

SERNATUR
Región Metropolitana

Ministerio de
Economía, Fomento
y Turismo



SANTIAGO
juntos mejor región

PLAN DE ACCIÓN REGIÓN METROPOLITANA SECTOR TURISMO 2014 - 2018

Servicio Nacional de Turismo-Chile



ÍNDICE

I. Introducción	2
II. Antecedentes generales nacional e internacional	4
El Turismo en el mundo	
El Turismo en Chile	
III. Antecedentes generales de la Región Metropolitana	14
IV. El turismo en la Región Metropolitana de Santiago	22
Caracterización de la RMS	
Atractivos turísticos de la RMS	
Planta turística de la RMS	
Empleo	
Destinos priorizados Foco Destino	
Caracterización de los Destinos	
V. Caracterización de la demanda actual	53
VI. Definición estratégica de acción regional	58
Lineamientos Estratégicos	
Brechas por componentes y Focos Destinos	
ZOIT, ASPE y Comité Seremis de Turismo	
Componentes del Plan	

I. INTRODUCCIÓN

La Región Metropolitana de Santiago es el principal núcleo urbano del país, aportando el 43% del PIB nacional (\$MM 27.731.486)¹. Es su capital política y administrativa y constituye el principal centro político, social, económico, financiero, de gestión y servicios – entre los que se destacan los educativos y médicos - de todo el país, recibiendo por este motivo una gran afluencia de visitantes nacionales y extranjeros durante todo el año. En ella habitan más de 6 millones de habitantes siendo la principal puerta de entrada de los visitantes internacionales a Chile a través de su aeropuerto internacional, Arturo Merino Benítez.

La Región Metropolitana de Santiago posee una oferta turística amplia y variada, ofreciendo productos relacionados al turismo cultural y patrimonial; de naturaleza y aventura; enoturismo y gastronomía; de negocios, convenciones y reuniones; cicloturismo urbano y de montaña; de nieve; educativo; de compras y lujo y grandes eventos.

En relación al turismo de negocios y reuniones, la ciudad de Santiago es un destino de competitividad creciente para la realización de congresos, conferencias y seminarios, por variadas razones. Entre las más importantes se encuentran que es un destino seguro; que dispone de una amplia oferta de servicios complementarios; adecuada conectividad aérea; recursos humanos especializados; una variada oferta de actividades pre y post evento y una infraestructura de centros que presentará importantes incrementos en el medio plazo. De acuerdo al último ranking de la International Congress & Convention Assoc., ICCA, del año 2014, Santiago se ha situado en 2° lugar a nivel americano por el número de congresos realizados.

Además su localización presenta notorias oportunidades; así, el hecho que la ciudad se levante a pie de monte de la cordillera de los Andes le permite ofrecer la posibilidad de practicar actividades de montaña y naturaleza prácticamente dentro de la ciudad y deportes de invierno en centros de esquí de categoría internacional (Valle Nevado, La Parva, El Colorado y Farellones) a unos pocos kms. de la ciudad. Esta inmediatez posibilita disponer de una serie de parques y zonas protegidas, públicas y privadas, donde es posible practicar actividades de turismo aventura de pre-cordillera, entre ellas trekking, bike de montaña y cabalgatas, muchas de ellas accesibles por medio del transporte público urbano. Del mismo modo, a escasos kilómetros al sureste de la cordillera, se localiza el valle denominado Cajón del Maipo y la comuna de Pirque. En el Cajón del Maipo se cuenta con zonas de excursión, picnic y una variada oferta

gastronómica, junto a una serie de prestadores que ofrecen actividades de turismo aventura como trekking, cabalgatas, rafting, canopy, cayoning, hidrotrineo, recorridos off road, escalada en roca, y otras, allí también se encuentra el centro de nieve Lagunillas, el Monumento Natural El Morado y pueblos típicos como San José de Maipo, San Alfonso y San Gabriel, y las termas del Plomo y Baños Morales. En Pirque, por su parte, se encuentra la Reserva Nacional Río Clarillo, que es la más visitada de todo el país, 89.699 excursionistas (2014).

En términos de cultura y patrimonio, en la Región Metropolitana de Santiago se celebran aún arraigadas fiestas populares de origen religioso. Entre ellas se destacan las de Cuasimodo, Semana Santa y la de la Virgen del Carmen. Esta última se realiza el 16 de julio en el Tempo Votivo de Maipú, con bailes de cofradías, o bailes “chinos” y cantos a la Virgen.

El destino Valle del Maipo es, por su parte, la zona vitivinícola más antigua de Chile, dado que fue allí donde los conquistadores españoles plantaron los primeros viñedos, y uno de los tres valles nacionales con denominación de origen; cuenta con 62 bodegas, de las cuales en 23 -no sólo las clásicas grandes viñas tradicionales, sino en pequeñas viñas boutique-, se realizan variadas actividades de enoturismo.

II. ANTECEDENTES GENERALES TURISMO NACIONAL E INTERNACIONAL

1.- TURISMO MUNDIAL Y PERSPECTIVAS FUTURAS

El turismo ha sido denominado como “la tercera fuerza” por el efecto productor de riqueza de esta actividad. Actualmente es una de las industrias de más rápido crecimiento, contribuye significativamente a la economía y es un importante motor del progreso socioeconómico, a través de la creación de empleos, empresas, emprendimientos, infraestructura y ganancias de exportaciones.

A nivel mundial, en el año 2014 las llegadas internacionales ascendieron a 1.138 millones de turistas, un 4,7% más que el 2013, y ese año las llegadas internacionales ya habían aumentado un 5,0% respecto del 2012, y el 2012 había mostrado un incremento de un 4,1% respecto de 2011. De acuerdo a los datos disponibles sobre ingresos generados por la actividad turística internacional para el año 2013, estos estarían en sintonía con la tendencia positiva de las llegadas. Durante el 2013 ascendieron a US\$ 1.159 miles de millones, con un crecimiento del 5,3% respecto de 2012.

En la actualidad, el turismo constituye un 3% del PIB mundial y genera el 3% del empleo en forma directa. Estas cifras aumentan sustancialmente si consideramos los efectos indirectos que produce el turismo sobre otras industrias, alcanzando, de esta manera, un 9% del PIB mundial y un 9% del empleo, lo cual corrobora la idea de que la industria turística es uno de los mayores empleadores del mundo, dando trabajo a 1 de cada 11 personas.

Dado el crecimiento que han mostrado diversas economías emergentes en los últimos años, uno de los principales desafíos de la actividad turística ha sido captar nuevos mercados como lo son Brasil, China, India y Rusia. China se ha transformado en el caso más emblemático de los países emergentes, logrando posicionarse en los años 2011 y 2012 como el tercer destino más visitado en el mundo (relevando a España de esa posición), situándose el año 2013 en el cuarto lugar con 55,7 millones de llegadas internacionales, y también, a nivel emisor, China se posiciona como el tercer país con mayor nivel de gastos por turismo internacional (superando a Francia y al Reino Unido).

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT)¹, y considerando el análisis previo, se puede afirmar entonces que el Turismo ha evolucionado a un fenómeno global, convirtiéndose en una de las actividades económicas y sociales más importantes de nuestro tiempo.

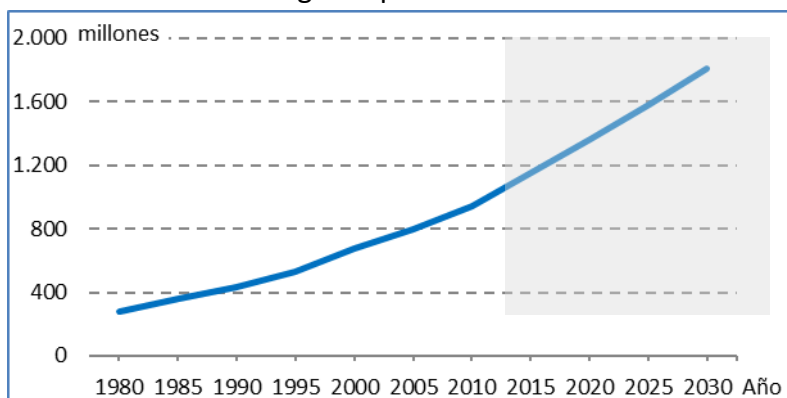
De acuerdo a proyecciones realizadas por la OMT, se espera que las próximas dos décadas sean de un crecimiento sostenido para la actividad turística². Las llegadas de turistas internacionales aumentarán en un promedio de 43 millones al año, entre 2010 y 2030 (Gráfico 1).

¹ <http://www.e-unwto.org/content/w45127/?p=4a732298987a413f89f1035c80743b4b&pi=1>

² <http://mkt.unwto.org/en/barometer>

A este ritmo de crecimiento a nivel mundial, en el año 2012 se superó por primera vez la marca de mil millones de personas según información aportada por la OMT. En 2030, se prevé llegar a 1.800 millones de personas o más si se continúa con esta tendencia, lo que significa que en las próximas dos décadas, más de 500 millones de personas cruzarán las fronteras internacionales motivados por ocio, negocios u otros propósitos, tales como visitas a amigos y familiares.

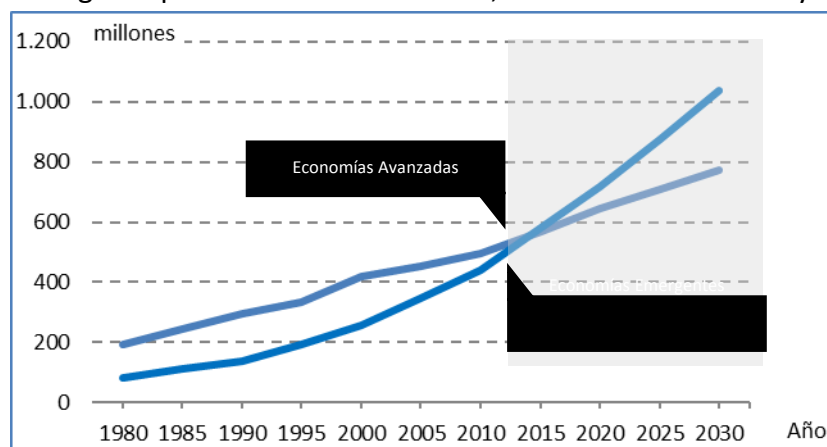
Gráfico N° 1 Llegadas por turismo internacional



Fuente: Tourism towards 2030, World Tourism Organization (OMT)

También habrá cambios mucho más allá de los números. Las llegadas futuras se extienden más ampliamente en todo el mundo, la participación en el turismo internacional de las economías emergentes superarán a las economías avanzadas, y muchas de las nuevas llegadas serán a destinos en Asia, América Latina, Europa Central y del Este, África y Medio Oriente (Gráfico 2).

Gráfico N°2 Llegadas por turismo internacional, economías avanzadas y emergentes



Fuente: Tourism towards 2030. World Tourism Organization (OMT)

2.- EL TURISMO EN CHILE

La situación de la evolución del turismo en Chile no dista mucho del contexto global. En particular, en el año 2013³ la actividad turística en el país representó el 3,24% del PIB de la economía del país, alcanzando el séptimo lugar en las exportaciones de bienes tradicionales del país (Gráfico 3).

Gráfico N°3
Exportación de bienes tradicionales y turismo, cifras en millones de US\$



Fuente: Balanza de Pagos 2013, Banco Central de Chile.

La industria del turismo aporta de manera significativa a la generación de empleo en el país. El promedio anual de trabajadores del turismo se situó a fines de 2013 en 293.755⁴, cifra que representa el 3,8% de los empleos directos del país, superando a industrias relevantes como la minería, que llega a un 3,3%, e incluso quintuplica los de la pesca, que representan el 0,6% del total del empleo del país.

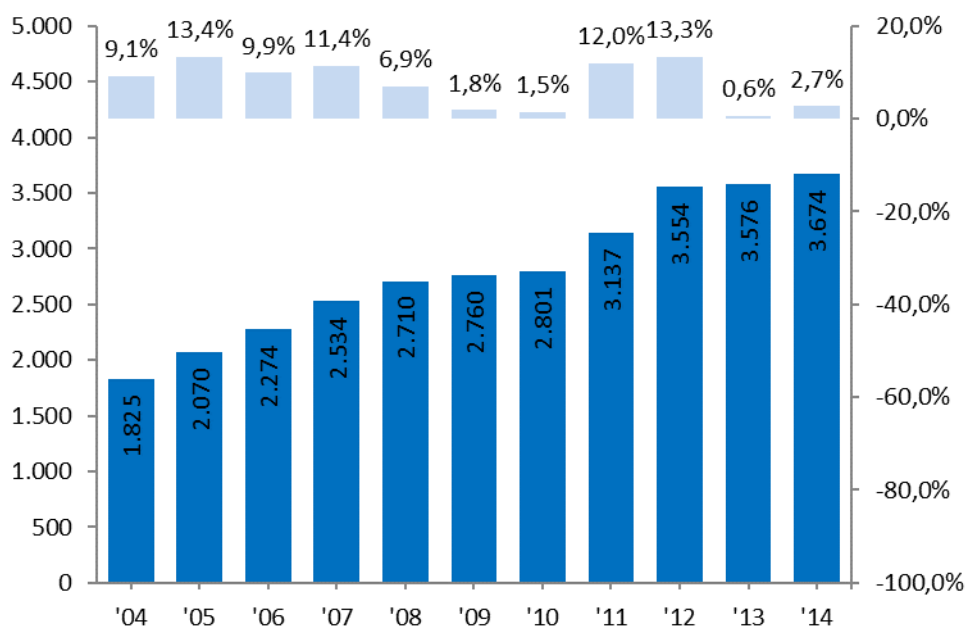
Gran parte del movimiento turístico de nuestro país se debe a las llegadas de visitantes extranjeros, que en el 2014 totalizaron 3.674.391 de personas. En los gráficos 4 y 5 se observa el movimiento en llegadas y en divisas⁵ desde los últimos diez años donde se aprecia un crecimiento ascendente.

³ La información más actualizada corresponde al año 2013, la información corresponde al año 2014 está aún en preparación de publicación.

⁴ Estimación del empleo en turismo, año 2013, Sernatur

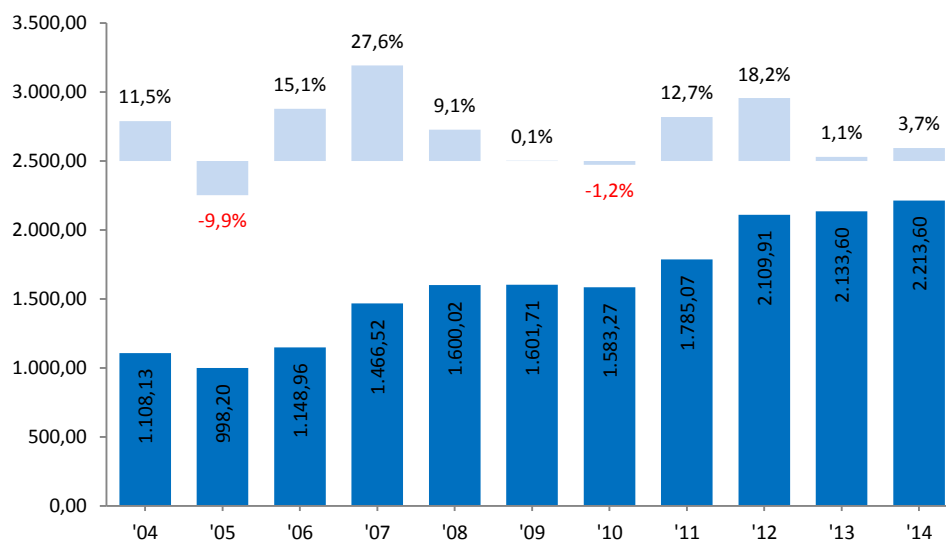
⁵ Número de divisas al año 2014, aún por publicar

Gráfico N°4 Llegada y variación anual de turistas



Fuente: Sernatur, 2014

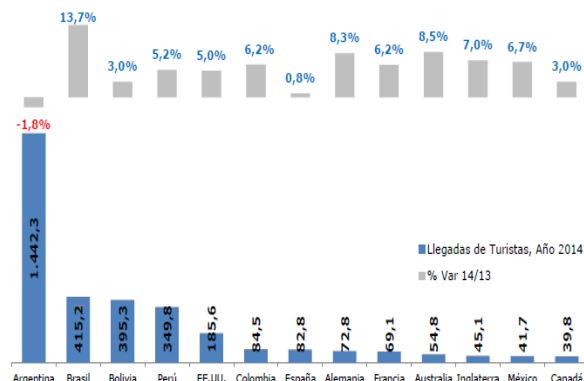
Gráfico 5. Ingreso y variación anual de divisas



Fuente: Sernatur, 2014.

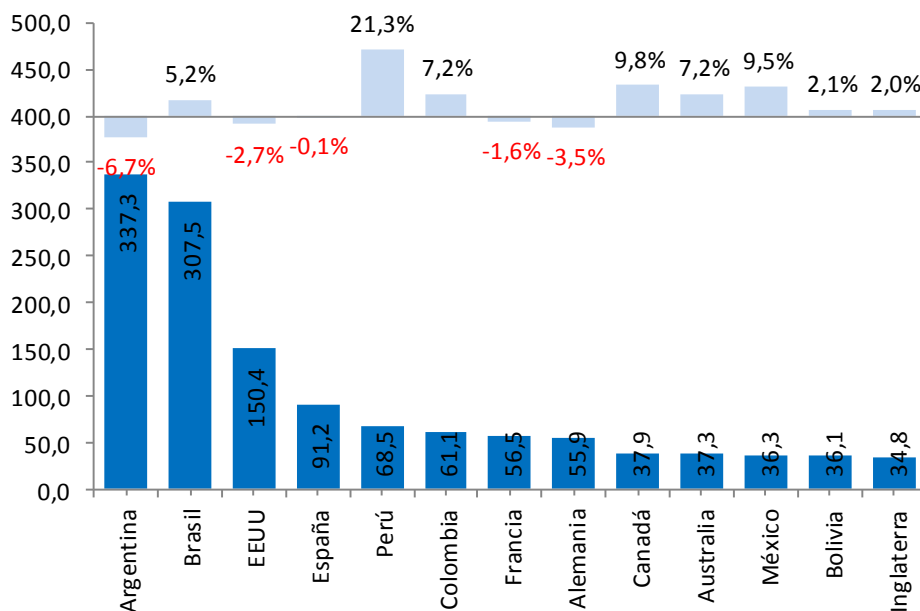
El comportamiento del turismo receptivo en el año 2014 estuvo fuertemente influenciado por el movimiento de determinados mercados, especialmente los regionales donde Argentina tiene una posición gravitante ya que es responsable del 36% de las llegadas de visitantes a Chile. Como se aprecia en los gráficos 6 y 7, además del mercado trasandino, el brasilero se destaca por sus aportes en llegadas (11%) y especialmente en divisas (19%), al igual que el mercado europeo en su conjunto.

Gráfico N° 6 Principales países emisores según país de residencia, 2014



Fuente: Turismo Receptivo, Sernatur, 2014

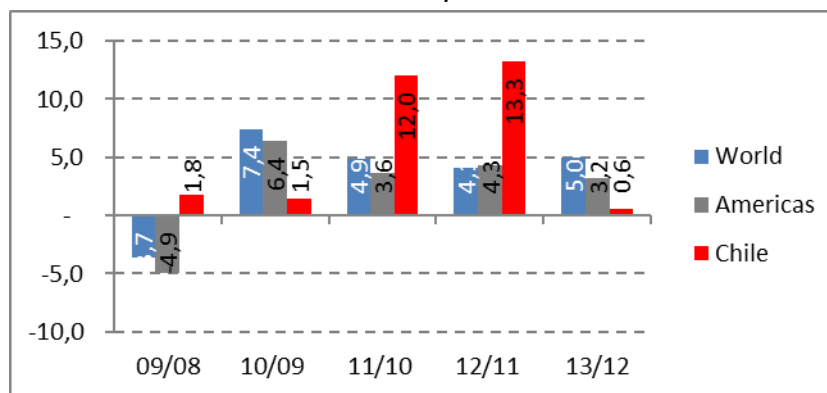
Gráfico N° 7 Principales países emisores en ingresos de divisas, según país de residencia.



