniciativa con Fondos propios <p>CONTENIDO DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fiscalizar a las empresas que utilizan proveedores con sello de calidad para ganar postulaciones, pero una vez ganadas entregan a los beneficiarios finales servicios turísticos de empresas no certificadas con el sello. • Sensibilizar a las empresas de la cadena de valor del turismo sobre el valor de negocio que tiene la sustentabilidad y la calidad, sobre todo para el mercado internacional, y de manera creciente para el nacional. • Apoyar a las empresas de la cadena de valor del turismo a mejorar la calidad de sus servicios. • Apoyar a las empresas de la cadena de valor del turismo a mejorar la sostenibilidad de sus servicios. • Prestar servicios de asesoramiento a las empresas de la cadena de valor del turismo para ayudarlas a alcanzar los sellos de calidad y sostenibilidad turística. 	
<p>PROYECTO 18: Apoyo para la competitividad post COVID-19 de las empresas turísticas</p>	
<p>ENTIDADES EJECUTORAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • CORFO. <p>COORDINACIÓN CON</p> <ul style="list-style-type: none"> • CORE y GORE. <p>FONDOS DE FINANCIAMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • GORE: FIC R modalidad asignación directa. • CORFO: Cofinanciamiento de la iniciativa con Fondos propios <p>CONTENIDO DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Apoyo a las empresas para reforzar su competitividad.</u> Su objetivo debería ser asesorar a las empresas para reformular sus modelos de negocio e incrementar su competitividad en el escenario post COVID-19. 	

Tabla 80: Propuesta de Convenio entre GORE con SERCOTEC para el financiamiento de Proyectos de la Política Pública de Turismo de la Región del Maule

POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE PROPUESTA DE CONVENIO 2 GORE CON SERCOTEC	
PROYECTO 9: Apoyo a la innovación y las tecnologías turísticas	
<p>ENTIDADES EJECUTORAS</p> <ul style="list-style-type: none"> SERCOTEC. 	
<p>COORDINACIÓN CON</p> <ul style="list-style-type: none"> CORE y GORE. 	
<p>FONDOS DE FINANCIAMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> GORE: FIC R modalidad asignación directa. SERCOTEC: Cofinanciamiento de la iniciativa con Fondos propios 	
<p>CONTENIDO DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> <u>Apoyo para Proyectos Territoriales Turísticos</u>. Su finalidad consiste en financiar iniciativas cuyo objetivo sea mejorar el atractivo de los destinos y la experiencia turística, así como la competitividad y sostenibilidad de los destinos. <u>Apoyo a la Comercialización y Promoción Turística</u>. Su finalidad consiste en financiar iniciativas cuyo objetivo sea impulsar eventos, productos turísticos y experiencias que contribuyan a la diversificación y dinamización turística. <u>Apoyo a la Mejora de la Competitividad Turística</u>. Su finalidad consiste en financiar iniciativas cuyo objetivo sea la competitividad de las empresas turísticas de la región: <ul style="list-style-type: none"> Innovación empresarial y soluciones tecnológicas. La innovación en los procesos de negocio. Desarrollo de actividades de I+D+i. Incorporación de sistemas de gestión inteligente. Optimización y ampliación de la oferta turística de las empresas. Obras y adquisición de equipamiento en empresas de restauración o establecimientos de alojamientos turísticos. Adecuación de la oferta hacia un turismo sostenible, responsable y accesible. Inversiones destinadas a la reducción de impacto de la actividad turística sobre el entorno. Incorporación de tecnologías tendentes a facilitar la accesibilidad. 	
PROYECTO 10: Apoyo a la sostenibilidad turística	

ENTIDADES EJECUTORAS

- SERCOTEC.

COORDINACIÓN CON

- CORE y GORE.

FONDOS DE FINANCIAMIENTO

- GORE: FIC R modalidad asignación directa.
- SERCOTEC: Cofinanciamiento de la iniciativa con Fondos propios

CONTENIDO DEL CONVENIO

- Fiscalizar a las empresas que utilizan proveedores con sello de calidad para ganar postulaciones, pero una vez ganadas entregan a los beneficiarios finales servicios turísticos de empresas no certificadas con el sello.
- Sensibilizar a las empresas de la cadena de valor del turismo sobre el valor de negocio que tiene la sustentabilidad y la calidad, sobre todo para el mercado internacional, y de manera creciente para el nacional.
- Apoyar a las empresas de la cadena de valor del turismo a mejorar la calidad de sus servicios.
- Apoyar a las empresas de la cadena de valor del turismo a mejorar la sostenibilidad de sus servicios.
- Prestar servicios de asesoramiento a las empresas de la cadena de valor del turismo para ayudarlas a alcanzar los sellos de calidad y sostenibilidad turística.

PROYECTO 11: Apoyo al emprendimiento turístico**ENTIDADES EJECUTORAS**

- SERCOTEC.

COORDINACIÓN CON

- CORE y GORE.

FONDOS DE FINANCIAMIENTO

- GORE: FIC R modalidad asignación directa.
- SERCOTEC: Cofinanciamiento de la iniciativa con Fondos propios

CONTENIDO DEL CONVENIO**FORMACIÓN DE AGENTES OPERADORES:**

- Formar a sus agentes operadores para que conozcan bien los contenidos la Política regional de Turismo del Maule.
- Financiar a sus agentes operadores para que implementen actuaciones de asesoramiento a los emprendimientos turísticos en la elaboración de "business plan turísticos" y de "planes de marketing turístico virtual".
- Financiar a sus agentes operadores para que ofrezcan a los emprendedores programas de mentoring y asesoramiento para la creación de nuevos negocios innovadores turísticos basados en el desarrollo de servicios turísticos y aplicaciones tecnológicas para el turismo.
- Introducir medidas correctoras en las metodologías de los agentes operadores para que mejoren sus servicios de asesoramiento a los emprendimientos turísticos.
- Evaluar el trabajo de los agentes operadores en las actividades de asesoramiento a los emprendedores del sector turismo.

FINANCIAMIENTO A EMPRENDEDORES

- [Apoyo al Emprendimiento Turístico](#). Su finalidad consiste en financiar iniciativas cuyo objetivo sea financiar y asesorar para la creación de nuevas empresas en toda la cadena de valor del turismo.
- [Capacitación para el emprendimiento](#). Su finalidad consiste en financiar iniciativas cuyo objetivo sea formar a los profesionales y a los emprendedores, a nivel de comunas en colaboración con las municipalidades, en materias clave para el negocio turístico.

PROYECTO 18: Apoyo para la competitividad post COVID-19 de las empresas turísticas

ENTIDADES EJECUTORAS

- SERCOTEC.

COORDINACIÓN CON

- CORE y GORE.

FONDOS DE FINANCIAMIENTO

- GORE: FIC R modalidad asignación directa.
- SERCOTEC: Cofinanciamiento de la iniciativa con Fondos propios

CONTENIDO DEL CONVENIO

- [Apoyo a las empresas para reforzar su competitividad](#). Su objetivo debería ser asesorar a las empresas para reformular sus modelos de negocio e incrementar su competitividad en el escenario post COVID-19.

POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE	
PROPUESTA DE CONVENIO 3	
GORE CON CORPORACIÓN REGIONAL DE DESARROLLO PRODUCTIVO (CRDP)	
PROYECTO 1: Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica	
LIDERAZGO	<ul style="list-style-type: none">• GORE.
SECRETARÍA TÉCNICA	<ul style="list-style-type: none">• Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP).
FONDOS DE FINANCIAMIENTO	<ul style="list-style-type: none">• Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)
CONTENIDO DEL CONVENIO	<ul style="list-style-type: none">• Coordinar las acciones de los diferentes agentes relacionados con el turismo, para incorporar las necesidades de este sector en las decisiones estratégicas de despliegue de la fibra óptica en la región.
PROYECTO 2: Plan de Marketing Territorial	
GRUPO DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none">• Gobierno Regional GORE.• SERNATUR• Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP).
ENTIDAD EJECUTORA	<ul style="list-style-type: none">• Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP).
FONDOS DE FINANCIAMIENTO	<ul style="list-style-type: none">• Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)
CONTENIDO DEL CONVENIO	<p>Elaboración del Plan de Marketing Territorial, incluyendo:</p> <ul style="list-style-type: none">• La "política de producto" es decir, los productos y servicios que el Maule va a ofrecer a cada segmento. Priorización de los destinos icono.• La "política de comunicación" es decir, los destinatarios objetivo, y los contenidos y los medios de comunicación para cada segmento.• La "política de distribución" es decir, determinar el lugar en que se va a concretar las ventas con los turistas en cada segmento (tour operadores, la web, hoteles, prescriptores, blogs, etc.).• "Plan de Promoción Digital".

PROYECTO 5: Modelo de Gobernanza para la implementación del Política Pública Regional de Turismo**LIDERAZGO**

- Gobierno Regional GORE.

SECRETARÍA TÉCNICA

- Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP).

FONDOS DE FINANCIAMIENTO

- Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)

CONTENIDO DEL CONVENIO

Funciones de la CRDP como Secretaría Técnica:

- Elaborar una Hoja de Ruta anual para la implementación de los proyectos de la Política.
- Elaborar Planes de Trabajo detallados para la implementación anual de los proyectos de la Política.
- Elaborar la base de datos de iniciativas relacionadas con la Política Pública Regional de Turismo financiadas por el Gobierno Regional y todas las Agencias Ejecutoras del Estado.
- Analizar los resultados y los impactos obtenidos por las iniciativas financiadas.
- Elaborar informes periódicos sobre la evolución de las iniciativas que se financian.
- Presentar al Directorio los resultados y los impactos que alcanzan los fondos invertidos y las iniciativas financiadas relacionadas con la Política Pública Regional de Turismo.
- Alimentar los indicadores del Cuadro de Mando de la Política.
- Desarrollar las acciones operativas del sistema de seguimiento de la Política.

PROYECTO 7: Mapa de 100 Rutas Turísticas de la Región del Maule**LIDERAZGO**

- Gobierno Regional GORE.

ENTIDAD EJECUTORA

- Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP).

FONDOS DE FINANCIAMIENTO

- Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)

CONTENIDO DEL CONVENIO

Funciones de la CRDP:

- Elaboración del Mapa de 100 Rutas Turísticas.
- Coordinación con CORE, SERNATUR y Municipalidades para la obtención e incorporación de información.

Capital Humano para área de turismo de la CRDP:

- 2 profesionales durante 2 años para el diseño y realización de los contenidos de las 100 Rutas.

PROYECTO 8: Página Web oficial “Turismo en la Región del Maule”

LIDERAZGO

- Gobierno Regional GORE.

ENTIDAD EJECUTORA

- Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP).

FONDOS DE FINANCIAMIENTO

- Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)

CONTENIDO DEL CONVENIO

Funciones de la CRDP:

- Elaboración de la Página Web oficial “Turismo en la Región del Maule”.
- Coordinación con CORE, SERNATUR y Municipalidades para la obtención e incorporación de información.

Capital Humano para área de turismo de la CRDP:

- 1 profesional durante 5 años para el mantenimiento y desarrollo de los contenidos de la página web.

POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE
PROPUESTA DE CONVENIO 4
GORE CON SERNATUR

PROYECTO 10: Apoyo a la sostenibilidad turística

COORDINACIÓN

- GORE.

ENTIDAD EJECUTORA

- SERNATUR.

FONDOS DE FINANCIAMIENTO

- FIC R modalidad asignación directa.

CONTENIDO DEL CONVENIO

Función de SERNATUR:

- SERNATUR tiene los Sellos Q de Calidad Turística y S de Sostenibilidad Turística.
- SERNATUR asesorará al GORE y al resto de Agencias Ejecutoras del Estado en los contenidos de los Sellos Q y S, con la finalidad de ayudar a orientar los Programas de ayuda a las empresas en este campo.
- Formará a los agentes operadores de las Agencias Ejecutoras del Estado para aprendan la metodología de los Sellos Q y S, y de esta manera, puedan asesorar a las empresas y emprendimientos turísticos.
- Realización de estas capacitaciones a agentes operadores con periodicidad anual.

PASO 5.7/ IMPLANTACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA

La **implementación de la Política Pública de Turismo** requiere de una **estimación presupuestaria**, que se presenta a continuación.

Tabla 81: Estimación presupuestaria de la Política Pública de Turismo de la Región del Maule

POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA CARTERA DE PROYECTOS			
EJE ESTRATÉGICO	PROYECTO	ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA	FONDO DE FINANCIAMIENTO ⁷⁷
EJE ESTRATÉGICO 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico	PROYECTO 1: Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica	\$20.000.000	Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)
	PROYECTO 2: Plan de Marketing Territorial	\$100.000.000	Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)
	PROYECTO 3: Observatorio de Competitividad Turística	\$450.000.000	Fondo de Innovación para la Competitividad Regional (FIC R) modalidad concursable
	PROYECTO 4: Inversión en infraestructuras en señalética y para la movilidad y accesibilidad en Pasos Pehuenche y Vergara	\$141.000.000.000	Fondos del Ministerio de Obras Públicas Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)
	PROYECTO 5: Modelo de Gobernanza para la implementación del Política Pública Regional de Turismo	\$225.000.000	Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR) para financiar la Secretaría Técnica Fondos propios de cada organismo para la participación en las actividades de la Mesa de Gobernanza.
EJE ESTRATÉGICO 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas	PROYECTO 6: Red de Oficinas de Turismo	\$1.914.000.000	Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)
	PROYECTO 7: Mapa de 100 Rutas Turísticas de la Región del Maule	\$121.800.000	Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)
	PROYECTO 8: Página Web oficial "Turismo en la Región del Maule"	\$146.000.000	Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)

⁷⁷ Los proyectos incorporarán mecanismos de contribución de co-financiamiento privado en función de sus características y con la finalidad de promover el compromiso privado con lo invertido. Adicionalmente, muchos de los programas que se identifican como potenciales fuentes de financiamiento para los proyectos, requieren de cofinanciamiento privado en todas aquellas actuaciones que no son bienes públicos. Aunque es imposible predeterminar el porcentaje de cofinanciamiento privado, es necesario dejar claro que sin su participación en los proyectos será imposible llevar a cabo muchos de los citados proyectos.

POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE			
ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA CARTERA DE PROYECTOS			
EJE ESTRATÉGICO	PROYECTO	ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA	FONDO DE FINANCIAMIENTO ⁷⁷
de la Región del Maule	PROYECTO 9: Apoyo a la innovación y las tecnologías turísticas	\$2.250.000.000	FIC R modalidad asignación directa. Fondos propios de las Agencias Ejecutoras
	PROYECTO 10: Apoyo a la sostenibilidad turística	\$1.050.000.000	FIC R modalidad asignación directa. Fondos propios de las Agencias Ejecutoras.
EJE ESTRATÉGICO 3/ Desarrollo del Capital Humano de la Región del Maule para el turismo	PROYECTO 11: Apoyo al emprendimiento turístico	\$900.000.000	FIC R modalidad asignación directa. Fondos propios de las Agencias Ejecutoras.
	PROYECTO 12: Programa de Capacitación en Políticas Públicas para agentes regionales	\$200.000.000	Fondos propios del Gobierno Regional.
	PROYECTO 13: Programa de intercambios internacionales para jóvenes profesionales turísticos	\$675.000.000	Fondos propios del Gobierno Regional.
	PROYECTO 14: Escuela de Turismo	\$1.170.000.000	Fondos del Ministerio de Educación.
	PROYECTO 15: Programa de Capacitación en idiomas para el turismo	\$250.000.000	Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE).
	PROYECTO 16: Programa de Formación Profesional dual para el turismo	\$960.000.000	Fondos del Ministerio de Educación. Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)
EJE ESTRATÉGICO 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19	PROYECTO 17: Estudio de tendencias y nuevos modelos de negocio turístico post COVID-19	\$110.000.000	Fondos propios del Gobierno Regional.
	PROYECTO 18: Apoyo para la competitividad post COVID-19 de las empresas turísticas	\$540.000.000	FIC R modalidad asignación directa. Fondos propios de las Agencias Ejecutoras del Estado.
TOTAL ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA		\$152.081.800.000	

La **distribución por fondos de financiamiento** de los proyectos de la Política Pública de Turismo de la Región del maule se presenta a continuación.

Tabla 82: Distribución por fondos de la estimación presupuestaria de la Política Pública de turismo de la Región del Maule

POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE DISTRIBUCIÓN POR FONDOS DE FINANCIAMIENTO DE LA ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA CARTERA DE PROYECTOS		
FONDO DE FINANCIAMIENTO	ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA	PROYECTOS
FIC R modalidad asignación directa. Fondos propios de las Agencias Ejecutoras	\$4.740.000.000	PROYECTO 9: Apoyo a la innovación y las tecnologías turísticas PROYECTO 10: Apoyo a la sostenibilidad turística PROYECTO 11: Apoyo al emprendimiento turístico PROYECTO 18: Apoyo para la competitividad post COVID-19 de las empresas turísticas
Fondo de Innovación para la Competitividad Regional (FIC R) modalidad concursable	\$450.000.000	PROYECTO 3: Observatorio de Competitividad Turística
Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)	\$2.526.800.000	PROYECTO 1: Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica PROYECTO 2: Plan de Marketing Territorial PROYECTO 5: Modelo de Gobernanza para la implementación del Política Pública Regional de Turismo PROYECTO 6: Red de Oficinas de Turismo PROYECTO 7: Mapa de 100 Rutas Turísticas de la Región del Maule PROYECTO 8: Página Web oficial "Turismo en la Región del Maule"
Fondos del Ministerio de Educación. Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)	\$960.000.000	PROYECTO 16: Programa de Formación Profesional dual para el turismo
Fondos del Ministerio de Educación.	\$1.170.000.000	PROYECTO 14: Escuela de Turismo
Fondos del Ministerio de Obras Públicas Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)	\$141.000.000.000	PROYECTO 4: Inversión en infraestructuras en señalética y para la movilidad y accesibilidad en Pasos Pehuenche y Vergara
Fondos propios del Gobierno Regional.	\$985.000.000	PROYECTO 12: Programa de Capacitación en Políticas Públicas para agentes regionales PROYECTO 13: Programa de intercambios internacionales para jóvenes profesionales turísticos PROYECTO 17: Estudio de tendencias y nuevos modelos de negocio turístico post COVID-19
Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE).	\$250.000.000	PROYECTO 15: Programa de Capacitación en idiomas para el turismo
TOTAL ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA	\$152.081.800.000	

PASO 5.8/ PUESTA EN MARCHA DE LA POLÍTICA PÚBLICA

La puesta en marcha de la Política Pública de Turismo de la Región del Maule se realizará mediante la implementación de la siguiente **Carta Gantt**.

Tabla 83: Carta Gantt para la implementación de la Política Pública de Turismo de la Región del Maule

		AÑO					
EJE ESTRATÉGICO	PROYECTO	2020	2021	2022	2023	2024	2025
EJE ESTRATÉGICO 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico	PROYECTO 1: Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica						
	PROYECTO 2: Plan de Marketing Territorial						
	PROYECTO 3: Observatorio de Competitividad Turística						
	PROYECTO 4: Inversión en infraestructuras en señalética y para la movilidad y accesibilidad en Pasos Pehuenche y Vergara						
	PROYECTO 5: Modelo de Gobernanza para la implementación del Política Pública Regional de Turismo						
EJE ESTRATÉGICO 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule	PROYECTO 6: Red de Oficinas de Turismo						
	PROYECTO 7: Mapa de 100 Rutas Turísticas de la Región del Maule						
	PROYECTO 8: Página Web oficial "Turismo en la Región del Maule"						
	PROYECTO 9: Apoyo a la innovación y las tecnologías turísticas						
	PROYECTO 10: Apoyo a la sostenibilidad turística						

		AÑO					
EJE ESTRATÉGICO	PROYECTO	2020	2021	2022	2023	2024	2025
EJE ESTRATÉGICO 3/ Desarrollo del Capital Humano de la Región del Maule para el turismo	PROYECTO 11: Apoyo al emprendimiento turístico						
	PROYECTO 12: Programa de Capacitación en Políticas Públicas para agentes regionales						
	PROYECTO 13: Programa de intercambios internacionales para jóvenes profesionales turísticos						
	PROYECTO 14: Escuela de Turismo						
	PROYECTO 15: Programa de Capacitación en idiomas para el turismo						
	PROYECTO 16: Programa de Formación Profesional dual para el turismo						
EJE ESTRATÉGICO 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19	PROYECTO 17: Estudio de tendencias y nuevos modelos de negocio turístico post COVID-19						
	PROYECTO 18: Apoyo para la competitividad post COVID-19 de las empresas turísticas						

	Diseño y Lanzamiento
	Implementación

ETAPA 6/ ETAPA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA

La última etapa del ciclo de la política pública corresponde al seguimiento y evaluación. La evaluación será realizada por la División de Planificación y Desarrollo Regional del Gobierno Regional GORE.

La formulación de política pública debe contribuir a la solución del problema o al menos a la reducción de la carga del problema. Durante la etapa de evaluación del ciclo de la política, estos resultados intencionados de las políticas pasan a ocupar el centro de atención.

PASO 6.1/ DISEÑO DEL PLAN DE MONITOREO

El objetivo es establecer los **indicadores de impacto y de producto**⁷⁸ que permitan medir el grado de logro de los objetivos de la política.

