



UNIVERSIDAD DE VALPARAISO
Facultad de Ciencias Economicas y Administrativas
Administración de Negocios Internacionales

GRUPO SUP DE CO MONTPELLIER
Escuela Superior de Comercio de Montpellier

**La industria del turismo de Chile: un negocio internacional generador
de ingresos**

Autor

JEAN-CHARLES MASSON

**Tesis presentada a la Carrera de Administración de Negocios Internacionales de la
Universidad de Valparaíso para optar al Grado de Licenciado en Negociaciones
Internacionales, Título Profesional de Administrador de Negocios Internacionales.**

Profesor Guía : EDUARDO HAYE

Junio del 2009

Viña del mar

Indice

Introducción	P 4
<u>Capítulo 1 Panorama del sector turístico en Chile</u>	P 9
I Datos y evolución	P 9
1.1.1 Situación mundial del turismo	P 9
1.1.2 Situación del turismo en Chile	P 11
II La oferta del sector turístico en Chile	P 12
1.2.1 Atractivo turístico	P 14
1.2.2 Actividad turística	P 15
1.2.3 Planta turística	P 16
1.2.4 Infraestructura y transporte	P 16
1.2.5 Los actores institucionales	P 22
III La demanda del sector turístico en Chile	P 27
1.3.1 Principales mercados emisores hacia Chile	P 28
1.3.2 Perfil de la demanda extranjera	P 29
1.3.2.1 Mercado Europeo	P 29
1.3.2.2 Mercado Norteamericano	P 32
1.3.2.3 Mercado Argentino	P 34
IV Análisis FODA	P 37
<u>Capítulo 2 Importancia del turismo a la economía</u>	P 40
I El turismo, una actividad generador de ingresos	P 40
2.1.1 Estructura de los ingresos	P 40
2.1.2 Los gastos según los países	P 42
2.1.2.1 Los gastos de los europeos	P 42
2.1.2.2 Los gastos de los norteamericanos	P 43

2.1.2.3 Los gastos de los argentinos	P 43
II El aporte del turismo a la economía	P 44
2.2.1 Los impactos primarios y secundarios.	P 44
2.2.1.1 El impacto primario	P 44
2.2.1.2 El impacto secundario	P 45
2.2.2 El impacto en el PIB	P 46
2.2.3 El aporte en el empleo	P 48
2.2.4 Las Inversiones en el sector turístico	P 51
2.2.4.1 La inversión Privada	P 52
2.2.4.2 Los gastos públicos	P 53
III El turismo como producto de exportación	P 54
<u>Capítulo 3: Las nuevas oportunidades de negocios</u>	P 56
I El ecoturismo, un nuevo tipo de turismo	P 56
3.1.1 Presentación del ecoturismo	P 56
3.1.2 El impacto del ecoturismo en los países en desarrollo	P 58
3.1.3 El ecoturismo en Chile	P 59
II Los nuevos mercados extranjeros en desarrollo: los países asiáticos	P 65
3.2.1 El potencial asiático	P 65
3.2.2 Análisis de los mercados Japónes y Chino	P 66
III Los cruceros, un nuevo mercado creciendo en Chile	P 69
3.3.1 Presentación de los cruceros	P 69
3.3.2 El desarrollo de los cruceros	P 69
3.3.3 Beneficios de los cruceros en Chile	P 72
Conclusión	P 75
Bibliografía	P 78

Introducción

En Europa, se puede observar campañas de promoción con imágenes del Desierto de Atacama, Isla de Pascua, centros de esquí, cruceros y la Patagonia de Chile. Son proposiciones de evasión y de descanso bajo el distintivo “Naturaleza que conmueve”: campaña de promoción que busca posicionar a Chile como un destino de categoría mundial.

El turismo es una actividad humana compleja que determina el consumo de una amplia variedad de bienes y servicios, entre ellos transporte, alojamiento, comidas y entretenimientos. Es una industria refinada que ha evolucionado para prestar servicio a los consumidores antes, durante y después de sus viajes fuera de su lugar de residencia habitual. Por medio de esta industria las consecuencias económicas del turismo se transfunden a las naciones, regiones, ciudades, pueblos, comunidades e individuos.

La Industria internacional del turismo se desarrolla en Europa en el siglo XIX, como una consecuencia de la revolución industrial, con la creación de la primera agencia de viaje “Thomas Cook and Soon” por Thomas Cook en 1851. Se da cuenta de las enormes posibilidades económicas que podría llegar a tener esta actividad. Eso para responder a las necesidades de los ricos Británicos, cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Los primeros lugares famosos de turismo son Italia, los Alpes y las capitales de Europa, con influencias de numerosos artistas y el desarrollo de las exposiciones universales.

El turismo se desarrollo con la evolución de cuatros factores: la voluntad de descubrir otra cultura y paisajes (exotismo), tener plata disponible para actividades no indispensables, tener tiempo libre, y el desarrollo de infraestructuras y medios de transportes. Así, el turismo va a propagarse en el mundo y diversificarse durante el siglo XIX con el viaje de placer, la búsqueda del sol en el invierno, el viaje de negocios, el viaje terapéutico. Entre 1950 y 1973 se comienza a hablar del boom turístico. El turismo internacional crece a un ritmo superior de lo que lo había hecho en toda la historia. Este desarrollo es consecuencia del nuevo orden internacional, desarrollo de los transportes, la estabilidad social y el desarrollo de la cultura del ocio en el mundo occidental. En los 80 el turismo se convierte en el motor económico de muchos países.