Fuente: Turismo Receptivo, Sernatur, 2014

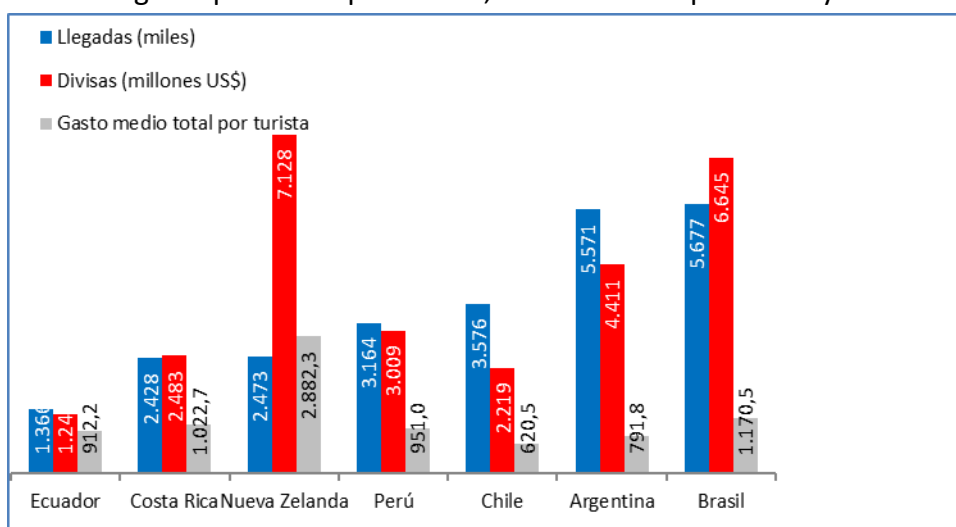
Sin embargo, a pesar de que Chile presenta buenas cifras en términos de llegadas internacionales, no logra atraer a los turistas de larga distancia, quienes representan el mayor gasto en comparación con sus mercados competidores tal como se presenta en los gráficos 8 y 9.

Gráfico N° 8 Comparación de la variación de las llegadas internacionales, a nivel Mundial, América y Chile



Fuente: Tourism Highlights, 2014 Edition (OMT).

Gráfico N° 9 Comparación de las llegadas internacionales, ingreso de divisas por turismo internacional e ingreso promedio por turista, mercados competidores y Chile



Fuente: Tourism Highlights, 2014 Edition. World Tourism Organization (OMT).

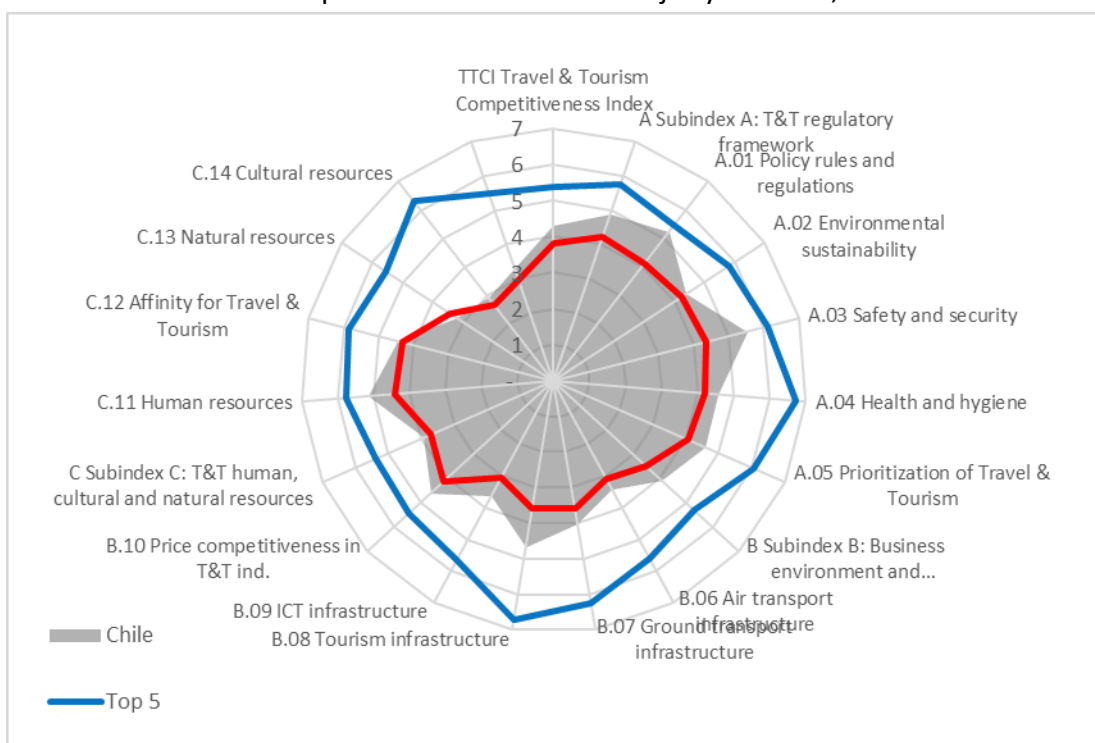
Llama la atención en los últimos gráficos presentados, el reducido valor agregado de nuestros productos turísticos, puesto que si bien nuestro volumen de llegadas es superior al de países como Costa Rica, Perú y Nueva Zelanda, los ingresos generados son menores. Esto significa que nuestra oferta aun presenta propuestas de bajo valor agregado; y en el caso de nuestro principal mercado, Argentina, este se focaliza en el turismo recreativo de

sol y playa, un producto cuya demanda es de gran elasticidad, y por ende de escasa fidelidad.

3. COMPETITIVIDAD DE CHILE EN VIAJES Y TURISMO, AÑO 2013

Con respecto a la competitividad del país en viajes y turismo, Chile se ubica noveno en la región y 56 en el ranking general, manteniendo un comportamiento estable desde la última evaluación (Gráfico 10).

Gráfico N° 10 Competitividad de Chile en Viajes y Turismo, Año 2013



Fuente: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013, World Economic Forum (WEF)

Es importante recalcar que Chile destaca por tener un patrimonio natural con gran potencial de desarrollo, así como también recursos culturales valiosos, entre ellos seis sitios declarados Patrimonio de la Humanidad. Además, el país se caracteriza por tener normas y reglamentos propicios para el desarrollo del sector de viajes y turismo, una economía abierta a la inversión extranjera y a los acuerdos bilaterales de servicios aéreos y requerimientos de visados con escasas restricciones. Asimismo, cuenta con un adecuado nivel de seguridad y una infraestructura turística mejorada⁶.

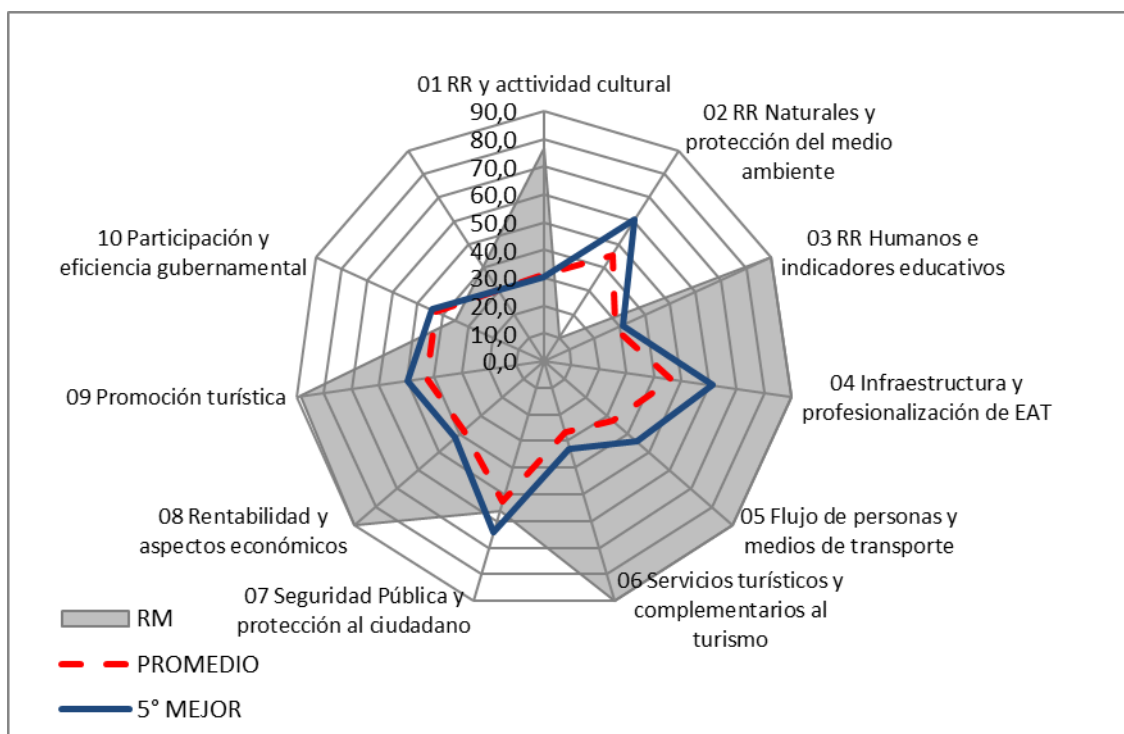
⁶ "El G20 reconoce por primera vez que los viajes y el turismo son un motor de crecimiento económico y se compromete a trabajar en la facilitación de los viajes", <http://media.unwto.org>.

4.- COMPETITIVIDAD TURÍSTICA REGIONAL

A nivel regional se dispone del índice de competitividad turística elaborado conjuntamente entre la Subsecretaría de Turismo, SERNATUR y la Universidad Andrés Bello. Este índice se construyó a partir de indicadores económicos, sociales y ambientales que se agrupan en diez dimensiones: recursos y actividad cultural; recursos naturales y protección del medio ambiente; recursos humanos e indicadores educativos; infraestructura y profesionalización de establecimientos de alojamiento turístico; flujo de personas y medios de transporte; servicios turísticos y complementarios; seguridad pública y protección a los ciudadanos; rentabilidad y aspectos económicos; promoción turística; participación y eficiencia gubernamental.

La síntesis de los resultados de este índice se presenta en mapas de información que permiten visualizar la posición relativa de cada región, respecto de las variables medidas. No se trata de una evaluación de competitividad turística, sino de una herramienta que junto con las prioridades y vocaciones turísticas de cada región, facilitan el análisis estratégico en términos de identificación de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, así como y junto con otros antecedentes, la identificación de brechas y del potencial de desarrollo del sector.

Gráfico N° 11 Competitividad turística Región Metropolitana de Santiago, año 2012



Fuente: Proyecto Índice de Actividad Turística Regional, Informe Final 2013, UNAB-Sernatur.

En los resultados de este Índice, para el año 2014, llama la atención las tres dimensiones o conjunto de variables donde la Región Metropolitana de Santiago presenta los más bajos puntajes – siendo 0 el menor y 100 el máximo - ; estos son:

- Recursos naturales y protección del medio ambiente (10.0). Esta dimensión define la disponibilidad de recursos naturales en cada región, así como indicadores de su protección desde la perspectiva medio ambiental; su puntaje más bajo está relacionado al manejo de residuos y existencia de vertederos y a la menor presencia de atractivos naturales en relación a otras regiones.
- Participación y eficiencia gubernamental (35.1) Esta dimensión apunta a medir las acciones desarrolladas por el gobierno local, que puedan incidir favorablemente en un desarrollo sostenible de la actividad turística. Las dimensiones de menor puntaje dicen relación a la existencia de áreas protegidas respecto del total del territorio regional; presupuestos FNDR obtenidos; N° talleres de conciencia turística realizados; e iniciativas de inversión de otros servicios gubernamentales.
- Seguridad pública y protección al ciudadano (56.1) Esta dimensión incorpora variables que miden los niveles de seguridad y la percepción que tienen de ésta los ciudadanos de una región.

Cabe exponer que en el árbol del problema presentado junto al Proyecto de Promoción 2014, aparecen algunas de las brechas presentes en el Índice, tales como la inexistencia de fuentes de financiamiento regular de la promoción turística regional, una de cuyas fuentes fundamentales son los proyectos FNDR presentados a los Gobiernos Regionales para su financiamiento.

5.- PLAN DE ACCIÓN REGIONAL

El presente Plan de Acción tiene por objeto reunir todas aquellas iniciativas de inversión, acciones y/o acuerdos que permitan abordar las brechas y desarrollar el potencial turístico que presenta la región y sus destinos.

Este Plan busca constituirse en la principal herramienta del Comité de Seremi del Turismo para el seguimiento y monitoreo de la ejecución de las iniciativas que en él se plantean. La función de secretaría ejecutiva del comité la realiza la Dirección Regional de Turismo, quien actuará como órgano de colaboración inmediata en las tareas que acuerde el comité.

En cuanto a la estructura y contenido del Plan, en la primera parte se presenta una síntesis del diagnóstico sobre el sector turismo en la región; seguido de las definiciones estratégicas que la misma ha definido en cuanto a su desarrollo turístico sustentable.

Finalmente, y en coherencia con lo anterior, se identifica el conjunto de iniciativas con las que se espera contribuir al logro de los objetivos estratégicos y visión planteados, las cuales se agrupan en cinco ejes o ámbitos: i) promoción (nacional e internacional); ii) diversificación de experiencias; iii) desarrollo de destinos; iv) calidad y capital humano; y v) otros (identificados por cada región).

III. ANTECEDENTES GENERALES DE LA REGIÓN DE LA REGION METROPOLITANA DE SANTIAGO (RMS)

1. ANTECEDENTES GEOGRÁFICOS

En esta región la cordillera de los Andes se presenta alta, maciza, con gran cantidad de nieve invernal que alimenta a ríos como el Maipo; con volcanes que representan las mayores alturas cordilleranas de la región: Tupungato con 6.570 msnm., Marmolejo con 6.108 msnm., Nevados del Plomo 6.050 msnm. y San José 5.856 msnm.

La depresión intermedia se presenta en forma ininterrumpida en todo el Valle Central hasta el Seno de Reloncaví, en la Región de Los Lagos; en la Región Metropolitana de Santiago el valle es de suelo fértil y ocupa una superficie superior a los 3.000 km², extendiéndose entre las cordillera de la Costa y de los Andes. Por el norte limita con el cordón de Chacabuco y por el Sur con la angostura de Paine. Ha sido rellenada por material proveniente de la erosión de la Cordillera de los Andes y de cenizas volcánicas. La depresión intermedia es ocupada por la cuenca de Santiago, que se define como un territorio rodeado de alturas y cuyas dimensiones aproximadamente abarcan de norte a sur cerca de 80 km. con un ancho de 35 km. En esta cuenca sobresalen los llamados cerros islas, como los cerros Santa Lucía, Blanco y San Luis de Chena.

La Cordillera de la Costa es el límite natural y político administrativo entre la Región Metropolitana de Santiago y la Región de Valparaíso. Aparece al sur del río Aconcagua con alturas como el cerro El Roble con 2.222 msnm., el cerro Roble Alto con 2.185 msnm. y el Vizcachas con 2.046 msnm. En la Región Metropolitana de Santiago esta cordillera se encuentra cortada por cordones que forman valles muy aptos para el trabajo agrícola.

Hidrografía

El río Maipo, que nace en cordillera de los Andes es la principal hoya hidrográfica de esta Región. Es alimentado por las precipitaciones en invierno y por el agua de los deshielos en los meses de verano. Recibe además, las aguas de los ríos Volcán, Colorado y Yeso. En su travesía hacia el mar recibe el aporte del mayor de sus afluentes, el río Mapocho, que atraviesa de este a oeste la capital.

2. ANTECEDENTES DEMOGRÁFICOS Y ADMINISTRATIVOS

La RMS está constituida por seis provincias: Chacabuco, Melipilla, Talagante, Maipo, Cordillera y Santiago, con una superficie total de 1.540.230 há, presentando una distribución de población concentrada principalmente en el sistema de centros urbanos de la región. Así, están clasificados como población urbana 5.875.013 habitantes, mientras que la población rural alcanza a 186.112 habitantes (Fuente: MINVU Análisis y Diagnóstico Plan Regional de Desarrollo Urbano Región Metropolitana).

Pese a la predominancia del sistema urbano regional en la concentración de población, la presencia humana no sólo se manifiesta en los centros urbanos, sino que también en una serie de actividades asociadas al territorio rural y en particular vinculadas a la función extractiva de recursos, tales como la agricultura, la ganadería y en menor medida, la minería.

De esta forma y considerando como áreas ocupadas a la totalidad de la superficie con algún grado de intervención, se presenta en la región un total de 343.838,3 ha ocupadas, que corresponden al 22,35% de la superficie, el resto se encuentra sin actividades que supongan una ocupación especial.

La distribución de estos territorios se concentra en el área de la cuenca de Santiago y sus valles aledaños, en cambio la zona montañosa de las cordilleras de La Costa y de Los Andes reflejan aquellos territorios no ocupados.

En el mapa de más adelante se puede apreciar en tono verde el total de superficie ocupada por provincia.

Se incluyen para este análisis todos aquellos centros con más de 5 mil habitantes y aquellos que teniendo menos de esa cifra son cabeceras comunales, esto debido a su función administrativa.

El sistema urbano regional de la RMS cuenta con un total de 19 centros poblados y un área metropolitana que lo encabeza.

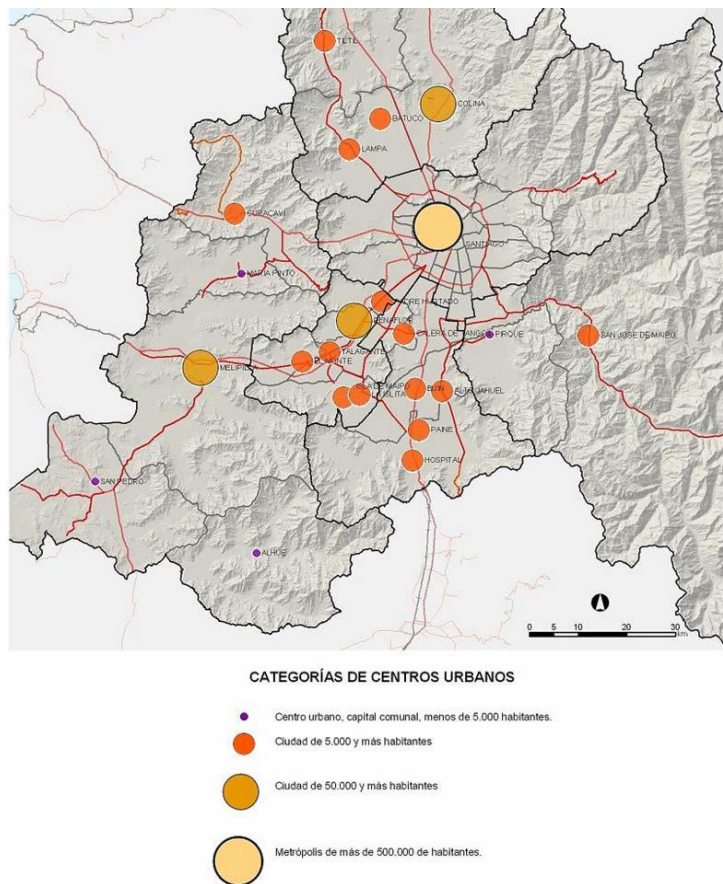
De los 22 centros poblados, 5 de ellos cuentan sobre los 40 mil habitantes y 8 con más de 19 mil vecinos. Si esta situación estuviese emplazada en cualquier región del país, la característica principal del sistema sería que este es un sistema equilibrado, puesto que distribuye adecuadamente a todos los habitantes urbanos en distintas unidades o centros poblados. No obstante, la presencia del Área Metropolitana de Santiago involucra una fuerte concentración de población y de actividades y funciones. El total de población incluida en esta ciudad asciende al año 2002 a cerca de 5.300.000 personas, a diferencia del sistema urbano restante que acumula en su conjunto alrededor de 400.000 habitantes (ver Cuadro 1).