Los **indicadores de impacto para el período 2020-2025** propuestos son:

Tabla 84: Indicadores de impacto de la política pública de la Región del Maule

TIPO DE INDICADOR	INDICADOR	SITUACIÓN ESPERADA 2020-2025 ⁷⁹
INDICADORES DE IMPACTO	Nº de empleos generados por todas las iniciativas financiadas.	1.000
	Ventas de las empresas turísticas del Maule.	Incremento 20%
	Nº de empresas turísticas del Maule.	Incremento 20%
	Productividad del sector turístico del Maule.	Incremento 20%

⁷⁸ Guía Metodológica para la Formulación de las Políticas Públicas Regionales de SUBDERE.

La definición de estos dos tipos de indicadores la siguiente:

- Un indicador de impacto es el que permite cuantificar el efecto final producido por la acción de la política pública (contribución específica) en la solución del problema.
- Un indicador de producto permite cuantificar los bienes y/o servicios generados directamente por la política pública durante su ejecución.

⁷⁹ Año base para el cálculo de los porcentajes de incremento será el 2019 o el año más próximo a 2019.

TIPO DE INDICADOR	INDICADOR	SITUACIÓN ESPERADA 2020-2025 ⁷⁹
	Nº de emprendimientos turísticos creados y consolidados.	200
	Nº de empresas con Sellos de Calidad y Sustentabilidad Turística.	Incremento 200%
	Nº de turistas que visitan el Maule.	Incremento 20%
	Gasto total del turismo.	Incremento 20%
	Gasto promedio por visitante.	Incremento 20%
	Nº de noches de pernoctación.	Incremento 20%
	% de ocupación de los alojamientos.	Incremento 20%

Fuente: elaboración de INFYDE

Por su parte, los **indicadores de producto para el período 2020-2025** propuestos son:

Tabla 85: Indicadores de producto de la política pública de la Región del Maule

TIPO DE INDICADOR	INDICADOR	SITUACIÓN ESPERADA 2020-2025
INDICADORES DE PRODUCTO	Monto total de financiamiento destinado a la política de turismo por FIC R, FNDR y otros fondos de Agencias Ejecutoras.	M\$CLP 152.081,8
	Nº total de iniciativas relacionadas con la política de turismo y financiadas por FIC R, FNDR y otros fondos de Agencias Ejecutoras.	200
	Nº de empresas y entidades que han recibido financiamiento y han sido beneficiarios en iniciativas relacionadas con el turismo.	500
	Nº de empresas turísticas apoyadas para recuperación tras la COVID-19.	200
	Nº de kilómetros de fibra óptica ejecutados.	Incremento 20%
	Nº de kilómetros de carretera arreglada en los Pasos Pehuenche y Vergara.	Incremento 20%
	Nº de personas formadas.	1.000
	Nº de emprendedores asesorados.	200
	Nº de Oficinas de Información Turística (OITs) modernizadas y consolidadas.	4
Nº de visitas a la web "Turismo en la Región del Maule".	20.000	

Fuente: elaboración de INFYDE

PASO 6.2/ RECOLECCIÓN, PROCESAMIENTO Y SUPERVISIÓN DE LA INFORMACIÓN

Las **fuentes de recopilación de información** para alimentar los indicadores, así como los instrumentos a utilizar para dicha recopilación son los siguientes:

Tabla 86: Indicadores de impacto de la política pública de la Región del Maule

TIPO DE INDICADOR	INDICADOR	FUENTE	INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN
INDICADORES DE IMPACTO	Nº de empleos generados por todas las iniciativas financiadas.	GORE (FIC R y FNDR) Agencias Ejecutoras del Estado (FIC R y otros Fondos)	Encuesta a las entidades ejecutoras de fondos de financiamiento
	Ventas de las empresas turísticas del Maule.	Servicio de Impuestos Internos	Procesamiento de las Estadísticas
	Nº de empresas turísticas del Maule.		
	Productividad del sector turístico del Maule.		
	Nº de emprendimientos turísticos creados y consolidados.	Agencias Ejecutoras del Estado	Encuesta a las Agencias
	Nº de empresas con Sellos de Calidad y Sustentabilidad Turística.	SERNATUR	Encuesta a SERNATUR
	Nº de turistas que visitan el Maule.	Instituto Nacional de Estadística (INE)	Procesamiento de las Estadísticas
	Gasto total del turismo.		
	Gasto promedio por visitante.		
	Nº de noches de pernoctación.		
% de ocupación de los alojamientos.			

Fuente: elaboración de INFYDE

Por su parte, los **indicadores de producto para el período 2020-2025** propuestos son:

Tabla 87: Indicadores de producto de la política pública de la Región del Maule

TIPO DE INDICADOR	INDICADOR	FUENTE	INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN
INDICADORES DE PRODUCTO	Monto total de financiamiento destinado a la política de turismo por FIC R, FNDR y otros fondos de Agencias Ejecutoras.	Gobierno Regional Agencias Ejecutoras del Estado	Creación de una base de datos de integrada de iniciativas financiadas relacionadas con la política de turismo. Coordinación entre los agentes para alimentar la base de datos con los mismos criterios. Recopilación de información de las iniciativas. Procesamiento de la base de datos y generación de informes.
	Nº total de iniciativas relacionadas con la política de turismo y financiadas por FIC R, FNDR y otros fondos de Agencias Ejecutoras.		
	Nº de empresas y entidades que han recibido financiamiento y han sido beneficiarios en iniciativas relacionadas con el turismo.		
	Nº de empresas turísticas apoyadas para recuperación tras la COVID-19.		
	Nº de kilómetros de fibra óptica ejecutados.		
	Nº de kilómetros de carretera arreglada en los Pasos Pehuenche y Vergara.		
	Nº de personas formadas.		
	Nº de emprendedores asesorados.		
	Nº de Oficinas de Información Turística (OITs) modernizadas y consolidadas.	SERNATUR	Encuesta a SERNATUR
Nº de visitas a la web "Turismo en la Región del Maule".			

Fuente: elaboración de INFYDE

PASO 6.3/ ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN PARA DATOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

El objetivo es **recopilar y procesar toda la información relacionada con las iniciativas financiadas** por todos los agentes involucrados en la implementación de la política pública de turismo de la región.

Todas las entidades receptoras de financiamiento para la realización de iniciativas relacionadas a la Política Pública Regional de Turismo de la Región del Maule deberían suministrar de manera continuada la información necesaria para alimentar este Cuadro de Mando de Indicadores.

La encuesta, dirigida a recopilar la información para alimentar el Cuadro de Mando de Indicadores, sería elaborada y enviada por el Gobierno Regional a las Agencias Ejecutoras del Estado y a las Entidades Receptoras de fondos. Estos deberían responder en el plazo que el Gobierno Regional determine.

La encuesta se elaboraría en un programa que permitiera su cumplimentación y la recopilación de las respuestas de manera automatizada. Se propone la utilización de la aplicación on-line Survey Monkey⁸⁰. Esta aplicación recopila las respuestas y genera la agregación de la información, lo que facilita la obtención de datos agregados de manera muy sencilla, rápida y accesible.

La información aportada por los agentes para alimentar el Cuadro de Mando de Indicadores tendría un carácter cuantitativo. El suministro de esta información cuantitativa debería ser complementada por parte de los actores con la información cualitativa que deberían suministrar en las Memorias de justificación de actividades y de rendición financiera de las iniciativas.

⁸⁰ La aplicación Surey Monkey tiene un Plan gratuito con funciones limitadas y diversos planes premium que incluyen funciones adicionales y tienen un precio cuyo financiamiento debería asumirse por parte del Gobierno Regional y/o de la Agencia Ejecutora del Estado involucrada, como podría ser SERNATUR.

PASO 6.4/ ELABORACIÓN DE INFORMES

Para la elaboración de informes, **los agentes involucrados en la implementación de la Política Pública de Turismo utilizarán una plantilla de base de datos** de iniciativas relacionadas a la política de turismo del Maule financiadas con diversos fondos.

Esta plantilla de base de datos facilita el ordenamiento y clasificación de la información por parte de todos los agentes que gestionan fondos relacionados con la política.

Su índice de contenidos es el siguiente:

Tabla 88: Índice de contenidos de la plantilla de base de datos para recopilar y organizar la información de las iniciativas financiadas relacionadas con la política de turismo

CONTENIDOS DE LA PLANTILLA DE BASE DE DATOS DE INICIATIVAS VINCULADAS A LA POLÍTICA
Año aprobación
Institución Ejecutora
Institución principal
Fondo
Nombre iniciativa
Tipo de iniciativa
Monto asignado
Monto gastado
Eje/objetivo Política de Turismo
Reseña
Territorio de ejecución
Director
Teléfono
Correo

INFYDE ha entregado a la contraparte técnica esta plantilla en formato Excel.

Los agentes elaborarán un informe de las iniciativas financiadas con una periodicidad cuatrimestral, con la finalidad de analizarla en las reuniones de la Mesa de Gobernanza.

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: CICLO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS.....	4
TABLA 2: HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS APLICADAS A CADA ETAPA DEL CICLO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS	5
TABLA 3: HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS UTILIZADAS PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME 2.....	5
TABLA 4: ETAPAS DEL CICLO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS ABORDADAS EN EL INFORME 3	7
TABLA 5: HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS APLICADAS A LAS ETAPAS 5 Y 6 DEL CICLO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS	8
TABLA 6: HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS UTILIZADAS PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME 3.....	9
TABLA 7: POBLACIÓN POR PROVINCIA Y ÁREA DE LOCALIZACIÓN PARA EL AÑO 2017 EN LA REGIÓN DEL MAULE.....	12
TABLA 8: EVOLUCIÓN DEL PRODUCTO INTERIOR BRUTO (PIB) POR SECTORES PRODUCTIVOS DE LA REGIÓN DEL MAULE DURANTE EL PERIODO 2010-2018 [PRECIOS CORRIENTES; MILES DE MILLONES DE PESOS CHILENOS; AÑO BASE 2013]	15
TABLA 9: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS DE LA REGIÓN DEL MAULE POR RUBRO ECONÓMICO PARA EL PERIODO 2012-2018.....	18
TABLA 10: PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN DEL MAULE	23
TABLA 11: NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DEL REGISTRO NACIONAL DE PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE SERNATUR PARA EL AÑO 2017	31
TABLA 12: INGRESO POR HABITACIÓN DISPONIBLE (REVENUE PER AVAILABLE ROOM REVPAR) EN LA REGIÓN DEL MAULE EN NOVIEMBRE 2019	33
TABLA 13: SUBRUBROS ECONÓMICOS Y ACTIVIDADES VINCULADAS AL SECTOR TURISMO	34
TABLA 14: NÚMERO DE EMPRESAS DE SUBRUBROS VINCULADOS AL TURISMO EN LA REGIÓN DEL MAULE (2005-2018)	36
TABLA 15: NÚMERO DE TRABAJADORES DE SUBRUBROS VINCULADOS AL TURISMO EN LA REGIÓN DEL MAULE (2005-2018)	39
TABLA 16: VENTAS DE SUBRUBROS VINCULADOS AL TURISMO EN LA REGIÓN DEL MAULE (2005-2018)	41
TABLA 17: PRODUCTIVIDAD (VENTAS/EMPLEO) DE SUBRUBROS VINCULADOS AL TURISMO EN LA REGIÓN DEL MAULE (2005-2018).....	44
TABLA 18: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "VENTAS AL POR MENOR DE PRODUCTOS CULTURALES Y RECREATIVOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018	47
TABLA 19: EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS ANUALES (UF) EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "VENTAS AL POR MENOR DE PRODUCTOS CULTURALES Y RECREATIVOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018	47

TABLA 20: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPLEADOS EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "VENTAS AL POR MENOR DE PRODUCTOS CULTURALES Y RECREATIVOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018	48
TABLA 21: EVOLUCIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "VENTAS AL POR MENOR DE PRODUCTOS CULTURALES Y RECREATIVOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018	49
TABLA 22: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "OTRAS ACTIVIDADES DE TRANSPORTE POR VÍA TERRESTRE" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018.....	52
TABLA 23: EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS ANUALES (UF) EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "OTRAS ACTIVIDADES DE TRANSPORTE POR VÍA TERRESTRE" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018	53
TABLA 24: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPLEADOS EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "OTRAS ACTIVIDADES DE TRANSPORTE POR VÍA TERRESTRE" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018	54
TABLA 25: EVOLUCIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "OTRAS ACTIVIDADES DE TRANSPORTE POR VÍA TERRESTRE" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018.....	55
TABLA 26: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO PARA ESTANCIAS CORTAS" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018....	57
TABLA 27: EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS ANUALES (UF) EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO PARA ESTANCIAS CORTAS" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018....	57
TABLA 28: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPLEADOS EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO PARA ESTANCIAS CORTAS" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018....	58
TABLA 29: EVOLUCIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO PARA ESTANCIAS CORTAS" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018....	58
TABLA 30: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "OTRAS ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018	60
TABLA 31: EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS ANUALES (UF) EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "OTRAS ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018	60
TABLA 32: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPLEADOS EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "OTRAS ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018	61
TABLA 33: EVOLUCIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "OTRAS ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018	61
TABLA 34: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "ACTIVIDADES DE RESTAURANTES Y SERVICIO MÓVIL DE COMIDAS" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018.....	63
TABLA 35: EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS ANUALES (UF) EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "ACTIVIDADES DE RESTAURANTES Y SERVICIO MÓVIL DE COMIDAS" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018.....	63
TABLA 36: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPLEADOS EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "ACTIVIDADES DE RESTAURANTES Y SERVICIO MÓVIL DE COMIDAS" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018.....	64

TABLA 37: EVOLUCIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "ACTIVIDADES DE RESTAURANTES Y SERVICIO MÓVIL DE COMIDAS" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018.....	64
TABLA 38: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "ALQUILER Y ARRENDAMIENTO DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018.....	66
TABLA 39: EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS ANUALES (UF) EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "ALQUILER Y ARRENDAMIENTO DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018.....	66
TABLA 40: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPLEADOS EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "ALQUILER Y ARRENDAMIENTO DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018.....	67
TABLA 41: EVOLUCIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "ALQUILER Y ARRENDAMIENTO DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018.....	67
TABLA 42: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADORES" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018.....	69
TABLA 43: EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS ANUALES (UF) EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADORES TURÍSTICOS" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018.....	69
TABLA 44: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPLEADOS EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADORES TURÍSTICOS" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018.....	70
TABLA 45: EVOLUCIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE VIAJE Y OPERADORES TURÍSTICOS" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018.....	70
TABLA 46: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "OTRAS ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO Y RECREATIVAS" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018.....	72
TABLA 47: EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS ANUALES (UF) EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "OTRAS ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO Y RECREATIVAS" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018.....	72
TABLA 48: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPLEADOS EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "OTRAS ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO Y RECREATIVAS" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018.....	73
TABLA 49: EVOLUCIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD EN EL SUBRUBRO ECONÓMICO "ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE VIAJE Y OPERADORES TURÍSTICOS" PARA LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2005-2018.....	73
TABLA 50: ÁREAS TURÍSTICAS QUE SE QUIEREN DESARROLLAR EN EL PLAN DE ACCIÓN REGIÓN DEL MAULE. SECTOR TURISMO 2014-2018.....	76
TABLA 51: ÁREA DE ESPECIALIZACIÓN VINCULADAS AL TURISMO DE LA ESTRATEGIA REGIONAL DE INNOVACIÓN ERI.....	77
TABLA 52: LÍNEA BASE DE LA PROBLEMÁTICA DEL TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE.....	130

TABLA 53: ÁRBOL DE CAUSAS DEL PROBLEMA TURÍSTICO DEL MAULE: BRECHAS ENTRE DEMANDA Y OFERTA	138
TABLA 54: ÁRBOL DE CAUSAS DEL PROBLEMA TURÍSTICO DEL MAULE: FUERZAS COMPETITIVAS DEL TERRITORIO	140
TABLA 55: ÁRBOL DE CAUSAS DEL PROBLEMA TURÍSTICO DEL MAULE: FUERZAS COMPETITIVAS DEL SECTOR TURÍSTICO DEL MAULE.....	140
TABLA 56: ESLABONES DE LA CADENA DE VALOR DEL SECTOR TURISMO	142
TABLA 57: ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA EL TURISMO: PLANIFICACIÓN DEL TERRITORIO	143
TABLA 58: ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA EL TURISMO: CAPITAL HUMANO REGIONAL	145
TABLA 59: ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA EL TURISMO: NORMATIVA LEGAL	146
TABLA 60: ALTERNATIVAS DE SOLUCIONES ESPECÍFICAS PARA MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA EL TURISMO: EL IMPACTO DEL COVID-19	147
TABLA 61: ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA EL TURISMO: POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIÓN DEL MAULE COMO DESTINO TURÍSTICO.....	147
TABLA 62: ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO: ORGANIZACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO	149
TABLA 63: ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO: CONTRATACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO.....	150
TABLA 64: ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA REALIZACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO: ACCESO AL DESTINO TURÍSTICO.....	151
TABLA 65: ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA REALIZACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO: ALOJAMIENTO, RESTAURACIÓN Y SERVICIOS TURÍSTICOS	151
TABLA 66: ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA REALIZACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO: CONTACTO CON EL TURISTA DESPUÉS DEL VIAJE	152
TABLA 67: TIPOS DE TURISMO CONSIDERADOS PRIORITARIOS PARA SU DESARROLLO EN LA REGIÓN DEL MAULE.....	177
TABLA 68: ALTERNATIVAS PRIORITARIAS PARA LA PLANIFICACIÓN DEL TERRITORIO.....	180
TABLA 69: ALTERNATIVAS PRIORITARIAS PARA EL POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIÓN DEL MAULE COMO DESTINO TURÍSTICO	183
TABLA 70: ALTERNATIVAS PRIORITARIAS PARA EL DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO PARA EL TURISMO	185
TABLA 71: ENUNCIADO DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE	187
TABLA 72: OBJETIVOS DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE	188
TABLA 73: INDICADORES DE IMPACTO DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE LA REGIÓN DEL MAULE.....	192
TABLA 74: INDICADORES DE PRODUCTO DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE LA REGIÓN DEL MAULE	193

TABLA 75: INDICADORES DE PRODUCTO DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE LA REGIÓN DEL MAULE	195
TABLA 76: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE.....	196
TABLA 77: PROYECTOS YA EXISTENTES Y ÁREAS FALTANTES RELACIONADAS CON LOS OBJETIVOS DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE	200
TABLA 78: RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN EXANTE DE INICIATIVAS PROPUESTAS EN LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE.....	257
TABLA 79: PROPUESTA DE CONVENIO ENTRE GORE CON CORFO PARA EL FINANCIAMIENTO DE PROYECTOS DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE	261
TABLA 80: PROPUESTA DE CONVENIO ENTRE GORE CON SERCOTEC PARA EL FINANCIAMIENTO DE PROYECTOS DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE	263
TABLA 81: ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE	270
TABLA 82: DISTRIBUCIÓN POR FONDOS DE LA ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE.....	272
TABLA 83: CARTA GANTT PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE	273
TABLA 84: INDICADORES DE IMPACTO DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE LA REGIÓN DEL MAULE.....	275
TABLA 85: INDICADORES DE PRODUCTO DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE LA REGIÓN DEL MAULE	276
TABLA 86: INDICADORES DE IMPACTO DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE LA REGIÓN DEL MAULE.....	277
TABLA 87: INDICADORES DE PRODUCTO DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE LA REGIÓN DEL MAULE	278
TABLA 88: ÍNDICE DE CONTENIDOS DE LA PLANTILLA DE BASE DE DATOS PARA RECOPIRAR Y ORGANIZAR LA INFORMACIÓN DE LAS INICIATIVAS FINANCIADAS RELACIONADAS CON LA POLÍTICA DE TURISMO ..	280

