



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

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

**Política Pública de Turismo de la
Región del Maule**

RESUMEN EJECUTIVO

Agosto 2020

Índice

0/ OBJETIVO Y ENFOQUE METODOLÓGICO	1
ETAPA 3/ DETERMINACIÓN DE LA SOLUCIÓN AL PROBLEMA	3
ETAPA 4/ EXPLICITACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA	9
ETAPA 5/ ETAPA DE IMPLEMENTACIÓN Y EJECUCIÓN	11
ETAPA 6/ ETAPA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA	14

0/ OBJETIVO Y ENFOQUE METODOLÓGICO

El objetivo de este proyecto 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)

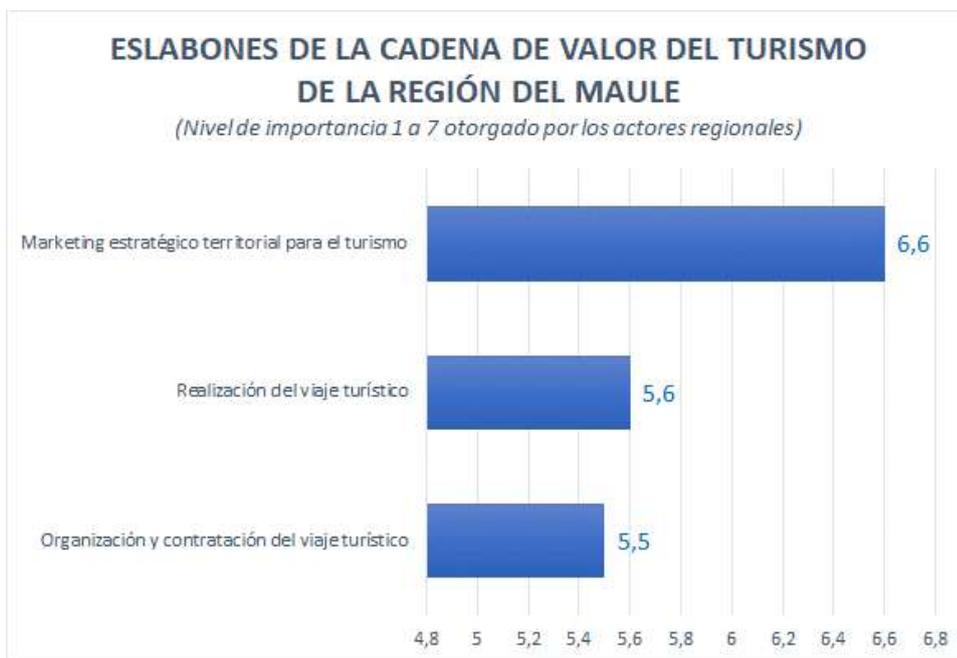
CICLO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS ¹	
ETAPAS Y PASOS DESARROLLADOS EN ESTE INFORME	
ETAPAS	PASOS
Etapa 5/ Etapa de implementación y ejecución de la política pública	Paso 1/ Identificación de las intervenciones existentes.
	Paso 2/ Fomulación de la cartera de proyectos.
	Paso 3/ Resguardo de la coherencia 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.

ETAPA 3/ DETERMINACIÓN DE LA SOLUCIÓN AL PROBLEMA

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 1: 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 2: 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 trectora 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, surf, pesca con mosca, pesca deportiva en precordillera y costa, 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). Las termas de la región afrontan el reto de invertir en su modernización para ofrecer instalaciones y paquetes de servicios de bienestar, spa y salud adecuados para abordar la demanda de los segmentos de mayor poder adquisitivo. • Existencia de segmentos de mercado de alto nivel adquisitivo (Profesionales urbanos, europeos, familias de clase media y alta, etc.) con una alta demanda de este tipo de actividades y de productos de cosmética y spa. • 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 2: 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 planteadas²**.

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 3: 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

² Ver Anexo 3/ Tabla de jerarquización de alternativas planteadas

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 4: 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

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 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.

Gráfico 5: 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

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">• Apoyo y asesoramiento a las empresas para implementar soluciones de competitividad e innovación, como instrumento para reconvertir los modelos de negocio turísticos y adaptarlos a los nuevos retos de mercado post COVID-19.

Fuente: elaboración de INFYDE con datos de las entrevistas a actores regionales relacionados con el turismo

ETAPA 4/ EXPLICITACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA

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 **escasa 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 **apoyar a las empresas turísticas para superar el impacto de la pandemia de la COVID-19**.

RESUMEN EJECUTIVO. Política Pública de Turismo de la Región del Maule

Enunciado de la política pública de turismo y sus iniciativas

Tabla 3: 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 Vergara³.</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/ Apoyar a las empresas a la aplicación de la innovación y las tecnologías turísticas.</p> <p>OBJETIVO 2.5/ Apoyar 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/ Apoyar 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/ Apoyar 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/ Apoyar 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

³ Vergara es un paso que, si bien no está urbanizado en la actualidad, si es utilizado por una gran cantidad de turistas, y por ello los negocios de la zona demandan la mejora de sus infraestructuras. El objetivo de esta iniciativa es invertir en su mejora para facilitar la sostenibilidad de la zona, formalizar la actividad turística en el entorno, y promover el desarrollo de los servicios turísticos sostenibles alrededor de dicho paso.

ETAPA 5/ ETAPA DE IMPLEMENTACIÓN Y EJECUCIÓN

La **implementación de la Política Pública de Turismo** requiere de una **estimación presupuestaria**, que se presenta a continuación.

Tabla 4: 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 ⁴
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	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	\$121.800.000	Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)

⁴ 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 predeterminedar 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.

RESUMEN EJECUTIVO. Política Pública de Turismo de la Región del 12
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 FINANCIAMIENTO⁴
empresas turísticas de la Región del Maule	Maule		
	PROYECTO 8: Página Web oficial "Turismo en la Región del Maule"	\$146.000.000	Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)
	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)
	PROYECTO 17: Estudio de tendencias y nuevos modelos de negocio turístico post COVID-19	\$110.000.000	Fondos propios del Gobierno Regional.
EJE ESTRATÉGICO 4/ Recuperación turística tras el impacto de la COVID-19	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.

RESUMEN EJECUTIVO. Política Pública de Turismo de la Región del 13
Maule

Tabla 5: 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	

ETAPA 6/ ETAPA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA

El objetivo es establecer los **indicadores de impacto y de producto**⁵ 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 6: Indicadores de impacto de la política pública de la Región del Maule

TIPO DE INDICADOR	INDICADOR	SITUACIÓN ESPERADA 2020-2025 ⁶
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%
	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:

⁵ 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.

⁶ Año base para el cálculo de los porcentajes de incremento será el 2019 o el año más próximo a 2019.

RESUMEN EJECUTIVO. Política Pública de Turismo de la Región del Maule

Tabla 7: 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