Cuadro N° 1 Habitantes por comuna RMS, 1992-2012

Gran Santiago Total habitantes		4.735.268	5.375.534
COMUNA	CIUDADES	1992	2002
Peñaflor	Peñaflor	46.711	63.209
Colina	Colina	33.459	58.769
Melipilla	Melipilla	45.722	53.522
Talagante	Talagante	37.198	49.957
Buín	Buín	23.089	40.091
Padre Hurtado	Padre Hurtado	25.783	34.257
El Monte	El Monte	17.843	22.284
Paine	Paine	12.880	19.620
Curacaví	Curacaví	11.866	15.645
Lampa	Lampa	6.618	12.319
Isla de Maipo	Isla de Maipo	9.731	12.295
Lampa	Batuco	7.386	11.406
Buín	Maipo	5.648	8.471
Isla de Maipo	La Isleta	3.837	6.570
Calera de Tango	Los Bajos de San Agustín	3.964	6.511
Paine	Hospital	1.999	5.664
Buín	Alto Jahuel	4.014	5.415
San José de Maipo	San José de Maipo	5.307	5.281
Til Til	Til Til	4.080	5.168
COMUNA	CENTROS	1992	2002
Pirque	Pirque	2.640	4.855
María Pinto	María Pinto	1.133	1.654
San Pedro	San Pedro	431	441

Fuente: Intendencia Metropolitana/Subdere

Gráfico N° 12 Centros urbanos de la Región de Metropolitana de Santiago
(Fuente: MINVU Análisis y Diagnóstico Plan Regional de Desarrollo Urbano Región Metropolitana)



LAS SEIS PROVINCIAS DE LA RMS

Provincia de Santiago

La Provincia de Santiago es una de las seis provincias en las cuales se divide la Región Metropolitana de Santiago, es la que alberga a la mayoría de la población de la Región, como también a 32 de las más de 35 comunas que conforman el llamado Gran Santiago. Se sitúa en el centro de la Región, con una superficie de 2.030,3 km² y una población de 4.668.473 habitantes (censo 2002), esto es, el 77% de la población regional.

Provincia de Chacabuco

La Provincia de Chacabuco se ubica al norte de la Región, tiene una superficie de 5.615,2 km² y posee una población de 132.798 habitantes (censo 2002), de los cuales 99.201 son

urbanos y 33.597, rurales. La capital provincial es la ciudad de Colina y está conformada por tres comunas: Colina; Lampa y Tiltil.

Provincia de Cordillera

Cordillera es una provincia situada al este de la Región. Ocupa una pequeña área de la depresión intermedia y un gran territorio de la cordillera de los Andes, hasta el límite con Argentina. Su capital es Puente Alto, cuenta con una superficie de 5.528,3 km² y con 522.856 habitantes (censo 2002), se estima que actualmente se han incrementado a cerca de 700.000 habitantes. Posee tres comunas: San José de Maipo, Pirque y Puente Alto.

Provincia de Maipo

La Provincia de Maipo se ubica en el centro-sur de la Región. Su superficie es de 1.120,5 km² y posee una población aproximada de 430.570 habitantes. La capital provincial es San Bernardo, que forma parte del denominado Gran Santiago; cuenta con las comunas de San Bernardo, Calera de Tango Buin y Paine.

Provincia de Melipilla

La Provincia de Melipilla se ubica en el extremo occidental de la Región, tiene una superficie de 4.065,7 km² y posee una población de 141.165 habitantes. Su capital provincial es la ciudad de Melipilla, está conformada por las comunas de Alhué, San Pedro, Melipilla, María Pinto y Curacaví.

Provincia de Talagante

La Provincia de Talagante se ubica en el centro-poniente, colindante con las provincias de Santiago, Maipo y Melipilla. Tiene una superficie de 601,9 km² y posee una población aproximada de 217.449 habitantes. Su capital provincial es Talagante, está conformada por las comunas de Padre Hurtado, Peñaflor, Isla de Maipo, Talagante y El Monte y su principal actividad está en el sector agroindustrial.

3. CONECTIVIDAD

La conectividad del sistema de centros urbanos en la RMS, es de carácter radial, desde el centro del Área Metropolitana de Santiago hacia el resto de los centros urbanos de la región.

Las principales vías de la Región, con jerarquía de conectividad nacional e internacional, son la carretera Panamericana (Ruta 5 norte y 5 sur), que cruza el área metropolitana de

Santiago. En el caso del norte de la región, dicha carretera sirve principalmente de empalme a las vías de conexión interna de los centros poblados. Al sur de la RMS, la ruta 5 sur cruza tangencialmente los centros urbanos de Buin y Paine. La red de ferrocarriles en funcionamiento cruza longitudinalmente y del centro al poniente de la región. Otra carretera de esta jerarquía es la ruta 57 (ruta de los Libertadores) hacia Argentina. Fundamentales son también -especialmente para el turismo interno-, las rutas G68, hacia Valparaíso y Viña del Mar, y la ruta 78 (o autopista del Sol) hacia el puerto de San Antonio y balnearios de la zona sur de la Región de Valparaíso.

Esta estructuración del sistema de centros poblados ha sido organizada en torno a las vías de comunicación existentes. La localización de los centros se encuentra a lo largo de vías tales como la ruta 78 que conecta la ciudad de Santiago con el puerto de San Antonio, cruzando las provincias de Talagante y Melipilla. La ruta G68 que conecta Santiago con Valparaíso, a su paso se encuentra la ciudad de Curacaví. A su vez las comunas de Buin y Paine están conectadas al circuito por la Ruta 5 sur. Una situación similar ha ocurrido con el trazado del ferrocarril, puesto que también en torno a las estaciones de tren se fueron consolidando localidades como Batuco, Tiltil, Malloco/Peñaflor, Talagante, El Monte, Melipilla. En el caso de San José de Maipo, también la existencia de una estación ferroviaria hizo que éste y sus localidades estuviesen conectadas, las que actualmente lo hacen por la Ruta G25. La situación de aislamiento de algunos centros, como Alhué y María Pinto ha sido principalmente por no haber estado situadas junto a las principales vías interregionales.

En términos de conectividad, el sistema de centros poblados de la Región Metropolitana de Santiago está excesivamente centralizado y operacionalmente atraído fuertemente por Santiago. Las centralidades e interacciones locales están muy lejos de ser comparables con las interacciones que origina Santiago.

En el resultado de los análisis de conectividad se definen las conexiones mayores para cada centro en función de la jerarquía del acceso del centro urbano. De esta manera el área Metropolitana de Santiago y las comunas de Paine y Buin, aparecen como las mejor conectadas puesto que se localizan sobre la Ruta 5. A su vez las comunas de María Pinto, Pirque y Batuco presentan una conectividad menor, debido a que su acceso sólo se realiza de manera indirecta a través de rutas que conectan a nivel intercomunal.

La ordenación jerárquica de los elementos del sistema refleja la carencia de centros intermedios, situación que se explica porque el área metropolitana de Santiago cumple no sólo con la condición de centro principal sino que absorbe también las funciones que cabrían a los centros intermedios. No existiendo mayor especialización entre estos centros menores.

Esta relación territorial se produce a través de la conformación de la red vial que se estructura como ejes axiales con origen y destino en el Área Metropolitana de Santiago y que se justifican por las interconexiones que ella establece con las regiones vecinas en particular y con el país en general.

En este contexto, más allá de casos particulares como María Pinto y Alhué, el sistema de carreteras de la región cubre adecuadamente el territorio con vías de alta calidad. Si existe un plus en la Región éste tiene que ver con la calidad vial de su entramado. Los centros urbanos se localizan cercanos a esta estructuración vial principal, cubriendo así todo el territorio regional.

El orden del sistema de centros poblados en la Región termina definiendo en forma sintética un área metropolitana y tres subsistemas, estos últimos no totalmente establecidos pero que se fundan sobre los ejes viales principales. El primero hacia el norte con las ciudades de Colina, Lampa y Til – Til; un segundo hacia el poniente, más complejo y con subsistemas a su vez en su interior, en torno a las ciudades de Peñaflor, Talagante y Melipilla, y el tercero hacia el sur centrado en torno a las ciudades de Buin y Paine. Estos tres subsistemas son independientes entre sí y sólo se interconectan con el área metropolitana. En el sistema existe además un conjunto de centros aislados territorialmente; es el caso de la ciudad de Curacaví, el pueblo de Alhué y la ciudad de San José de Maipo.

Siendo esta la forma en que se estructura el sistema de centros poblados de la región, los temas relativos a la cercanía o lejanía espacial al área metropolitana resultan de fundamental importancia. Mientras más cercano el centro poblado más influencia ejerce el área metropolitana sobre él; entonces, en conjunto con esta estructura territorial de tipo axial, se superpone una estructura de tipo circular teniendo como centro el área metropolitana. Esta estructura (abstracta) por su conformación refiere a anillos relativos a la expansión de la ciudad principal. Mientras más alejado el anillo más estable es en su dinámica original.

4. ANTECEDENTES CLIMÁTICOS

Las principales características climáticas que presenta la RMS corresponden al tipo denominado "Mediterráneo", de estación seca larga y con un invierno lluvioso. La temperatura media anual es de 13,9°C, en tanto que el mes más cálido corresponde al mes de enero, alcanzando una temperatura media de 22.1°C, siendo el mes más frío el mes de julio con una media de 7,7°C. El sello característico lo constituyen las lluvias, cuyas variaciones permiten destacar condiciones bastantes precarias alcanzando promedios anuales de 356,2 mm. Las precipitaciones decrecen desde la costa hacia la depresión

intermedia para aumentar nuevamente en la Cordillera de los Andes; originándose de esta manera líneas bioclimáticas generales de la región y de la zona central de Chile.

Con respecto a las precipitaciones, estas presentan una gran irregularidad debido a que un año puede ser muy lluvioso y el siguiente muy seco. En el sector de Colina y en menor grado en la zona de Santiago, existen climas más áridos y con mayores fluctuaciones térmicas que reflejan la penetración del clima de estepa, fenómeno que se debe a la presencia de la cordillera costera relativamente alta que actúa como pantalla, dificultando la penetración de las condiciones climáticas marítimas; en cuanto a la humedad relativa que se presenta en la cuenca de Santiago se puede decir que esta decrece progresivamente.

La presencia de la cordillera de la Costa y el alejamiento del mar son los principales factores que producen las características de continentalidad del clima de la región de Santiago. En esta región se distinguen dos tipos de clima templado de tipo mediterráneo:

- Con estación seca prolongada;
- Frío de alturas, en la cordillera de los Andes.

Este tipo de clima se desarrolla en todo el territorio regional. Su característica principal es la presencia de una estación seca prolongada y un invierno bien marcado, con temperaturas extremas que llegan a cero grados y menos en invierno, aunque solo algunas horas del día. Santiago registra una temperatura media anual de 14°C, sin embargo, los contrastes térmicos son fuertes en verano donde las máximas alcanzan valores superiores a 30°C durante el día.

Las precipitaciones se registran durante las temporadas invernales, especialmente durante los meses de mayo, junio, julio y agosto. Santiago presenta 369,5 mm de agua caída promedio anual.

Dentro de la cuenca de Santiago existen diferencias climáticas locales producidas por el efecto del relieve. Al pie oriental de la cordillera de la Costa y debido al rol de biombo climático de ésta, se presentan áreas de mayor sequedad e incluso con características de semi-aridez.

Por otro lado, el clima frío de altura se localiza en la cordillera de los Andes por sobre los 3.000 metros de altura. Las bajas temperaturas y las precipitaciones sólidas caracterizan este tipo climático, el cual permite la acumulación de nieve y campos de hielo de tipo permanentes en cumbres y quebradas de la alta cordillera.

IV. EL TURISMO EN LA REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO, RMS

La Región Metropolitana se encuentra localizada en el centro del país, unida a algo más de 100 kms. por carretera de dos importantes puertos, Valparaíso (135 kms.) y San Antonio (109 kms.); a 1.663 kms. de Arica, la ciudad más al norte del país, y a 2.401 kms. de Puerto Williams, en el canal de Beagle, el punto urbano más austral de Chile.

Según el anuario de turismo del año 2014 de Sernatur/INE, que recopila las estadísticas del turismo en el año 2013, el año recién pasado ingresaron al país un total de 3.672.803 turistas. De ellos, 1.478.001 entraron por los puntos de ingreso de la Región Metropolitana; la casi totalidad de ellos llegaron por el aeropuerto Arturo Merino Benítez con 1.477.678 visitantes 99,9% del total. De igual modo, quienes accedieron a nuestro país a través de la RMS fueron el 40,2% del total de llegadas de turistas extranjeros al país.

Para medir la ocupación de establecimientos de alojamiento turístico se utilizan dos conceptos: “llegadas”, que como su nombre indica refleja una noche de alojamiento y “pernoctaciones”, que señala el total de noches que aloja en un establecimiento un turista determinado. Así, el mismo estudio informa que en la región Metropolitana se concentra el 30,5% de las pernoctaciones de turistas nacionales e internacionales. A un tiempo, del total de pernoctaciones en la Región, el 67,8% son de turistas extranjeros, lo que equivale a 2.743.604 pernoctaciones en el año 2013. Por su parte, el 32,2% son de turistas nacionales, lo que significa 1.304.643 pernoctaciones ese mismo año.

Los extranjeros que registran el mayor número de pernoctaciones el año 2013 son los brasileños, con 863.305 pernoctaciones. A continuación se presenta un cuadro con los 11 primeros mercados de acuerdo a país de residencia:

Cuadro N° 2 : Pernoctaciones año 2013 Region Metropolitana de Santiago de acuerdo a país de residencia

Ranking	País	Pernoctaciones	%
1	Brasil	863305	31,5
2	EEUU	322901	11,8
3	Argentina	308462	11,2
4	España	122517	4,5
5	Perú	89714	3,3
6	México	79872	2,9
7	Alemania	65502	2,4
8	Francia	53333	1,9
9	Reino Unido	50348	1,8
10	Italia	35267	1,3
11	Bolivia	25659	0,9
	Resto América	302585	11
	Otros Europa	118848	4,3
	Resto del mundo	220281	8
	Asia	85010	3,1
	Total	2743604	99,9

Fuente: Sernatur/INE, Informe Anual 2013, elaboración Sernatur RMS

De este estudio se desprende que los principales clientes extranjeros de la Región Metropolitana de Santiago son quienes residen habitualmente en Brasil, con un 31,5% del total de pernoctaciones.

De acuerdo a un estudio realizado en 2011, lo turistas brasileños visitan nuestro país por las siguientes razones:

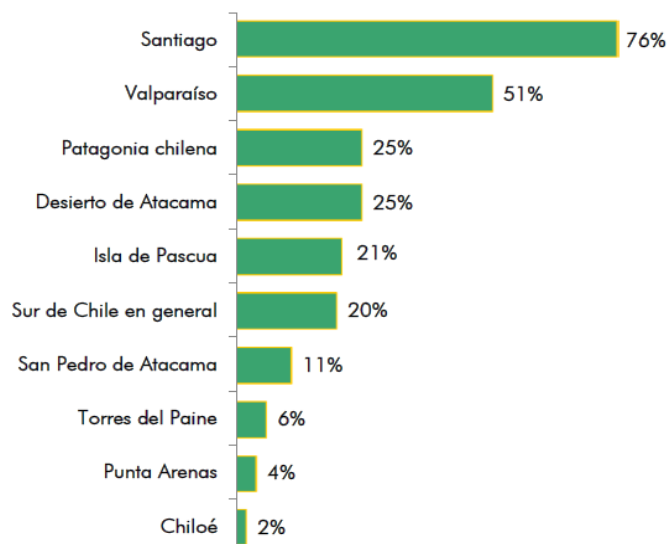
Gráfico N° 12: Razones brasileños para visitar Chile



Fuente: Estudio de Tipificación de la demanda turística real de Chile; ICCOM/Sernatur 2011

Así, su principal motivación para visitar nuestro país es cultura chilena (53%), montañas y paisajes naturales (34%), por sus vinos y conocer viñas (31%) y para conocer a los chilenos (27%). Así son preponderantes el conocer sus gente y su cultura; luego la naturaleza y a continuación vinos y enoturismo. En cuanto a los destinos que motivaron su viaje fueron:

Gráfico N° 13: Destinos que motivan a brasileños para visitar Chile



Fuente: Estudio de Tipificación de la demanda turística real de Chile; ICCOM/Sernatur 2011

Esto es, Santiago es un destino conocido y la principal motivación del viaje, elemento este último muy importante de considerar a la hora de la definición de las estrategias de promoción y del crecimiento de ese mercado.

Por otra parte y en relación al turista nacional, el estudio indica que durante el año 2013 se registró un total de 1.304.643 pernотaciones de chilenos en establecimientos de alojamiento turístico de la Región Metropolitana (hoteles, moteles, Apart hoteles, residenciales, cabañas ubicadas en camping). En cuanto a la Región de origen de estos turistas nacionales, en un 63% son de otras regiones y un 37% de la misma Región Metropolitana. Este 63% originado en regiones se desagrega de la siguiente manera:

Cuadro 3: Pernотaciones 2013 en RMS de residentes en Regiones

Ranking	Región	Pernотaciones	%
1	Antofagasta	129.973	16
2	Biobío	109.414	13,4
3	Valparaíso	78.627	9,6
4	Coquimbo	67.021	8,2
5	Tarapacá	66.442	8,1
6	Los Lagos	62.989	7,6
7	Maule	62.319	7,6
8	La Araucanía	52.828	6,5
9	O´ Higgins	46.251	5,7
10	Atacama	45.107	5,5
11	Magallanes	25.523	3,1
12	Los Ríos	24.949	3,1
13	Aysén	24.057	3
14	Arica & Parinacota	20.555	2,5
		816.055	99,9

Fuente: Sernatur/INE, Informe Anual 2013, elaboración Sernatur RMS

Cabe exponer que estas cifras no informan de qué tipo de turista se trata y el motivo de su viaje – si es recreativo, de negocios u otro -, por ello solo es posible constatar que los chilenos residentes en la Región de Antofagasta, seguidos por quienes lo hacen en Biobío y de Valparaíso, son quienes más pernотan en establecimientos de alojamiento turístico de la RMS; lo anterior es coherente con el hecho de que constituyen las principales concentraciones de población del país, además de la Región Metropolitana de Santiago.