En esta época se comienza a legislar sobre el sector. El turismo entra como parte fundamental de la agenda política de numerosos países desarrollando políticas públicas que afectan a la promoción, planificación y comercialización como una pieza clave del desarrollo económico.

También las políticas a nivel supranacional consideran el desarrollo turístico con elementos tan importantes como el Tratado de Maastricht en 1992.

En 2007, según estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT) la industria del turismo en el mundo genera 903 millones de llegadas de turistas internacionales, que representa un aumento de 6,6% con respecto a 2006.

Según el BID, los ingresos provenientes del turismo internacional son una importante fuente de divisas para varios de los países de América Latina, y representa un porcentaje importante del PIB y de las exportaciones de bienes y servicios, así como una importante fuente de empleo.

Así en Chile en 2007 ingresaron al país 2,5 millones turistas internacionales, que dejaron 1.700 millones de dólares. Las cifras demuestran que Chile está logrando posicionarse como país turístico en los principales mercados internacionales.

Chile atrae cada vez más turistas, gracias a una gran variedad de riquezas, su potencial natural, su estabilidad económica y política, su seguridad, y las acciones del estado y de los actores del sector turístico que han permitido el crecimiento de una gran industria del turismo que se ha transformado en una fuente sustantiva de ingresos.

Según el senador Jorge Pizarro, integrante de la Comisión de Economía, “El turismo en Chile es una fuente de ingresos enorme y contiene elementos muy positivos”.

Así podemos preguntarnos: En qué y cómo, el turismo internacional es un factor clave para el progreso económico de Chile.

Problema de Investigación:

En qué y cómo, el turismo internacional es un factor clave para el progreso económico de Chile.

Objetivos del Proyecto.

Este proyecto permite realizar un trabajo profundizado sobre un tema de su elección que permite mejorar su conocimiento.

Los objetivos específicos de este trabajo son

- de demostrar la importancia de la industria turística en la economía de Chile.
- de demostrar las oportunidades de negocios por el futuro.

Justificación

El turismo en Chile está en expansión y es un sector muy importante para la economía. Es un negocio que entra en el marco internacional, que tiene muchas perspectivas en el futuro.

Trabajé en el turismo el año pasado y me gustaría dedicarme en la gestión de proyecto en el sector turístico, por eso me interesa estudiar este tema. Es una gran oportunidad para mi proyecto profesional. Además permite darme otra visión del sector turístico, en un otro país.

Además, durante mi viaje en Chile, este verano, me di cuenta del potencial turístico del país, y de sus oportunidades.

Metodología

Para cumplir este objetivo, vamos a:

- recopilar informaciones a través de diferentes fuentes
- analizar la situación actual del turismo en Chile a través de datos marketing institucionales (SERNATUR; Banco Central de Chile)
- estudiar su reciente evolución
- enfocarse en su impacto en la economía
- encontrar profesionales del sector
- estudiar las apuestas, nuevas tendencias y oportunidades futuras de negocios

Capítulo 1 Panorama del sector turístico en Chile

I Datos y evolución

1.1.1 Situación mundial del turismo

El turismo es una de las actividades económicas que ha experimentado mayor crecimiento a nivel mundial. Así, según las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), la agencia especializada de las Naciones Unidas, en 2008 tuvieron lugar 924 millones de llegadas de turistas internacionales, que representa un aumento de 2% con respecto a 2007.

En 2007 registra un total de 903 millones de llegadas internacionales, cifra que excede en 5,6% a la experimentada el año anterior.

La Región de mayor crecimiento fue África (10,1%), seguida de Asia y el Pacífico (7,4%). Las Américas experimentó una variación del 6,1%; sin embargo América del Sur creció a una tasa muy superior al promedio regional, registrando un 11,6%. Europa tuvo una expansión de 4,3% y Oriente Medio de 6,9%.

Los ingresos mundiales por turismo internacional alcanzaron los 856.000 millones de dólares en 2007. En términos absolutos, los ingresos por turismo internacional crecieron de 5,6% comparativo al del año anterior. Representan un 30% de las exportaciones mundiales de servicios.

Es así que Europa captó el 51% del total mundial, las Américas el 21,3 %, Asia y el Pacífico el 20,4%, Oriente Medio el 4,2% y el África el 3,1%.

De acuerdo con el informe “Turismo: Panorama 2020” de la Organización Mundial de Turismo, las perspectivas para esta actividad en las próximas dos décadas son muy favorables, estimándose que para el año 2020 las llegadas de turistas internacionales se ubicarán por encima de 1,560 millones, esto supone 2,5 veces el volumen registrado a fines de los noventa, lo que representa un gasto diario de más de 5.000 millones de dólares EE.UU. cada día, excluidos los gastos en transporte internacional.

En este contexto, las perspectivas del turismo en la región sudamericana y particularmente en Chile se ven fortalecidas por las condiciones de seguridad y estabilidad socioeconómica que presenta el país y que han generado una creciente oportunidad para su posicionamiento internacional como destino singular, exótico y además tranquilo y acogedor.