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: MAPA DE LA REGIÓN DEL MAULE	10
GRÁFICO 2: PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN POR SEXO PARA LA REGIÓN DEL MAULE, 2017	11
GRÁFICO 3: EVOLUCIÓN DEL PIB DEL MAULE DURANTE EL PERIODO 2011-2018. [PRECIOS CORRIENTES; MILES DE MILLONES DE PESOS CHILENOS; AÑO BASE 2013]	13
GRÁFICO 4: EVOLUCIÓN DEL PESO QUE SUPONE LA REGIÓN DEL MAULE EN EL PIB NACIONAL PARA EL PERIODO 2010-2018 [PIB DEL MAULE/ PIB NACIONAL, EN PORCENTAJE]	14
GRÁFICO 5: PESO DE CADA SECTOR DE ACTIVIDAD SOBRE EL PIB TOTAL DE LA REGIÓN DEL MAULE 2017	16
GRÁFICO 6: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS EN LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2006-2018	17
GRÁFICO 7: EVOLUCIÓN DE LA TASA DE EMPLEO ANUAL PARA CHILE (NACIÓN) Y LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2010-2019	20
GRÁFICO 8: EVOLUCIÓN DE LA TASA DE DESEMPLEO ANUAL PARA CHILE (NACIÓN) Y LA REGIÓN DEL MAULE, PERIODO 2010-2019	21
GRÁFICO 9: DESTINOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN DEL MAULE	22
GRÁFICO 10: RESERVAS NACIONALES VISITADAS POR LOS TURISTAS VISITANTES DE LAS ÁREAS SILVESTRES PROTEGIDAS EN 2017 [NÚMERO DE VISITANTES DE LA RESERVA NACIONAL/ NÚMERO DE VISITANTES TOTALES DE LAS ÁREAS SILVESTRES PROTEGIDAS DE LA REGIÓN DEL MAULE; EN PORCENTAJE]	25
GRÁFICO 11: RESERVAS NACIONALES VISITADAS POR LOS TURISTAS VISITANTES DE LAS ÁREAS SILVESTRES PROTEGIDAS SEGÚN SU NACIONALIDAD, AÑO 2017 [NÚMERO DE VISITANTES SEGÚN SU ORIGEN DE LA RESERVA NACIONAL/ NÚMERO DE VISITANTES TOTALES DE LA RESERVA NACIONAL; EN PORCENTAJE]	26
GRÁFICO 12: VISITANTES EXTRANJEROS DE LAS ÁREAS SILVESTRES PROTEGIDAS SEGÚN SU NACIONALIDAD, AÑO 2017	27
GRÁFICO 13: NÚMERO DE LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS A LA REGIÓN DEL MAULE DURANTE EL AÑO 2017	28
GRÁFICO 14: RANKING DE LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES DE TURISTAS	28
GRÁFICO 15: SALIDAS DE LOS HABITANTES DE LA REGIÓN DEL MAULE AL EXTRANJERO DURANTE EL AÑO 2017	29
GRÁFICO 16: NÚMERO DE LLEGADAS DE PASAJEROS SEGÚN EL DESTINO TURÍSTICO 2017-2019	30
GRÁFICO 17: NÚMERO DE PERNOCACIONES SEGÚN EL DESTINO TURÍSTICO PARA EL AÑO 2019	32
GRÁFICO 18: PAÍS DE ORIGEN DE LOS TURISTAS QUE VISITARON CHILE EN 2016	80
GRÁFICO 19: RAZÓN DE LA VISITA DE LOS TURISTAS QUE VIAJARON DURANTE EL 2017	81
GRÁFICO 20: MAPA SOBRE LOS NUEVOS MERCADOS TURÍSTICOS	82
GRÁFICO 21: RANKING DE LOS PAÍSES QUE MÁS GASTARON EN TURISMO EN 2017	83
GRÁFICO 22: MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS EN 2017	84
GRÁFICO 23: RAZÓN DE LA VISITA DE LOS TURISTAS QUE VIAJARON DURANTE EL 2017	85

GRÁFICO 24: BRECHAS QUE AFRONTA EL TURISMO DEL MAULE SEGÚN REPRESENTANTES POLÍTICOS DE LA REGIÓN.....	87
GRÁFICO 25: DEMANDAS EMPRESARIALES Y SOCIALES A ABORDAR PARA DESARROLLAR EL TURISMO DEL MAULE SEGÚN REPRESENTANTES POLÍTICOS DE LA REGIÓN.....	87
GRÁFICO 26: APOYO QUE EL SECTOR PÚBLICO DEBE DAR PARA MEJORAR LA GESTIÓN EMPRESARIAL DEL TURISMO DEL MAULE SEGÚN REPRESENTANTES POLÍTICOS DE LA REGIÓN	88
GRÁFICO 27: APOYO QUE EL SECTOR PÚBLICO DEBE DAR A LAS TECNOLOGÍAS PARA EL TURISMO DEL MAULE SEGÚN REPRESENTANTES POLÍTICOS DE LA REGIÓN.....	89
GRÁFICO 28: APOYO QUE EL SECTOR PÚBLICO DEBE DAR PARA TRANSFERIR CONOCIMIENTO AL TURISMO DEL MAULE SEGÚN REPRESENTANTES POLÍTICOS DE LA REGIÓN	90
GRÁFICO 29: APOYO QUE EL SECTOR PÚBLICO DEBE DAR A INFRAESTRUCTURAS PARA EL TURISMO DEL MAULE SEGÚN REPRESENTANTES POLÍTICOS DE LA REGIÓN.....	91
GRÁFICO 30: APOYO QUE EL SECTOR PÚBLICO DEBE DAR PARA IMPULSAR LA ASOCIATIVIDAD EN EL TURISMO DEL MAULE SEGÚN REPRESENTANTES POLÍTICOS DE LA REGIÓN	91
GRÁFICO 31: BRECHAS DE “DEMANDA” DEL ENOTURISMO SEGÚN AGENTES INSTITUCIONALES Y EMPRESARIALES DEL MAULE	93
GRÁFICO 32: BRECHAS DE “OFERTA” DEL ENOTURISMO SEGÚN AGENTES INSTITUCIONALES Y EMPRESARIALES DEL MAULE	93
GRÁFICO 33: BRECHAS DE “DEMANDA” DEL TURISMO DE NATURALEZA SEGÚN AGENTES INSTITUCIONALES Y EMPRESARIALES DEL MAULE	94
GRÁFICO 34: BRECHAS DE “OFERTA” DEL TURISMO DE NATURALEZA SEGÚN AGENTES INSTITUCIONALES Y EMPRESARIALES DEL MAULE	95
GRÁFICO 35: BRECHAS DE “DEMANDA” DEL TURISMO DE AVENTURA SEGÚN AGENTES INSTITUCIONALES Y EMPRESARIALES DEL MAULE	95
GRÁFICO 36: BRECHAS DE “OFERTA” DEL TURISMO DE AVENTURA SEGÚN AGENTES INSTITUCIONALES Y EMPRESARIALES DEL MAULE	96
GRÁFICO 37: DEMANDAS AL SECTOR PÚBLICO DE LOS AGENTES INSTITUCIONALES Y EMPRESARIALES PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DEL MAULE	97
GRÁFICO 38: DEMANDAS AL SECTOR PÚBLICO DE LOS AGENTES INSTITUCIONALES Y EMPRESARIALES PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL DEL TURISMO DEL MAULE.....	98
GRÁFICO 39: DEMANDAS AL SECTOR PÚBLICO DE LOS AGENTES INSTITUCIONALES Y EMPRESARIALES PARA LA MEJORA TECNOLÓGICA DEL TURISMO DEL MAULE	98
GRÁFICO 40: DEMANDAS AL SECTOR PÚBLICO DE LOS AGENTES INSTITUCIONALES Y EMPRESARIALES PARA LA MEJORA DEL CONOCIMIENTO EN EL TURISMO DEL MAULE	99
GRÁFICO 41: DEMANDAS AL SECTOR PÚBLICO DE LOS AGENTES INSTITUCIONALES Y EMPRESARIALES PARA LA MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS PARA EL TURISMO DEL MAULE	99
GRÁFICO 42: DEMANDAS AL SECTOR PÚBLICO DE LOS AGENTES INSTITUCIONALES Y EMPRESARIALES PARA LA MEJORA DE LA ASOCIATIVIDAD EN EL TURISMO DEL MAULE	100

GRÁFICO 43: DEMANDAS DE CAPACITACIÓN PARA EL SECTOR TURISMO DE LOS AGENTES INSTITUCIONALES Y EMPRESARIALES DEL MAULE	101
GRÁFICO 44: REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE	142
GRÁFICO 45: JERARQUIZACIÓN DE LA IMPORTANCIA DE LOS ESLABONES DE LA CADENA DE VALOR PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA REGIÓN DEL MAULE	176
GRÁFICO 46: JERARQUIZACIÓN DE LA IMPORTANCIA DE LAS ACTIVIDADES A IMPLEMENTAR PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA REGIÓN DEL MAULE	178
GRÁFICO 47: JERARQUIZACIÓN DE ALTERNATIVAS RELACIONADAS CON LA “PLANIFICACIÓN DEL TERRITORIO”	179
GRÁFICO 48: JERARQUIZACIÓN DE ALTERNATIVAS RELACIONADAS CON LA “POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIÓN DEL MAULE COMO DESTINO TURÍSTICO”	182
GRÁFICO 49: JERARQUIZACIÓN DE ALTERNATIVAS RELACIONADAS CON EL “CAPITAL HUMANO PARA EL TURISMO”	184

ANEXO 1/ RELACIÓN DE ACTORES REGIONALES ENTREVISTADOS

La **relación de agentes regionales entrevistados** para la realización de este proyecto es la siguiente:

Nº	ORGANIZACIÓN	NOMBRE	CARGO
1	Seremi de Economía Fomento y Turismo	Matías Pinochet Aubele	Seremi de Economía, Fomento y Turismo
2	Seremi Medio Ambiente	Pablo Sepulveda Gutierrez	Seremi Medio Ambiente
3	CONAF	Marcelo Mena Toledo	Director de CONAF
4	CORFO	Raphael Zuñiga Mendez	Director de CORFO
5	FOSIS	Alejandro Muñoz Ávalos	Director de FOSIS
6	Dirección Planeamiento MOP	Felipe Muena Morales	Director Planeamiento MOP
7	SERNATUR	Cecilia Arancibia	Directora SERNATUR
8	CRDP Corporación de Desarrollo regional	Sebastián Pino	Director Ejecutivo
9	SernaMeG	Claudia Morales	
10	INDAP	María de los Ángeles Arraztio	Ejecutiva
11	Cámara de Turismo Borde Costero de Iloca	Cecilia Mardones Flores	Presidente
12	Asociación Gremial de Empresarios del Comercio y Turismo de Linares ASECTUR LINARES	Eliana Andrea Villar Váldez	Presidenta
13	Cámara de Comercio y Turismo Talca	Fabián Andrés Gonzalez	Gerente
14	Ruta del Vino del Maule	Marcela Leni	Gerenta
15	Chilean Adventures	Todd Ericsson	Dueños
16	GORE	Paulina Ramirez	Profesional
17	GORE	Paulina Molnar	Profesional DIPLADE
18	GORE	Fernando Pinochet	Jefe de División
19	GORE	Miguel Arriagada	Jefe DIT
20	SERNATUR	Ricardo Melo	
21	PROCHILE	Julieta Romero Valenzuela	Directora PROCHILE
22	CRDP	Cristian Ramos	Profesional Desarrollo Económico
23	Consejo de Monumentos Nacionales	Jose Guajardo	Ejecutivo

Nº	ORGANIZACIÓN	NOMBRE	CARGO
24	CRDP Corporación de Desarrollo regional	Alberto Stern	Asesor de cordillera
25	INE	Pedro Rojas	Profesional

Entrevistas realizadas en Marzo de 2020

Nº	ORGANIZACIÓN	NOMBRE	CARGO
26	Seremi de Economía Fomento y Turismo	Matías Pinochet Aubele	Seremi de Economía, Fomento y Turismo
27	Seremi Medio Ambiente	Pablo Sepulveda Gutierrez	Seremi Medio Ambiente
28	Dirección de CONAF	Marcelo Mena Toledo	Director de CONAF
29	Dirección Regional de CORFO	Raphael Zuñiga Mendez	Director de CORFO
30	Dirección de FOSIS	Alejandro Muñoz Ávalos	Director de FOSIS
31	Dirección Planeamiento MOP	Felipe Muenra Morales	Director Planeamiento MOP
32	Dirección SERNATUR	Cecilia Arancibia	Directora SERNATUR
33	CRDP Corporación de Desarrollo regional	Sebastian Pino	Director Ejecutivo
34	SernaMeG	Claudia Morales	
35	INDAP	María de los Ángeles Arraztio	
36	Cámara de Turismo Borde Costero de Iloca	Cecilia Mardones Flores	Presidente
37	Asociación Gremial de Empresarios del Comercio y Turismo de Linares ASECTUR LINARES	Eliana Andrea Villar Váldez	Presidenta
38	Cámara de Comercio y Turismo Talca	Fabián Andrés Gonzalez	Gerente
39	Ruta del Vino del Maule	Marcela Leni	Gerenta
40	CHILEAN ADVENTURES	Eduardo Doerr & Todd Ericsson	Dueños
41	GORE	Paulina Ramirez	Profesional

Nº	ORGANIZACIÓN	NOMBRE	CARGO
42	GORE	Paulina Molnar	Profesional DIPLADE
43	GORE	Fernando Pinochet	
44	GORE	Miguel Arriagada	Jefe DIT
45	SERNATUR	RICARDO MELO	
46	PROCHILE	Julieta Romero Valenzuela	Directora PROCHILE
47	CRDP	Cristian Ramos	Profesional Desarrollo Económico
48	MONUMENTOS NACIONALES	JOSE GUAJARDO	
49	CRDP Corporación de Desarrollo regional	Alberto Stern	Asesor de cordillera
50	INE	Pedro Rojas	Profesional
51	Agrupación Guías de Turismo	Rodrigo Navarro	

Entrevistas realizadas en Julio de 2020

Nº	ORGANIZACIÓN	NOMBRE	CARGO
52	CRDP Corporación de Desarrollo regional	Sebastian Pino	Director Ejecutivo
53	Agentes de Municipalidades	Paz Bartolomé	
54	Agentes de Municipalidades	Constanza Rojas	
55	Agentes de Municipalidades	Yoselin Gómez / Omar Rojas	
56	Agentes de Municipalidades	José Madrid	
57	CRDP	Claudio Perez	Encargado Unidad Técnica
58	Agentes de Municipalidades	Maria Soledad Casanova	
59	Agrupación Guías de Turismo	Rodrigo Navarro	

ANEXO 2/ PAUTA DE ENTREVISTA

1/ PAUTA DE ENTREVISTA

El **objetivo** de esta pauta de entrevista es recopilar información y valoraciones para jerarquizar las alternativas de solución para el sector turístico del Maule.

Para ello, INFYDE seguirá el siguiente proceso:

1. Realización de 20 entrevistas.
2. Reunión con el GORE para presentar y contrastar el avance de resultados.
3. Reunión con el CORE para presentar y contrastar el avance de resultados.

Durante las **20 entrevistas**, INFYDE preguntará en primer lugar a los agentes institucionales y empresariales sobre el peso de la importancia de cada eslabón de la cadena de valor. El objetivo es establecer los baremos de importancia de cada uno de ellos.

A continuación, se preguntará al entrevistado sobre el nivel de importancia (de 1 a 7) de cada una de las alternativas propuestas. Se solicitará la valoración de la importancia de cada alternativa en función de cada uno de los siguientes

- Efectividad para solucionar el problema (*valorar nivel de efectividad de 1 a 7*).
- Factibilidad de la solución (Técnica, Social, Financiera, Institucional, Ambiental) (*valorar nivel de factibilidad de 1 a 7*).
- Capacidades existentes para la implementación de la solución (*valorar el nivel de las capacidades existentes de 1 a 7*).

Los actores entrevistados evaluarán las alternativas puntuando de 1 a 7 donde “1 es ninguna y 7 es máxima”. También aportarán sus contribuciones sobre los objetivos y contenidos que han de tener las alternativas propuestas, así como sobre nuevas alternativas que consideren de interés.

Con la finalidad de llegar a un punto óptimo y realista de solución, INFYDE procederá a **jerarquizar las alternativas** en función de la puntuación alcanzada en la evaluación. Las alternativas que alcancen una puntuación media más alta serán consideradas como de implementación prioritaria.

La propuesta de **alternativas de solución** para abordar la solución del problema y de sus causas, y de esta forma avanzar en la consecución de la visión se presenta a continuación.

Las siguientes alternativas se encuentran ordenadas según la estructura de los eslabones de la cadena de valor del turismo. Son los siguientes:

CADENA DE VALOR DEL TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE			
ESLABONES	BAREMO <i>(nivel de importancia de 1 a 7)</i>	ACTIVIDADES	BAREMO <i>(nivel de importancia de 1 a 7)</i>
MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA EL TURISMO		PLANIFICACIÓN DEL TERRITORIO	
		CAPITAL HUMANO REGIONAL	
		NORMATIVA LEGAL	
		IMPACTO DEL COVID-19	
		POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIÓN DEL MAULE COMO DESTINO TURÍSTICO	
ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO		ORGANIZACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO	
		CONTRATACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO	
REALIZACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO		ACCESO AL DESTINO TURÍSTICO	
		ALOJAMIENTO, RESTAURACIÓN Y SERVICIOS TURÍSTICOS	
		CONTACTO CON EL TURISTA DESPUÉS DEL VIAJE	

Las **alternativas de solución planteadas para las causas** de los problemas identificados **en cada uno de los eslabones de la cadena de valor** del turismo en la Región del Maule son las siguientes:

EVALUACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS			
	Efectividad para solucionar el problema <i>(valorar nivel de efectividad de 1 a 7)</i>	Factibilidad de la solución (Técnica, Social, Financiera, Institucional, Ambiental) <i>(valorar nivel de factibilidad de 1 a 7)</i>	Capacidades existentes para la implementación de la solución <i>(valorar el nivel de las capacidades existentes de 1 a 7)</i>
MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA EL TURISMO			
PLANIFICACIÓN DEL TERRITORIO	EFFECTIVIDAD	FACTIBILIDAD	CAPACIDADES
<i>ALTERNATIVA 1:</i> Modelo de Gobernanza de la Política pública del turismo, integrada por un Directorio, una Secretaría Técnica y Grupos de Trabajo			
<i>ALTERNATIVA 2:</i> Promulgación de unas Directrices Urbanísticas de ámbito regional para el estímulo del desarrollo turístico.			
<i>ALTERNATIVA 3:</i> Habilitación de un Programa financiado con el FNDR para financiar a municipalidades la inversión en capacidades urbanas, de gestión hídrica y medio ambiental para el desarrollo del turismo.			
<i>ALTERNATIVA 4:</i> Establecer un Estatuto de protección y usufructo público de las Reservas Naturales.			
<i>ALTERNATIVA 5:</i> Habilitación de un Programa financiado con el FNDR para financiar el despliegue en el territorio de la fibra óptica.			
<i>ALTERNATIVA 6:</i> Elaborar un estudio de segmentos de mercado del turismo para el Maule.			
<i>ALTERNATIVA 7:</i> Elaborar y realizar un Plan de Marketing Territorial para el turismo del maule.			
CAPITAL HUMANO REGIONAL	EFFECTIVIDAD	FACTIBILIDAD	CAPACIDADES
<i>ALTERNATIVA 8:</i> Master de Innovación Turística.			

<i>ALTERNATIVA 9:</i> Programa de Formación Profesional dual en el área del Turismo.			
<i>ALTERNATIVA 10:</i> Establecer un Programa de Formación en habilidades y competencias para el turismo.			
<i>ALTERNATIVA 11:</i> Establecer un Programa de financiamiento para la Capacitación en idiomas.			
<i>ALTERNATIVA 12:</i> Establecer un Programa de Orientación Profesional para el turismo.			
<i>ALTERNATIVA 13:</i> Establecer un Programa de apoyo al Emprendimientos de negocios turísticos.			
NORMATIVA LEGAL	EFFECTIVIDAD	FACTIBILIDAD	CAPACIDADES
<i>ALTERNATIVA 14:</i> Establecimiento de un sello de calidad "Hecho en Maule".			
IMPACTO DEL COVID-19	EFFECTIVIDAD	FACTIBILIDAD	CAPACIDADES
<i>ALTERNATIVA 15:</i> Elaborar un estudio de nuevas tendencias, estándares sanitarios, protocolos y modelos de negocio surgidos a nivel internacional después de la pandemia COVID-19.			
<i>ALTERNATIVA 16:</i> Subsidios para reconversión de los modelos de negocio turísticos.			
POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIÓN DEL MAULE COMO DESTINO TURÍSTICO	EFFECTIVIDAD	FACTIBILIDAD	CAPACIDADES
<i>ALTERNATIVA 17:</i> Campaña de concienciación social sobre cultura del turismo.			
<i>ALTERNATIVA 18:</i> Programa de subsidios a las empresas para la realización de estudios de mercado.			
<i>ALTERNATIVA 19:</i> Programa de asesoramiento y capacitación a las empresas turísticas sobre servicios de potencial desarrollo en temporada baja.			
<i>ALTERNATIVA 20:</i> Programa de financiamiento de la diversificación de servicios turísticos.			
<i>ALTERNATIVA 21:</i> Programa de financiamiento de la innovación y la aplicación tecnológica de servicios turísticos.			

<i>ALTERNATIVA 22:</i> Programa de financiamiento de tecnologías de sostenibilidad para el turismo.			
<i>ALTERNATIVA 23:</i> Establecer un Programa de Formación en tecnologías turísticas.			
ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO			
ORGANIZACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO	EFFECTIVIDAD	FACTIBILIDAD	CAPACIDADES
<i>ALTERNATIVA 24:</i> Programa de generación de datos de la actividad turística regional.			
<i>ALTERNATIVA 25:</i> Ubicación pública de una Oficina de Información Turística.			
<i>ALTERNATIVA 26:</i> Creación de un Centro de Interpretación Enoturística.			
CONTRATACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO	EFFECTIVIDAD	FACTIBILIDAD	CAPACIDADES
<i>ALTERNATIVA 27:</i> Subsidios a iniciativas (FIC R y otros fondos) para el diseño y desarrollo de plataformas on-line de contratación de servicios turísticos.			
<i>ALTERNATIVA 28:</i> Financiamiento para la participación en Ferias turísticas internacionales.			
<i>ALTERNATIVA 29:</i> Subsidios a empresas (alojamientos, restaurantes, espectáculos, servicios turísticos, tours, etc.) para que incorporen plataformas de reserva y pago por internet.			
<i>ALTERNATIVA 30:</i> Organizar visitas a la región para tour operadores y prescriptores (medios de comunicación, hoteles, etc.) de Santiago y otras regiones y países potenciales clientes para el turismo del Maule.			
REALIZACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO			
ACCESO AL DESTINO TURÍSTICO	EFFECTIVIDAD	FACTIBILIDAD	CAPACIDADES
<i>ALTERNATIVA 31:</i> elaborar un Plan de atracción de visitantes procedentes de los aeropuertos internacionales del entorno.			