En cuanto a las llegadas y las comunas de la RMS donde estos turistas se alojan, tenemos la siguiente situación:

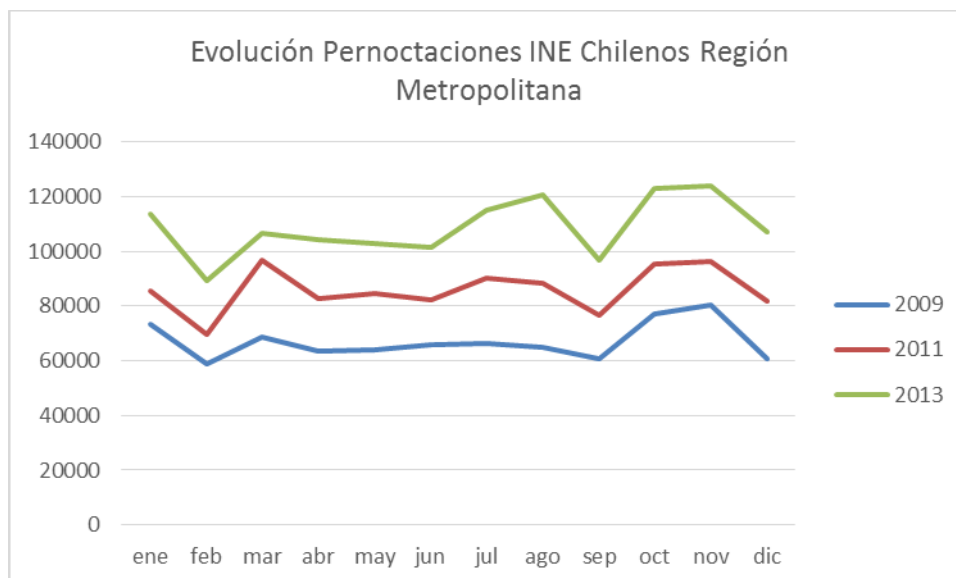
Cuadro 4: Llegadas de turistas nacionales y extranjeros a las diferentes comunas de la RMS 2013

Región, Provincia y Comuna	Llegadas		
	Total	Chilenos	Extranjeros
Total CHILE	6.774.185	4.613.543	2.160.642
Región Metropolitana de Santiago	1.940.775	688.967	1.251.808
Provincia Santiago	1.905.289	654.836	1.250.453
Santiago	484.183	227.885	256.298
Estación Central	43.041	27.157	15.884
Huechuraba	22.017	5.221	16.796
Las Condes	631.359	132.206	499.153
Lo Barnechea	24.171	6.046	18.125
Maipú	353	297	56
Providencia	495.626	152.631	342.995
Pudahuel	77.369	47.486	29.883
Recoleta	3.318	1.646	1.672
Vitacura	123.852	54.261	69.591
Provincia Cordillera	28.351	27.276	1.075
Pirque	2.620	2.620	0
San José de Maipo	25.731	24.656	1.075
Provincia Maipo	1.630	1.630	0
Paine	1.630	1.630	0
Provincia Melipilla	5.368	5.088	280
Melipilla	5.256	4.976	280
Curacaví	112	112	0
Provincia Talagante	137	137	0
Isla de Maipo	137	137	0

Fuente: Anuario INE/Sernatur 2014

En cuanto a las pernoctaciones y en términos de tendencia tenemos lo que sigue:

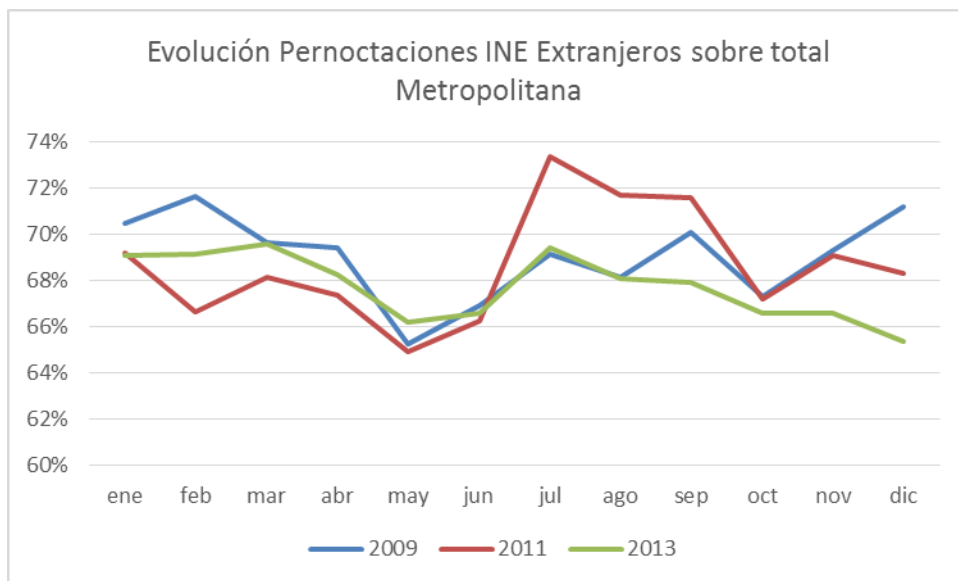
Gráfico 14 Pernoctaciones chilenos en RMS



Fuente: INE

Lo anterior nos permite visualizar que por un lado estas crecen interanualmente, y con una gran estabilidad en la estacionalidad de las mismas. La situación con los extranjeros es como sigue:

Gráfico 15 Pernoctaciones extranjeros en RMS



Fuente: INE

Por el contrario las pernoctaciones de extranjeros presentan importantes oscilaciones a lo largo del año y muestran claramente la importante caída del año 2013, producto especialmente del descenso del mercado argentino, que afecta grandemente las cifras globales por su importante volumen.

CARACTERIZACIÓN DE LA REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO

La Región Metropolitana de Santiago, está rodeada de un entorno natural privilegiado, cercana a centros de esquí de categoría internacional y a parques nacionales y reservas naturales. Es una región culturalmente activa, dinámica, diversa y multicultural, donde es posible encontrar múltiples atractivos y servicios propios de una gran ciudad – museos, cines, teatros, música –, pero a la vez interesantes lugares que visitar en sus cercanías por su cercanía con la cordillera de Los Andes y su localización en pleno valle central, próxima a viñedos, pueblos rurales y centros de artesanía, entre otros.

La Región cuenta con un eficiente sistema financiero, modernas comunicaciones y complejas plataformas de servicios. Se destaca también por el importante nivel de desarrollo de tecnologías de la información, relativamente bajos costos para instalar empresas y altos niveles de seguridad.

La Región Metropolitana de Santiago, es el centro político/administrativo, educativo, cultural y financiero del país, pero además se ha convertido en un destino relevante para la realización de eventos masivos y de alta convocatoria, tanto deportivos como comerciales y culturales. Entre ellos se encuentran, en lo deportivo: Copa América de fútbol; Campeonato mundial de fútbol Sub-17; Maratón de Santiago; en temas comerciales, el más importante es la feria bianual FIDAE; en temas culturales se destacan el festival Teatro a Mil; festival documentales FiDocs, festival cine SanFic, feria de arte contemporáneo ChaCo, Feria internacional del Libro, y numerosos festivales de música rock: Lollapalooza, Womad, Sonar, Santiago Get Louder, Primavera Fauna, Maquinaria, Cream Fields, Life in Color, entre otros, además de las programaciones deportivas y culturales regulares anuales de diferentes entidades públicas y privadas dedicadas a la promoción cultural.

Por otra parte, Santiago también se ha ido posicionando cada vez en mejores lugares como un destino de turismo de reuniones, congresos y seminarios. De acuerdo al ranking 2014 de la revista América Economía, ocupa el 2º puesto en América entre las mejores ciudades para hacer negocios.

Todas las virtudes de Santiago y el turismo en general de la Región Metropolitana, han traído importantes reconocimientos mundiales estos últimos tres años, es así como Santiago ha sido merecedora de los siguientes títulos: CNN: Santiago la tercera ciudad más cautivante del mundo (2012); National Geographic: mercado central de Santiago como el 5to mejor mercado del mundo a nivel internacional, 2012LK; el periódico inglés The Daily Mail seleccionó a la Vega Central en cuarto lugar como mercado a conocer; Tripadvisor: Santiago como el sexto mejor lugar para visitar en Sudamérica, 2011; The New York Times: Santiago de Chile como el primer lugar para visitar en 2011. Al año siguiente, 2012, la capital ocupó el tercer lugar entre las ciudades más cautivantes del mundo, según ranking elaborado por CNN International.

LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA RM

La RMS posee variados recursos naturales y culturales, vinculados a su geografía e historia. Dichos recursos están asociados al espacio físico y natural, como también a su infraestructura turística y complementaria que le permite contar con una oferta amplia y diversificada; esta, en algunos casos ha sido tempranamente desarrollada, como es el turismo de nieve, el turismo aventura, el turismo de negocios y el enoturismo, y otros que están en desarrollo como es el turismo cultural, el educativo el biciturismo, la gastronomía y el turismo rural.

Atractivos Naturales

- **Nieve y Montaña:** El sistema montañoso de la cordillera de Los Andes que circunscribe la Región en su vertiente oriental, ha permitido el desarrollo de centros invernales de nivel internacional, con excelentes canchas de esquí e infraestructura de primer nivel, son los centros de nieve de Valle Nevado, La Parva, El Colorado, Farellones y Lagunillas situados en las comunas de Barnechea y el último mencionado en San José de Maipo.
- **Áreas Silvestres Protegidas:** El Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas, administrado por CONAF, cuenta en la Región con cuatro áreas: Monumento Natural El Morado; Reservas Naturales de Río Clarillo y de Roblería del Cobre de Loncha y el Santuario de la Naturaleza Yerba Loca (comunas de San José de Maipo, Lo Barnechea y Pirque); junto con ello, también se cuenta con la asociación de parques precordilleranos Cordillera, que comprende cinco parques, municipales y privados, en la inmediata pre cordillera de Santiago, todos de fácil acceso vía transporte público urbano: parques de Puente Ñilhue; San Carlos de Apoquindo; Aguas de Ramón; Cantalao; y Quebrada de Macul.
- **Aguas Termales:** en la Región existen las termas de Baños Morales, Tupungato, Colina, Azules y Baños Puente de Tierra. Todos aún muy incipientemente desarrolladas y con servicios mínimos; además de las tradicionales termas de Colina, hoy propiedad del Ejército de Chile (comunas de San José de Maipo y Colina, respectivamente).
- **Ríos y Lagunas:** El río Maipo y sus afluentes son la principal y más atractiva expresión hidrográfica de la región. A esta cuenca se suman la laguna Negra y el embalse El Yeso, y las lagunas de Aculeo y Carén (comunas de San José de Maipo, Pudahuel y Paine).
- **Agroturismo:** existen pintorescos pueblitos que conservan su apacible vida rural y su arquitectura tradicional, además de algunas haciendas de la época colonial que reciben visitantes y brindan alojamiento en un entorno rural (comunas de Talagante, Melipilla, Curacaví, Alhué, El Monte, Lampa, Til Til y Calera de Tango).

Atractivos Culturales

Entre los principales recursos culturales de interés turístico se destacan:

- **Turismo Urbano:** El Gran Santiago ofrece un interesante patrimonio arquitectónico, representado en 144 Monumentos Históricos y 40 zonas típicas, más de 40 museos, galerías de arte, barrios de tradición histórica, y expresiones arquitectónicas destacadas de los dos últimos siglos. Además de una amplia oferta gastronómica, cultural y de compras. Especial atractivo revisten sus barrios, que representan momentos históricos muy definidos de nuestra historia pasada y contemporánea, junto a una variada oferta gastronómica y comercial. Entre los más destacados se encuentran los barrios Brasil, República, Yungay, Italia, Bellavista, Alonso de Córdoba, plaza Ñuñoa, La Chimba (Recoleta e Independencia), por mencionar solo algunos.
- **Expresiones Religiosas, Folclóricas, Artesanales y Artísticas:** cuenta con numerosas festividades religiosas, ferias y exposiciones artesanales, actividades musicales, exposiciones de artes plásticas, entre otros. De igual modo existen programas regulares de música clásica y danza en los teatros Municipal, de la Universidad de Chile, Centro Cultural Gabriela Mistral, GAM, teatro Municipal de Las Condes, Fundación Cultural de Providencia y el nuevo Centro de las Artes CA660. En esta área se destaca el pueblo de Pomaire por su tradición ceramista que se remonta al período precolombino.
- **Grandes Eventos:** se destacan entre ellos, la Feria Internacional del Aire, FIDAE; numerosos festivales de música rock: Lollapalooza, Womad, Sonar, Santiago Get Louder, Primavera Fauna, Maquinaria, Cream Fields, Life in Color, entre otros; Festival de teatro, danza y música Santiago a Mil; Maratón de Santiago; Feria Internacional del Libro de Santiago; Feria Internacional de Artesanía; Festival Folclórico de San Bernardo; Feria de turismo VYVA; Fiesta de la Cerveza; Feria de Arte Contemporáneo, ChaCo; además de múltiples exposiciones, congresos y seminarios, nacionales e internacionales. Junto con ello y a nivel científico y universitario se cuenta con una amplia actividad de encuentros y seminarios.
- **Enoturismo:** De acuerdo a estudios de INE y ODEPA de 2011, existían en la Región Metropolitana de Santiago 62 bodegas de las cuales 23 contaban con propuestas turísticas de diversos tipos. Estas se encuentran principalmente en el Valle del Maipo y Talagante Destacan por sus instalaciones y posicionamiento en el

mercado las viñas Concha y Toro, Cousiño Macul, Undurraga, Tarapacá y Santa Rita, aunque también existen interesantes propuestas de viñas boutique, entre ellas las viñas Miraflores Orgánico; Sta. Ema; Terra Mater; y De Martino, en Isla de Maipo, y Doña Javiera, en El Monte; Chocalán, en Melipilla, entre otras.

- **Cicloturismo:** La ciudad de Santiago dispone de una red de ciclovías de 216 kms. de extensión (2014). Existen alrededor de 18 operadores de cicloturismo en la RMS que ofrecen una amplia variedad de alternativas de cicloturismo urbano, rural y de montaña

Cabe exponer que los principales atractivos de la Región Metropolitana de Santiago se concentran especialmente en las provincias de Santiago y Cordillera. Sin embargo, existen crecientes propuestas en las demás provincias de Melipilla, Chacabuco, Maipo y Talagante, donde se está desarrollando interesantes ofertas de turismo rural y agroturismo, encadenando atractivos y servicios en nuevas alternativas turísticas.

PLANTA TURÍSTICA DE LA RMS

La planta turística comprende el conjunto de equipamientos e instalaciones que hacen posible la permanencia del turista en una localidad. Incluye, por lo tanto, el alojamiento, la alimentación, el esparcimiento y otros servicios.

Cabe destacar que, de acuerdo a la Ley N° 20.243 o Ley de Turismo, solo los establecimientos de alojamiento turístico y las empresas de turismo aventura requieren en forma obligatoria su registro en Sernatur. Los servicios registrados son los siguientes:

Cuadro N° 5: Servicios turísticos Región Metropolitana de Santiago

TIPO SERVICIO	N°
Establecimientos de alojamiento turístico	561
Restaurantes	117
Agencias de viajes y operadores	370
Transporte interurbano	29
Transporte a aeropuerto	40

Taxis y buses de turismo	41
Arriendo vehículos	25
Servicios culturales	14
Turismo aventura	179
Esparcimiento	22
Artesanía	46
Guías de turismo	106
Servicios deportivos	10
TOTAL	1560

Nota: Fuente, Registro Sernatur.

Provincia	Total empresas	Alojamientos turísticos	AAV V y TTO	Arriendo vehículos	Artesanía	Guías de turismo	Restaurantes	Servicios culturales	Total
Chacabuco	12	2	3	-	-	1	1	-	19
Cordillera	111	45	3	-	1	5	8	1	174
Maipo	24	11	5	-	-	-	1	-	41
Melipilla	11	4	1	-	1	2	1	1	21
Santiago	1045	427	271	17	38	67	64	4	1933
Talagante	8	5	-	-	1	-	-	-	14
Total	1211	494	283	17	41	75	75	6	2202

Cuadro Nº 6: Servicios turísticos de la RMS por provincias, a agosto 2015

Fuente: Catastro de Servicios Turísticos 2015, SERNATUR

Se desprende del cuadro anterior que el 85,1% de los servicios turísticos existentes en la RMS se concentran en la provincia de Santiago, y principalmente en tres comunas, Santiago, Providencia y Las Condes, seguidos por la provincia de Cordillera – donde se encuentra el destino Cajón del Maipo (comuna de San José de Maipo) –, con un 9,1% de los servicios. Esto denota claramente la vocación – y las posibilidades –, de desarrollo

turístico de un destino, como también las brechas que es necesario superar para su crecimiento.

ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO DE LA RMS

Santiago cuenta - año 2014 - , con un total de 560 establecimientos registrados de alojamientos calificados como turísticos, con 12.840 habitaciones, que representan 21.329 camas disponibles.

Cuadro Nº 7: Establecimientos de alojamiento turístico RMS

	Total	Hotel	Apart Hotel	Motel o Cabañas	Hostal o Residencial	Host ería	Hospedaje Familiar	Albergue o Refugio	Res ort	Lod ge
Nº Establecimientos	321	118	89	18	67	6	13	7	1	2
Nº Habitaciones	12.840	8.489	2.798	132	1.172	72	97	48	20	12
Nº de Camas	21.329	13.366	4.502	351	2.326	181	165	229	80	129

Fuente. Registro Sernatur, 2014

Además, se debe incluir los campings de la Región, los cuales de acuerdo al Registro Sernatur son 17 establecimientos, que cuentan con 656 sitios.

POBLACIÓN VINCULADA AL TURISMO

De acuerdo a la planta turística de la región, la población total vinculada al turismo son, en primer lugar, quienes forman parte de la industria en la RMS, esto es, 1.555 empresas turísticas registradas por Sernatur, y más las 12.715 empresas con actividades características del turismo⁷ que tenía registradas el SII al año 2013.,

Sin embargo, dado lo extenso de la cadena de valor de los productos turísticos y los diversos servicios que requiere para su desarrollo, es posible afirmar que la actividad turística afecta a sectores mayores de población que aquellos ligados directamente a la industria. Como planteábamos anteriormente la población de la Región Metropolitana de Santiago, está compuesta por 6.061.185 habitantes, equivalente al 40.1% de la población nacional (fuente página web Gobierno Regional Metropolitano, 2014).

⁷ Estas empresas son: Hoteles, campamentos y otros tipos de hospedajes temporales; restaurantes, bares y cantinas; servicios de transporte a turistas terrestre, aéreo y marítimo; terminales terrestres, puertos y aeropuertos, agencias y organizadoras de viajes, actividades de asistencia al turista; casas de cambio y operadores de divisas; actividades de entretenimiento. Fuente SII, elaboración Sernatur RMS.

EMPLEO

En cuanto al empleo las últimas cifras disponibles son estimaciones y consideran datos del último trimestre móvil de noviembre 2013 a enero de 2014; así, en ese período existían 124.380 personas empleadas en actividades características del turismo en la Región Metropolitana de Santiago, esto es empleo directo, esta cifra representa el 42,3% del empleo en actividades turísticas a nivel nacional. Del mismo modo representaba en esa fecha el 3,9% del total de empleo regional. Fuente: “Estimación del empleo en turismo año 2013”, Sernatur, abril 2014.

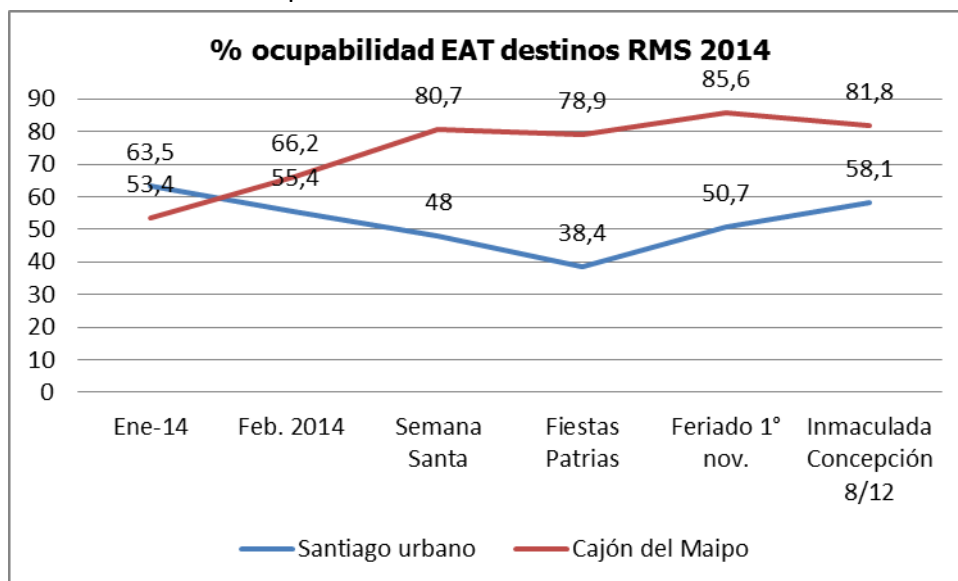
TASA DE OCUPABILIDAD

En 2014 la tasa de ocupabilidad de habitaciones en la Región Metropolitana de Santiago fue la más alta de todas las Regiones del país, con un 60,8%, siendo la media nacional de un 41,9%. De acuerdo a la opinión de expertos, un EAT empieza a ser rentable a partir de un 55% de ocupación. Estas cifras representan a todos los EAT sin especificar situaciones específicas de cada tipo de alojamiento.

En cuanto a la composición, el 64,2 de las llegadas a establecimientos turísticos de la RMS fue de no residentes en Chile, siendo el 35,8% de residentes en Chile. En general la RMS concentró el mayor número de llegadas de todo el país, lo mismo respecto de las pernoctaciones (N° de noches), con el 30,8% del total nacional.