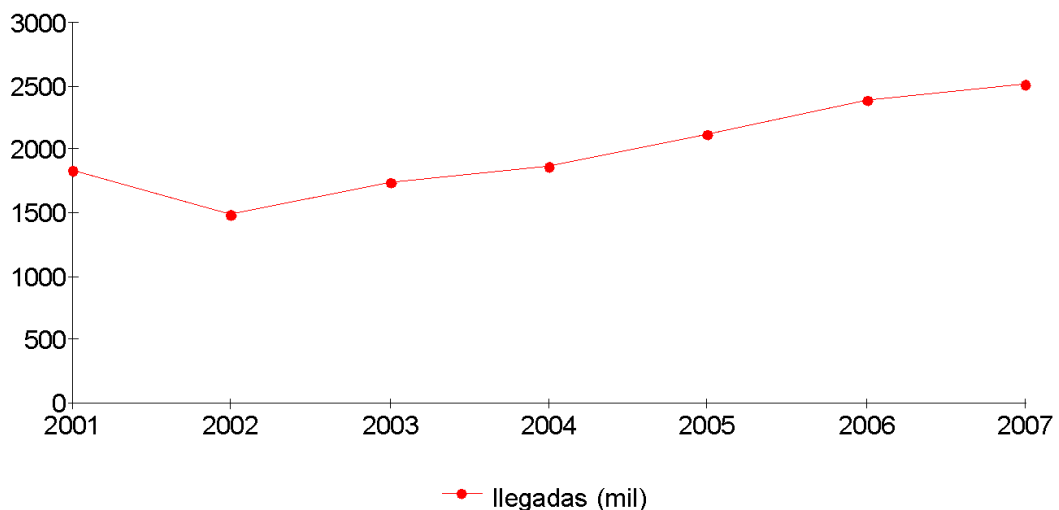
1.1.2 Situación del turismo en Chile

Desde mediados de los años 1990, el turismo en Chile se ha convertido en uno de los principales recursos económicos del país, especialmente en las zonas más extremas del país.

El turismo en la actualidad es una de las actividades económicas que ha presentado un mayor crecimiento a nivel mundial.

Entre enero y septiembre del 2008, 1 954 169 turistas internacionales llegaron en el país. Este volumen de turistas es un 8,5% mayor que el del año pasado.

En 2007, en total, 2 507 000 turistas internacionales ingresaron en el país. Desde 2001 las llegadas de turistas internacionales en Chile, crecen con una tasa mediana anual de 5,3%.



Vamos a profundizar el análisis del sector turístico a través del análisis de la oferta y de la demanda.

II La oferta del sector turístico en Chile

La oferta turística de un determinado lugar, se caracteriza con un conjunto integrado de tres componentes básicos: el atractivo turístico, la planta turística, e infraestructura turística.

Estos pueden ser desarrollados en el mercado por fuerzas públicas o privadas. Los principales elementos de la oferta turística son:

- Atractivo turístico: Se refiere a la principal motivación que tiene el turista de visitar la zona. Estos atractivos pueden ser naturales, culturales, históricos, de eventos programados, etc.

- Actividad turística: Corresponde a la actividad que realiza el turista en el lugar de destino (paseos, baños, observación de la naturaleza, deporte y otros).

- Planta turística: Lo que permite la permanencia en la zona turística, e incluye el alojamiento, la alimentación, y otro servicio, a si como también las instalaciones turísticas.

- Infraestructura: Permite el funcionamiento de la planta turística y constituye el vínculo entre esta y los atractivos del lugar. Permite la llegada de los turistas. Estas incluyen el transporte, las comunicaciones, energía, agua potable, alcantarillado recolección de basura, entre otros.

- Transporte: Corresponde a todos los medios de transporte presentes en un determinado lugar, ya sean terrestres, aéreos, o marítimos

- Actores institucionales: Corresponde a la organización estatal, instituciones, legislaciones, programas de educación, facilidades de estrategias de marketing, y otros aspectos que permiten el correcto funcionamiento del sector a nivel nacional.

La combinación de todos estos elementos, constituye el “producto turístico”, y es “la sumas de componentes tangibles e intangibles, que incluyen los bienes, recursos naturales, infraestructura, equipamiento, servicios, ingeniería de gestión, imagen de marca, y precio que el turista percibe” (Valls, 1996).

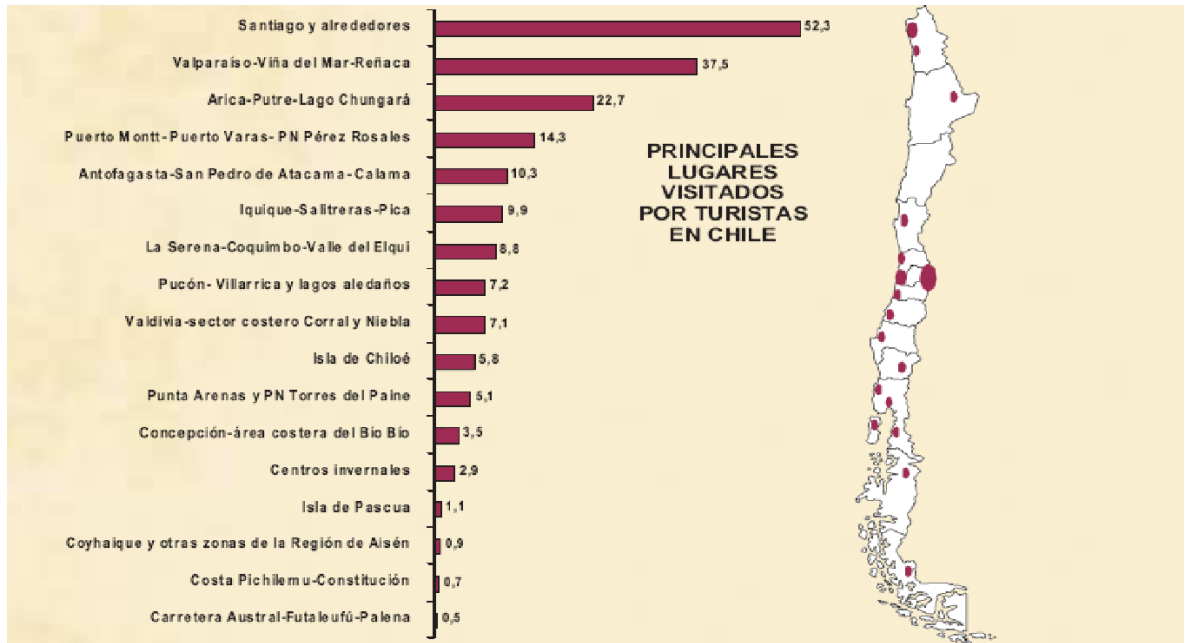
De esta forma, cuando un turista decide visitar un determinado lugar, este decide por un producto turístico específico, y que es totalmente diferente al que puede encontrar en otro lugar del mundo. Es por esto que el turista a la hora de decidir por un paquete turístico se ve influenciado por la sustituibilidad que existe entre los distintos tipos de ofertas para el sector.