<i>ALTERNATIVA 32:</i> financiar iniciativas (con FIC R y otros fondos) para crear Rutas Turísticas Transregionales.			
ALOJAMIENTO, RESTAURACIÓN Y SERVICIOS TURÍSTICOS	EFFECTIVIDAD	FACTIBILIDAD	CAPACIDADES
<i>ALTERNATIVA 33:</i> Elaborar un "Catálogo de Consejos para incrementar la ocupación de los hoteles y alojamientos del Maule".			
<i>ALTERNATIVA 34:</i> Hacer una campaña de promoción de Enoturismo Maule.			
<i>ALTERNATIVA 35:</i> Hacer una campaña de promoción de las Rutas de Turismo de Aventura del Maule.			
<i>ALTERNATIVA 36:</i> Hacer una campaña de promoción de las Rutas de Turismo de Naturaleza del Maule.			
CONTACTO CON EL TURISTA DESPUÉS DEL VIAJE	EFFECTIVIDAD	FACTIBILIDAD	CAPACIDADES
<i>ALTERNATIVA 37:</i> Elaborar Estudios periódicos de preferencias de los consumidores que han visitado el Maule.			

**ANEXO 3/ TABLA DE
JERARQUIZACIÓN DE
ALTERNATIVAS PLANTEADAS**

Relación de alternativas jerarquizadas por los actores regionales relacionados con el turismo de la Región del Maule.

ALTERNATIVAS	EFFECTIVIDAD (puntos baremados)	FACTIBILIDAD (puntos baremados)	CAPACIDADES (puntos baremados)
<i>ALTERNATIVA 5:</i> Habilitación de un Programa financiado con el FNDR para financiar el despliegue en el territorio de la fibra óptica.	73,33	66,07	66,07
<i>ALTERNATIVA 7:</i> Elaborar y realizar un Plan de Marketing Territorial para el turismo del Maule.	69,70	68,97	65,34
<i>ALTERNATIVA 1:</i> Modelo de Gobernanza de la Política pública del turismo, integrada por un Directorio, una Secretaría Técnica y Grupos de Trabajo	66,79	63,89	58,08
<i>ALTERNATIVA 4:</i> Establecer un Estatuto de protección y usufructo público de las Reservas Naturales.	65,34	53,00	49,37
<i>ALTERNATIVA 2:</i> Promulgación de unas Directrices Urbanísticas de ámbito regional para el estímulo del desarrollo turístico.	62,44	56,63	50,82
<i>ALTERNATIVA 17:</i> Campaña de concienciación social sobre cultura del turismo.	60,06	58,63	59,35
<i>ALTERNATIVA 21:</i> Programa de financiamiento de la innovación y la aplicación tecnológica de servicios turísticos.	59,35	56,49	55,77
<i>ALTERNATIVA 22:</i> Programa de financiamiento de tecnologías de sostenibilidad para el turismo.	57,92	55,06	54,34
<i>ALTERNATIVA 3:</i> Habilitación de un Programa financiado con el FNDR para financiar a municipalidades la inversión en capacidades urbanas, de gestión hídrica y medio ambiental para el desarrollo del turismo.	57,35	58,08	50,82
<i>ALTERNATIVA 13:</i> Establecer un Programa de apoyo al Emprendimientos de negocios turísticos.	56,38	55,00	52,94
<i>ALTERNATIVA 19:</i> Programa de asesoramiento y capacitación a las empresas turísticas sobre servicios de potencial desarrollo en temporada baja.	55,77	55,77	55,06
<i>ALTERNATIVA 6:</i> Elaborar un estudio de segmentos de mercado del turismo para el Maule.	55,18	56,63	55,90
<i>ALTERNATIVA 10:</i> Establecer un Programa de Formación en habilidades y competencias para el turismo.	55,00	52,25	48,81
<i>ALTERNATIVA 20:</i> Programa de financiamiento de la diversificación de servicios turísticos.	54,34	52,20	54,34
<i>ALTERNATIVA 11:</i> Establecer un Programa de financiamiento para la Capacitación en idiomas.	53,63	50,88	51,56
<i>ALTERNATIVA 9:</i> Programa de Formación Profesional dual en el área del Turismo.	52,94	48,81	44,00
<i>ALTERNATIVA 23:</i> Establecer un Programa de Formación en tecnologías turísticas.	52,91	50,77	50,05
<i>ALTERNATIVA 12:</i> Establecer un Programa de Orientación Profesional para el turismo.	51,56	48,81	48,13

<i>ALTERNATIVA 16:</i> Subsidios para reconversión de los modelos de negocio turísticos.	44,29	36,91	28,85
<i>ALTERNATIVA 15:</i> Elaborar un estudio de nuevas tendencias, estándares sanitarios, protocolos y modelos de negocio surgidos a nivel internacional después de la pandemia COVID-19.	43,62	36,91	37,58
<i>ALTERNATIVA 18:</i> Programa de subsidios a las empresas para la realización de estudios de mercado.	43,62	42,90	44,33
<i>ALTERNATIVA 8:</i> Master de Innovación Turística.	35,75	32,31	30,94
<i>ALTERNATIVA 24:</i> Programa de generación de datos de la actividad turística regional.	28,93	25,99	25,01
<i>ALTERNATIVA 26:</i> Creación de un Centro de Interpretación Enoturística.	27,46	23,05	23,54
<i>ALTERNATIVA 36:</i> Hacer una campaña de promoción de las Rutas de Turismo de Naturaleza del Maule.	24,19	24,19	24,19
<i>ALTERNATIVA 25:</i> Ubicación pública de una Oficina de Información Turística.	24,03	26,48	25,50
<i>ALTERNATIVA 35:</i> Hacer una campaña de promoción de las Rutas de Turismo de Aventura del Maule.	23,69	24,19	23,69
<i>ALTERNATIVA 34:</i> Hacer una campaña de promoción de Enoturismo Maule.	22,18	22,18	22,68
<i>ALTERNATIVA 33:</i> Elaborar un "Catálogo de Consejos para incrementar la ocupación de los hoteles y alojamientos del Maule".	21,67	22,18	21,17
<i>ALTERNATIVA 32:</i> financiar iniciativas (con FIC R y otros fondos) para crear Rutas Turísticas Transregionales.	20,02	18,48	17,45
<i>ALTERNATIVA 14:</i> Establecimiento de un sello de calidad "Hecho en Maule".	18,15	18,76	19,36
<i>ALTERNATIVA 31:</i> elaborar un Plan de atracción de visitantes procedentes de los aeropuertos internacionales del entorno.	17,45	16,43	17,45
<i>ALTERNATIVA 30:</i> Organizar visitas a la región para tour operadores y prescriptores (medios de comunicación, hoteles, etc.) de Santiago y otras regiones y países potenciales clientes para el turismo del Maule.	13,92	13,48	13,92
<i>ALTERNATIVA 29:</i> Subsidios a empresas (alojamientos, restaurantes, espectáculos, servicios turísticos, tours, etc.) para que incorporen plataformas de reserva y pago por internet.	13,03	12,58	13,03
<i>ALTERNATIVA 28:</i> Financiamiento para la participación en Ferias turísticas internacionales.	12,58	9,88	9,88
<i>ALTERNATIVA 27:</i> Subsidios a iniciativas (FIC R y otros fondos) para el diseño y desarrollo de plataformas on-line de contratación de servicios turísticos.	9,88	10,78	12,58
<i>ALTERNATIVA 37:</i> Elaborar Estudios periódicos de preferencias de los consumidores que han visitado el Maule.	-	-	-

Fuente: elaboración de INFYDE con datos de las entrevistas a actores regionales relacionados con el turismo

ANEXO 4/ ACTAS DE 7 TALLERES PARTICIPATIVOS



**ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA
REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO
FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL
DESARROLLO METODÓLOGICO DE POLÍTICAS
REGIONALES**

ACTA

TALLER PARTICIPATIVO 1

**GORE, Agencias Ejecutoras, Seremis y
otros agentes institucionales**

infyde iD

24 de Junio de 2020

1/ TALLER PARTICIPATIVO 1

El Taller Participativo 1 dirigido a involucrar a **GORE, Agencias Ejecutoras, Seremis y otros agentes institucionales** se ha celebrado en fecha de 24 de Junio de 2020 a las 9 horas.

La actividad ha tenido como objetivos:

- Presentar la propuesta de Política Pública de Turismo para la Región del Maule.
- Contrastarla con los agentes regionales.
- Recopilar aportaciones y contribuciones para la elaboración de la versión definitiva de la Política.

El trabajo estará dirigido a involucrar a GORE, Agencias Ejecutoras, Seremis y otros agentes institucionales en la contribución de valoraciones y aportaciones para el diseño de una Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

La **invitación** a participar en esta reunión ha sido la siguiente:

Invitación: Taller Participativo “Formulación de Política Pública de Turismo para la Región del Maule”

El Gobierno Regional del Maule tiene el agrado de invitar a Usted al *Taller Participativo “Formulación de Políticas Públicas”* que se desarrollarán en el marco del Programa *“ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL DESARROLLO METODOLÓGICO DE POLÍTICAS REGIONALES”*. Esta iniciativa ha sido financiada con aportes del Gobierno Regional del Maule.

La actividad tiene como objetivos:

- Presentar la propuesta de Política Pública de Turismo para la Región del Maule.
- Contrastarla con los agentes regionales.
- Recopilar aportaciones y contribuciones para la elaboración de la versión definitiva de la Política.

El trabajo estará dirigido a involucrar a **GORE, Agencias Ejecutoras, Seremis y otros agentes institucionales** en la contribución de valoraciones y aportaciones para el diseño de una Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

El evento se realizará el **miércoles 24 de Junio de 2020**, en horario de **9:00 a 10:00 horas**.

Por tal motivo, esperamos contar con su asistencia y participación.

R.S.V.P.: mariatejedor@infyde.eu

Proyecto ejecutado por:

 **GOBIERNO REGIONAL DEL MAULE**

 **infyde iD**

Han participado los siguientes agentes.

TALLER PARTICIPATIVO 1			
PANELISTAS			
Asistió	Nombre de usuario	Correo electrónico	
Sí	Paulina Molnar	pmolnar@goremaule.cl	
Sí	Paulina Molnar	pmolnar@goremaule.cl	
Sí	Victoria Valenzuela	vvalenzuela@goremaule.cl	
Sí	Paulina Ramirez	pramirez@goremaule.cl	
ASISTENTES			
Asistió	Nombre	Apellido	Correo electrónico
Sí	Sebastian	Pino	spino@crdpmaule.cl
Sí	OXANA	SOIMU	oxanasoimu@infyde.eu
Sí	katherine	ibertti	kibertti@sernatur.cl
Sí	Camila	Lagos	clagosp24@gmail.com
Sí	Claudia	Morales	cmcourtin@gmail.com
Sí	Andrés	Pino	apinor@prochile.gob.cl
Sí	Yessica	Lagos	ylagos@sernatur.cl
No	andrea	espinoza	andremani.e@gmail.com
Sí	Verónica	Rodríguez	vrodriguez@goremaule.cl
Sí	Blanca	Roquefort	broquefort@goremaule.cl
Sí	Julieta	Romero	jromero@prochile.gob.cl
No	Camila	Lagos	clagos@goremaule.cl
No	Alberto	Stern	albertostern@gmail.com
Sí	ricardo	chong	rchong@goremaule.cl
Sí	Felipe	Barrios	felipe.barrios@conaf.cl
Sí	Maria de los Angeles	Arraztio	marraztio@indap.cl
Sí	Claudio	Perez	cperez@crdpmaule.cl
Sí	Cecilia	Arancibia	carancibia@sernatur.cl
Sí	Olaya	Martinez	omartinez@goremaule.cl
No	Reinaldo	Villar	rvillarale@gmail.com
Sí	Cecilia	Vargas	cvargas@goremaule.cl
Sí	brian	villalobos	brian.villalobos@cultura.gob.cl
Sí	andrea	espinoza	aespinoza@sernatur.cl
Sí	cristian	ramos	cramos@crdpmaule.cl
Sí	Ricardo	Melo	ricardomelom@gmail.com
Sí	Alejandra	Ramos Sanchez	alejandra.ramos@mindep.cl
Sí	Jaime	del Castillo	jaimedelcastillo@infyde.eu

Las **conclusiones** de la reunión han sido las siguientes:

- INFYDE ha presentado la propuesta de Estrategia para el desarrollo del Turismo de la Región del Maule.
- Esta Estrategia propone que los Ejes Estratégicos para el desarrollo del turismo regional habrían de ser los siguientes:
 - EJE 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico.
 - EJE 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule.
 - EJE 3/ Desarrollo del Capital Humano del Maule para el turismo.
 - EJE 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19.
- Los asistentes destacaron los siguientes puntos:
 - Importancia de la digitalización. La Transformación Digital ha venido para quedarse.
 - Destacar la importancia de la conectividad y la digitalización para el turismo.
 - Priorización de la oferta de destinos de naturaleza, cordillera y valles (enoturismo).
 - Necesidad de abordar actuaciones para hacer frente a los impactos derivados de la COVID-19.
 - La importancia de capacitar al capital humano, y esencialmente a las mujeres.
 - Importancia de tener un calendario de fiestas costumbristas territorial para organizar de manera efectiva la oferta.
 - Incorporar a la estrategia el ámbito de la sustentabilidad y el medio ambiente.
 - Garantizar la conservación de las reservas naturales de la región en las que se desarrollen actividades turísticas.
- Se destaca la necesidad de mejorar la coordinación entre los agentes institucionales del territorio. En este sentido resulta clave coordinar y complementar los contenidos de la Estrategia de Turismo que se encuentra diseñando el GORE mediante la contratación de INFYDE, con los de las Hoja de Ruta para el turismo regional que se encuentra elaborando SERNATUR.

- INFYDE finaliza la reunión indicando que el siguiente paso del proceso consiste en la elaboración de un Plan de Implementación, en el que se identificarán las actuaciones concretas de la Estrategia, los responsables de implementar cada acción y los posibles fondos para financiar las iniciativas.



**ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA
REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO
FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL
DESARROLLO METODÓLOGICO DE POLÍTICAS
REGIONALES**

ACTA
TALLER PARTICIPATIVO 2
Agentes de las Municipalidades

infyde iD

24 de Junio de 2020

1/ TALLER PARTICIPATIVO 2

El Taller Participativo 2 dirigido a involucrar a **Agentes de las Municipalidades** se ha celebrado en fecha de 24 de Junio de 2020 a las 11 horas.

La actividad ha tenido como objetivos:

- Presentar la propuesta de Política Pública de Turismo para la Región del Maule.
- Contrastarla con los agentes regionales.
- Recopilar aportaciones y contribuciones para la elaboración de la versión definitiva de la Política.

El trabajo estará dirigido a involucrar a Agentes de las Municipalidades en la contribución de valoraciones y aportaciones para el diseño de una Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

La **invitación** a participar en esta reunión ha sido la siguiente:

Invitación: Taller Participativo “Formulación de Política Pública de Turismo para la Región del Maule”

El Gobierno Regional del Maule tiene el agrado de invitar a Usted al **Taller Participativo “Formulación de Políticas Públicas”** que se desarrollarán en el marco del Programa **“ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL DESARROLLO METODOLÓGICO DE POLÍTICAS REGIONALES”**. Esta iniciativa ha sido financiada con aportes del Gobierno Regional del Maule.

La actividad tiene como objetivos:

- Presentar la propuesta de Política Pública de Turismo para la Región del Maule.
- Contrastarla con los agentes regionales.
- Recopilar aportaciones y contribuciones para la elaboración de la versión definitiva de la Política.

El trabajo estará dirigido a involucrar a los **Agentes de las Municipalidades** en la contribución de valoraciones y aportaciones para el diseño de una Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

El evento se realizará el **miércoles 24 de Junio de 2020**, en horario de **11:00 a 12:00 horas**.

Por tal motivo, esperamos contar con su asistencia y participación.

R.S.V.P.: mariatejedor@infyde.eu

 **GOBIERNO REGIONAL DEL MAULE**

Proyecto ejecutado por:

 **infyde iD**

Han participado los siguientes agentes.

TALLER PARTICIPATIVO 2			
PANELISTAS			
Asistió	Nombre de usuario	Correo electrónico	
Sí	Victoria Valenzuela	vvalenzuela@goremaule.cl	
Sí	Paulina Ramirez	pramirez@goremaule.cl	
Sí	Erika González	egonzalez@goremaule.cl	
ASISTENTES			
Asistió	Nombre	Apellido	Correo electrónico
Sí	Paulina	Molnar	pmolnar@goremaule.cl
Sí	Paola	D'Adamo	turismo@muniromeral.cl
Sí	carlos	chandia	turismo@parral.cl
Sí	Robinson	Riffo	riffoc@sernatur.cl
No	Landa	Álvarez	landaalva@gmail.com
No	Andy	Lepe	Andylepe@corporacionlinares.cl
No	Verónica	Calderón	oficinaturismohualane@gmail.com
Sí	Laura	Moya	arualmoya@gmail.com
Sí	Mabel	Reyes	mabelreyesrojas@gmail.com
Sí	Maria Soledad	Casanova Astudillo	mcasanova@talca.cl
Sí	Ana isabel	Campos	turismo.cauquenes@gmail.com
Sí	karen	Bravo Rojas	karenbravo.rojas19@gmail.com
Sí	Katherinne	Ferrada	kferrada.f@gmail.com
Sí	paz	bartolome	paz.bartolome@curico.cl
Sí	Jaime	del Castillo	jaimedelcastillo@infyde.eu

Las **conclusiones** de la reunión han sido las siguientes:

- INFYDE ha presentado la propuesta de Estrategia para el desarrollo del Turismo de la Región del Maule.
- Esta Estrategia propone que los Ejes Estratégicos para el desarrollo del turismo regional habrían de ser los siguientes:
 - EJE 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico.
 - EJE 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule.
 - EJE 3/ Desarrollo del Capital Humano del Maule para el turismo.
 - EJE 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19.
- Los asistentes destacaron los siguientes puntos:
 - Importancia de la capacitación del capital humano.
 - Buscar fórmulas para acercar la capacitación al capital humano en el ámbito local.
 - Promover la asociatividad, por ejemplo, mediante el desarrollo de una Red de Asociaciones de agricultores con el objetivo de organizar adecuadamente la capacitación del capital humano en las diferentes campañas por las que va pasando Este podría ser un proyecto a desarrollar en colaboración entre la Academia y las municipalidades y que podría ser presentado al FIC R para su financiamiento.
- INFYDE finaliza la reunión indicando que el siguiente paso del proceso consiste en la elaboración de un Plan de Implementación, en el que se identificarán las actuaciones concretas de la Estrategia, los responsables de implementar cada acción y los posibles fondos para financiar las iniciativas.



**ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA
REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO
FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL
DESARROLLO METODÓLOGICO DE POLÍTICAS
REGIONALES**

**ACTA
TALLER PARTICIPATIVO 3
Agentes y Empresas de la Provincia de
Cauquenes**

infyde iD

25 de Junio de 2020

1/ TALLER PARTICIPATIVO 3

El Taller Participativo 3 dirigido a involucrar a **Agentes y Empresas de la Provincia de Cauquenes** se ha celebrado en fecha de 25 de Junio de 2020 a las 9 horas.

La actividad ha tenido como objetivos:

- Presentar la propuesta de Política Pública de Turismo para la Región del Maule.
- Contrastarla con los agentes regionales.
- Recopilar aportaciones y contribuciones para la elaboración de la versión definitiva de la Política.

El trabajo estará dirigido a involucrar a Agentes y Empresas de la Provincia de Cauquenes en la contribución de valoraciones y aportaciones para el diseño de una Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

La **invitación** a participar en esta reunión ha sido la siguiente:

Invitación: Taller Participativo “Formulación de Política Pública de Turismo para la Región del Maule”

El Gobierno Regional del Maule tiene el agrado de invitar a Usted al *Taller Participativo “Formulación de Políticas Públicas”* que se desarrollarán en el marco del Programa *“ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL DESARROLLO METODOLÓGICO DE POLÍTICAS REGIONALES”*. Esta iniciativa ha sido financiada con aportes del Gobierno Regional del Maule.

La actividad tiene como objetivos:

- Presentar la propuesta de Política Pública de Turismo para la Región del Maule.
- Contrastarla con los agentes regionales.
- Recopilar aportaciones y contribuciones para la elaboración de la versión definitiva de la Política.

El trabajo estará dirigido a involucrar a los **Agentes y Empresas de la Provincia de Cauquenes** en la contribución de valoraciones y aportaciones para el diseño de una Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

El evento se realizará el **Jueves 25 de Junio de 2020**, en horario de **9:00 a 10:00 horas**.

Por tal motivo, esperamos contar con su asistencia y participación.

R.S.V.P.: mariatejedor@infyde.eu

Proyecto ejecutado por:



GOBIERNO REGIONAL DEL MAULE



infyde ID

Han participado los siguientes agentes.