En lo relativo a la ocupación que presentan los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento turístico en su conjunto, se ha registrado la siguiente situación en fechas específicas:

Gráfico N° 15: Ocupabilidad de EAT de la RM durante el año 2014



Fuente: Sernatur; elaboración Sernatur RMS

Los porcentajes de ocupabilidad – habitaciones ocupadas respecto del total de habitaciones disponibles –, que se produjeron en diferentes períodos vacacionales y fines de semana largos durante el año 2014, presentaron importantes diferencias entre ambos destinos considerados en la medición– Santiago urbano y Cajón del Maipo –, y en las diferentes fechas. Así, Santiago urbano presenta la más alta ocupación el fin de semana largo de la Inmaculada Concepción en la primera quincena de diciembre, seguido del mes de febrero, en cambio el Cajón del Maipo presenta más altos niveles de ocupación en general y en otras fechas; cabe apuntar que esta medición se efectúa solo en algunos fines de semana largos, por lo cual no es adecuado inferir situaciones anuales, sin embargo, si reflejan tendencias.

Cabe destacar, no obstante, que el tamaño de los EAT entre ambos destinos es muy variable y que, por ejemplo, no es lo mismo obtener un 80% de ocupación en 6 cabañas con 24 camas en total que un hotel de 100 o más habitaciones con 200 camas.

APORTE A LA ECONOMIA REGIONAL

En cuanto al aporte a la economía regional y de acuerdo a cifras del Banco Central y acuerdo a clases de actividad económica, tenemos que constituyen el 14,5% del PIB regional. Las clases económicas consideradas – que constituyen solo una parte de la cadena de valor turística – en este análisis son: “comercio” y “restaurantes y hoteles”; a

estos habría que adicionar un porcentaje de la clase “transporte y comunicaciones” y un porcentaje de “servicios personales”; cálculos que solo se efectúan a nivel nacional en el Índice denominado Cuenta Satélite, que mide el aporte del conjunto de sectores que conforman la cadena de valor turística al total de la economía nacional.

Cuadro N° 8 Producto interno bruto por clase de actividad económica y por región, anuales, precios corrientes
(Millones de pesos)

Año	Región	Agropes- cuario silvícola	Pesca	Minería	Industria manufac- turera	Electrici- dad, gas y agua	Construc- ción	Comercio, restau- rantes y hoteles	Transporte y comuni- caciones	Servicios financieros y empre- sariales (1)	Servicios de vivienda	Servicios perso- nales (2)	Adminis- tración pública (3)	PIB (4)
2008	RMS	329.210	607	241.305	4.785.411	587.174	2.734.715	5.950.612	2.666.335	13.854.239	2.556.878	5.221.733	1.505.278	40.433.498
2009	RMS	372.546	653	232.363	5.121.499	804.546	2.802.583	5.701.464	2.647.910	14.492.356	2.642.013	5.742.079	1.732.019	42.292.030
2010	RMS	402.699	1.006	276.835	5.891.369	857.328	2.521.524	6.769.719	2.987.598	15.847.484	3.036.256	6.438.277	1.914.333	46.944.429
2011	RMS	437.229	837	303.248	6.412.358	991.729	2.460.786	7.485.833	3.090.053	18.239.682	3.322.730	7.138.052	2.040.474	51.923.011
2012	RMS	415.796	0	397.578	6.808.700	925.529	2.913.554	8.257.916	3.335.223	20.598.730	3.624.533	7.781.445	2.210.392	57.269.395
2013	RMS	460.909	0	397.756	7.046.070	961.614	3.080.599	8.959.467	3.423.143	22.380.039	3.939.328	8.618.043	2.442.549	61.709.518

(1) Incluye servicios financieros, seguros, arriendo de inmuebles y servicios

prestados a empresas.

- (2) Incluye educación, salud y otros servicios.
- (3) En el total para cada año se incluyen los servicios en el exterior del sector Administración Pública.
- (4) En el total para cada año se incluyen el IVA neto recaudado y los derechos de importación.

Restaurantes y Servicios de Alimentación

Un importante componente de la oferta turística son los servicios de alimentación; dentro de los cuales se consideran diversas clases tales como restaurantes, fuentes de soda, pizzerías, salones de té/cafetería y servicios de comida rápida.

De acuerdo a la información registrada al año 2014 por SERNATUR, en la Región Metropolitana existen 128 establecimientos de alimentación, correspondiente al 6,4% del total país, concentrándose mayoritariamente en las comunas de Santiago, Providencia, Las Condes, Vitacura y Ñuñoa, y el resto en los ejes viales de la Ruta 5 Sur (Calera de Tango, Buin, Paine), y Ruta 68 (Curacaví).

Esparcimiento

En la Región Metropolitana de Santiago, existen 22 centros recreacionales de importancia, muchos de estos centros focalizan su accionar en la disposición de alojamiento, áreas verdes, infraestructura construida para la realización de deportes o natación, juegos de máquinas o de niños, espacios de picnic, y otros. Existen a su vez, grandes centros de esparcimientos que cumplen más de una función recreativa, como el Parque Metropolitano de Santiago, el cual cuenta con áreas verdes, piscinas al aire libre, parques de diversiones, de alimentación, juegos para niños, zona de picnic y un zoológico.

Transporte aéreo

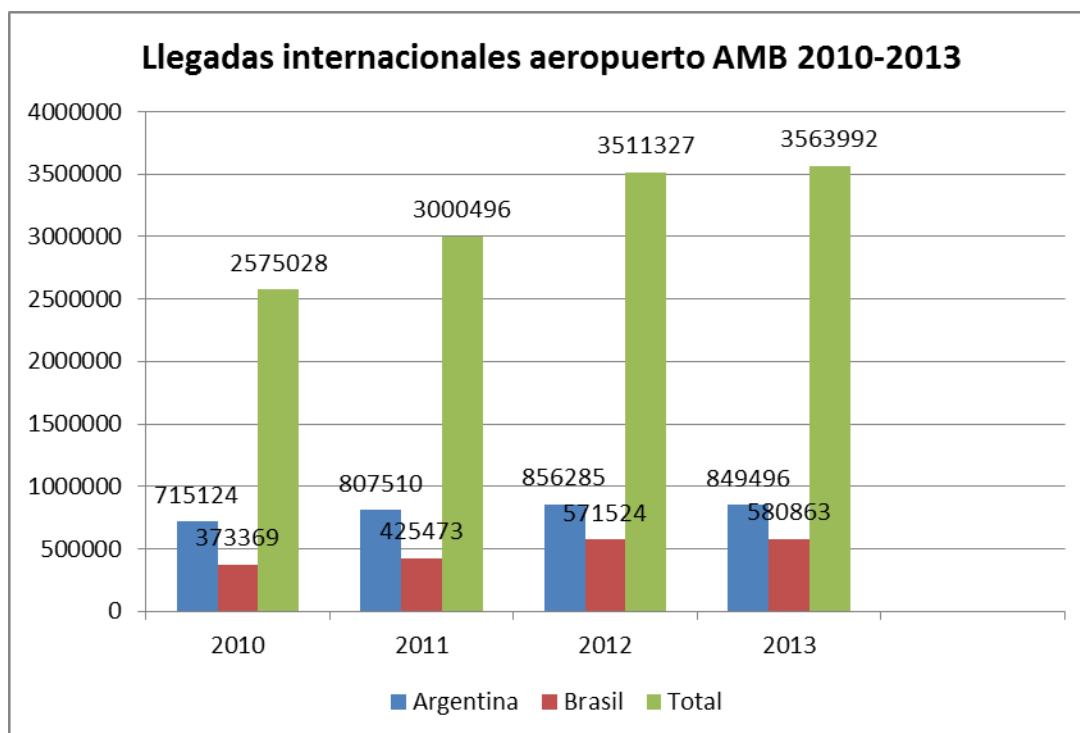
Cuenta con un moderno aeropuerto internacional en el cual están presentes cuatro líneas aéreas nacionales: Lan; Sky, Dap y One; y 16 líneas internacionales: Aerolíneas Argentinas; Austral; Air Europa; American; AeroMéxico; Air Canadá; Air France/KLM; Avianca; Copa; Delta Airlines; Gol; Iberia; Qantas; Taca; Tam y United, además de las conexiones internacionales de la línea nacional Sky y el holding sudamericano Lan-Tam. Estas conectan Santiago y Chile, con más de 80 ciudades de América, Europa y Oceanía, no existiendo vuelos directos a Asia y África.

Durante el año 2014, de acuerdo a cifras de la Junta de Aeronáutica Civil, JAC, se registró un total de 9.813.590 pasajeros que efectuaron vuelos aéreos comerciales entre ciudades de Chile – llegadas y salidas -, cifra superior en un 3,6% respecto a la contabilizada el año 2013. En cuanto a los vuelos internacionales, estos fueron 7.427.702, - salidas y llegadas, con un crecimiento de 6,1% respecto al año anterior; solo las llegadas fueron 3.769.302 pasajeros. Cabe señalar que el esfuerzo de las compañías aéreas por ofrecer alternativas de precios más convenientes a los pasajeros

y las crecientes políticas de promociones, contribuyeron a mantener el crecimiento de los vuelos internos, de esta forma, 340.388 personas más pudieron acceder a algún vuelo al interior del territorio nacional. Por su parte los vuelos internacionales – llegadas y salidas – aumentaron en 424.457 pasajeros.

La situación se muestra en el gráfico que sigue:

Gráfico N°16: Llegadas internacionales al aeropuerto Arturo Merino Benítez, años 2010-2013

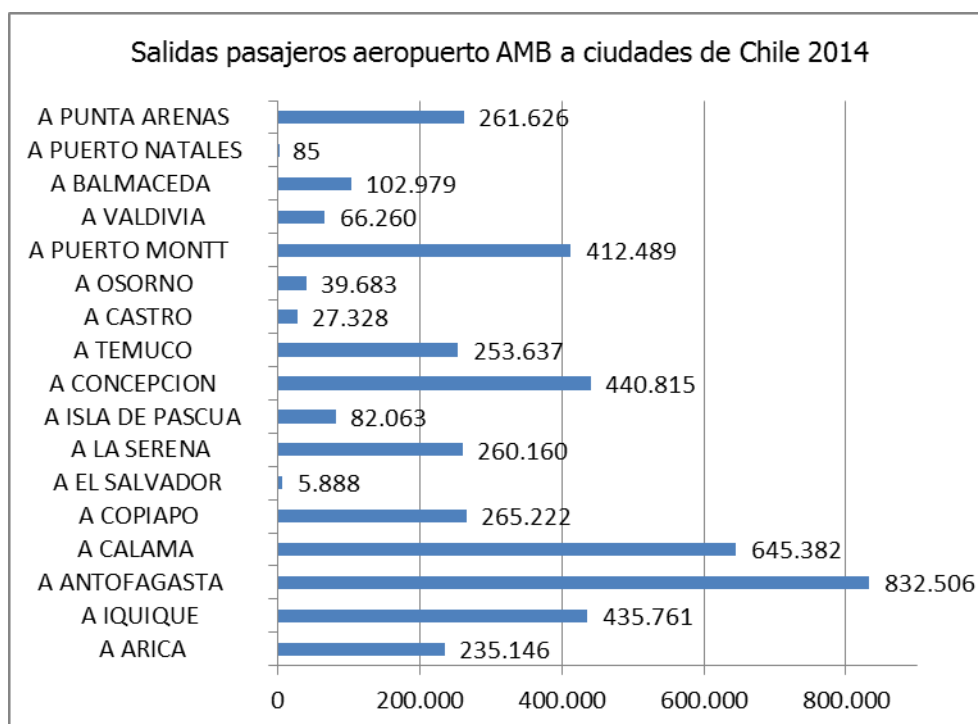


Fuente: Junta Aeronáutica Civil; elaboración Sernatur Región Metropolitana

Se exponen las cifras totales de llegadas internacionales, mostrando además desagregadas las cifras de llegadas desde Argentina y Brasil, dos de los mercados más relevantes para nuestro turismo receptivo. Cabe añadir que esta cifra no aporta información de la nacionalidad ni del país de residencia de quienes vienen en estos vuelos – dos de los conceptos que se utilizan internacionalmente para analizar el turismo receptivo de un mercado determinado -, solo el N° de llegadas en vuelos provenientes de esos países. Por otra parte, un número importante de turistas argentinos utiliza el automóvil privado y los buses para llegar a Chile, sobre todo quienes provienen de las provincias argentinas fronterizas con nuestro país.

En cuanto a los vuelos nacionales se presentó lo siguiente:

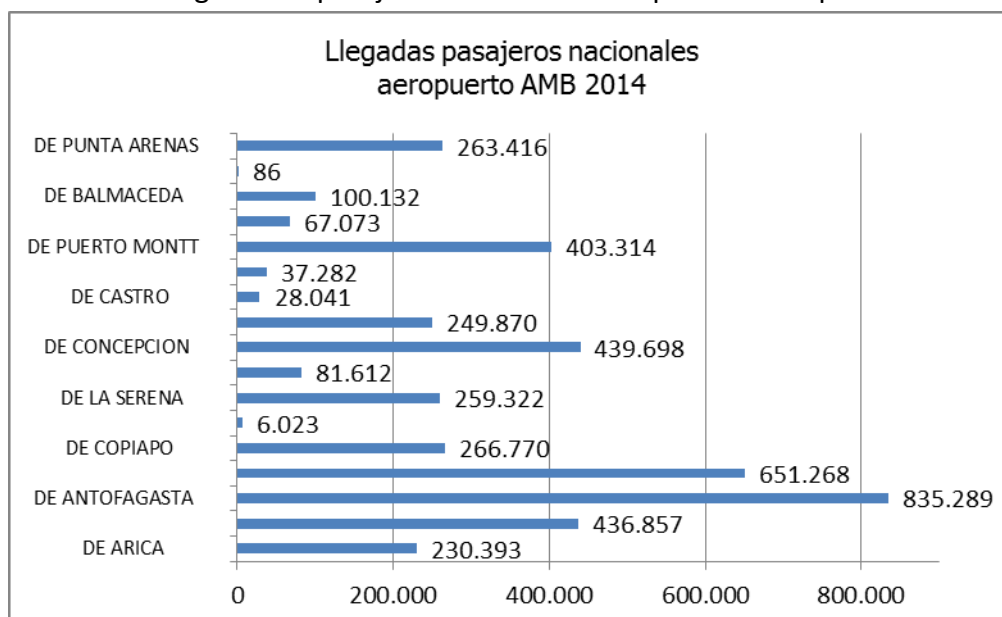
Gráfico 17: Salidas pasajeros aeropuerto AMB Santiago vuelos nacionales por ciudad.



Fuente: Junta Aeronáutica Civil, 2014, elaboración Sernatur, RMS

La proporción de pasajeros que se transporta entre Santiago y las principales ciudades o puntos de destino en los que existe conexión aérea, alcanza a un 88,7% respecto del total de vuelos internos, el resto lo forman los vuelos entre otras ciudades nacionales. Las llegadas son las que se muestran a continuación:

Gráfico 18: Llegadas de pasajeros nacionales aeropuerto AMB por ciudad 2014



Fuente: Junta Aeronáutica Civil, 2014, elaboración Sernatur, Región Metropolitana de Santiago

Transporte terrestre

La ciudad de Santiago posee una importante red de carreteras urbanas, que facilitan la conectividad vial entre distintos puntos de la Región Metropolitana; entre ellas se encuentran la circunvalación Vespucio, Costanera Norte, Av. Kennedy y la carretera N5, entre otras de menor extensión, alguna de las cuales han incorporado el sistema de cobro de telepeaje, lo cual contribuye a disminuir el tiempo de recorrido. De igual modo, en Santiago confluyen todas las carreteras nacionales, como la Ruta 5 que une Chile desde Arica a Puerto Montt, la Ruta 78 que llega al litoral central sur, la Ruta 68 que va a Valparaíso y el litoral central norte, y la Ruta 57 que se conecta con la Ruta 60, internacional, que une Valparaíso con Argentina.

En cuanto al transporte de carretera interurbano, dispone de seis terminales de buses interurbanos tanto para viajes nacionales como internacionales, hacia Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay y Perú. Estos son los terminales de buses Alameda, San Borja, Los Héroes, terminales Alameda Pullman y Tur Bus, terminal metro Pajaritos y terminal metro Del Sol.

Santiago cuenta igualmente con una amplia red de metro subterráneo compuesta por cinco líneas (1, 2, 4, 4A y 5) estando en proceso de construcción las líneas 3 y 6. Tiene 103 kms. de extensión – el segundo más extenso de Latinoamérica después de Ciudad de México - y 108 estaciones, las cuales tienen un horario de apertura desde las 5.35 de la mañana hasta las 23.20 en su mayoría. Se puede pagar un boleto individual o mediante una tarjeta de prepago y control magnético.

Es así como el Metro, los buses de locomoción colectiva del sistema Transantiago, que se pagan con la misma tarjeta de prepago de la red de Metro, más taxis y taxis colectivos – de hasta cinco pasajeros -, completan la oferta de transporte de la Región.

Ciclovías

Igualmente, en la última década se han construido numerosas ciclovías, tanto para recreación como para traslado, en la mayoría de las 32 comunas del Santiago urbano. Este crecimiento ha permitido que la bicicleta se esté transformando paulatinamente en un medio de transporte elegido por crecientes sectores de la población de la capital metropolitana para sus traslados habituales, sobre todo jóvenes. De este modo, a abril de 2014 se disponía de una red de ciclovías de 216 kms. de longitud. Adicionalmente, existen alrededor de 18 operadores de cicloturismo en la RMS (diciembre 2014) que proporcionan una amplia oferta de este tipo de turismo, que suma crecientes adeptos por todo el mundo.

Agencias de Viaje

A diciembre de 2014 estaban registradas en Sernatur un total de 1200 agencias de viajes en el país, entre las que se cuentan minoristas, operadores mayoristas de turismo emisor, nacional o receptor y representaciones de empresas turísticas, de las cuales 370 (30,8%) se encuentran en la RMS. Cuadro 9 Catastro de Atractivos Turísticos de la Región Metropolitana.

Valle del Maipo	Atractivo	Descripción
Buin, Isla de Maipo, Pirque y Paine	Viñas	Teillery, Tarapacá, Miraflores Orgánico, Terramater, Santa Ema, De Martino, Pérez Cruz, Antiyal, Muñoz Robles, Santa Rita, Concha y Toro, El Principal, Harás de Pirque, Huelquén, Hacienda Chada, La Montaña, entre otras.
Buin, Isla de Maipo, Pirque y Paine	Naturales	Laguna de Aculeo, Reserva Altos de Cantillana, cerro La Vacada, cerro Águila Sur, cuesta de Chada, Reserva Nacional Río Clarillo, las Rocas del Padre.
Buin, Isla de Maipo, Pirque y Paine	Culturales	Iglesia La Puntilla, la parroquia del Santísimo Sacramento de Pirque y el Cristo Negro, Festival de la Sandía, Expo Paine Rural, Cantores de Acúleo, Festival Entre Cuecas y Sandías, Festividad la Cruz de Mayo, Fiesta de la Cerveza y la Esquila en Águila Sur, Patio Histórico, medias lunas de Isla de Maipo, zona patrimonial minera “Ruinas de Naltagua, Escorial, Fiesta de la Virgen de la Merced, zona histórica avenida Santelices (Isla de Maipo), Fiesta del Vino de Isla de Maipo, Fiesta de la Vendimia del Valle del Maipo (Buin), Fiesta del Vino de Pirque. Pueblo de artesanos de Pirque, Santuario Nuestra Sra. de la Merced
Buin, Isla de Maipo, Pirque y Paine	Agroturismo	Huertas orgánicas, viveros, chocolaterías y artesanía, criaderos de aves, apicultura, helicultura, gastronomía criolla

DESTINOS PRIORIZADOS FOCO DESTINO

Son los siguientes: 1) Cajón del Maipo; 2) Santiago Histórico – concepto que hay que definir con mayor propiedad de modo que incluya los barrios patrimoniales existentes, competitivos en términos de oferta y vocación turística -; probablemente es más pertinente a la oferta existente el concepto “Santiago Patrimonial” o “Santiago Cultura y Patrimonio”; y 3) Valle del Maipo:

1. Incluye las comunas de San José de Maipo y Pirque.
 2. Considera las comunas de Santiago, Providencia, Lo Barnechea, Recoleta, Independencia, Estación Central
1. En el Valle del Maipo se encuentran seis comunas que la Dirección de Sernatur de la Región Metropolitana de Santiago busca potenciar para transformarlas en un destino turístico competitivo de Enoturismo, Turismo aventura y Turismo rural; estas son Pirque, Isla de Maipo, Paine, Buin, El Monte y Talagante. Ello considerando una serie de características que permitirían lograr lo anterior; entre ellas, cuentan con una diversidad de viñas abiertas al público- en toda la Región existen 62 bodegas, 23 con propuestas turísticas- ; se encuentra a pocos kms. de Santiago; dispone de una adecuada conectividad por medio de autopistas y vías alternativas; cuentan con interesantes atractivos naturales, como la laguna de Aculeo; Paisaje de Conservación de la Biodiversidad de Altos de Cantillana; cerro La Vacada; cerro Águila Sur, entre otros. Entre sus atractivos culturales se pueden mencionar el Festival de la Sandía; Expo Paine Rural; Fiesta del Vino de Isla de Maipo; Fiesta de la Vendimia del Valle del Maipo (Buin) y Fiesta del Vino de Pirque.