Vamos a analizar los distintos elementos de la oferta turística de Chile.

1.2.1 Atractivo turístico.

Los motivos para viajar en Chile pueden ser varios: la recreación y las vacaciones, los viajes de visita a la familia consideran, los viajes de negocios y seminarios profesionales (1,8%), por razones religiosas, para tratamientos de salud y otros.

Los principales atractivos turísticos chilenos corresponden a lugares de bellos paisajes, naturales en las zonas extremas del país. San Pedro de Atacama, en la zona norte del país, es muy visitado por turistas extranjeros para apreciar la arquitectura de origen incaico del pueblo, las lagunas altiplánicas, el Valle de la Luna y los géiseres de El Tatio. En las cercanías de Putre, en el extremo norte, es apreciable el conjunto formado por el lago Chungará y el volcán Parinacota a más de 4.500 m de altitud. A lo largo de los Andes se encuentran diversos centros de esquí de calidad internacional, como Portillo y Valle Nevado. En el extremo sur, los principales sitios turísticos corresponden al archipiélago de Chiloé, la Patagonia, la Laguna San Rafael y sus glaciares y el Parque Nacional Torres del Paine. Finalmente, la misteriosa Isla de Pascua en el medio del Océano Pacífico es, probablemente, el principal destino turístico chileno. Podemos verlo en el grafico siguiente :



1.2.2 Actividad turística

Las actividades turísticas en Chile son varias, dado el potencial geográfico de Chile. Del norte hasta el sur se puede encontrar una multitud de actividades como por ejemplo el turismo de aventura, turismo balneario, ruta del vino, esquí en los andes, turismo rural, ruta de las termas, turismo natural en los numerosos parques naturales, deporte náutico, turismo cultural.

1.2.3 Planta turística

Chile tiene una planta turística bien desarrollada y en crecimiento.

La planta turística chilena se compone en 2006 de:

-3 507 hoteles y similares con 62 364 habitaciones y 137 187 camas, cuyo un aumento del 18% del número de establecimiento comparativo al año 2003.

-607 campings con 15 417 sitios, (+ 42% del número de establecimiento comparativo al 2003).

-2958 restaurantes (+7% comparativo al 2003)

-981 agencias de viajes (+7% comparativo al 2003)

-302 establecimientos de servicios culturales

-549 establecimientos de servicios de deportes y recreacionales

1.2.4 Infraestructura y transporte

Chile tiene una infraestructura desarrollada permitiendo la llegada de números turistas y sus movimientos a dentro del país.

Aeropuertos

El principal medio de acceso de los turistas a Chile es vía aérea en vuelos comerciales.

El terminal aéreo ubicado en Santiago de Chile, se llama Aeropuerto Internacional

Comodoro Arturo Merino Benítez también llamado “Pudahuel”. En este terminal operan unas 25 líneas aéreas. Es el principal aeropuerto de Chile.

En 2008, este aeropuerto fue utilizado por 9.017.718 pasajeros, de los cuales 4.886.921 fueron de vuelos internacionales y 4.130.797 de vuelos nacionales.

Este recinto aeroportuario se ubica entre los más modernos y eficientes de América Latina, convirtiéndose en un importante centro de conexiones de vuelos desde América del Sur hacia Oceanía, Norteamérica y Europa.

En Chile existen alrededor 330 aeropuertos y aeródromos distribuidos desde Arica a la Antártica, incluyendo territorio insular:

- 7 aeropuertos que otorga todos los servicios más los de Policía Internacional, Aduana, y Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), lo que permite operaciones aéreas internacionales, los 365 días del año.

- 28 aeródromos administrados directamente por la DGAC.

- 38 aeródromos privados de uso público

- 198 aeródromos privados

- 53 aeródromos públicos de dominio fiscal

- 6 aeródromos militares

Buses

Chile posee una extensa red vial que une a casi la mayoría de las ciudades y localidades del país. Por esto, el transporte colectivo es una manera conveniente y económica de viajar entre un punto y otro. Existen grandes compañías que llegan a las principales ciudades del país (Tur Bus, Tas Choapa, Lit, etc.), y otras más pequeñas y regionales que tienen la ventaja de llegar a lugares más remotos. Por lo general, el servicio que entregan las líneas de buses en Chile es bueno: máquinas cómodas, respeto por los horarios de salidas y precios razonables.

Existen 113 compañías de transporte por carretera.

Trenes

El tren no es un medio de transporte de pasajeros muy desarrollado.

El transporte de pasajeros a través de la Empresa de los Ferrocarriles del Estado opera desde Santiago al sur, hasta la ciudad de Temuco.