TALLER PARTICIPATIVO 3			
PANELISTAS			
Asistió	Nombre de usuario	Correo electrónico	
Sí	Paulina Molnar	pmolnar@goremaule.cl	
Sí	Paulina Ramirez	pramirez@goremaule.cl	
Sí	Erika Gonzalez	egonzalez@goremaule.cl	
Sí	Victoria Valenzuela	vvalenzuela@goremaule.cl	
ASISTENTES			
Asistió	Nombre	Apellido	Correo electrónico
No	Gustavo	Chung Valero	gustavochung@hotmail.com
Sí	Christian	Contreras	aciturplehuel@gmail.com
Sí	Idecio	Calderon Vásq	cabanasdonbosco@gmail.com
Sí	Idecio	Calderon Vásq	idecalde@gmail.com
No	Hosteria Curanipe	Zúñiga Villaseñor	Carloscuranipe@hotmail.com
No	MARIA ELIZABETH	SALGADO	cabanasdonbosco@gmal.com
Sí	Jaime	del Castillo	jaimedelcastillo@infyde.eu

Las **conclusiones** de la reunión han sido las siguientes:

- INFYDE ha presentado la propuesta de Estrategia para el desarrollo del Turismo de la Región del Maule.
- Esta Estrategia propone que los Ejes Estratégicos para el desarrollo del turismo regional habrían de ser los siguientes:
 - EJE 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico.
 - EJE 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule.
 - EJE 3/ Desarrollo del Capital Humano del Maule para el turismo.
 - EJE 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19.
- Los asistentes destacaron los siguientes puntos:
 - La existencia de diversidad de debilidades que hacen un reto el desarrollo del turismo en la región.
- INFYDE finaliza la reunión indicando que el siguiente paso del proceso consiste en la elaboración de un Plan de Implementación, en el que se identificarán las actuaciones concretas de la Estrategia, los responsables de implementar cada acción y los posibles fondos para financiar las iniciativas.



**ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA
REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO
FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL
DESARROLLO METODÓLOGICO DE POLÍTICAS
REGIONALES**

**ACTA
TALLER PARTICIPATIVO 4
Agentes y Empresas de la Provincia de
Curicó**

infyde iD

25 de Junio de 2020

1/ TALLER PARTICIPATIVO 4

El Taller Participativo 4 dirigido a involucrar a **Agentes y Empresas de la Provincia de Curicó** se ha celebrado en fecha de 25 de Junio de 2020 a las 11 horas.

La actividad ha tenido como objetivos:

- Presentar la propuesta de Política Pública de Turismo para la Región del Maule.
- Contrastarla con los agentes regionales.
- Recopilar aportaciones y contribuciones para la elaboración de la versión definitiva de la Política.

El trabajo estará dirigido a involucrar a los Agentes y Empresas de la Provincia de Curicó en la contribución de valoraciones y aportaciones para el diseño de una Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

La **invitación** a participar en esta reunión ha sido la siguiente:

Invitación: Taller Participativo “Formulación de Política Pública de Turismo para la Región del Maule”

El Gobierno Regional del Maule tiene el agrado de invitar a Usted al *Taller Participativo “Formulación de Políticas Públicas”* que se desarrollarán en el marco del Programa *“ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL DESARROLLO METODOLÓGICO DE POLÍTICAS REGIONALES”*. Esta iniciativa ha sido financiada con aportes del Gobierno Regional del Maule.

La actividad tiene como objetivos:

- Presentar la propuesta de Política Pública de Turismo para la Región del Maule.
- Contrastarla con los agentes regionales.
- Recopilar aportaciones y contribuciones para la elaboración de la versión definitiva de la Política.

El trabajo estará dirigido a involucrar a los **Agentes y Empresas de la Provincia de Curicó** en la contribución de valoraciones y aportaciones para el diseño de una Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

El evento se realizará el **jueves 25 de Junio de 2020**, en horario de **11:00 a 12:00 horas**.

Por tal motivo, esperamos contar con su asistencia y participación.

R.S.V.P.: marlatejedor@infyde.eu

 GOBIERNO REGIONAL DEL MAULE

Proyecto ejecutado por: 

Han participado los siguientes agentes.

TALLER PARTICIPATIVO 4			
PANELISTAS			
Asistió	Nombre de usuario	Correo electrónico	
Sí	Victoria Valenzuela	vvalenzuela@goremaule.cl	
Sí	Paulina Molnar	pmolnar@goremaule.cl	
Sí	Paulina Ramirez	pramirez@goremaule.cl	
Sí	Erika González	egonzalez@goremaule.cl	
Sí	Carlos Díez	carlosdiez@infyde.eu	
ASISITENTES			
Asistió	Nombre	Apellido	Correo electrónico
Sí	maria	toral	mtoral@puertoviejolloco.cl
Sí	Felipe	Cabello	fcabellodelafuente@gmail.com
Sí	Cecilia	Mardones	cabanaspirates@gmail.com
No	augusto	allende	resicolonial@gmail.com
Sí	ricardo	chong	rchong@goremaule.cl
Sí	markuz	bravo	Elbosquelipimavida@gmail.com
Sí	Eliana	Ramírez González	ramirez.ruzjaime@gmail.com
No	Patricio	Benitez	pbenitezthompson@gmail.com
No	Vicente	Escobar Gaete	mapuyampay@gmail.com
No	Todd	Ericson	todd@chileanadventures.com
No	Soledad	Saavedra	soledadsaave@gmail.com
No	Erika	Gonzalez	erikafran00@gmail.com
Sí	Jaime	del Castillo	jaimedelcastillo@infyde.eu

Las **conclusiones** de la reunión han sido las siguientes:

- INFYDE ha presentado la propuesta de Estrategia para el desarrollo del Turismo de la Región del Maule.
- Esta Estrategia propone que los Ejes Estratégicos para el desarrollo del turismo regional habrían de ser los siguientes:
 - EJE 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico.
 - EJE 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule.
 - EJE 3/ Desarrollo del Capital Humano del Maule para el turismo.
 - EJE 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19.
- Los asistentes destacaron los siguientes puntos:
 - La baja participación de las empresas es indicador de la carencia de articulación del tejido empresarial para impulsar la competitividad del sector turístico regional.
- INFYDE finaliza la reunión indicando que el siguiente paso del proceso consiste en la elaboración de un Plan de Implementación, en el que se identificarán las actuaciones concretas de la Estrategia, los responsables de implementar cada acción y los posibles fondos para financiar las iniciativas.



**ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA
REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO
FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL
DESARROLLO METODÓLOGICO DE POLÍTICAS
REGIONALES**

**ACTA
TALLER PARTICIPATIVO 5
Agentes y Empresas de la Provincia de
Linares**

infyde iD

29 de Junio de 2020

1/ TALLER PARTICIPATIVO 5

El Taller Participativo 5 dirigido a involucrar a **Agentes y Empresas de la Provincia de Linares** se ha celebrado en fecha de 29 de Junio de 2020 a las 9 horas.

La actividad ha tenido como objetivos:

- Presentar la propuesta de Política Pública de Turismo para la Región del Maule.
- Contrastarla con los agentes regionales.
- Recopilar aportaciones y contribuciones para la elaboración de la versión definitiva de la Política.

El trabajo estará dirigido a involucrar a los Agentes y Empresas de la Provincia de Linares en la contribución de valoraciones y aportaciones para el diseño de una Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

La **invitación** a participar en esta reunión ha sido la siguiente:

Invitación: Taller Participativo “Formulación de Política Pública de Turismo para la Región del Maule”

El Gobierno Regional del Maule tiene el agrado de invitar a Usted al **Taller Participativo “Formulación de Políticas Públicas”** que se desarrollarán en el marco del Programa **“ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL DESARROLLO METODOLÓGICO DE POLÍTICAS REGIONALES”**. Esta iniciativa ha sido financiada con aportes del Gobierno Regional del Maule.

La actividad tiene como objetivos:

- Presentar la propuesta de Política Pública de Turismo para la Región del Maule.
- Contrastarla con los agentes regionales.
- Recopilar aportaciones y contribuciones para la elaboración de la versión definitiva de la Política.

El trabajo estará dirigido a involucrar a los **Agentes y Empresas de la Provincia de Linares** en la contribución de valoraciones y aportaciones para el diseño de una Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

El evento se realizará el **lunes 29 de Junio de 2020**, en horario de **9:00 a 10:00 horas**.

Por tal motivo, esperamos contar con su asistencia y participación.

R.S.V.P.: mariatejedor@infyde.eu

Proyecto ejecutado por:

 **GOBIERNO REGIONAL DEL MAULE**

 **infyde ID**

Han participado los siguientes agentes.

TALLER PARTICIPATIVO 5			
PANELISTA			
Asistió	Nombre de usuario	Correo electrónico	
Sí	Victoria Valenzuela	vvalenzuela@goremaule.cl	
Sí	Paulina Ramirez	pramirez@goremaule.cl	
Sí	Paulina Molnar	pmolnar@goremaule.cl	
ASISTENTES			
Asistió	Nombre	Apellido	Correo electrónico
No	Virginia	Yáñez	Info@re-encuentro.cl
No	Sebastián	García	sebagarcia.i@gmail.com
No	Carlos	Feddersen	carlos@heb.cl
No	Mirjam	Gut	Contacto@cieli.cl
No	Berta	Urrutia Rojas	raicesvillalegrinas@yahoo.es
Sí	Virginia	Yañez	virginiayanez@gmail.com
No	Carlos	Pinochet	Chpinochet@gmail.com
Sí	Luyinna	Agurto	luyinna@gmail.com
Sí	Sandra	Meynard	sandrameynard@hotmail.com
No	Gustavo	Bueno	visitelinares@gmail.com
No	Emerson	Basoalto	emerson@turismomaule.com
No	jose luis	cisneros bravo	altoancoa@gmail.com
Sí	Andes	Maule	andesmauletravel@gmail.com
Sí	Ángela	Vásquez	ComplejoturisticoTornasol@gmail.com
Sí	Montemapu Outdoor	Linares	Montemapuoutdoor@gmail.com
Sí	Mirjam	Gut	mirjamgut@cieli.cl
No	Miriam	Concha	Miriam@artesaniashilenas.com
Sí	Jaime	del Castillo	jaimedelcastillo@infyde.eu

Las **conclusiones** de la reunión han sido las siguientes:

- INFYDE ha presentado la propuesta de Estrategia para el desarrollo del Turismo de la Región del Maule.
- Esta Estrategia propone que los Ejes Estratégicos para el desarrollo del turismo regional habrían de ser los siguientes:
 - EJE 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico.
 - EJE 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule.
 - EJE 3/ Desarrollo del Capital Humano del Maule para el turismo.
 - EJE 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19.
- Los asistentes destacaron los siguientes puntos:
 - La involucración de las municipalidades es clave para el desarrollo del turismo regional.
 - El acceso a internet es clave para el desarrollo de los negocios. Eso es una necesidad muy grande que tenemos en las zonas alejadas campestres. La fibra óptica persigue aportar soluciones para ese problema.
 - La educación ha de acercarse a las personas en el territorio.
 - Cámara de Ecoturismo de Colbún tiene un proyecto justamente de innovación tecnológica para desarrollar senderos didácticos. Se interesa por conocer dónde lo pueden proponer concretamente. Se le orienta para que lo presente en el Gobierno regional de tal forma que se tome en consideración para la política, en lo relativo a la coordinación con las Agencias Ejecutoras del Estado para orientar sus programas hacia el financiamiento de este tipo de iniciativas.
- INFYDE finaliza la reunión indicando que el siguiente paso del proceso consiste en la elaboración de un Plan de Implementación, en el que se identificarán las actuaciones concretas de la Estrategia, los responsables de implementar cada acción y los posibles fondos para financiar las iniciativas.



**ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA
REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO
FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL
DESARROLLO METODÓLOGICO DE POLÍTICAS
REGIONALES**

**ACTA
TALLER PARTICIPATIVO 6
Agentes y Empresas de la Provincia de
Linares**

infyde iD

29 de Junio de 2020

1/ TALLER PARTICIPATIVO 6

El Taller Participativo 6 dirigido a involucrar a **Agentes y Empresas de la Provincia de Talca** se ha celebrado en fecha de 29 de Junio de 2020 a las 11 horas.

La actividad ha tenido como objetivos:

- Presentar la propuesta de Política Pública de Turismo para la Región del Maule.
- Contrastarla con los agentes regionales.
- Recopilar aportaciones y contribuciones para la elaboración de la versión definitiva de la Política.

El trabajo estará dirigido a involucrar a los Agentes y Empresas de la Provincia de Talca en la contribución de valoraciones y aportaciones para el diseño de una Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

La **invitación** a participar en esta reunión ha sido la siguiente:

Invitación: Taller Participativo “Formulación de Política Pública de Turismo para la Región del Maule”

El Gobierno Regional del Maule tiene el agrado de invitar a Usted al **Taller Participativo “Formulación de Políticas Públicas”** que se desarrollarán en el marco del Programa **“ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL DESARROLLO METODOLÓGICO DE POLÍTICAS REGIONALES”**. Esta iniciativa ha sido financiada con aportes del Gobierno Regional del Maule.

La actividad tiene como objetivos:

- Presentar la propuesta de Política Pública de Turismo para la Región del Maule.
- Contrastarla con los agentes regionales.
- Recopilar aportaciones y contribuciones para la elaboración de la versión definitiva de la Política.

El trabajo estará dirigido a involucrar a los **Agentes y Empresas de la Provincia de Talca** en la contribución de valoraciones y aportaciones para el diseño de una Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

El evento se realizará el **lunes 29 de Junio de 2020**, en horario de **11:00 a 12:00 horas**.

Por tal motivo, esperamos contar con su asistencia y participación.

R.S.V.P.: mariatejedor@infyde.eu

Proyecto ejecutado por:

 **GOBIERNO REGIONAL DEL MAULE**

 **infyde ID**

Han participado los siguientes agentes.

TALLER PARTICIPATIVO 6			
PANELISTAS			
Asistió	Nombre de usuario	Correo electrónico	
Sí	Paulina Molnar	pmolnar@goremaule.cl	
Sí	Victoria Valenzuela	vvalenzuela@goremaule.cl	
Sí	Paulilna Ramirez	pramirez@goremaule.cl	
ASISTENTES			
Asistió	Nombre	Apellido	Correo electrónico
Sí	Yessica	Lagos	ylagos@sernatur.cl
No	Rafael	Rock	rafael.rock@uautonoma.cl
No	Francisco	Espinoza	Fespinozav@economia.cl
No	Myriam	Navarro	Myriam.navarro777@gmail.com
No	Sebastian	Pino	spino@crdpmaule.cl
Sí	Jeniffer	caceres	jeniffercaceresquiroz@gmail.com
No	andrea	espinoza	aespinoza@sernatur.cl
No	Monica	Soto	Malejandrasoto64@gmail.com
Sí	ruben		celebraciones@rubentapia.cl
Sí	Miguel	López Sánchez	contacto@hotelinsigne.cl
No	María	saez	casonalascatalinas@gmail.com
No	Victor	Diaz	Turismopelarco@gmail.com
Sí	Alan	Muñoz	millangeruexpediciones@gmail.com
Sí	Wladimir	Galaz	complejovalshi@gmail.com
No	Mariella	Rodriguez	Mariellandrea@gmail.com
No	Marcela	Arenas	marcela@miragaiatours.com
Sí	Frank	Holl	info@costaycumbretours.cl
No	Gabriela	Caceres	Gcaceresgarrido@gmail.com
No	Ricardo	Melo	rmelo@sernatur.cl
No	Maria	Casanova	turismoelrecodo@gmail.com
No	Francisco	Flores	contacto@kawenoutdoor.com
No	Guillermo	Bravo	gtbg1972@gmail.com
No	Maria	Soledad Casanova	blackmount2003@gmail.com
Sí	Carolina	Martinez	carolina.martinez@hotelcasinotalca.cl
No	Marcela	Suazo	marcela.suazo@gmail.com
No	RUBEN	TAPIA RAMIREZ	ruben_tapia@live.cl

TALLER PARTICIPATIVO 6			
No	Luis	Fuenzalida	luisfuenzalidajazz@gmail.com
Sí	Jaime	Astorga	jaimeastorgal@gmail.com
No	Juan	Gutierrez	Juangutierrez7@gmail.com
No	Carol	Maraboli	Carolmaraboli@gmail.com
No	Cecilia	Arancibia	carancibia@sernatur.cl
No	Clemente	Labraña	contacto@expedicionmaule.cl
Sí	Jaime	del Castillo	jaimedelcastillo@infyde.eu

Las **conclusiones** de la reunión han sido las siguientes:

- INFYDE ha presentado la propuesta de Estrategia para el desarrollo del Turismo de la Región del Maule.
- Esta Estrategia propone que los Ejes Estratégicos para el desarrollo del turismo regional habrían de ser los siguientes:
 - EJE 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico.
 - EJE 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule.
 - EJE 3/ Desarrollo del Capital Humano del Maule para el turismo.
 - EJE 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19.
- Los asistentes destacaron los siguientes puntos:
 - Resulta necesario involucrar a los pequeños operadores.
 - Se podrían organizar ruedas de negocios regionales. Y que los Mayoristas puedan comercializar la oferta ya articulada, porque si bien hay una oferta variada, pocas agencias o tour operadores mayoristas comercializan el Maule.
 - Resultaría necesario vincularnos entre los servicios, fomentando el crecimiento local poniendo en valor los productos y distintos destinos turísticos de la región del Maule, registrando formalmente a quienes prestan los servicios de turismo local. Así, podremos mostrar una oferta turística de calidad enfocándonos en una experiencia local.
 - Se considera importante que estén la mayor cantidad de agentes de la región de manera participativa permanente. Por ello, se invita a los asistentes a que si conocen a quienes

debieran a su criterio incorporar su opinión, sería bueno que los invitaran o que nos dieran sus referencias para que pudiéramos contactarlos.

- Resulta necesario formalizar los negocios turísticos.
 - La Asociación Gremial de Guías de Turismo del Maule, AGTM, indican que tienen mucho que decir como gremio, y solicitan convocar una reunión para que el GORE y el resto de agentes vean la realidad local de los guías de turismo y tour operadores.
 - El cliente de enoturismo de Santiago va en Casablanca o Colchagua. Por ello, la Región del Maule debería articular la oferta y diversificarla para competir con otros valles enoturísticos.
- INFYDE finaliza la reunión indicando que el siguiente paso del proceso consiste en la elaboración de un Plan de Implementación, en el que se identificarán las actuaciones concretas de la Estrategia, los responsables de implementar cada acción y los posibles fondos para financiar las iniciativas.



**ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA
REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO
FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL
DESARROLLO METODÓLOGICO DE POLÍTICAS
REGIONALES**

ACTA

TALLER PARTICIPATIVO 7

Presentación Final

**Política Pública de Turismo de la Región
del Maule**

infyde iD

13 de Agosto de 2020

1/ TALLER PARTICIPATIVO 7

El Taller Participativo 7 dirigido a involucrar a **Agentes y Empresas de la Provincia de Talca** se ha celebrado en fecha de 13 de Agosto de 2020 a las 10 horas.

La actividad ha tenido como objetivos:

- Presentar la versión definitiva de la Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

La **invitación** a participar en esta reunión ha sido la siguiente:

Invitación: Taller Participativo “Formulación de Política Pública de Turismo para la Región del Maule”

El Gobierno Regional del Maule tiene el agrado de invitar a Usted al **Taller Participativo Jornada Final “Formulación de Políticas Públicas”** que se desarrollarán en el marco del Programa **“ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL DESARROLLO METODOLÓGICO DE POLÍTICAS REGIONALES”**. Esta iniciativa ha sido financiada con aportes del Gobierno Regional del Maule.

La actividad tiene como objetivos:

- Presentar la versión definitiva de la Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

El trabajo estará dirigido a difundir entre los agentes regionales los contenidos de la Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

El evento se realizará el **Jueves 13 de Agosto de 2020**, en horario de **10:00 a 11:00 horas**.

Por tal motivo, esperamos contar con su asistencia y participación.

R.S.V.P.: mariatejedor@infyde.eu

 **GOBIERNO REGIONAL DEL MAULE**

Proyecto ejecutado por:

 **infyde ID**

Han participado los siguientes agentes.