Por otra parte es necesario destacar que para la Subsecretaría de Turismo y Sernatur Región Metropolitana es un objetivo prioritario el desarrollo, fortalecimiento y la adición de valor a los productos turística del pueblo alfarero de Pomaire, perteneciente a la comuna de Melipilla, sitio emblemático de la oferta de turismo rural y cultural de la Región.

En relación al número de visitantes a las viñas y al perfil de los mismos, en un estudio del año 2013 se contabilizaron 237.756 turistas, el 40% brasileros, un 17.4% nacionales y un 6.7 provenientes de EEUU. Del mismo modo, del total de visitantes a las viñas a nivel nacional, el 64% se corresponde a viñas localizadas en el Valle del Maipo⁸.

⁸ Fuente: Diagnostico del Enoturismo en Chile, 2013, +MConsultores, para Sernatur y Corfo

En cuanto a los tipos de atractivos existentes en la Región y la categoría de los mismos se presenta lo siguiente:

Cuadro 10 Categoría de los Atractivos Turísticos de la RMS 2014

Categoría	Total	Porcentaje
Sitios Naturales	34	8.5
Museos y Manifestaciones culturales	185	46.1
Folklore	16	4.0
Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	52	13
Acontecimientos Programados	91	22.7
Centros o lugares de esparcimiento	23	5.7
Total	401	100%

Fuente: Sernatur RMS.

Cuadro 11 Jerarquía de los Atractivos Turísticos RMS 2014

Jerarquía	Total	Porcentaje
Jerarquía Local	92	23
Jerarquía Regional	141	35
Jerarquía Nacional	132	33
Jerarquía Internacional	36	9
Total	401	100%

Fuente: Sernatur.

Se destaca el reducido porcentaje de atractivos de nivel internacional, solo un 9%, además, parte importante de estos lo constituyen las viñas y centros de nieve

CARACTERIZACIÓN DE LOS DESTINOS

Cuadro 12 Caracterización de los Destinos priorizados.

Destinos	Comunas	Vocación Turística	Circuitos Turísticos
Cajón del Maipo	San José de Maipo/Pirque	Turismo naturaleza/ Turismo aventura/ Gastronomía y Enoturismo/Biciturismo	
Valle del Maipo	Isla de Maipo/ Buin/ Paine/ El	Enoturismo/ Turismo Rural/ Gastronomía/	

	Monte/ Talagante/ Melipilla	Biciturismo/ Patrimonio y Cultura
Santiago urbano y patrimonial	Santiago/ Providencia/ Recoleta/ Independencia/ Estación Central/ Lo Barnechea	Cultura y patrimonio/ Gastronomía/ Grandes eventos/ Turismo de reuniones/ Biciturismo/ Turismo aventura

Fuente: Sernatur RMS

Cuadro 13 Destinos / Programas

Destinos	Vacaciones 3a Edad	Giras de Estudio	Vacaciones Familiares	Programas Intra-regionales
Centros de Montaña	No	No	No	No
Santiago Urbano	No	No	No	No
Cajón del Maipo	No	No	No	Si
Valle del Maipo	No	No	No	Si

Fuente: Subdirección de Desarrollo, SERNATUR, diciembre 2014.

Cuadro 14 Caracterización ZOIT

ZOIT	Comunas	Vocación Turística	Estado de declaratoria
Cajón del Maipo	San José de Maipo	Si	Repostulación
Barrio Lastarria Bellas Artes	Santiago	Si	Suspendido
Humedal de Batuco*	Lampa	No (sin oferta actual)	Retirada por Subsecretaría de Turismo por falta oferta turística

Fuente: Sernatur, 2014

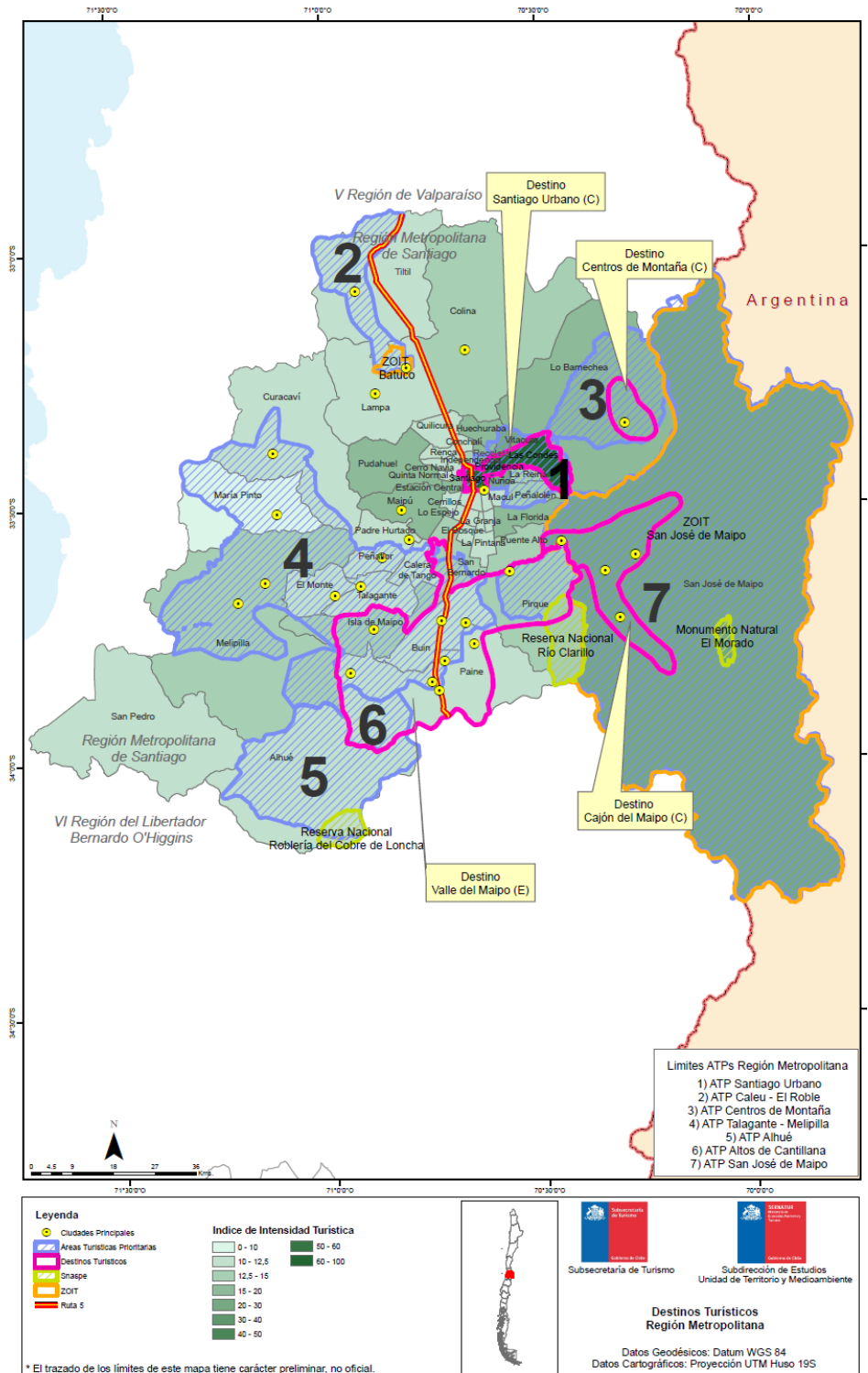
*Se trabajará otra figura de protección del Estado: Monumento Natural, de acuerdo a una iniciativa del Gobierno Regional.

Cuadro 15 Caracterización ASPE

ASPE	Comunas	Principales atractivos	Visitación 2014	Var. Interanual %
Reserva Nacional Rio Clarillo	Pirque	Flora y fauna, río Clarillo, rutas trekking	89.699	5,2
Monumento Natural El Morado	San José de Maipo	Flora y fauna, glaciares, rutas trekking y laguna El Morado	14.079	5,4

Fuente: Conaf 2014.

Mapa Destinos Turísticos



CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR - OFERTA

a) Catastro de Prestadores de Servicios Turísticos en la Región Metropolitana.

Además de sus innumerables atractivos, la Región cuenta con una importante oferta de empresas y servicios turísticos, que alcanza la cifra de 1.475 empresas, que se encuentran distribuidas de la siguiente manera:

Cuadro 16 Prestadores de Servicios Turísticos, registrados en Sernatur, según comunas
Año 2014

Comunas	Servicios													Total General		
	Agencias de Viaje y Turoperadores	Alojamiento Turístico	Arriendo de Vehículo	Artesanía	Guías de Turismo	Restaurantes y Similares	Servicios Culturales	Servicios de Esparcimiento	Servicios Deportivos	Taxis y Buses de Turismo	Transporte de Pasajeros al Aeropuerto	Transporte de Pasajeros por Carretera Interurbana	Transporte de Pasajeros por Vía Aérea		Transporte de Pasajeros por Vía Marítima	Turismo Aventura
Buín		2				1		2								5
Calera De Tango	1															1
Colina	1	2							1	1					1	6
Conchalí	-														1	1
Curacavi	1			1	3			1								5
El Bosque	-				2											2
Estación Central	4	7	1							2	3	2			1	19
Huechuraba	1	1	1												2	5
Independencia	1				2	1										4
Isla De Maipo		8		1				5								14
La Cisterna	1	1			2											3
La Florida	9				6				1	4		1			6	24
La Granja	1									1						1
La Reina	3			1							1				8	12
Lampa	1															1
Las Condes	58	54	4	29	9	8		1	1	3	2	2		1	19	179
Lo Barnechea	3	9		1	1	2			2						5	22
Lo Prado					1										1	2
Macul	1	1			1		1									4

Maipú	6	1			4	1				3	2	1				18
Melipilla	2	4				1	1									8
Ñuñoa	11	7	1		6		1			1		1			8	35
Paine	3	9													4	16
Pedro Aguirre Cerda					1											1
Peñalolén	3											1	1		4	9
Pirqué		2				2									1	5
Providencia	132	144	7	3	11	17		1		3	2	2			29	340
Pudahuel	2	4	2		1						1	3			2	15
Puente Alto	1				2		1			1	2	2			12	22
Quilicura	-				1											1
Quinta Normal	-				1											1
Recoleta	6	10			3	5				1		2			1	25
Renca	1			1						1						2
San Bernardo	1														2	3
San Joaquín	3															3
San José De Maipo	1	44		1	4	7		4							30	91
San Miguel	3		1		1											4
San Ramón	-							1								1
Santiago	80	187	2	3	21	35	5			1	5	2			5	333
Talagante	1								1							2
Tiltil	1	1		1	1	1									3	8
Vitacura	11	10				1									12	31
Total General	357	508	19	42	84	82	10	15	5	22	18	19	1	1	157	1475

Fuente: Subdirección de Desarrollo, SERNATUR, diciembre 2014.

Cuadro 17 Histórico, registrados en Sernatur Región Metropolitana de Santiago

Tipo de Servicio	Años			
	2011	2012	2013	2014
Agencias de Viaje y Turoperadores	24	104	112	67
Alojamiento Turístico	97	200	161	54
Arriendo de Vehículo	2	5	5	7
Artesanía	1	1	7	33
Guías de Turismo	16	32	21	15
Restaurantes y Similares	9	17	35	24
Servicios Culturales	0	2	3	6
Servicios de Esparcimiento	0	2	6	7
Servicios Deportivos	0	1	3	2
Taxis y Buses de Turismo	1	7	8	7
Transporte de Pasajeros al Aeropuerto	1	8	5	6
Transporte de Pasajeros por carretera interurbana	2	7	6	4
Transporte de Pasajeros por vía aérea	0	1	0	0
Transporte de Pasajeros por vía marítima	0	0	1	0
Turismo aventura	0	31	96	30
Total	153	418	469	262

Fuente: Subdirección de Desarrollo, SERNATUR, 2014

b) Certificación Q y Distinción S

Cuadro 18 Total de Prestadores de Servicios con primera Certificación Q, según comunas

Comunas/ Servicios	Año 2014			Total General
	Agencias de Viaje y Turoperadores	Alojamiento Turístico	Guías de Turismo	
Las Condes	1	1		2
Providencia		2		2
				1
Santiago	1			
Vitacura		1		1
Total general	4	2		6

Fuente: Sernatur: Región Metropolitana de Santiago, SERNATUR, 2014.

Cuadro 19 Histórico Certificación Q

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Total general
1° CERTIFICACIÓN	10	56	28	74	24	6	198
RENOVACIÓN				1	16	10	27
TOTAL CERTIFICACIONES	10	56	28	75	40	16	225

Fuente: Sernatur, 2014

Cuadro 20 Total de Servicios de Alojamiento con Distinción S, según comunas

Comunas	Alojamiento Turístico
Las Condes	1
Providencia	5
Santiago	3
Total general	9

Fuente: Sernatur RMS, 2014.

Cuadro 21 Histórico Distinción S

Tipo de Servicio	Años	
	2013	2014
Alojamiento Turístico	4	5
Total	4	5

Fuente: Sernatur RMS.2014.

V. CARACTERIZACIÓN DEMANDA ACTUAL

Para caracterizar esta demanda, esto es, quienes son los turistas que nos visitan, pueden ser útiles varios indicadores que se recopilan sistemáticamente; entre ellos: a) arribos internacionales en general, así quienes llegan por vía aérea lo hacen prácticamente en su mayoría vía el aeropuerto internacional Arturo Merino Benítez; de acuerdo a cifras de la Junta de Aeronáutica Civil, JAC, para 2014, arribaron a este aeropuerto 1.600.348 pasajeros, esto corresponde al 98,6% del total de pasajeros que llegan por vía aérea a Chile. El resto, el 1,4%, acceden por las ciudades de Arica, Antofagasta, Iquique, Concepción y Punta Arenas.

Otro indicador son las llegadas y las pernoctaciones, definiendo este primer concepto como todos aquellos residentes en el extranjero que realizan una noche de alojamiento, al menos, en el destino; siendo las pernoctaciones, el número total de noches en el mismo lugar, en este caso en la Región Metropolitana de Santiago. Así, de acuerdo al Informe Estadísticas de Establecimientos de Alojamiento Turístico año 2013 de Sernatur, ese año se produjeron 1.940.775 llegadas a la RMS y 4.048.247 pernoctaciones. El 64% de las llegadas son de residentes en el extranjero, y el 67,2% de las pernoctaciones.

En cuanto a la estructura del gasto de los residentes en el extranjero que ingresan por vía aérea se presenta lo siguiente:

Cuadro 22: Estructura del gasto turismo receptivo en la RMS.

Estructura del gasto	
Hoteles y Similares	28,5
Casa o Departamento Arrendado	3,4
Restaurante o Similares	22,5
Transporte Interno (aéreo-terrestre- marítimo-arriendo)	10,2
Compras	18,5
Otros (diversión- cultura-deportes- espectáculos- bencina)	9,0
Paquete Turístico (Sin pasaje ni comisión)	7,8
Total	100,0

Fuente: Turismo Receptivo, Sernatur, 2014.

Se destaca que los principales gastos se efectúan en alojamiento, restaurantes y similares, y compras.

En cuanto al motivo del viaje de quienes ingresan por vía aérea, tenemos lo siguiente:

Cuadro 23 Motivos de viaje de turismo receptivo en la RMS

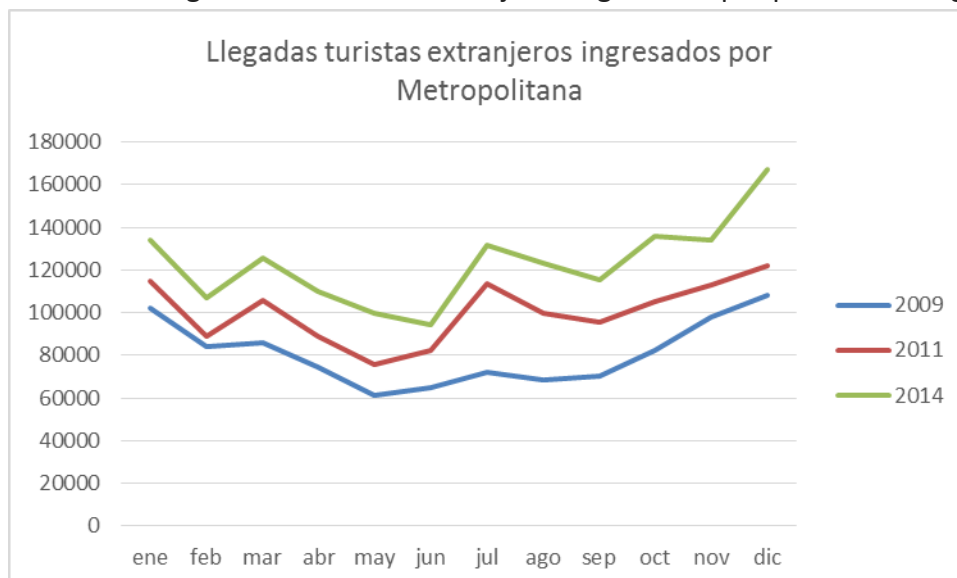
PRINCIPAL MOTIVO DEL VIAJE	TOTAL	%
Personales	1.070.418	69,7%
Vacaciones	738.248	48,1%
Visita Familiares/Amigos	275.782	18,0%
Salud	5.570	0,4%
Estudios	26.934	1,8%
Otro	23.884	1,6%
Negocios	464.472	30,3%
Negocios/Profesionales	424.779	27,7%
Congresos/Seminarios	39.692	2,6%

Fuente: Sernatur: Turismo Receptivo anual 2014

Del cuadro anterior se desprende que el porcentaje mayor de residentes en el extranjero que acceden al país por vía aérea lo hace por vacaciones (48,1%); a continuación aparecen quienes vienen por negocios (30,3%) y por visita a familiares y amigos (18%).

En cuanto a las llegadas y sus incrementos, tenemos que han aumentado las llegadas y que los meses punta son marzo, julio –verano europeo -, octubre, noviembre y diciembre, tal como se muestra en el gráfico a continuación.

Gráfico 19 Llegadas de Turistas extranjeros ingresados por pasos de la región



Fuente: Policía Internacional

Pasajeros provenientes de programas Sociales

Cuadro 24 Estadísticas de llegadas de programas de turismo social – Vacaciones Tercera Edad Intraregional (regular y cupos sociales) (2010 - 2014)

Lugar de Residencia	Destinos	2010	2011	2012	2013	2014
	Centros de Montaña	0	0	0	0	0
	Santiago Urbano	0	0	0	0	0
R. Metrop.	Cajón del Maipo	0	0	0	0	440
R. Metrop.	Valle del Maipo	0	0	0	0	756

Fuente: Subdirección de Desarrollo, SERNATUR, diciembre 2014.