Puertos

Chile es uno de los pocos países del mundo que cuenta con más de 8 puertos alternativos de recalada de pasajeros: Arica, Iquique, Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, Talcahuano, Puerto Montt, Chacabuco y Punta Arenas.

Las líneas de cruceros comenzaron a incluir a Chile en sus rutas a mediados de los años 90, con un aumento anual de pasajeros de entre el 30% y 40% entre 1995 y 2000. A partir de entonces el crecimiento se ha desacelerado, alcanzado el 12% promedio anual.

Los turistas ingresaron al país fundamentalmente por vía terrestre (54,1%) y aérea (42,2%), mientras que la vía marítima representó sólo un 3,7%.

Las principales puertas de entrada

Representan alrededor del 75% del movimiento total de turistas.

Se han agrupado los lugares de entrada conforme a núcleos turísticos que habitualmente conforman productos, a objeto de analizarlos en su relación con posibles circuitos turísticos. Se distinguen cuatro grandes zonas geográficas:

Zona Norte Grande

Se ubican las conexiones con Bolivia, a través de los pasos Chungará (Tambo Quemado) y Colchane (ambos en la Región de Tarapacá) e Hito de Cajón (Región de Antofagasta); las conexiones con Perú mediante el Paso Chacalluta Terrestre (R. Tarapacá) y con Argentina, por el Paso Jama (Región de Antofagasta). Adicionalmente se localiza el aeropuerto de Chacalluta.

Las llegadas registradas en esta zona ascienden a 418.519, que equivalen a un 20,7% del total nacional.

Zona Centro

Se ubica el aeropuerto internacional C.A.M.B., principal puerta de entrada al país y el Paso Los Libertadores (ubicado administrativamente en la Región de Valparaíso, pero muy próximo a Santiago), que conecta con la provincia argentina de Mendoza y está próximo a la provincia de San Juan. Esta zona registra el mayor número de entradas al país (1.116.775 equivalentes al 55,1%).

Zona Sur

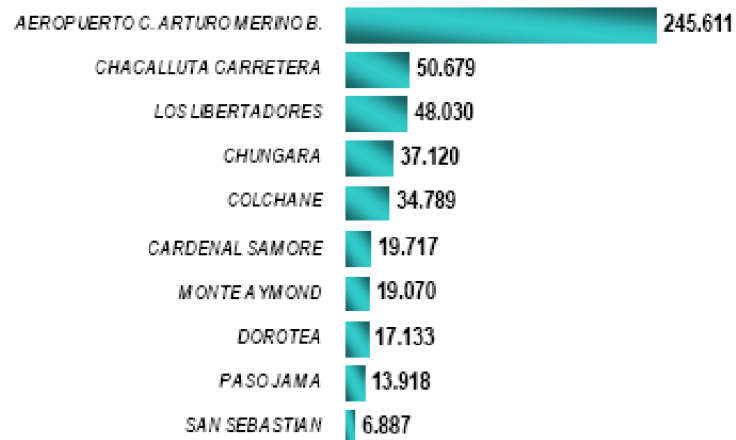
Comprende los pasos Pino Hachado (Liucura) y Mamuil Malal (Puesco), ambos situados en la Región de la Araucanía y los pasos, Cardenal Antonio Samoré; Pérez Rosales (Peulla) y Futaleufú, estos últimos en la Región de Los Lagos, que permiten las conexiones con las provincias argentinas de Neuquen y Río Negro. No se consideró Hua Hum por ser numéricamente menos significativo que los anteriores. En total se registran 159.108 entradas (7,9% del total nacional).

Zona Austral

En esta zona se sitúan los pasos Río Jeinemeni, en la Región de Aisén y Río Don Guillermo; Dorotea; Monte Aymond; San Sebastián y los puertos marítimos de Punta Arenas y de Puerto Williams, todos ellos en la Región de Magallanes. Por esta zona geográfica se registró un total de 231.945 llegadas, equivalentes a un 11,4% del total.

Principales puertas de entradas durante la temporada invernal

Julio-septiembre 2008



1.2.5 Los actores institucionales

Varios actores institucionales actúan para desarrollar y fomentar el sector turístico en Chile.

SERNATUR:

El Servicio Nacional de Turismo, creado el 8 de noviembre de 1975, es un organismo público encargado de promover y difundir el desarrollo de la actividad turística de Chile, mediante la cooperación entre diversos organismos públicos y privados. Se relaciona con el poder ejecutivo a través del ministerio de economía. La Dirección Nacional está ubicada en la ciudad de Santiago y tiene representación en todas las regiones del país a través de las Direcciones Regionales de Turismo. Su misión es de planificar, investigar, controlar, fomentar el desarrollo sustentable de la actividad turística, a través de la coordinación público–privada, del resguardo de la calidad de los servicios turísticos, de la promoción nacional e internacional, del desarrollo e implementación de programas especiales, de la investigación, y de la producción y distribución de información, para contribuir al crecimiento económico y social del país.

Acciones del SERNATUR

Las acciones del SERNATUR son varias. A través de plan de marketing y de una serie de herramientas de inteligencia de mercado, el SERNATUR quiere lograr renovar la forma de mostrar el turismo chileno en el mundo. Así, vamos a analizar algunas de ellas.

El plan 2006-2010

El turismo en la actualidad es una de las actividades económicas que ha presentado un mayor crecimiento a nivel mundial. Con el objeto de fomentar este crecimiento, el SERNATUR desarrolla un plan de acción 2006-2010 compuesto de una serie de iniciativas.