TALLER PARTICIPATIVO 7			
PANELISTAS			
Asistió	Nombre de usuario	Correo electrónico	
Sí	ERIKA GONZALEZ	egonzalez@goremaule.cl	
Sí	VICTORIA VALENZUELA	vvalenzuela@goremaule.cl	
Sí	PAULINA MOLNAR	pmolnar@goremaule.cl	
Sí	CARLOS DIEZ	carlosdiez@infyde.eu	
Sí	PAULINA RAMIREZ	pramirez@goremaule.cl	
ASISTENTES			
Asistió	Nombre	Apellido	Correo electrónico
Sí	Alberto	Stern	astern@crdpmaule.cl
No	IVAN		micamping@gmail.com
Sí	María Fernanda	Hernández Paredes	turismo@municipelluhue.cl
Sí	Eduardo	Ramos	eramos@minenergia.cl
Sí	Fernando	Pinochet	fpinochet@msn.com
Sí	VERONICA	CALDERON	oficinaturismohualane@gmail.com
Sí	Constanza	Rojas	crojasb@talca.cl
Sí	Ricardo	Melo	rmelo@sernatur.cl
Sí	Andrés	Pino	apinor@prochile.gob.cl
No	Myrian		myrian.navarro777@gmail.com
Sí	Claudio	Perez	cperez@crdpmaule.cl
Sí	cristian	ramos	cramos@crdpmaule.cl
Sí	Matias	Pinochet	mpinochet@economia.cl
Sí	ricardo	chong	rchong@goremaule.cl
Sí	Laura	Moya	arualmoya@gmail.com
Sí	Frank	Holl	info@costaycumbretours.cl
Sí	Paz	BARTOLOMÉ	paz.bartolome@curico.cl
Sí	sergio	kind	skndan@hotmail.com
No	Sebastián	Pino	spino@crdpmaule.cl
No	Guillermo	Bravo	gtbg1972@gmail.com
Sí	Néstor	Muñoz	Nes.munozs@gmail.com
No	Juan	Gutierrez	Juangutierrez7@gmail.com
Sí	Cecilia	Vargas	cvargas@goremaule.cl
Sí	Pablo	del Rio	padelrio11@gmail.com
Sí	Mirjam Gut	Cieli Rari	mirjamgut@cieli.cl

TALLER PARTICIPATIVO 7			
Sí	Christian	Contreras	aciturplelluhue@gmail.com
Sí	Alejandra	Inda	ainda@rutadelvinocurico.cl
Sí	Yessica	Lagos	ylagos@sernatur.cl
Sí	Soledad	Saavedra	soledadsaave@gmail.com
Sí	Felipe	Barrios	felipe.barrios@conaf.cl
Sí	Marcela	Leni	malenif@hotmail.com
Sí	Claudia	Huepe	clauhuepe@gmail.com
Sí	Ángela	Crua	acrua@goremaule.cl
Sí	Emerson	Basoalto	emerson@turismomaule.com
Sí	Ignacia	Arancibia	Mignacia.arancibia@gmail.com
No	Eduardo	Donoso	edupartybus@gmail.com
No	Paula	Sánchez	psanchezd@migueltorres.cl
Sí	José Luis	Navarro Moraga	jlnm5264@gmail.com
Sí	ruben	astudillo	ruben.astudillo@minagri.gob.cl
Sí	Todd	Ericson	toddericson@gmail.com
Sí	virginia	yañez	virginiayanez@gmail.com
Sí	Claudia	Morales	cmcourtin@gmail.com
Sí	Felipe	Cabello	escuelanauticavichuquen@gmail.com
Sí	Olaya	Martinez	omartinez@goremaule.cl
Sí	Fabiola	Corona	fabiola.corona@subdere.gov.cl
Sí	ROBERTO	JARA SALGADO	turismo.chanco@gmail.com
Sí	Raimundo	Marín	rmarin@goremaule.cl
Sí	Cecilia	Arancibia	carancibia@sernatur.cl
Sí	Ana Isabel	Campos Arellano	turismo.cauquenes@gmail.com
Sí	Daniella	Gillmore	daniela@tabonko.cl
Sí	katherine	lberty	kiberty@sernatur.cl
Sí	JIMENA	ASENJO	jimena.asenjo@museoschile.gob.cl
Sí	jaime	suarez	jsuarez@goremaule.cl
No	Andes	Maule Travel	andesmauletravel@gmail.com
Sí	Rodrigo	Navarro Carrasco	rodrigo.navarro.carrasco@gmail.com
Sí	andrea	espinoza	aespinoza@sernatur.cl
Sí	Jaime	del Castillo	jaimedelcastillo@infyde.eu

Las **conclusiones** de la reunión han sido las siguientes:

- INFYDE ha presentado la versión final del Plan de Implementación de la Política Pública de Turismo de la Región del Maule.
- Esta Estrategia propone que los Ejes Estratégicos para el desarrollo del turismo regional habrían de ser los siguientes:
 - EJE 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico.
 - EJE 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule.
 - EJE 3/ Desarrollo del Capital Humano del Maule para el turismo.
 - EJE 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19.
- Los asistentes destacaron los siguientes puntos:
 - Resulta clave involucrar al sector privado en la implementación de la Política. INFYDE destaca en este sentido que las Asociaciones Empresariales son el instrumento que se ha considerado para que participen en la ejecución de la Cartera de Proyectos, ya que estas Asociaciones son el vehículo mediante el que articular los procesos de participación de las empresas y la promoción de la asociatividad entre ellas.
 - Los participantes destacan que la sustentabilidad es la clave. Resulta necesario articular la coherencia entre la Política Pública de Turismo del Maule y otras políticas que se están desarrollando a nivel nacional, como los Planes de Producción Limpia, los Sellos Estrella Azul y otras iniciativas dirigidas a impulsar la sustentabilidad en los procesos de producción de sectores clave de la economía, entre los que se encuentra el turismo.
 - En el sentido de lo anterior, INFYDE destaca que parece dársele más importancia a la promoción de la calidad de las empresas que al impulso a la sustentabilidad. Ello puede deberse a que el sector turístico de la región presenta una debilidad en materia de informalidad empresarial y por eso se percibe como prioritario el impulsar a la calidad y formalización de los negocios. Y ante esta premura, parece que en la región se

otorga un papel menos relevante en el corto plazo a la sustentabilidad. Sin embargo, la sustentabilidad es un atributo exigido con mucha fuerza por la demanda turística, especialmente por los turistas extranjeros. Es una tendencia muy establecida entre los turistas internacionales, que valoran con mucha importancia los atributos de sustentabilidad en los destinos turísticos. Por ello, dar relevancia al desarrollo de la sustentabilidad ayudaría a la región a conectar con las tendencias de la demanda de los mercados nacionales e internacionales del turismo.

- Se destaca como muy buena propuesta el establecimiento de Oficinas de Turismo en las Plazas de Armas de las capitales de provincia de la región. INFYDE destaca la oportunidad que podría ser la transformación de la planta de pie de calle del edificio del GORE en Talca, en una Oficina de Turismo que fuera la gran puerta de entrada para los turistas y visitantes a la Región del Maule.
 - Se destaca también la oportunidad de reforzar las Corporaciones de Turismo de las Municipalidades, como instrumento para facilitar la participación de las instituciones locales en la implementación de la Política Regional de Turismo.
- INFYDE finaliza la reunión indicando que el siguiente paso del proceso consiste en la puesta en marcha del Plan de Implementación, y a invita a todos los agentes participantes a involucrarse en el proceso de implementación de la Cartera de Proyectos.

ANEXO 5/ ACTAS DE REUNIONES MULTINIVEL



**ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA
REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO
FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL
DESARROLLO METODÓLOGICO DE POLÍTICAS
REGIONALES**

ACTA

REUNIÓN MULTINIVEL 1

**Colaboración y propuestas de acuerdos
de cooperación entre el GORE y las
Asociaciones Empresariales**

infyde iD

30 de Junio de 2020

1/ REUNIÓN MULTINIVEL 1

La Reunión Multinivel 1 dirigida a generar **colaboración y propuestas de acuerdos de cooperación entre el GORE y las Asociaciones Empresariales** se ha celebrado en fecha de 30 de Junio de 2020 a las 9 horas.

La actividad ha tenido como objetivo analizar mecanismos de colaboración y propuestas de acuerdos de cooperación entre el GORE y las Asociaciones Empresariales para priorizar instrumentos de apoyo y colaboración en la implementación de una Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

La **invitación** a participar en esta reunión ha sido la siguiente:

Invitación: Reunión Multinivel sobre “Política Pública de Turismo para la Región del Maule”

El Gobierno Regional del Maule tiene el agrado de invitar a Usted a la *Reunión Multinivel “Política Pública de Turismo para la Región del Maule”* que se desarrollarán en el marco del Programa *“ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL DESARROLLO METODOLÓGICO DE POLÍTICAS REGIONALES”*. Esta iniciativa ha sido financiada con aportes del Gobierno Regional del Maule.

La actividad tiene como objetivo analizar mecanismos de **colaboración y propuestas de acuerdos de cooperación entre el GORE y las Asociaciones Empresariales** para priorizar instrumentos de apoyo y colaboración en la implementación de una Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

El evento se realizará el **martes 30 de Junio de 2020**, en horario de **9:00 a 10:00 horas**.

Por tal motivo, esperamos contar con su asistencia y participación.

R.S.V.P.: mariatejedor@infyde.eu

 GOBIERNO REGIONAL DEL MAULE

Proyecto ejecutado por:

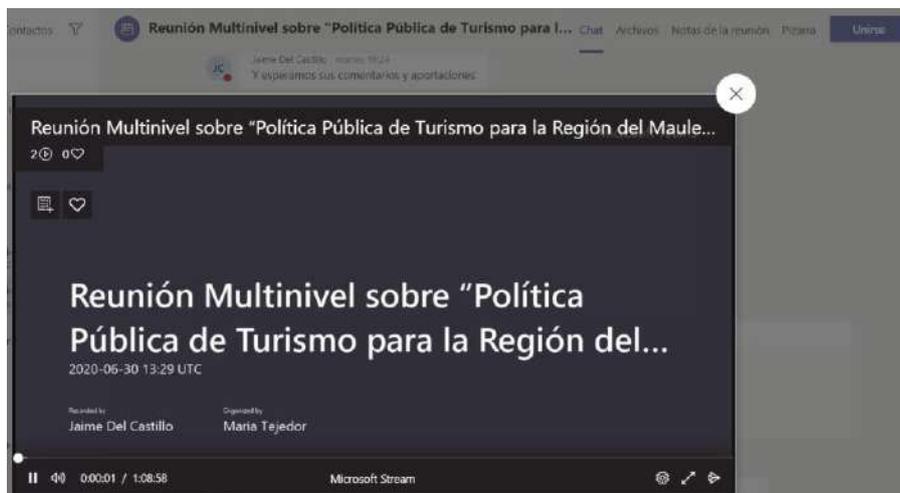

Han participado los siguientes agentes.

ORGANISMO	NOMBRE
Ruta del Vino Curicó	Alejandra Inda
Ruta del Vino del Maule	Marcela Leni
GORE	Camila Lagos
GORE	Paulina Ramirez
GORE	Paulina Molnar
GORE	Olaya Martinez
GORE	Erika Gonzalez
GORE	Victoria Valenzuela
GORE	Cecilia Vargas
GORE	RAIMUNDO MARIN

Las **conclusiones** de la reunión han sido las siguientes:

- INFYDE ha presentado la propuesta de Estrategia para el desarrollo del Turismo de la Región del Maule.
- Esta Estrategia propone que los Ejes Estratégicos para el desarrollo del turismo regional habrían de ser los siguientes:
 - EJE 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico.
 - EJE 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule.
 - EJE 3/ Desarrollo del Capital Humano del Maule para el turismo.
 - EJE 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19.
- Los asistentes destacaron los siguientes puntos:
 - Resulta necesario incrementar la involucración de los agentes en el proceso participativo, esencialmente de aquellos que son más informales y que por lo tanto les cuesta más acceder a la participación.
 - Con respecto a los fondos para el financiamiento de las iniciativas de la Política, se comenta que las iniciativas están prioritariamente financiadas por el FNDR, faltando la colaboración de privados y otras fuentes de servicios públicos y además pensando en que el FNDR es aproximadamente el 7%. Se comenta que también hay otros fondos contemplados, como el FIC R y los fondos propios de las Agencias Ejecutoras del Estado (CORFO, SERCOTEC y otras).
 - Se podría realizar la capacitación en turismo al capital humano en los municipios aprovechando la Academia de la SUBDERE.
 - Se destaca la importancia de crear una mesa de coordinación permanente entre público y privado que lidere la política turística.
 - Y también Mesas de coordinación por provincias.

- INFYDE finaliza la reunión indicando que el siguiente paso del proceso consiste en la elaboración de un Plan de Implementación, en el que se identificarán las actuaciones concretas de la Estrategia, los responsables de implementar cada acción y los posibles fondos para financiar las iniciativas.





**ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA
REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO
FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL
DESARROLLO METODÓLOGICO DE POLÍTICAS
REGIONALES**

ACTA

REUNIÓN MULTINIVEL 2

**Colaboración y propuestas de acuerdos
de cooperación entre el GORE,
SERNATUR y la Corporación Regional de
Desarrollo Productivo (CRDP)**

infyde iD

30 de Junio de 2020

1/ REUNIÓN MULTINIVEL 2

La Reunión Multinivel 2 dirigida a generar **colaboración y propuestas de acuerdos de cooperación entre el GORE, SERNATUR y la Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP)** se ha celebrado en fecha de 30 de Junio de 2020 a las 11 horas.

La actividad tiene como objetivo analizar mecanismos de colaboración y propuestas de acuerdos de cooperación entre el GORE, SERNATUR y la Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP) para priorizar instrumentos de apoyo y colaboración para la implementación de una Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

La **invitación** a participar en esta reunión ha sido la siguiente:

Invitación: Reunión Multinivel sobre “Política Pública de Turismo para la Región del Maule”

El Gobierno Regional del Maule tiene el agrado de invitar a Usted a la **Reunión Multinivel “Política Pública de Turismo para la Región del Maule”** que se desarrollarán en el marco del Programa **“ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL DESARROLLO METODOLÓGICO DE POLÍTICAS REGIONALES”**. Esta iniciativa ha sido financiada con aportes del Gobierno Regional del Maule.

La actividad tiene como objetivo analizar mecanismos de **colaboración y propuestas de acuerdos de cooperación entre el GORE, SERNATUR y la Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP)** para priorizar instrumentos de apoyo y colaboración para la implementación de una Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

El evento se realizará el **martes 30 de Junio de 2020**, en horario de **11:00 a 12:00 horas**.

Por tal motivo, esperamos contar con su asistencia y participación.

R.S.V.P.: mariatejedor@infyde.eu



Proyecto ejecutado por:



Han participado los siguientes agentes.

ORGANISMO	NOMBRE
Dirección SERNATUR	Cecilia Arancibia
CRDP Corporación de Desarrollo regional	Sebastian Pino
GORE	Camila Lagos
GORE	Blanca Roquefort
GORE	Paulina Ramirez
GORE	Ricardo Chong
GORE	Paulina Molnar
GORE	Olaya Martinez
GORE	Erika Gonzalez
GORE	Victoria Valenzuela
GORE	RAIMUNDO MARIN
GORE	Patricio Uribe
SERNATUR	RICARDO MELO
CRDP	Cristian Ramos
CRDP	Claudio Perez
SERNATUR	Andrea Espinoza
SERNATUR	Katherine Ibertti
CRDP Corporación de Desarrollo regional	Alberto Stern
Agrupación Guías de Turismo	Rodrigo Navarro

Las **conclusiones** de la reunión han sido las siguientes:

- INFYDE ha presentado la propuesta de Estrategia para el desarrollo del Turismo de la Región del Maule.
- Esta Estrategia propone que los Ejes Estratégicos para el desarrollo del turismo regional habrían de ser los siguientes:
 - EJE 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico.
 - EJE 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule.
 - EJE 3/ Desarrollo del Capital Humano del Maule para el turismo.
 - EJE 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19.
- Los asistentes destacaron los siguientes puntos:
 - Será bueno que para empezar pudiésemos realizar un cuadro resumen de los gastos que se realizaron el año pasado de cada uno de los agentes que financian iniciativas relacionadas con la política de turismo, para que tengamos una idea global todos. Y no solo de gastos también incluir las acciones.
 - INFYDE propone elaborar una planilla para crear una base de datos de iniciativas financiadas relacionadas con la política de turismo, que los agentes puedan utilizar para integrar toda la información y para conocer no solo las realizadas hasta el momento, sino también para utilizarla en los próximos años.
 - La planilla estará dirigida a crear una base de datos de iniciativas, en formato Excel, que recoja información sobre el año de aprobación, el nombre de la iniciativa, los fondos que las financian, los montos financiados, y los ejes de la política que perseguían abordar.
- INFYDE finaliza la reunión indicando que el siguiente paso del proceso consiste en la elaboración de un Plan de Implementación, en el que se identificarán las actuaciones concretas de la Estrategia, los responsables de implementar cada acción y los posibles fondos para financiar las iniciativas.

Reunión Multinivel sobre "Política Pública de Turismo para I... Chat Archivos Notas de la reunión Pizarra Unirse

Olaya Martinez (Invitado) ha abandonado la conversación.
RICARDO CHONG (Invitado) ha abandonado la conversación.
Sebastián Pino (Invitado) ha abandonado la conversación.
Paulina Ramirez (Invitado) ha abandonado la conversación.
Ricardo Melo Melo ha abandonado la conversación.
Cecilia Arancibia Cepeda ha abandonado la conversación.
Blanca Roquetfort (Invitado) ha abandonado la conversación.
Yessica Lagos Jara ha abandonado la conversación.
Robinson Riffe Colpe ha abandonado la conversación.
Andrea Susana Espinoza Campos ha abandonado la conversación.
Victoria Valenzuela (Invitado) ha abandonado la conversación.
Cristian Ramos (Invitado) ha abandonado la conversación.
Katherine Ibertti Lagos ha abandonado la conversación.
Camila Lagos (Invitado) ha abandonado la conversación.
Alberto Stern (Guest) ha abandonado la conversación.
erika (Invitado) ha abandonado la conversación.

Reunión finalizada 2 h 18 min martes 19/04

Reunión
Grabado por: Jaime Del Castillo
45 min 31 s

As opciones

ANEXO 6/ ACTAS DE REUNIONES CON EL CORE



**ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA
REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO
FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL
DESARROLLO METODÓLOGICO DE POLÍTICAS
REGIONALES**

ACTA

**REUNIÓN COMISIÓN DE TURISMO Y
MEDIO AMBIENTE DEL CONSEJO
REGIONAL DEL MAULE
(CORE DEL MAULE)**

infyde iD

Marzo de 2020

1/ REUNIÓN 1 CON LA COMISIÓN DE TURISMO Y MEDIO AMBIENTE DEL CORE DEL MAULE

La **Reunión 1 con la Comisión de Turismo y Medio Ambiente del Consejo Regional CORE** se ha celebrado en fecha de Marzo de 2020.

La actividad ha tenido como objetivos:

- Presentar la propuesta de Política Pública de Turismo para la Región del Maule.
- Contrastarla con la Comisión de Turismo del CORE.
- Recopilar aportaciones y contribuciones para la elaboración de la versión definitiva de la Política.

El trabajo ha estado dirigido a involucrar al CORE en la orientación estratégica para el diseño de una Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

Han **participado los representantes de la Comisión de Turismo y Medio Ambiente del Consejo Regional del Maule.**

Las **conclusiones** de la reunión han sido las siguientes:

- INFYDE ha presentado la propuesta del avance del diagnóstico del Turismo de la Región del Maule.
- Los representantes de la Comisión destacaron los siguientes puntos:
 - El turismo ha de ser un sector estratégico para el desarrollo competitivo de la economía de la región en los próximos años.
 - Resulta necesario aprovechar el potencial del turismo para impulsar la creación de empleo y de oportunidades de actividad empresarial en la región:
- INFYDE finaliza la reunión indicando que el siguiente paso del proceso consiste en la elaboración de una propuesta de alternativas de solución para abordar los problemas del turismo de la Región del Maule.



**ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA
REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO
FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL
DESARROLLO METODÓLOGICO DE POLÍTICAS
REGIONALES**

ACTA

**REUNIÓN COMISIÓN DE TURISMO Y
MEDIO AMBIENTE DEL CONSEJO
REGIONAL DEL MAULE
(CORE DEL MAULE)**

infyde iD

23 de Junio de 2020

1/ REUNIÓN 2 CON LA COMISIÓN DE TURISMO Y MEDIO AMBIENTE DEL CORE DEL MAULE

La **Reunión 2 con la Comisión de Turismo y Medio Ambiente del Consejo Regional CORE** se ha celebrado en fecha de 23 de Junio de 2020.

La actividad ha tenido como objetivos:

- Presentar la propuesta de Política Pública de Turismo para la Región del Maule.
- Contrastarla con la Comisión de Turismo del CORE.
- Recopilar aportaciones y contribuciones para la elaboración de la versión definitiva de la Política.

El trabajo ha estado dirigido a involucrar al CORE en la orientación estratégica para el diseño de una Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

La **invitación** a participar en esta reunión ha sido la siguiente:

Invitación: Reunión Comisión de Turismo del Consejo Regional CORE sobre “Política Pública de Turismo para la Región del Maule”

El Gobierno Regional del Maule tiene el agrado de invitar a Usted a la **Reunión de la Comisión de Turismo del Consejo Regional CORE** que se desarrollarán en el marco del Programa **“ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL DESARROLLO METODOLÓGICO DE POLÍTICAS REGIONALES”**. Esta iniciativa ha sido financiada con aportes del Gobierno Regional del Maule.

La actividad tiene como objetivos:

- Presentar la propuesta de Política Pública de Turismo para la Región del Maule.
- Contrastarla con la Comisión de Turismo del CORE.
- Recopilar aportaciones y contribuciones para la elaboración de la versión definitiva de la Política.

El trabajo estará dirigido a involucrar al CORE en la orientación estratégica para el diseño de una Política Pública de Turismo para la Región del Maule.

El evento se realizará el **martes 23 de Junio de 2020**, en horario de **9:00 a 10:30 horas**.

Por tal motivo, esperamos contar con su asistencia y participación.