Cuadro 25 Estadísticas de llegadas de programas de turismo social – Gira de Estudios - (2010-2014)

Lugar de Residencia	Destinos	2010	2011	2012	2013	2014
	Centros de Montaña	0	0	0	0	0
Atacama	Santiago Urbano	0	131	132	0	0
Coquimbo		0	219	176	0	0
O'Higgins		0	88	88	0	0
	Cajón del Maipo	0	0	0	0	0
	Valle del Maipo	0	0	0	0	0

Fuente: Subdirección de Desarrollo, SERNATUR, diciembre 2014.

De los cuadros anteriores se desprende que el turismo social no es aun mercado relevante para el desarrollo de la industria regional, y que los programas existentes tiene un fin sobre todo de equidad y de integración social.

a) Otros antecedentes de demanda

Para analizar las perspectivas de desarrollo turístico de la Región, se debe estudiar la posición de ésta respecto a todos los tipos de turismo. Es decir, analizar la situación de la Región Metropolitana de Santiago en el ámbito de turismo internacional o receptivo- ya sea como destino recreativo o de negocios - y en lo que respecta a turismo nacional.

Se destaca que, el 75% de los turistas extranjeros de larga distancia que vienen a Chile, visitan Santiago, y que dicha ciudad es el segundo destino chileno (44%) - después de la Patagonia 49%-, que motivó a los turistas extranjeros a venir a Chile (Estudio ICCOM SERNATUR 2011).

Con esto se desmitifica la idea de que Santiago es sólo un lugar de paso para los turistas. Lo mismo sucede con los estudios realizados con motivo del Plan Capital, desarrollado para la Municipalidad de Santiago, algunos de cuyos resultados se han expuesto más arriba.

VI. DEFINICIÓN ESTRATÉGICA DE ACCIÓN REGIONAL

Turismo de negocios. Santiago es considerada una de las ciudades latinoamericanas con más proyección para este tipo de turismo. Principalmente por su estabilidad económica y social, seguridad, avances tecnológicos, imagen turística, entorno natural con grandes atractivos, oferta variada de cultura y diversión, vinos reconocidos y buena gastronomía; así como por contar con exitosas experiencias en la realización de eventos internacionales. Según un ranking elaborado por América Económica en 2010, Santiago de Chile es considerada la segunda mejor ciudad para hacer negocios en América Latina, así como la tercera ciudad latinoamericana con mejor calidad de vida, tras Montevideo y Buenos Aires.

VISIÓN

No existe explícitamente, dado que la estrategia de Desarrollo Regional actualmente vigente solo aborda de manera tangencial el desarrollo turístico.

Estrategia Regional de Desarrollo 2012-2021

Esta constituye un marco de definiciones en base al cual se deberán orientar las acciones ligadas al crecimiento, desarrollo y mejoramiento de las condiciones de vida de grupos y personas habitantes de los territorios de la región. Su enfoque teórico es el de Desarrollo Humano Regional.

Los principales contenidos incorporados, incluyeron también las valoraciones que para las diferentes barreras realizaron actores y autoridades regionales, estudios vinculados a sectores específicos de la realidad regional y talleres público-privados de discusión sobre la situación general de la RMS.

Como complemento a la descripción de barreras para el desarrollo, se incorporó una caracterización regional que identificó estas problemáticas o síntomas a través del análisis de diversas fuentes secundarias. En base a estos diagnósticos se establecieron los Lineamientos Estratégicos Regionales, LER.

Los Lineamientos propuestos fueron los siguientes:

1. SANTIAGO – REGIÓN INTEGRADA E INCLUSIVA
2. SANTIAGO – REGIÓN EQUITATIVA Y DE OPORTUNIDADES
3. SANTIAGO – REGIÓN SEGURA
4. SANTIAGO – REGIÓN LIMPIA Y SUSTENTABLE
5. SANTIAGO – REGIÓN INNOVADORA Y COMPETITIVA

Cada uno de estos campos se ordenó como Lineamiento Estratégico Regional para el desarrollo futuro de la región y en ellos se integraron las principales líneas de acción. El sector turístico se podría situar, en forma indirecta dado que no se menciona explícitamente como sector productivo, en el lineamiento N° 1 Región Integrada e Inclusiva, en el apartado final:

- Coordinar una mejora de la conectividad al interior de la RMS
- Diversificar los modos de transporte en las zonas rurales de la RMS
- Promover la consolidación de polos en las zonas rurales de la RMS
- Aportar en la generación de un hábitat residencial integrado a la ciudad
- instaurar espacios y dinámicas de encuentro , convivencia e integración regional
- Promover el diálogo intercultural y la promoción de los valores , tradiciones , lenguajes y cultura de los pueblos originarios radicados en la RMS
- Promover una cultura de la tolerancia y respeto a la nueva inmigración internacional
- Fortalecer adecuaciones en el área educacional y la oferta cultural de la RMS, orientada a la tolerancia de la diversidad sexual, etaria, de género, de discapacidad, ética y religiosa.
- Incentivar la recuperación y valorización de identidades territoriales (regional, agropolitanas, locales, barriales, poblacionales, translocales y otras) al interior de la RMS
- **Fortalecer las capacidades de la región para asumir un rol de liderazgo en el cono sur, en temas de marketing urbano y marca región.**

Y proponía como objetivo operacional:

“Desarrollo de acciones de promoción de la marca región, tales como organización de espectáculos internacionales, desarrollo de centros de convenciones, aumento de la información turística internacional y otras”.

De igual modo, existe una intención clara de parte del Gobierno Regional, del Consejo Regional y su actual Intendente, de apoyar el desarrollo turístico de la Región, lo que se manifiesta, entre otros, en que en su Cuenta Pública 2014, y como uno de los 10 proyectos emblemáticos para Santiago 2015, se encuentra:

Proyecto 10. Crear la Corporación Regional de Turismo

Existe la decisión política de crear una Corporación público/privada de Desarrollo Turístico, que se encargaría de promover los productos turísticos de la Región Metropolitana de Santiago a nivel nacional e internacional y de desarrollar nuevos productos. El Intendente mandató al Seremi de Economía, Fomento y Turismo y al Director de Sernatur Región Metropolitana para que cumplan esta tarea.

LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

Componentes del Plan:

- Promoción Nacional e Internacional

A pesar de las ventajas que tiene la Región para aumentar el turismo receptivo tanto a nivel nacional como internacional, ya sea de reuniones o recreativo, hoy existe una insuficiente promoción que potencie y posicione su oferta turística. De este modo, la falta de información específica de la oferta turística de la Región para los turistas, producto de su falta de imagen turística definida y la prácticamente inexistente promoción de la Región como un destino turístico diferenciado en el concierto de la oferta país en el exterior, tiene como consecuencia que estos compren paquetes turísticos hacia otros lugares del país, sólo teniendo una estadía promedio de 2,5 noches en la Región.

El turismo es una industria altamente competitiva, donde cada destino turístico del mundo es un competidor directo o indirecto de la oferta turística de la RMS. En este contexto, aquellos destinos que no cuenten con una sostenida promoción en sus diferentes mercados actuales y potenciales y un fuerte grado de inversión, irán perdiendo o no mejorarán su posición competitiva en el contexto nacional e internacional, causando una disminución en su preferencia respecto otras ciudades, junto a la respectiva disminución del flujo de turistas. Si no se interviene en la promoción y difusión sistemática de la oferta turística, el crecimiento de las llegadas y las divisas disminuirán, afectando el desarrollo económico, el empleo y el desarrollo social de la región. Como enfatiza Philip Kotler, “Las localidades son productos cuyas identidades y valores deben ser diseñadas y comercializados. Los sitios que no logren comercializarse a sí mismos con éxito, enfrentan el riesgo del estancamiento económico y declinación”.

Dado lo anterior, es necesario posicionar la oferta turística regional en el mercado nacional e internacional, a través de la implementación de un programa de promoción constante, que permita obtener resultados en el corto plazo y consolidar, a largo plazo, los flujos turísticos de mercados estratégicos para la Región a nivel internacional. Asimismo, posicionarla en el mercado nacional como una Región con una amplia y competitiva oferta turística.

Para lograr este objetivo es necesario la implementación de programas que difundan la oferta turística regional a nivel nacional e internacional, como una región con oferta diversificada, moderna, entretenida, con una gran plataforma para el desarrollo del turismo cultural, de negocios, rural, de enoturismo y gastronomía, entre otras. En este sentido se han presentado durante al año 2015, con la nueva Dirección Regional de Turismo ADP, varios proyectos para financiamiento del Gobierno Regional. De estos

dos han logrado financiamiento y a agosto 2015 ya han sido completamente ejecutados:

- Programa "Turismo Cultural y expresiones artísticas 2, Hecho en Casa", por un monto de \$ 132.820.000
- Proyecto "Ventana al mundo, Santiago Turístico y Cultural", por un monto de \$ 203.163.600

De igual modo se ha presentado un Proyecto de Promoción nacional e internacional 2015 – 2016 por un monto de \$ 1.500.000.000 que reforzará el primer e importante impulso que se dio a la presencia turística regional y a sus productos con los dos proyectos arriba citados

La necesidad de fomentar el desarrollo de la actividad turística en la región es uno de los objetivos prioritarios de la Dirección Regional Metropolitana de Sernatur. Así también que la actividad turística siga creciendo como se proyecta y el desarrollo de nuestra economía siga consolidándose, se hace necesario contar con un programa que esté orientado a potenciar la oferta turística con su diversidad de productos, mejorar la calidad de los servicios, difundir y promocionar la oferta de atractivos actuales, tanto intrarregional como nacional.

- Diversificación de Experiencias

De acuerdo al diagnóstico realizado por la Consultora Chias Marketing el año 2012, en el marco del Plan Capital y como se ha mencionado al comienzo, Santiago no cuenta con un posicionamiento definido a nivel latinoamericano como destino y tampoco cuenta con un producto estrella –Buenos Aires y tango; Lima y gastronomía; Rio de Janeiro y carnaval, y otros - que permita atraer turistas por sí mismo. Por dicha razón, cobra más importancia aún el desarrollo de actividades y eventos masivos en el ámbito cultural y deportivo, que permitan tanto el disfrute de los propios habitantes de la ciudad así como de los chilenos de otras regiones y extranjeros que nos visitan, para dar a conocer, a su vez, el patrimonio que alberga la ciudad.

Cabe mencionar que es importante mantener un equilibrio entre eventos singulares de carácter masivo que han surgido en los últimos años y otros de carácter más permanente, que identifican comunidades locales. Se trata que el turismo constituya un aporte en la permanencia y puesta en valor de estas importantes fiestas y en el fortalecimiento de nuestra identidad regional. Por lo tanto es muy importante que su oferta al turismo se realice de manera planificada y consensuada con las comunidades locales, con el correspondiente respeto por las manifestaciones culturales y creencias propias de estas.

Existiendo ya una oferta de actividades importantes, el rol fundamental de la Dirección Regional en el desarrollo de éstas ha sido su difusión a turistas nacionales a través de la actualización de los eventos de la página web www.chileestuyo.cl, además de su publicación en el Facebook y Twitter regional. Junto con su difusión digital.

CREACION OIT

Como una manera de incentivar el conocimiento de la diversidad de productos de los turistas nacionales e internacionales que ya se encuentran en el destino, en mayo de 2014 se inauguró una nueva Oficina de Información Turística dependiente de la Región, en el Centro de la Artes y la Cultura Gabriela Mistral, GAM, situada en el Barrio Lastarria, en pleno centro de Santiago. A la fecha, agosto de 2015, esta oficina ha atendido a 3160 turistas, el 62% de ellos extranjeros. Este número representa el 21% del total de los turistas atendidos en las dos oficinas de Información Turística.

Sin embargo, la única acción regional no es tan solo la difusión de las actividades, sino que éstas sirven, a su vez, para estar presentes como Sernatur Región Metropolitana y dependiendo el carácter de cada una, participar con información, folletería, como patrocinadores, y algunas veces auspiciando la actividad postulando a fondos regionales para estos fines. Así también en ocasiones se organizan actividades regionales directamente, principalmente eventos de promoción de oferta regional, como la Feria Mujer, la Feria Vacaciones de Invierno, Muestras de Turismo Municipales, y otras.

PRODUCTOS

Con fines de promover la oferta de la región, los principales productos van dirigidos a la puesta en valor de los destinos y al fortalecimiento y encadenamiento de oferta ya existente. De esta manera, los productos priorizados para su desarrollo y puesta en valor son:

- ❖ Turismo de Nieve
- ❖ Turismo de Negocios (MICE)
- ❖ Grandes Eventos
- ❖ Turismo Aventura/turismo rural
- ❖ Turismo Cultural y patrimonial
- ❖ Enoturismo
- ❖ Gastronomía
- ❖ Biciturismo

TURISMO MUNICIPAL

La ejecución de programas como el de Turismo Municipal ha permitido a la Dirección Regional, fortalecer el desarrollo del turismo local en forma planificada y sustentable, a través de la ejecución de acciones y actividades concretas, como:

1. Mantener una estrecha coordinación con los Gobiernos locales, a través de los encargados de turismo municipal.
2. Trabajar en el desarrollo de nuevos productos turísticos comunales (rutas turísticas).
3. Fortalecer la asociatividad pública-privada, entre municipios y empresarios.
4. Desarrollar ofertas para el turismo social municipal.
5. Trabajar coordinadamente los temas de registro, calidad, inspección, fomento, sustentabilidad, entre otros.
6. Realización de capacitación.
7. Visitas de los equipos técnicos en conjunto a terreno; la primera experiencia se desarrolló con éxito en Isla de Maipo en julio de 2015 y tuvo como objetivo desarrollar un modelo de intervención que se replicará el resto del año a lo menos, en otras dos comunas.

- DESARROLLO DE DESTINOS

Desde comienzos de la actual administración gubernamental se ha intentado desarrollar una ZOIT urbana, que abarque los Barrios Lastarria y Bellas Artes, sin mayor éxito hasta ahora por el rechazo de las Asociaciones de Vecinos de ambos barrios; hacia el futuro se prospectaran otros barrios que cuenten con entidades que puedan impulsar esta figura de planificación turística.

Del mismo modo, se ha trabajado en motivar al municipio de San José de Maipo y a la Cámara de Comercio y Turismo de dicha localidad para actualizar su ZOIT.

- CAPITAL HUMANO

La necesidad de capacitar y perfeccionar el recurso humano en turismo es un tema recurrente desde hace tiempo; esta es una demanda tanto de parte de los empleadores, que requieren de personal preparado según los requerimientos de un turismo cada vez más competitivo, como también de parte de los usuarios de los servicios turísticos del país, sean estos turistas o excursionistas (nacionales o extranjeros), que exigen un servicio de calidad.

Con esta intención la Dirección Regional Metropolitana de Sernatur participa como apoyo en la Mesa de Capital Humano, que tiene como objetivo reunir y coordinar a los sectores académico, público y privado, con el fin de evaluar la realidad nacional en materia de educación y formación en turismo.

Junto con este apoyo y de acuerdo a la realidad de la Región, se trabaja regularmente en la capacitación de los encargados de turismo municipal y de los prestadores de servicios turísticos. El área de Turismo Cultural, en particular, ha realizado en conjunto con otras instituciones, capacitaciones en desarrollo de productos turístico culturales a artesanos; y realiza anualmente el seminario de turismo rural, destinado a contrapartes de cultura y turismo municipales y a prestadores de servicios turísticos rurales. También se han realizado capacitaciones en turismo cultural y patrimonio dirigidas a guías e informadores turísticos. De lo anteriormente mencionado, se proyecta planificar las capacitaciones a guías de modo que se pueda llegar a un mayor número y luego realizar una versión de profundización para quienes estén interesados.

A) Brechas por componente

Cuadro 26 Brechas por componente y Foco Destino

1. DESTINO CAJON DEL MAIPO

Destino Turístico	Comuna
Cajón del Maipo	San José de Maipo y Pirque

Ámbitos o componentes del Plan	Brechas Regionales por Componente
Marketing - Promoción Nacional e Internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia plan de marketing para el destino y por ende de una estrategia común de promoción. • Falta marca turística del destino. • Inexistente promoción del destino en mercados nacionales y por ende desconocimiento de su oferta. • Débil posicionamiento de la oferta en buscadores web / Redes sociales. • Falta de promociones y ofertas para aprovechar capacidad instalada en temporada media y baja. • Escasa promoción y posicionamiento de ASPE de la Región Metropolitana de Santiago • Inexistente promoción como producto turístico de la RMS de las

	<p>propuestas de salud y bienestar existentes en la ciudad (spas urbanos)</p> <ul style="list-style-type: none"> •
Desarrollo de Destinos	<ul style="list-style-type: none"> • Carencia de instrumentos de planificación que definan prioridades. • Necesidad de actualización de la ZOIT existente y de una nueva ZOIT urbana. • Carencia de información de Inteligencia de mercado, entre otros: estudios de demanda, satisfacción y perfiles de usuarios y otros. • Destino priorizado con importantes problemas de accesibilidad. • Insuficiente señalética turística de orientación e información
Innovación - Diversificación de Experiencias	<ul style="list-style-type: none"> • Desigual desarrollo turístico entre los diferentes destinos priorizados. • Falta diagnóstico de brechas específicas en cada destino. • Reducidos encadenamientos con industria local en algunos productos consolidados de los destinos. • Muy precario desarrollo de su oferta termal de la Región y desconexión de esta con los productos de salud y bienestar existentes en la ciudad (spas urbanos) • Necesidad de modernización infraestructura existente centro de ski Lagunillas. • Insuficiente señalética turística de atractivos del destino. • Reducido desarrollo de productos de turismo rural. • Desigual calidad y formalización oferta gastronómica en destinos. • Insuficiente puesta en valor de PN Rio Clarillo y RN Río Olivares
Registro	<ul style="list-style-type: none"> • Bajos niveles de registro de los servicios turísticos en el destino
Calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Falta diagnóstico de brechas específicas en cada uno de los destinos priorizados • Falta formalización de la oferta y desarrollo de estándares, especialmente en restauración. • Falta de difusión de servicios certificados en los usuarios potenciales • Falta promoción de los beneficios de la certificación a los empresarios e información insuficiente sobre cómo certificarse y los procedimientos necesarios.
Sustentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Existe desconocimiento general sobre el concepto de sustentabilidad aplicado a la actividad turística y como consecuencia, sobre el proceso de obtención de la distinción de sustentabilidad. • Existen prácticas aisladas, no existe un lineamiento en el destino que permita estandarizar las buenas prácticas en sustentabilidad que se han implementado.