Así, el plan de acción cuenta con programas y proyectos prioritarios, entre los que destaca, en primer lugar, la elaboración de un proyecto para crear una Ley Marco del Turismo el que permitirá ordenar, crear mecanismos de coordinación y estimular la promoción y el fomento de esta actividad.

Además, el plan considera la obtención de un crédito por US\$ 40 millones para impulsar más dinámicamente el desarrollo sustentable de la oferta turística, el fomento del ecoturismo y el turismo de intereses especiales, con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Por otro lado, el plan tiene una meta de potenciar la calidad turística. Así, el SERNATUR quiere implementar un sistema de certificación de calidad para servicios

turísticos, el que contará alrededor de 50 normas técnicas, acreditación, certificación y difusión del sistema.

Asimismo, el objetivo es de desarrollar un fuerte plan de marketing nacional e internacional para posicionar el turismo en Chile al nivel internacional.

Así, con este plan, el SERNATUR quiere lograr el objetivo de recibir 3 millones de turistas al 2010.

Acciones de promoción turística

Con fin de ubicar al país en el mapa internacional, este año, el SERNATUR contara con US\$ 8 millones. Eso es la cifra la más alta que el sector público y privado ha destinado históricamente a promover la industria turística chilena en el exterior.

Quiere aprovechar de la “transformación trascendental” del turismo en este momento, y su crecimiento sostenido para promocionar Chile activamente en el extranjero y seguir convirtiendo en la nueva apuesta económica del país.

Para desarrollar esta estrategia, van a repartir el presupuesto así:

- dos millones 520 mil dólares para el desarrollo de campañas publicitarias dirigidas al consumidor en mercados target;
- 320 mil dólares para el desarrollo de proyectos de co-financiamiento de programas de intereses especiales

- cuatro millones de dólares en publicaciones que se obtendrán de Chile en el extranjero a través de la contratación de dos importantes agencias internacionales en Estados Unidos y Londres (Development Counselors International y Bell Pottinger).

Esta intensa estrategia publicitaria apunta a los mercados de Europa, Estados Unidos y Brasil. Se trata de campañas destinadas al público final con gigantografías, medios de prensa, y publicidad en autobuses, poniendo a Chile con su concepto "Chile naturaleza que sorprende".

Banco Interamericano de Desarrollo

Así, como lo vimos anteriormente, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) ayuda el SERNATUR a desarrollar el sector de turismo de Chile a través del otorgamiento de un préstamo.

El BID es una organización financiera internacional con sede en la ciudad de Washington D.C. en los Estados Unidos, del año 1959, con el objetivo de financiar proyectos viables de desarrollo económico, social e institucional y promover la integración comercial regional en el área de América Latina y el Caribe. Mantiene relaciones con 26 países miembros, gobiernos, empresas y organizaciones de la sociedad civil.

El BID es la principal fuente de financiamiento para el desarrollo económico, social e institucional sostenible de América Latina y el Caribe. Así, concede préstamos a gobiernos nacionales, provinciales y municipales y a instituciones públicas autónomas. Las organizaciones de la sociedad civil y las empresas privadas también pueden recibir financiamiento del Banco.

Con la participación de los gobiernos y el sector privado, procura lograr un crecimiento económico sostenible, aumentar la competitividad, modernizar las instituciones públicas y fomentar el libre comercio y la integración regional.

FEDETUR

La Federación de Empresas de Turismo de Chile, desde marzo 2009 es un nuevo órgano de coordinación y participación de los privados en el sector del turismo. Es una federación de empresarios agrupando compañías aéreas, hoteles, agentes de viajes, tour-operadores, centro de esquí y termas, que representan en total más de 280 compañías chilenas. Por ejemplo: LAN, Enjoy, Andina del Sud, Holding Panamericana Hoteles, y la Asociación Chilena de Empresas del Turismo –Achet.

Es la consecuencia de la inquietud del sector por contar con un sólo interlocutor que represente sus intereses.

El propósito principal de la nueva federación es diseñar, en colaboración con el Estado, estrategias para el desarrollo de la industria del turismo en Chile, identificando

oportunidades, diagnosticando las principales herramientas que permitan mejorar el sector y asegurar que las acciones emprendidas resultan de la coordinación entre el mundo privado y público, como protección de los intereses de las actividades de los empresarios del sector

Los actores logran definir en conjunto políticas que permitirán hacer de Chile un gran destino turístico.

III La demanda del sector turístico en Chile

La demanda turística comprende el total de personas que viaja o desea viajar a Chile para usar las instalaciones y servicios turísticos ubicados en lugares distintos al de residencia y trabajo de los usuarios.

En 2007, 2 507 000 turistas internacionales ingresaron en el país.

Entre enero y septiembre del 2008, 1 954 169 turistas internacionales llegaron en el país.

Este volumen de turistas es un 8,5% mayor que el del año pasado.

En el gráfico siguiente podemos ver la estacionalidad de la actividad turística en Chile.