R.S.V.P.: mariatejedor@infyde.eu

Proyecto ejecutado por:

 **GOBIERNO REGIONAL DEL MAULE**

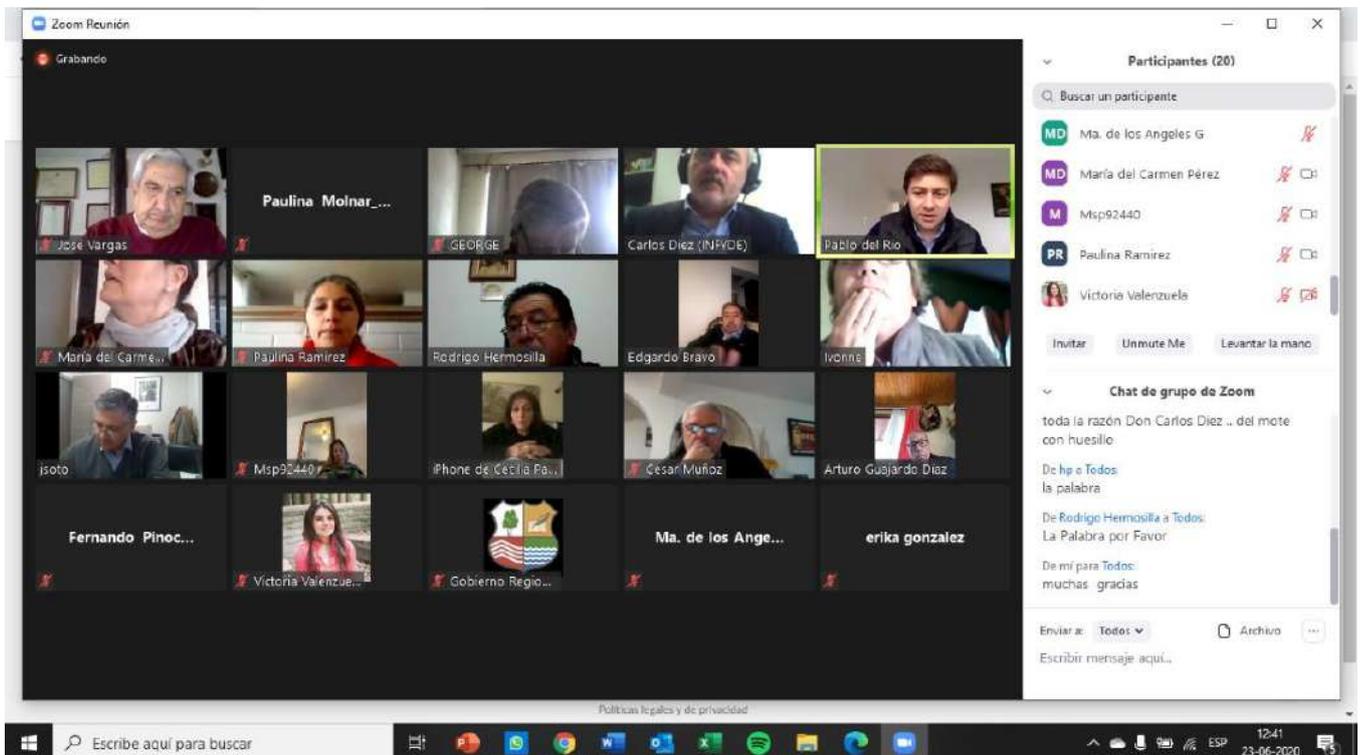
 **infyde iD**

Han participado los representantes de la Comisión de Turismo y Medio Ambiente del Consejo Regional del Maule.

Las conclusiones de la reunión han sido las siguientes:

- INFYDE ha presentado la propuesta de Estrategia para el desarrollo del Turismo de la Región del Maule.
- Esta Estrategia propone que los Ejes Estratégicos para el desarrollo del turismo regional habrían de ser los siguientes:
 - EJE 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico.
 - EJE 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule.
 - EJE 3/ Desarrollo del Capital Humano del Maule para el turismo.
 - EJE 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19.
- Los representantes de la Comisión destacaron los siguientes puntos:
 - Resulta necesario reforzar los puntos débiles de la región para el desarrollo del turismo, como pueden ser entre otros:
 - La fibra óptica.
 - La señalética.
 - El desarrollo del capital humano.
 - Las infraestructuras hídricas y de recogida de basuras.
 - La calidad de los servicios.
 - Sería de interés poner una Oficina de Turismo en el edificio del Gobierno Regional.
 - Fortalecer el círculo de los siguientes factores:
 - Destino.
 - Relato.
 - Platos para degustar (gastronomía).
 - Productos para que los turistas compren algo de vuelta a su casa.
 - Resulta clave identificar quienes van a ser los actores que van a ser los responsables de cada acción de la estrategia.

- INFYDE finaliza la reunión indicando que el siguiente paso del proceso consiste en la elaboración de un Plan de Implementación, en el que se identificarán las actuaciones concretas de la Estrategia, los responsables de implementar cada acción y los posibles fondos para financiar las iniciativas.





**ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA
REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO
FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL
DESARROLLO METODÓLOGICO DE POLÍTICAS
REGIONALES**

ACTA

**REUNIÓN COMISIÓN DE TURISMO Y
MEDIO AMBIENTE DEL CONSEJO
REGIONAL DEL MAULE
(CORE DEL MAULE)**

infyde iD

15 de Julio de 2020

1/ REUNIÓN 3 CON LA COMISIÓN DE TURISMO Y MEDIO AMBIENTE DEL CORE DEL MAULE

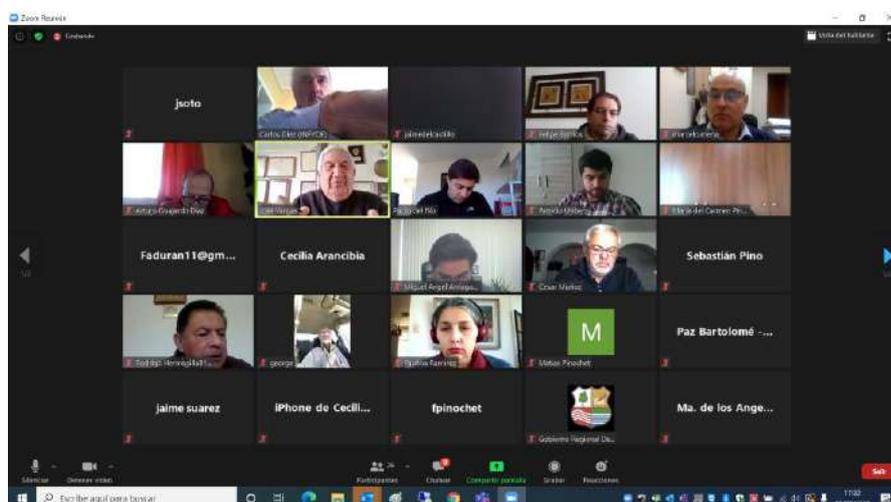
La **Reunión 3 con la Comisión de Turismo y Medio Ambiente del Consejo Regional CORE** se ha celebrado en fecha de 15 de Julio de 2020.

Ha sido una **Mesa de Turismo** en la que han participado diversos agentes institucionales de la región.

Las **conclusiones** de la reunión han sido las siguientes:

- Los agentes han presentado las actividades que están desarrollando para el impulso competitivo del turismo.
- INFYDE ha presentado una síntesis del diagnóstico de la situación del turismo en la región.
- Se ha actualizado la información disponible sobre los avances de las actividades que está realizando cada uno de los agentes relacionados con el turismo en la región.
- Se han destacado avances en las siguientes iniciativas:
 - La rehabilitación de la infraestructura ferroviaria del Ramal Talca-Constitución.
 - La inversión del MOP en el desarrollo de carreteras y señalética.
 - Los acondicionamientos de los Parques Naturales por parte de CONAF.
 - El SEREMI de Economía ha reportado sobre las convocatorias de ayudas abiertas por las Agencias Ejecutoras del Estado (CORFO, SERCOTEC) para ayudar a las empresas a afrontar la parada de actividad por la COVID-19.
 - La Corporación Regional de Desarrollo Productivo (CRDP) ha presentado sus avances en la definición de rutas turísticas para el destino Región del Maule.

- El Presidente de la Comisión de Turismo y Medio Ambiente del CORE ha propuesto la realización de reuniones mensuales de esta Mesa de Turismo para compartir información sobre los avances que cada agente va realizando en sus inversiones e iniciativas.





**ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA
REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO**

**MINUTA
REUNIÓN COMISIÓN DE TURISMO Y
MEDIO AMBIENTE DEL CONSEJO
REGIONAL DEL MAULE
(CORE DEL MAULE)**

infyde iD

23 de Julio de 2020

1/ REUNIÓN DE LA COMISIÓN DE TURISMO Y MEDIO AMBIENTE DEL CORE DEL MAULE

La **Reunión de la Comisión de Turismo y Medio Ambiente del Consejo Regional CORE** se ha celebrado en fecha de 23 de Julio de 2020.

La actividad ha tenido como objetivo:

- Presentar la versión definitiva de la **Política Pública de Turismo para la Región del Maule**, y su Plan de Implementación.

Las **conclusiones** de la reunión han sido las siguientes:

- El **Gobierno Regional de la Región del Maule** está realizando, con la colaboración de la consultora internacional INFYDE, el **diseño de la Política Pública de Turismo de la Región del Maule**.
- El **enfoque metodológico** que se está utilizando es el establecido por la “Guía metodológica para la formulación de Políticas Públicas Regionales” de la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (SUBDERE) del Gobierno de Chile, habiéndose realizado:
 - Procesamiento de información disponible en estadísticas y documentos estratégicos y sectoriales, para el **diagnóstico de la situación competitiva del turismo de la Región del Maule**.
 - **Proceso participativo**, en el que han participado **más de 200 agentes públicos y privados** de la Región del Maule:
 - 55 entrevistas a agentes.
 - 2 encuestas.
 - 7 Talleres Participativos.
 - 2 Reuniones de Negociación Multinivel.
 - **Programa de Capacitación** a profesionales del sector público regional:
 - 8 Sesiones de Capacitación.
 - **Reuniones con el Consejo Regional** para informar sobre el avance del diseño de la política y el contraste de sus contenidos.

**ACTA: REUNIÓN COMISIÓN DE TURISMO Y MEDIO AMBIENTE 2
DEL CONSEJO REGIONAL DE LA REGIÓN DEL MAULE**

- El **resultado** está siendo el diseño de una **Política Pública de Turismo de la Región del Maule**, que persigue los siguientes **Ejes estratégicos**:
 - **EJE ESTRATÉGICO 1/** Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico.
 - **EJE ESTRATÉGICO 2/** Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule.
 - **EJE ESTRATÉGICO 3/** Desarrollo del Capital Humano del Maule para el turismo
 - **EJE ESTRATÉGICO 4/** Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19.

- La **Cartera de Proyectos** de la citada Política Pública de Turismo de la Región del Maule 2020-2025, junto con su **estimación presupuestaria**, es la siguiente:

POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA CARTERA DE PROYECTOS			
EJE ESTRATÉGICO	PROYECTO	ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA	FONDO DE FINANCIAMIENTO
EJE ESTRATÉGICO 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico	PROYECTO 1: Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica	\$20.000.000	Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)
	PROYECTO 2: Plan de Marketing Territorial	\$100.000.000	Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)
	PROYECTO 3: Observatorio de Competitividad Turística	\$450.000.000	Fondo de Innovación para la Competitividad Regional (FIC R) modalidad concursable
	PROYECTO 4: Inversión en infraestructuras en señalética y para la movilidad y accesibilidad en Pasos Pehuenche y Vergara	\$108.700.000.000	Fondos del Ministerio de Obras Públicas Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)
	PROYECTO 5: Modelo de Gobernanza para la implementación del Política Pública Regional de Turismo	\$225.000.000	Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR) para financiar la Secretaría Técnica Fondos propios de cada organismo para la participación en las actividades de la Mesa de Gobernanza.
EJE ESTRATÉGICO 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso	PROYECTO 6: Red de Oficinas de Turismo	\$1.914.000.000	Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)
	PROYECTO 7: Mapa de 100	\$121.800.000	Fondo Nacional de

**ACTA: REUNIÓN COMISIÓN DE TURISMO Y MEDIO AMBIENTE 3
DEL CONSEJO REGIONAL DE LA REGIÓN DEL MAULE**

POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE TURISMO DE LA REGIÓN DEL MAULE ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA CARTERA DE PROYECTOS			
EJE ESTRATÉGICO	PROYECTO	ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA	FONDO DE FINANCIAMIENTO
competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule	Rutas Turísticas de la Región del Maule		Desarrollo Regional (FNDR)
	PROYECTO 8: Página Web oficial "Turismo en la Región del Maule"	\$146.000.000	Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)
	PROYECTO 9: Ayudas a la innovación y las tecnologías turísticas	\$2.250.000.000	FIC R modalidad asignación directa. Fondos propios de las Agencias Ejecutoras
	PROYECTO 10: Ayudas a la sostenibilidad turística	\$1.050.000.000	FIC R modalidad asignación directa. Fondos propios de las Agencias Ejecutoras.
EJE ESTRATÉGICO 3/ Desarrollo del Capital Humano de la Región del Maule para el turismo	PROYECTO 11: Ayudas al emprendimiento turístico	\$900.000.000	FIC R modalidad asignación directa. Fondos propios de las Agencias Ejecutoras.
	PROYECTO 12: Programa de Capacitación en Políticas Públicas para agentes regionales	\$200.000.000	Fondos propios del Gobierno Regional.
	PROYECTO 13: Programa de intercambios internacionales para jóvenes profesionales turísticos	\$675.000.000	Fondos propios del Gobierno Regional.
	PROYECTO 14: Escuela de Turismo	\$1.170.000.000	Fondos del Ministerio de Educación.
	PROYECTO 15: Programa de Capacitación en idiomas para el turismo	\$250.000.000	Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE).
	PROYECTO 16: Programa de Formación Profesional dual para el turismo	\$960.000.000	Fondos del Ministerio de Educación. Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)
EJE ESTRATÉGICO 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19	PROYECTO 17: Estudio de tendencias y nuevos modelos de negocio turístico post COVID-19	\$110.000.000	Fondos propios del Gobierno Regional.
	PROYECTO 18: Ayudas para la competitividad post COVID-19 de las empresas turísticas	\$540.000.000	FIC R modalidad asignación directa. Fondos propios de las Agencias Ejecutoras del Estado.
TOTAL ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA		\$119.781.800.000	

En Talca, a 23 de Julio de 2020

**ANEXO 7/ PRESENTACIÓN
UTILIZADA EN TALLERES
PARTICIPATIVOS Y REUNIONES
MULTINIVEL**

ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO

FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL DESARROLLO METODÓLOGICO DE POLÍTICAS REGIONALES

INFORME 2

Estrategia de Turismo de la Región del Maule

ETAPA 3/ *Determinación de la solución al problema*

ETAPA 4/ *Explicitación de la política pública*

TALLER PARTICIPATIVO

JUNIO 2020



0

OBJETIVO

OBJETIVOS

La actividad tiene como objetivos:

- Presentar la propuesta de Política Pública de Turismo para la Región del Maule.
- Contrastarla con los agentes regionales.
- Recopilar aportaciones y contribuciones para la elaboración de la versión definitiva de la Política.

1

ANÁLISIS DE FUERZAS COMPETITIVAS DEL TERRITORIO Y DEL SECTOR TURISMO DEL MAULE

Diamantes de fuerzas competitivas de Porter

TURISMO REGIÓN DEL MAULE

FUERZAS COMPETITIVAS DEL TERRITORIO

MAULE

DIAMANTE DEL TERRITORIO

FACTORES PRODUCTIVOS

- ✓ Especialización agroindustrial
- ✓ Alojamiento y servicios de comida ha crecido 64,51% (2012/2018)
- ✓ Universidad y Centros Tecnológicos para aumentar la cualificación del capital humano
- ✓ Centros de capacitación e investigación
- ✓ Nativos digitales capaces de abordar la digitalización empresarial en la región

- ✓ Bajo levantamiento de información
- ✓ Baja innovación
- ✓ Baja introducción de tecnologías en producción y servicios

CONTEXTO, ESTRATEGIA Y COMPETENCIA

- ✓ Economía regional evolucionando hacia los servicios
- ✓ Región en transición bioclimática
- ✓ Existencia de alimentos bio saludables en la región
- ✓ Diversidad atractivos turísticos (Flora y fauna endémica)
- ✓ Planes de Gobierno (ERD, ERI, Estrategia Turismo)
- ✓ 73,22% de la población vive en áreas urbanas

- ✓ Escasez hídrica
- ✓ Tasa de empleo menor que la media nacional
- ✓ Infraestructuras deficientes para conectividad digital
- ✓ Bajo nivel de tecnologías para servicios de sustentabilidad (agua, basuras, etc.)

INDUSTRIAS DE SOPORTE Y RELACIONADAS

- ✓ Infraestructuras para el desarrollo de la economía de los servicios (Buena conexión logística entre puertos, Pasos fronterizos, el Ramal, etc.)
- ✓ Accesibilidad a las TICs una vez la infraestructura de fibra óptica esté disponible

- ✓ Carencia de cualificación del capital humano para los servicios
- ✓ Predominancia de pequeñas y micro empresas
- ✓ Alta informalidad
- ✓ Existencia de intermediarios informales

CONDICIONES DE LA DEMANDA

- ✓ Ubicación en zona turística Centro Sur de Chile
- ✓ Cercanía al mercado nacional emisor de turistas
- ✓ Demanda internacional del tipo de turismo que el Maule puede ofrecer (naturaleza, enoturismo, etc.)
- ✓ Países que demandan los productos orgánicos de la región

- ✓ Región intensiva en actividades económicas de carácter primario
- ✓ Carencia de cultura para atraer y desarrollar la economía de servicios
- ✓ Baja sofisticación de la oferta turística

2

**ANÁLISIS DE FORTALEZAS,
OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y
AMENAZAS DEL SECTOR TURISMO DEL
MAULE**
Análisis FODA

TURISMO REGIÓN DEL MAULE



FUERZAS COMPETITIVAS DEL SECTOR TURISMO

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">Ubicación en el Centro Sur de Chile entre regiones emisoras de flujos de viajeros (O'Higgins, Valparaíso, Metropolitana de Santiago y Bío Bío).Diversidad de recursos paisajísticos (cordillera-costa) para el desarrollo de actividades turísticas.Diversidad de diversidades biológicas (alto endemismo), por ello la WWF lo considera como hotspot de biodiversidad desde 1997.Diversidad de atractivos turísticos (Rutas del vino, Reservas Nacionales, áreas de cordillera, Ramal ferroviario, patrimonio arqueológico, entre otros).Eje estratégico de movilidad (Paso Pehuenche) internacional con Argentina.	<ul style="list-style-type: none">Crecimiento de segmentos de demanda de turismo experiencial compatible con el modelo de turismo que el Maule tiene el potencial de ofrecer.Diversificación de potenciales segmentos de mercado nacionales e internacionales de interés para el Maule.Fuerte tendencia global de crecimiento de los movimientos de personas con objeto de realizar turismo.Viajeros hiperconectados y que demandan realizar la contratación de sus viajes y servicios turísticos mediante internet.Cualificación del capital humano en el medio rural para que desarrollen su actividad profesional sin migrar al entorno urbano.Desarrollo de inversiones, soluciones tecnológicas y servicios para impulsar la sostenibilidad del turismo regional.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">Alta estacionalidad.Carencia de oferta de servicios de entretenimiento, ocio, salud y bienestar, y de actividades deportivas, entre otros, para su comercialización en las diferentes estaciones del año, evitando la estacionalidad.Carencia de planificación urbana a nivel municipal para extender un estilo de construcción característico de la región.Carencia de planificación (basuras, aguas, baños) para absorber la carga de visitantes en eventos puntuales (ferias, fiestas, etc.).La brecha digital que deja fuera de la actividad turística a muchas Mipymes.Falta de capital humano profesionalizado para el turismo.Carencia de oferta educativa y formativa para el capital humano del turismo.Ecosistemas público-privados muy poco experimentados en el trabajo asociativo y colaborativo para el turismo.	<ul style="list-style-type: none">Carencia de una visión clara sobre las prioridades en las que invertir para el desarrollo de la actividad turística de la región.Cambio climático y su impacto sobre los recursos hídricos, cada vez más complejo el escenario en la región.La migración progresiva del capital humano desde el medio rural hacia el medio urbano.Existencia de fenómenos coyunturales que pueden incidir en el desarrollo de la actividad turística (como por ejemplo el virus COVID-19 o los terremotos, entre otros).Dificultades culturales para la transferencia de capacidades al capital humano de zonas rurales en materias como tecnologías de producción, comercialización, gestión de mercados y aportación de valor añadido a los servicios turísticos.