Capital Humano	<ul style="list-style-type: none"> • No existe una historia común y compartida del destino /necesidad de elaborar relatos actualizados y coherentes con prioridades regionales de uso turístico, para capacitar a guías de turismo • Mejorar la calificación y atención al cliente de los prestadores de turismo (operadores turístico, guías turismo, servicios alojamientos y gastronomía). • Bajo nivel de manejo de idiomas extranjeros (inglés y portugués). • Falta diagnostico exhaustivo y actualizado de las necesidades de la industria en recursos humanos. • Falta certificación de competencias laborales. • Falta informar a los empresarios de que existen perfiles para el área turística.
Fomento	<ul style="list-style-type: none"> • Existe una insuficiente aplicación de instrumentos y de trabajo con las entidades de fomento por parte de gran número de prestadores de servicios turísticos, en comparación con otros destinos de la región.
Otros	<ul style="list-style-type: none"> • Marcada estacionalidad en productos de turismo rural. • Desconocimiento productos turismo rural en operadores regionales y nacionales. • Falta de RRHH en Sernatur RMS dadas las actuales exigencias de desarrollo turístico de la Región • Necesidad de generar programa de difusión regular con gremios o cámaras para dar a conocer lo que Sernatur realiza • Desconocimiento de toda la oferta de productos de Turismo Aventura en operadores regionales y nacionales. • Necesidad de fortalecer y expandir la asociatividad gremial existente

2. DESTINO VALLE DEL MAIPO

Destino Turístico Comuna	
Valle del Maipo	Buin, Paine, Isla de Maipo, El Monte, Melipilla y Talagante.
Ámbitos o componentes del Plan	Brechas Regionales por Componente
Marketing - Promoción Nacional e Internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia plan de marketing para el destino y por ende de una estrategia común de promoción. • Falta marca turística del destino • Ausencia promoción turística del destino en mercados nacionales • Falta de herramientas digitales para promocionar el destino • Reducida participación de los Municipios en la promoción del destino • Baja oferta ágil e innovadora para fines de semana y festivos que atraiga diferentes grupos objetivos al destino.
Desarrollo de Destinos	<ul style="list-style-type: none"> • Carencia de instrumentos de planificación que definan prioridades. • Carencia de estudios de demanda actual y potencial.
Innovación - Diversificación de Experiencias	<ul style="list-style-type: none"> • Falta diagnóstico de brechas específicas. • Reducidos encadenamientos con resto industria local en algunos productos consolidados del destino, por ej. Enoturismo • Pérdida de calidad de la oferta en algunos productos consolidados, por ej. Pomaire. • Reducido desarrollo de productos de turismo rural. • Oferta ecoturística dispar y con reducidos encadenamientos con otros productos locales. • Falta de alojamientos en destino Valle del Maipo. • Desigual calidad y formalización oferta gastronómica en destino. • Insuficiente señalética turística de orientación e información
Calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Falta diagnóstico de brechas específicas en cada uno de los destinos priorizados. • Falta formalización de la oferta y desarrollo de estándares, especialmente en restauración y enoturismo • Falta promoción de los beneficios de la certificación a los empresarios e información insuficiente sobre cómo certificarse y los procedimientos necesarios.
Sustentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Existe desconocimiento general sobre el concepto de sustentabilidad aplicado a la actividad turística y como consecuencia, sobre el proceso de obtención de la distinción de sustentabilidad. • Existen prácticas aisladas, no existe un lineamiento en el destino

	que permita estandarizar las buenas prácticas en sustentabilidad que se han implementado.
Capital Humano	<ul style="list-style-type: none"> • Insuficiente sensibilización en conciencia turística en la industria y en la sociedad en general. • Mejorar la calificación y atención al cliente de los prestadores de turismo (operadores turístico, guías turismo, servicios alojamientos y gastronomía). • Bajo nivel de manejo de idiomas extranjeros (inglés y portugués). • Falta diagnóstico exhaustivo y actualizado de las necesidades de RRHH de la industria. • Falta certificación de competencias laborales. • Falta informar a los empresarios de que existen perfiles para el área turística. • Necesidad de capacitación y perfeccionamiento de los actores que participan en turismo
Fomento	<ul style="list-style-type: none"> • Hay un escaso desarrollo de producto turístico y escaso encadenamiento de la oferta existente. • Se detecta la necesidad de capacitación y perfeccionamiento de los actores que participan en turismo. • Necesidad de fortalecer y expandir la asociatividad gremial de la industria
Registro	<ul style="list-style-type: none"> • Destinos priorizados con importantes problemas en temas de registro (no solo los obligatorios).
Otros	<ul style="list-style-type: none"> • Marcada estacionalidad en productos de turismo rural. • Desconocimiento productos turismo rural en operadores regionales y nacionales. • Desconocimiento de toda la oferta de productos enoturismo en operadores regionales y nacionales. • Falta de RRHH en Sernatur RMS dadas las actuales exigencias de desarrollo turístico de la Región • Necesidad de generar programa de difusión regular con gremios o cámaras para dar a conocer lo que Sernatur realiza.

3. DESTINO SANTIAGO URBANO

Destino Turístico Comuna	
Santiago Urbano	Santiago, Providencia, Lo Barnechea, Recoleta, Independencia, Estación Central
Ámbitos o componentes del Plan	Brechas Regionales por Componente
Marketing - Promoción Nacional e Internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia plan de marketing para el destino y por ende de una estrategia común de promoción; si bien existe el Plan Capital impulsado la IM Santiago, existe escaso conocimiento del mismo en la industria. • Falta marca turística del destino. • Muy reducida promoción del destino en contraposición a su importante rol político administrativo, conectividad y a la imagen existente en el exterior. • Irregular sistematicidad de promoción turística del destino en mercados nacionales e internacionales. • Débil incorporación de herramientas digitales para promocionar el destino • Reducida participación de los Municipios en la promoción del destino. • Débil posicionamiento de la oferta en buscadores web y redes sociales. • Baja oferta para fines de semana y festivos que atraiga diferentes grupos objetivos al destino. • Débil posicionamiento como capital sudamericana. • Carencia de información de inteligencia de mercado; entre otros estudios de demanda, satisfacción de usuarios, perfiles de usuarios y otros. • Nula promoción del Sello Q de calidad, como atributo diferenciador de hoteles con estrellas. • Falta de promoción MICE RMS como producto diferenciado dentro de la oferta país.
Desarrollo de Destinos	<ul style="list-style-type: none"> • Carencia de instrumentos de planificación que definan prioridades. • Carencia de estudio demanda actual y potencial. • Notoria carencia de oferta suficiente de centros de convenciones y reuniones para más de 2.000 participantes. • Reducida presencia de la oferta cultural de la ciudad como parte de la oferta turística.

	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de elaboración de relato común del destino. • Destinos consolidados asociados con problemas de accesibilidad que limitan su desarrollo: centros de nieve; Cajón del Maipo. • Importantes y crecientes problemas de conectividad con aeropuerto internacional. • Falta de regulación transporte público al aeropuerto.
Innovación - Diversificación de Experiencias	<ul style="list-style-type: none"> • Falta diagnóstico de brechas específicas en cada uno de ellos. • Reducidos encadenamientos con industria local en algunos productos consolidados de los destinos, por ej. Enoturismo • Pérdida de calidad de la oferta en algunos productos asociados, por ej. Pomaire. • Desigual calidad y formalización oferta gastronómica en destino. • Ausencia de multiculturalidad y de la presencia de los pueblos originarios de la RMS en los relatos del destino. • Falta de productos con pertinencia indígena.
Calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Falta diagnóstico de brechas específicas. • Falta formalización de la oferta y desarrollo de estándares, especialmente en restauración. • Falta promoción de los beneficios de la certificación a los empresarios e información insuficiente sobre cómo certificarse y los procedimientos necesarios.
Sustentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Existe desconocimiento general sobre el concepto de sustentabilidad aplicado a la actividad turística y como consecuencia, sobre el proceso de obtención de la distinción de sustentabilidad. • Existe poca difusión de los establecimientos que han recibido la distinción de sustentabilidad turística.
Capital Humano	<ul style="list-style-type: none"> • Insuficiente sensibilización en conciencia turística en la industria y en la sociedad en general. • Mejorar la calificación y atención al cliente de los prestadores de turismo (operadores turístico, guías turismo, servicios alojamientos y gastronomía). • Bajo nivel de manejo de idiomas extranjeros (inglés y portugués). • Falta diagnóstico exhaustivo y actualizado de las necesidades de RRHH de la industria. • Falta certificación de competencias laborales. • Falta informar a los empresarios de que existen perfiles para el área turística.
Fomento	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de innovación en los productos ofrecidos por la cadena de comercialización. • Ausencia de nuevos encadenamientos en la oferta existente. • No existen muchas alternativas de asociatividad a nivel regional y por producto, por ej. ausencia de Clubes de Producto. • Necesidad de potenciar los nuevos barrios emergentes tales

	<p>como, barrio Manuel Montt, La Chimba (Recoleta e Independencia), Italia, entre otras.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se debe trabajar en conjunto con Sercotec, Corfo, Indap y otros servicios que cuenten con instrumentos de fomento, para dirigir el recurso a favor de la industria turística y basándose en un exhaustivo conocimiento de las brechas que existen entre servicios y destinos. • Realizar convenios de colaboración con vigencia extendida y no válidos solo durante una Administración, para poder dar continuidad a los instrumentos. • Baja asociatividad y baja formalización y registro en mini y pequeños empresarios limita su acceso a instrumentos de fomento.
Registro	<ul style="list-style-type: none"> • Reducido número de empresas gastronómicas registradas en el destino. • Destinos priorizados con importantes problemas en temas de registro (no solo los obligatorios).
Otros	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de RRHH en Sernatur RMS dadas las actuales exigencias de desarrollo turístico de la Región • Desconocimiento de toda la oferta de productos de Turismo Aventura en operadores regionales y nacionales. • Necesidad de generar programa de difusión regular con gremios o cámaras para dar a conocer lo que Sernatur realiza

B) ZOIT

Se continuará el trabajo de diseño, definición de nuevo polígono y postulación de la Zona de Interés Turístico en dos territorios priorizados:

- San José de Maipo.
- Santiago urbano y patrimonial: se está en proceso de definición de alternativas al Barrio Lastarria.

Para que puedan presentar su actualización con el fin de ratificar su condición de interés turístico a nivel nacional.

C) ASPE

Según minuta emitida por la Subsecretaría, la Región Metropolitana de Santiago no cuenta con áreas protegidas seleccionadas para el programa de Infraestructura Habilitante, de las ASPE. No obstante, se está trabajando coordinadamente en conjunto con Gobierno Regional Metropolitano y Conaf en la Declaración de la

primera área silvestre protegida de la Región, correspondiente a la Reserva Nacional Río Clarillo.

D) Comité de Seremis de Turismo

No está previsto convocar a esta instancia durante 2015, dado que el liderazgo de las acciones a desarrollar por la RMS en Turismo es definido por el Intendente, quien ha priorizado dos proyectos en el área:

- Corporación de Turismo
- Gran Centro de convenciones.

V.3. Componentes del Plan

A) Promoción Nacional e Internacional

Territorio	Acciones por Componente					Presupuesto (en \$M)					
	Proyecto	Objetivo General del Proyecto	Entidad responsable ejecución	Colaboradores/asociados	Período de ejecución total (año inicio/termino)	Presupuesto total	Presupuesto 2014	Presupuesto 2015	Presupuesto 2016	Presupuesto 2017	Presupuesto 2018
Región Metropolitana de Santiago. Todos sus productos, en especial Turismo de nieve; Turismo naturaleza; biciturismo; cultura y patrimonio; Grandes	Proyecto turístico cultural: "Ventana al mundo Santiago turístico y cultural"	Impulsar el descubrimiento de la cultura, identidad y patrimonio de la RMS, entre los turistas nacionales e internacionales que visitan al Región con motivo de la	Sernatur RMS	Gobierno Regional; CORES	2015/2015	\$203.163.000	0	\$203.163.000	\$203.163.000	0	0

eventos; Gastronomía y enoturismo.		realización de Copa América.									
Región Metropolitan a de Santiago; Cultura y Patrimonio	Programa “Turismo cultural y expresione s artísticas 2”	“Contribuir a mejorar el uso de los espacios públicos, a través de la inclusión ciudadana en intervencion es artísticas urbanas”	Sernatur RMS	Gobierno Regional; CORES	2015/201 5	\$132.820.0 00	-	\$ 132.820.00 0	\$ 132.820.00 0	-	-

B) Diversificación de Experiencias

Territorio	Acciones por Componente					Presupuesto (en \$M)					
Destinos	Proyecto	Objetivo General del Proyecto	Entidad responsable ejecución	Colaboradores /asociados	Período de ejecución total (año inicio/termino)	Presupuesto total	Presupuesto 2014	Presupuesto 2015	Presupuesto 2016	Presupuesto 2017	Presupuesto 2018
Santiago urbano	"Fortalecimiento de Barrios Comerciales"	Dinamizar la gestión comercial y el entorno urbano de 11 barrios comerciales" en la RMS (y 60 barrios a lo largo del país). Solo tienen componentes turísticos los barrios de	Sercotec	Subsecretaría de Turismo; Sernatur RMS	2015/2018	\$750.000.000 por barrio;	-	s/i	s/i	s/i	s/i

		Patronato; La Chimba; San Diego; Victoria; Donaire e Isla de Maipo (total: 6). Está pendiente de inicio el de Maipú.									
FIC Enoturismo RMS	“ENOTURI SMO CORFO”	Posicionar la RM como destino Enoturístico en el país y en el mundo, mediante el desarrollo de capacidades turísticas en la industria y sus entornos, permitiendo así la instalación de nuevos productos y servicios turísticos.	CORFO	Gobierno Regional Metropolitano Municipios Servicios públicos regionales (CORFO, SERCOTEC, SERNATUR, MOP, INDAP, SENCE, entre otros)	2014 - 2015	\$450.000.0 00	s/i	s/i			

FIC Regionales	POR DEFINIR										
ENOTURISMO MESO REGIONAL, regiones Valparaíso; Metropolitana; O'Higgins; Maule;	ENOTURISMO SUSTENTABLE PARA LA ZONA CENTRAL: VALPARAISO; METROPOLITANA; O'HIGGINS Y MAULE"	Impulsar el desarrollo y consolidación de la industria de Enoturismo en Chile, de calidad, sustentable y competitiva, enfocada en el mercado nacional e internacional. Para capturar mercados de categoría mundial de altos gastos y posicionar a Chile como un destino de enoturismo sustentable	CORFO	SERNATUR, ODEPA, Subsecretaría de Turismo, Sercotec; Wines of Chile, FEDETUR, ACHET; Inacap; Club de Amantes del Vino; Corporación PEBRE	2015-2016	\$130.000.000		s/i	s/i		

RMS Turismo Rural	NODO Turístico TIL – TIL	Fortalecer la competitividad de MIPYMES a través de redes de cooperación locales y regionales para el desarrollo turístico de la comuna de TIL TIL, RM	CORFO	Fedefruta, Sernatur, y MYR Chile	2014/2015	\$ 50.820.400	S/I	s/i			
RMS Turismo multiprodu cto	NODO Turístico Buin	Generar una red asociativa de turismo comunal, que permita difundir en forma conjunta, la oferta turística de la comuna de Buin, a través de instancias de puesta en valor del patrimonio	CORFO	Municipalidad de Buin Sernatur, MYR Chile y Fedefruta.	2014/2016	\$ 50.466.300	\$ 50.466.300				

		turístico local, mediante el diseño y desarrollo de productos turísticos, acciones de difusión de la oferta y transferencia de capacidades técnicas al grupo beneficiario.									
RMS Turismo urbano	NODO Barrio Lastarria	Contribuir al desarrollo sustentable de los empresarios y empresarias del sector turístico del Barrio Lastarria Bellas Artes, mejorando su competitividad y su vinculación	CORFO	Asoc. Gremiales y Juntas de Vecinos Lastarria y Bellas Artes	2014/2015	\$ 47.376.200	s/i	s/i			

		con el mercado.									
Turismo Urbano	FIC SANTIAGO O LATERAL	“Revitalización de mercados, pasajes y galerías comerciales de Santiago: comercio singular en espacios singulares”	Gobierno Regional	CORDESAN; Laboratorio Ciudad y Territorio UDP; Santiago INNOVA.	2014-2015	\$189.987.520	s/i	s/i			
Turismo Rural	Plan de Trabajo Turismo Rural INDAP RM Programa institucional	El objetivo principal que este trabajo se plantea este trabajo es de sistematizar en una Hoja de Ruta regional las actividades y tareas que demanda el rubro Turismo Rural, identificando	INDAP	Por definir	2015→	s/i		s/i	s/i	s/i	s/i

		tiempos de ejecución, prioridad, indicadores, responsables, entre otros.										
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

C) Desarrollo de Destinos

Territorio	Acciones por Componente					Presupuesto (en \$M)					
	Destinos	Proyecto	Objetivo General del Proyecto	Entidad responsable ejecución	Colaboradores /asociados	Período de ejecución total (año inicio/termino)	Presupuesto total	Presupuesto 2014	Presupuesto 2015	Presupuesto 2016	Presupuesto 2017
Santiago Urbano y San José de Maipo	Inicio de trabajo previo para desarrollar ZOIT urbana en Barrio de La Chimba (comunas Independencia, Recoleta y Santiago); a la vez se actualizará ZOIT San José de Maipo	Generar ZOIT urbana en reemplazo aquella de Barrio Lastarria y actualizar ZOIT San José de Maipo	Los Municipios involucrados y Sernatur RMS	Cámara de Comercio y Turismo de San José de Maipo	2015-2016	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a

D) Calidad

Territorio	Acciones por Componente					Presupuesto (en \$M)					
Destinos	Proyecto	Objetivo General del Proyecto	Entidad responsable ejecución	Colaboradores/asociados	Período de ejecución total (año inicio/termino)	Presupuesto total	Presupuesto 2014	Presupuesto 2015	Presupuesto 2016	Presupuesto 2017	Presupuesto 2018
RMS Turismo urbano	NODO Calidad	Fortalecer la competitividad de la cadena de valor de la prestación de los servicios turísticos de alojamiento, por medio del establecimiento e implementación de las normas de calidad tcas. de EAT chilenas	CORFO/UTEM	Sernatur	2015	\$50.000.000		\$50.000.000			
RMS	FOCAL	Fortalecer la	CORFO	Sernatur	2015	\$122.000.00		\$122.000.00			

Multiproducto	(Fomento a la Calidad)	competitividad de la cadena de valor de la prestación de los servicios turísticos de alojamiento, por medio del establecimiento e implementación Y certificación de las normas de calidad – sellos Q y S – turísticas de guías, TTOO y alojamientos		RMS		0		0			
RMS Multiproducto	SIGO (Sistema Inicial de Gestión Organizacional)	Fortalecer la competitividad del destino RMS a través de la calidad en la atención y en satisfacción del cliente	SERNATUR RM, Subsecretaria y Ministerio de Turismo Argentina		2015	US 50.000 → \$35.000.000		\$35.000.000			
RMS Turismo	Formalización de	Formalizar a arrieros de San	Ministerio de	Mesa de Turismo	2015-2016	s/i		s/i			

Aventura	arrieros San José de Maipo	José de Maipo como guías de cabalgatas de turismo aventura; certificar competencias de laborales y capacitación en marketing y alfabetización digital	Energía;	Ecuestre Cajón del Maipo: Asociación de Arrieros; Sernatur RMS, Subsecretaría de Turismo; Gobernación Cordillera y Municipio de San José de Maipo; Ministerio de Energía; Corfo; Sercotec y AesGener							
----------	----------------------------------	--	----------	--	--	--	--	--	--	--	--

E) Capital Humano

Territorio	Acciones por Componente					Presupuesto (en \$M)					
Destinos	Proyecto	Objetivo General del Proyecto	Entidad responsable ejecución	Colaboradores /asociados	Período de ejecución total (año inicio/termino)	Presupuesto total	Presupuesto 2014	Presupuesto 2015	Presupuesto 2016	Presupuesto 2017	Presupuesto 2018
Todos los productos de la Región	Línea de trabajo regular Mesa "Capital Humano"	Trabajar en el cierre de brechas detectadas en el marco de la Mesa de Capital Humano	Sernatur Nacional; y Sernatur RMS	Instituciones de Educación que dictan carreras de turismo (Univs.; IP, CFT); asoc. gremiales del sector; empleadores y profesionales y estudiantes	2015 - 2018	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i

Todos los productos y destinos de la RMS	Chile Valora	Definir perfiles profesionales y técnicos de la industria y certificar competencias por un organismo autónomo tripartito. Difundir y promover entre los empresarios y trabajadores, esta certificación.	CHILE VALORA	Sernatur de todas las Regiones; ACHIGA; HOTELGA; FEGACH;AP ROTUR; FEDETUR	2014/2015	s/i					
Turismo Rural y enoturismo	Capacitación en marketing para PYMEs turísticas de comuna Isla de Maipo; 30 hrs.	Entregar herramientas para comercializar el destino turístico Isla de Maipo	SERCOTEC	SERCOTEC	2015	\$ 3.750.000					

RMS Multiproducto	Programa PUNTO MIPE; Talleres de capacitación en diferentes temáticas turísticas (1 día completo); entre ellas: clínica contable y tributaria; turismo aventura; turismo sustentable ; atención al cliente; creación sitios web; asesorías redes sociales; nuevas tecnologías; y otros.	SERCOTEC	SERCOTEC	Sernatur RMS	2015-2018	\$ 350.000 por curso					
----------------------	--	----------	----------	--------------	-----------	----------------------	--	--	--	--	--