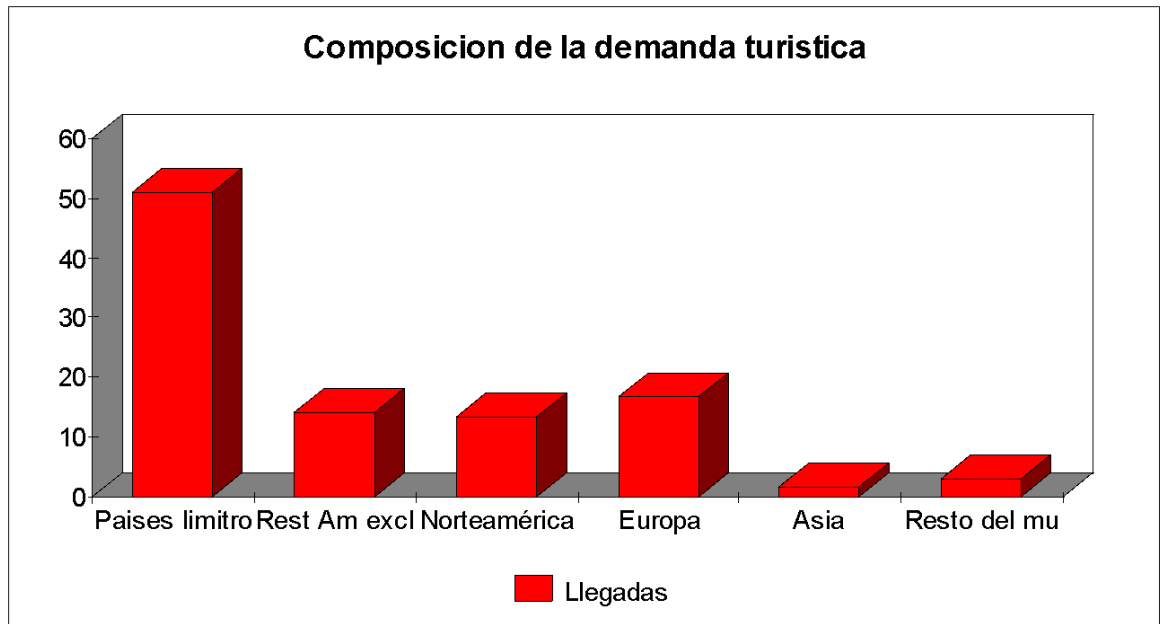
Los turistas ingresan mayormente en diciembre, enero y febrero.

Llegadas de turistas extranjeros según meses Comparación enero-septiembre 2008/2007



1.3.1 Principales mercados emisores hacia Chile

La composición del turismo receptivo (excluido los excursionistas), muestra que el 51,1% de los turistas provienen de países limítrofes; un 14,1% del resto de América, excluyendo Norteamérica; un 13,3% de Norteamérica; un 16,9% de Europa; un 1,6% del Asia y un 3,0% de otros países. No obstante, el aporte en términos de ingresos monetarios, excluido el transporte internacional y el aporte de los excursionistas, muestra un comportamiento diferente. Así, pese a la alta incidencia de los países limítrofes en cuanto a llegadas, su aporte monetario al total de ingresos turísticos del país asciende a sólo un 21,9%.



Fuente: SERNATUR

1.3.2 Perfil de la demanda extranjera

Este análisis se basa en la temporada alta 2007

1.3.2.1 Mercado Europeo

Durante el verano del año 2007, 109 309 turistas europeos ingresaron en el país, lo que representa un 5% más que de la temporada estival 2006.

Tanto el aeropuerto como las vías terrestres son utilizadas por estos turistas para ingresar al país durante el verano.

Las principales ciudades de origen de los turistas europeos son Londres, Paris y Berlín.

71% de los europeos llegaron por la primera vez en Chile, ya sea durante el verano o en cualquier época del año. Casi el 10% ha realizado una o dos visitas anteriores, mientras que el 19,4% ha realizado más de dos visitas.

- Motivación de los turistas Europeos

El 74% de los turistas europeos viajan en Chile por el ocio como motivo principal.

El 72% considera que los atractivos naturales son la principal razón del viaje. Sigue el factor cultural por el 28%, y el clima, por el 13%, y la sensación de seguridad del país por 10%.



-Lugares visitados y fidelidad con el destino

Casi 70% de los turistas europeos frecuentan la región Metropolitana es el destino principal con una permanencia promedio aproximada de seis a siete días.

El sector de Valparaíso y Viña del Mar recibe alrededor del 36% de estos turistas, con una permanencia de tres días.

Alrededor del 16% visitan el sector de la zona austral comprendido por Punta Arenas y P. N. Torres del Paine, permaneciendo 1 día. Por otro lado, casi un 14% visitan la zona de San Pedro de Atacama (Valle de la Luna).

- Uso de tipos de servicios

Los turistas europeos frecuentan mayormente los sistemas de alimentación y alojamiento de Mayor costo, tales como restaurante u hotel.

Entendiendo que se puede hacer uso de más de un servicio turístico, el restaurante es el Sistema de alimentación mayormente utilizado durante el verano del 2007, llegando al 88% del total.

53% de los europeos usan el hotel, mientras que la residencial es utilizada aproximadamente por el 30% de estos turistas. El 18% usan la casa de parientes o conocidos tanto como sistema de alojamiento o alimentación.

1.3.2.2 Mercado Norteamericano

Durante el verano del año 2007, 76 808 turistas residentes en Norteamérica ingresaron en el país. Esto es una baja del 2,3% con respecto a la temporada estival 2006.

Los dos tercios utilizan el aeropuerto como vía de acceso al país.

Durante el verano, las principales ciudades emisoras de turistas norteamericanos a Chile fueron Nueva York, Toronto y Miami.

- Motivación de los turistas norteamericano

El 71% de los turistas Norteamericano viajan por vacaciones-ocio como principal motivación para visitar Chile, aproximadamente.