3

**DETERMINACIÓN DE LA SOLUCIÓN AL
PROBLEMA**

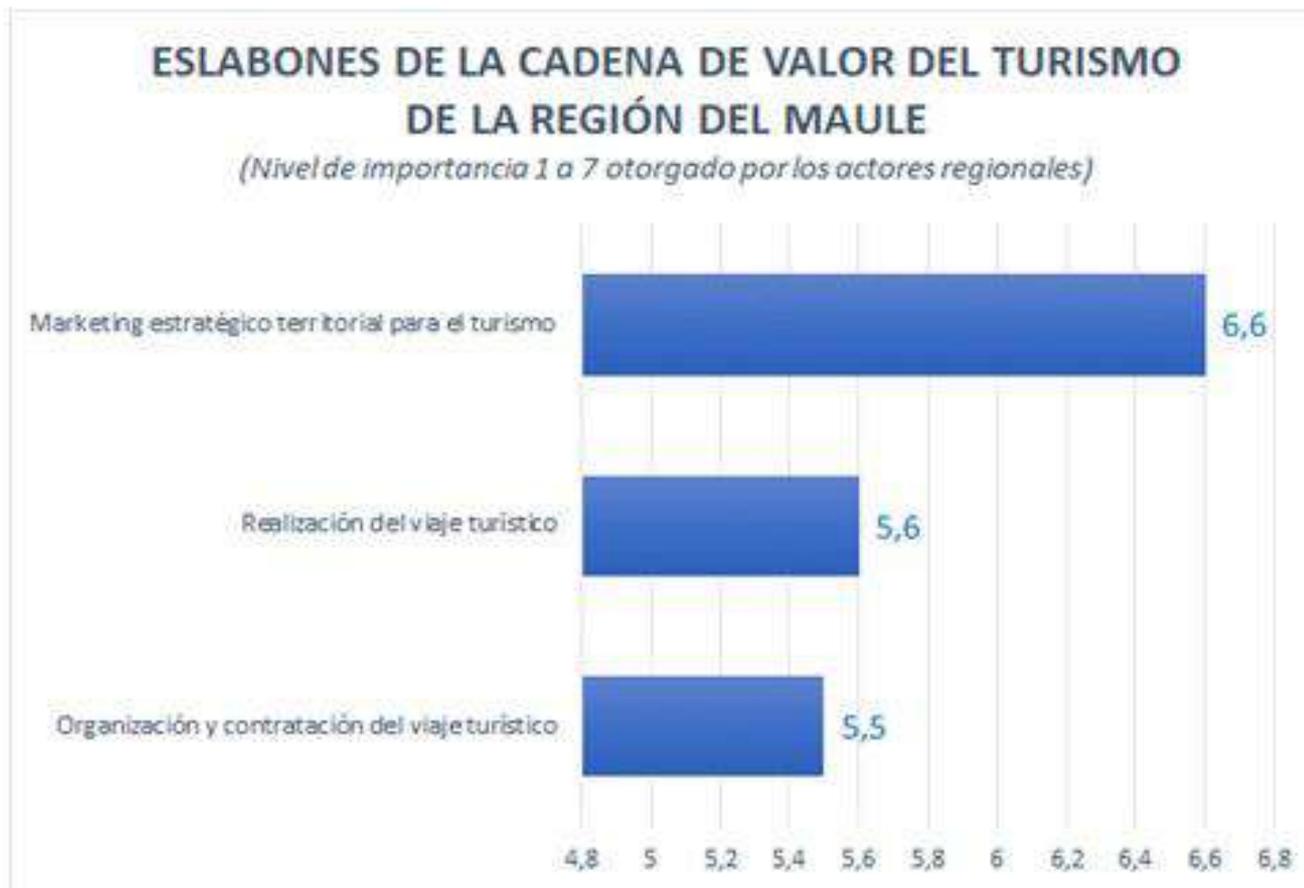
*Identificación y formulación de alternativas de
solución*

TURISMO REGIÓN DEL MAULE

CADENA DE VALOR



Los actores consideran de una mayor importancia para el desarrollo del turismo de la Región del Maule el
“Marketing Estratégico territorial para el turismo”



Oferta de turismo regional que se debe priorizar para su desarrollo y comercialización

TIPOS DE TURISMO CONSIDERADOS PRIORITARIOS	JUSTIFICACIÓN
ENOTURISMO	<ul style="list-style-type: none">Alta demanda de este tipo de turismo a nivel nacional e internacionalSegmento de alta capacidad adquisitivaCapacidad tractora sobre otras actividades relacionadas (gastronomía, alojamiento, actividades culturales, etc.)Buena imagen del vino del MauleComplementariedad con actividades gastronómicas saludables
TURISMO DE AVENTURA Y NATURALEZA	<ul style="list-style-type: none">Recursos naturales (Parques y Reservas Naturales) de alto valor natural.Alta demanda de este tipo de turismo a nivel nacional e internacionalSub-segmentos especializados de alta capacidad adquisitiva (avistamiento de pájaros “bird watching”)Complementariedad con actividades gastronómicas saludables
TURISMO DEPORTIVO	<ul style="list-style-type: none">Potencial de desarrollar servicios especializados para nuevos deportes (ciclismo, escalada, kayak, etc.)Nichos de mercado muy específicos y de alto potencial de actividadActividad desestacionalizada que se demanda en todas las estaciones del año.Complementariedad con actividades gastronómicas saludables
TURISMO DE BIENESTAR Y SALUD	<ul style="list-style-type: none">Potencial de desarrollar nuevos servicios de alto valor añadido (cosméticos, wellness, relajación, actividades formativas, etc.)Existencia de capacidades en la región (termas) aunque con necesidades de reconversión para adaptarse a segmentos de mayor poder adquisitivoExistencia de segmentos de mercado de alto nivel adquisitivo con una alta demanda de este tipo de actividadesComplementariedad con actividades gastronómicas saludables

Se propone establecer un

ICONO

*de los atractivos turísticos de la Región
que contribuya a generar un impacto de imagen relacionando al Maule
con un atractivo de fuerte personalidad*

Enoturismo

Parques y Reservas Naturales de la región

Actividades de la cadena de valor de importancia para el desarrollo del turismo
“Planificación del territorio”

“El posicionamiento y comunicación del Maule como destino turístico”
“Capital humano regional”



EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

Alternativas priorizadas relacionadas con la “Planificación del Territorio”

ALTERNATIVA 5: Habilitación de un Programa financiado con el FNDR para financiar el despliegue en el territorio de la fibra óptica.

ALTERNATIVA 7: Elaborar y realizar un Plan de Marketing Territorial para el turismo del Maule.

ALTERNATIVA 1: Modelo de Gobernanza de la Política pública del turismo, integrada por un Directorio, una Secretaría Técnica y Grupos de Trabajo.



EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

Alternativas priorizadas relacionadas con la “Posicionamiento y comunicación del Maule como destino turístico”

ALTERNATIVA 17: Campaña de concienciación social sobre cultura del turismo.

ALTERNATIVA 21: Programa de financiamiento de la innovación y la aplicación tecnológica de servicios turísticos.

ALTERNATIVA 22: Programa de financiamiento de tecnologías de sostenibilidad para el turismo.



EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

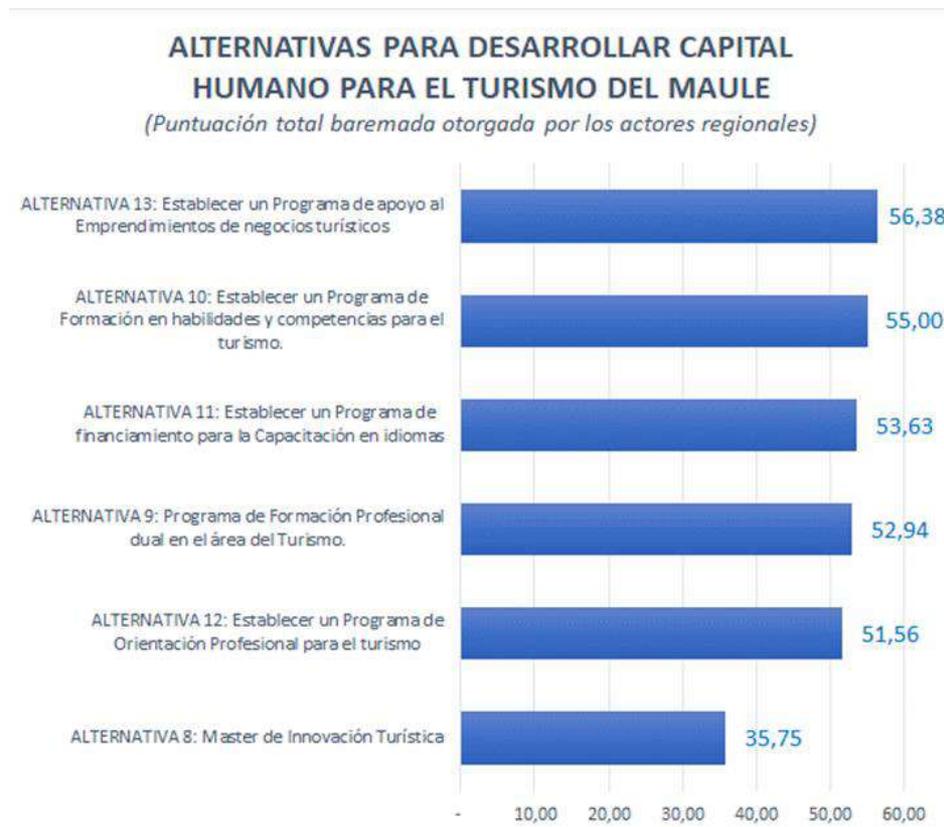
Alternativas priorizadas relacionadas con la “Desarrollo del Capital Humano para el turismo”

ALTERNATIVA 13: Establecer un Programa de apoyo al Emprendimientos de negocios turísticos.

ALTERNATIVA 10: Establecer un Programa de Formación en habilidades y competencias para el turismo.

ALTERNATIVA 11: Establecer un Programa de financiamiento para la Capacitación en idiomas.

ALTERNATIVA 9: Programa de Formación Profesional dual en el área del Turismo



Alternativas priorizadas relacionadas con la “abordar el impacto de la pandemia de la COVID-19”

ALTERNATIVA 15: Elaborar un estudio de nuevas tendencias, estándares sanitarios, protocolos y modelos de negocio surgidos a nivel internacional después de la pandemia COVID-19

ALTERNATIVA 16: Subsidios para reconversión de los modelos de negocio turísticos

4

EXPLICITACIÓN DE LA POLÍTICA

Ejes y objetivos estratégicos

EXPLICITACIÓN DE LA POLÍTICA

EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS
<p>EJE 1/ Desarrollo del territorio para el avance de la Región del Maule como destino turístico.</p>	<p>OBJETIVO 1.1/ Implementar una Mesa de Coordinación para la implementación de la fibra óptica.</p> <p>OBJETIVO 1.2/ Elaborar e implementar un Plan de Marketing para el territorio, incluyendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La “política de producto” es decir, los productos y servicios que el Maule va a ofrecer a cada segmento. Priorización de los destinos icono. • La “política de comunicación” es decir, los destinatarios objetivo, y los contenidos y los medios de comunicación para cada segmento. • La “política de distribución” es decir, determinar el lugar en que se va a concretar las ventas con los turistas en cada segmento (tour operadores, la web, hoteles, prescriptores, blogs, etc.). • Plan de Promoción Digital. <p>OBJETIVO 1.3/ Crear un Observatorio de Inteligencia Competitiva para el Turismo.</p> <p>OBJETIVO 1.4/ Invertir en la mejora de las infraestructuras en Pasos Pehuenche y Vergara.</p> <p>OBJETIVO 1.5/ Implementar una Mesa de Gobernanza para la implementación de una estrategia territorial de desarrollo competitivo del turismo regional.</p>
<p>EJE 2/ Calidad y sustentabilidad para el impulso competitivo de las empresas turísticas de la Región del Maule.</p>	<p>OBJETIVO 2.1/ Desplegar una Red de Oficinas de Información Turística.</p> <p>OBJETIVO 2.2/ Diseñar y crear un Mapa Georeferencial de destinos turísticos de la Región del Maule.</p> <p>OBJETIVO 2.3/ Crear una Web oficial “Turismo en la Región del Maule”.</p> <p>OBJETIVO 2.4/ Ayudar a las empresas a la aplicación de la innovación y las tecnologías turísticas.</p> <p>OBJETIVO 2.5/ Ayudar a mejorar la Calidad y la Sustentabilidad de las empresas turísticas.</p>
<p>EJE 3/ Desarrollo del Capital Humano del Maule para el turismo</p>	<p>OBJETIVO 3.1/ Ayudar al desarrollo de los emprendimientos turísticos.</p> <p>OBJETIVO 3.2/ Capacitar en el área turística a las autoridades y los actores institucionales de la región.</p> <p>OBJETIVO 3.3/ Ayudar a los jóvenes estudiantes a realizar intercambios internacionales con otras regiones muy turísticas del mundo para estudiar y realizar prácticas.</p> <p>OBJETIVO 3.4/ Crear una Escuela de Turismo.</p> <p>OBJETIVO 3.5/ Capacitar en idiomas.</p> <p>OBJETIVO 3.6/ Desarrollar la formación profesional dual en el área del turismo.</p>
<p>EJE 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19.</p>	<p>OBJETIVO 4.1/ Estudiar tendencias, estándares sanitarios, protocolos y modelos de negocio surgidos a nivel internacional después de la pandemia COVID-19.</p> <p>OBJETIVO 4.2/ Ayudar y asesorar a las empresas afectadas por la COVID-19 para implementar soluciones de recuperación.</p>

5

RATIFICACIÓN DE LA POLÍTICA POR EL CORE

Atendiendo a la metodología del proyecto se propone al CORE la ratificación de este

Informe 2: determinación de la solución al problema del turismo de la Región del Maule

infyde iD

infyde@infyde.eu



ANEXO 8/ACTAS DE REUNIONES CON LA CONTRAPARTE



**ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA
REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO
FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL
DESARROLLO METODÓLOGICO DE POLÍTICAS
REGIONALES**

**ACTA
REUNIÓN 1 CON LA CONTRAPARTE**

infyde iD

17 de Enero de 2020

1/ REUNIÓN 1 CON CONTRAPARTE

La reunión 1 con la contraparte tiene como objetivo coordinar las acciones del proyecto. Se ha celebrado en fecha de 17 de Enero de 2020.

Han **participado los siguientes agentes**.

REUNIÓN 1 CON CONTRAPARTE		
Asistió	Nombre de usuario	Correo electrónico
Sí	ERIKA GONZALEZ	egonzalez@goremaule.cl
Sí	VICTORIA VALENZUELA	vvalenzuela@goremaule.cl
Sí	PAULINA MOLNAR	pmolnar@goremaule.cl
Sí	PAULINA RAMIREZ	pramirez@goremaule.cl
Sí	JAIME DEL CASTILLO	jaimedelcastillo@infyde.eu
Sí	CARLOS DIEZ	carlosdiez@infyde.eu

Las **conclusiones** de la reunión han sido las siguientes:

- INFYDE ha presentado el Plan de Trabajo detallado del proyecto.
- El GORE ha destacado los siguientes puntos:
- El atractivo del turismo de la región está basado en una diversidad, en el Turismo rural, en las Fiestas costumbristas, en las Iglesias, etc.
- Resulta necesario armar una oferta turística regional, ya que el turismo en la región está cero. La oferta turística no es de calidad. La oferta gastronómica no da seguridad alimentaria. Hay que armarlo.
- La Estrategia Regional de Innovación incluye una línea de trabajo en el ámbito del turismo.
- Existe una carencia de calidad de los servicios turísticos de la región. Los guías presentan déficits de conocimiento de la historia regional y no pueden ofrecer una buena experiencia a los turistas extranjeros.

- Es necesario habilitar internet de buena calidad, porque la conexión es mala. Hay un proyecto nacional de fibra óptica, que se va a desplegar en la región en los próximos años.
- El GORE necesita una Política Pública de Turismo de buena de calidad que les permita partir en la promoción del sector.
- El desarrollo de las infraestructuras debería estar contemplado en la Política de Turismo.
- También se considera de interés el desarrollo de la educación para el capital humano regional. No hay carrera de innovación ni de turismo en la región.
- La región tiene atributos potencialmente atractivos para el turismo, como lugares en los que sucedieron hitos históricos, ya que la región fue centro del proceso de independencia. Al turismo nacional le gusta.
- En la cordillera hay un valle ufológico. Es como una meseta que tiene las piedras iguales y da la sensación de que es una pista de aterrizaje. También hay petroglifos, pero muy difícil de llegar.
- Los PLADETUR presentan los recursos turísticos y las áreas de mejora. Presentan unas tablas que indican todos los recursos existentes y las infraestructuras necesarias a desarrollar.
- SERNATUR establece 4 líneas de turismo:
 - Enoturismo
 - Turismo naturaleza (turismo rural).
 - Turismo patrimonial
 - Turismo aventura (teniendo en cuenta que Chile ha sido reconocido como turismo aventura)
- Hay mucho alojamiento informal.
- INDAP apoya el turismo rural.
- El turismo no se da en función de una ciudad grande. Está orientado al turismo rural.

- La región es mala para la asociatividad. En Curicó si tienen alguna experiencia de asociatividad. Existe la Ruta del vino.

En Talca, a 17 de Enero de 2020



**ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA
REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO
FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL
DESARROLLO METODÓLOGICO DE POLÍTICAS
REGIONALES**

**ACTA
REUNIÓN 2 CON LA CONTRAPARTE**

infyde iD

10 de Marzo de 2020

1/ REUNIÓN 2 CON CONTRAPARTE

La reunión 2 con la contraparte tiene como objetivo coordinar las acciones del proyecto. Se ha celebrado en fecha de 10 de Marzo de 2020

Han **participado los siguientes agentes.**

REUNIÓN 2 CON CONTRAPARTE		
Asistió	Nombre de usuario	Correo electrónico
Sí	ERIKA GONZALEZ	egonzalez@goremaule.cl
Sí	VICTORIA VALENZUELA	vvalenzuela@goremaule.cl
Sí	PAULINA MOLNAR	pmolnar@goremaule.cl
Sí	PAULINA RAMIREZ	pramirez@goremaule.cl
Sí	JAIME DEL CASTILLO	jaimedelcastillo@infyde.eu
Sí	CARLOS DIEZ	carlosdiez@infyde.eu

Las **conclusiones** de la reunión han sido las siguientes:

- INFYDE ha presentado la planificación del trabajo para la realización de los próximos pasos del proyecto.
- El GORE ha incidido en la importancia de ampliar el número de beneficiarios a los que se invitará a las Sesiones de Capacitación.
- Se acuerda establecer las próximas sesiones de capacitación para la segunda quincena de marzo y la primera quincena de abril de 2020.
- INFYDE informa sobre los avances en el proceso de elaboración del diagnóstico de situación del sector turístico de la Región del Maule.
- El GORE informa que la interlocución con la contraparte técnica se realizará con Victoria Valenzuela.

En Talca, a 10 de Marzo de 2020



**ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA
REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO
FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL
DESARROLLO METODÓLOGICO DE POLÍTICAS
REGIONALES**

**ACTA
REUNIÓN 3 CON LA CONTRAPARTE**

infyde iD

11 de Junio de 2020

1/ REUNIÓN 3 CON CONTRAPARTE

La reunión 3 con la contraparte tiene como objetivo coordinar las acciones del proyecto. Se ha celebrado en fecha de 11 de Junio de 2020.

Han **participado los siguientes agentes**.

REUNIÓN 3 CON CONTRAPARTE		
Asistió	Nombre de usuario	Correo electrónico
Sí	ERIKA GONZALEZ	egonzalez@goremaule.cl
Sí	VICTORIA VALENZUELA	vvalenzuela@goremaule.cl
Sí	PAULINA MOLNAR	pmolnar@goremaule.cl
Sí	PAULINA RAMIREZ	pramirez@goremaule.cl
Sí	JAIME DEL CASTILLO	jaimedelcastillo@infyde.eu
Sí	CARLOS DIEZ	carlosdiez@infyde.eu

Las **conclusiones** de la reunión han sido las siguientes:

- INFYDE y el GORE analizan el impacto que la pandemia de la COVID-19 ha tenido sobre la evolución del proyecto.
- Se analiza la situación derivada de la suspensión temporal del proyecto aprobada debido a la situación de confinamiento por la pandemia de la COVID-19.
- El GORE ofrece la posibilidad de solicitar una prórroga para el desarrollo del proyecto hasta su finalización, de tal forma que ello permita la realización de todas las actividades previstas.
- INFYDE presenta una propuesta de Carta Gantt en la que establece una serie de fechas tentativas para la realización de los Talleres Participativos, de las Sesiones de Capacitación, de las Reuniones Multinivel y del resto de actividades del proyecto, dentro del marco establecido por el período previsto del proyecto.

- Según la Carta Gantt propuesta por INFYDE, el proyecto finalizaría el 18 de Agosto de 2020, habiendo realizado para dicha fecha todas las acciones previstas en el proyecto.
- Según la Carta Gantt prevista por INFYDE, a fecha de la celebración de esta reunión de coordinación, no resultaría necesario de momento la solicitud de una prórroga del contrato.
- El GORE e INFYDE deciden implementar la Carta Gantt propuesta, y analizar la evolución de la implementación de las acciones, para tomar medidas correctivas en el calendario en el caso en que fuera necesario.

En Talca, a 11 de Junio de 2020



**ANÁLISIS DEL PROBLEMA DE LA POLÍTICA PÚBLICA
REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO
FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL
DESARROLLO METODÓLOGICO DE POLÍTICAS
REGIONALES**

**ACTA
REUNIÓN 4 CON LA CONTRAPARTE**

infyde iD

13 Agosto de 2020

1/ REUNIÓN 4 CON CONTRAPARTE

La reunión 4 con la contraparte tiene como objetivo coordinar las acciones del proyecto. Se ha celebrado en fecha de 13 de Agosto de 2020.

Han **participado los siguientes agentes**.

REUNIÓN 4 CON CONTRAPARTE		
Asistió	Nombre de usuario	Correo electrónico
Sí	ERIKA GONZALEZ	egonzalez@goremaule.cl
Sí	VICTORIA VALENZUELA	vvalenzuela@goremaule.cl
Sí	PAULINA MOLNAR	pmolnar@goremaule.cl
Sí	JAIME DEL CASTILLO	jaimedelcastillo@infyde.eu
Sí	CARLOS DIEZ	carlosdiez@infyde.eu

Las **conclusiones** de la reunión han sido las siguientes:

- INFYDE y el GORE analizan los pasos a dar para la entrega de los Informes finales del proyecto.
- El GORE solicita una versión atractiva del tríptico, para que las copias impresas sirvan como instrumento de difusión de los contenidos de la Política Pública de Turismo del Maule a las empresas, las instituciones y a la sociedad en general.
- El GORE solicita la presentación de cartas conductoras individualizadas para cada uno de los Informes entregables que se presentarán.
- INFYDE informa que el 18 de Agosto se presentarán todos los Informes cuya entrega está planificada para dicha fecha, atendiendo de esta forma a los plazos establecidos en el contrato y en la Carta Gantt.

En Talca, a 13 de Agosto de 2020