Para aquellos turistas que realizan su viaje motivados por el ocio, los atractivos naturales son la principal razón para elegir a Chile como destino turístico. Los atractivos culturales

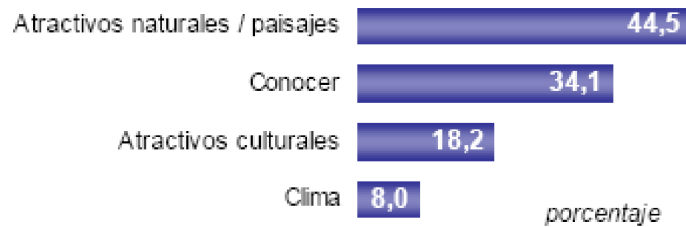
También es un factor considerado por aproximadamente un quinto de estos turistas.

El clima estival caluroso también es un factor importante para el 8% de estos turistas, considerando la época invernal en la que se encuentra la región del hemisferio norte

Actualmente.

Principales razones para elegir a Chile como destino turístico

(base: turistas motivados por vacaciones)



-Lugares visitados y fidelidad con el destino

El 73% de los norteamericanos visitan la región Metropolitana, con una permanencia promedio aproximada de cinco días.

El 47% permanecen en el sector de Valparaíso y Viña del Mar recibe por alrededor de 3 días.

Un cuarto de estos turistas permanecen por un día en el sector de Puerto Montt – Puerto Varas, mientras que alrededor del 20% visita la zona austral de Punta Arenas y P. N. Torres del Paine.

- Uso de tipos de servicios

Los norteamericanos usan mayormente los sistemas de alimentación y alojamiento de mayor costo, como restaurante u hotel.

El restaurante, y el hotel son los sistemas de alimentación y alojamiento mayormente utilizado, el primero representa casi el 77% del total, y el segundo el 49%.

La residencial es utilizada aproximadamente por uno de cada cuatro de estos turistas.

La casa de parientes o conocidos presenta un uso menor llegando aproximadamente al 20%.

1.3.2.3 Mercado Argentino

Durante el verano del año 2007, se registró un total de 270.744 llegadas de turistas argentinos, un 19,5% más que la temporada estival 2006.

Los argentinos ingresan mayormente con las vías terrestres, dentro de las cuales destaca el

complejo aduanero Los Libertadores. Solamente uno de cada diez argentinos ingresa por el aeropuerto.

Mendoza es la principal ciudad emisora de turistas argentinos hacia Chile. En segundo lugar se encuentra la capital Buenos Aires, y siguen Córdoba y Bariloche.

- Motivación de los turistas Argentinos

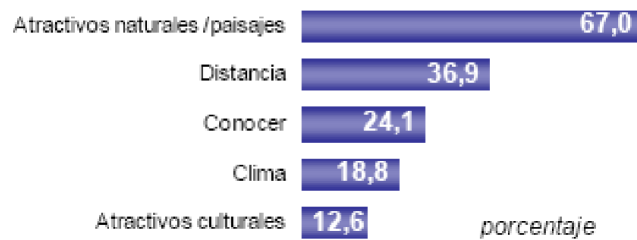
La mayor parte de los turistas argentinos viajan por vacaciones-ocio como principal motivación para visitar Chile. Los atractivos naturales representan también el motivo el más importante para viajar en Chile.

Un otro factor importante es la corta distancia entre ambos países, sobre todo para los residentes en Mendoza, para el 37% de estos.

Además alrededor del 70% del total de turistas argentinos realizó actividades vinculadas a la playa.

Principales razones para elegir a Chile como destino turístico

(base: turistas motivados por vacaciones)



-Lugares visitados y fidelidad con el destino

Al contrario de los europeos y norteamericanos, es la región de Valparaíso el destino principal de los argentinos, siendo frecuentado por el 40%, con una permanencia promedio aproximada de tres días.

La región Metropolitana, recibe alrededor del 30% de estos turistas, los cuales permanecen por alrededor de dos días y medio.

En lugares secundarios se encuentran la zona litoral y central de la región de Coquimbo,

seguido de la región de Los Lagos, destinos en los cuales los argentinos en promedio se quedan un día.

- Uso de tipos de servicios

El 60% de los argentinos utilizan el restaurante como sistema de alimentación.

Al contrario de los europeos y norteamericanos, el 40% de los argentinos utilizan los sistemas de alimentación de bajo costo, tales como prepararse los alimentos, o comer en casa de familiares o conocidos.

Además la casa de familiares o amigos es el alojamiento más frecuente para el 40%. En segundo lugar se encuentra el arriendo de propiedades por la temporada estival, utilizada por alrededor de uno de cada cinco turistas argentinos.

Así, los argentinos tienen un perfil distinto de los europeos y norteamericanos, respecto a el uso de servicio, los lugares visitado, le llegada en el país, los motivos.

IV Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<p>-Beneficia de un potencial geográfico importante, con muchos atractivos naturales.</p> <p>-Este potencial permite varias actividades. Dispone de una planta turística bien desarrollada que permite acoger los turistas a través de su hotel, restaurant.</p> <p>-Dispone de infraestructuras solidas para la llegada de los turistas (aeropuertos, carreteras...)</p> <p>-Es uno de los pocos países que cuenta de 8 puertos de recalada de pasajeros, lo que permite el desarrollo de los cruceros.</p>	<p>- Desaprovechamiento turístico de las áreas silvestres protegidas, de parques y monumentos nacionales, y reservas naturales que representan un valioso capital para el fomento de nuevas formas de turismo (ecoturismo).</p> <p>- Baja inversión en promoción turística internacional. Por ejemplo mientras el Estado de Chile invirtió US\$ 2,3 millones; Perú destinó US\$ 15,3 millones</p> <p>- Escasas empresas turísticas cuentan con estándares de calidad internacional en la prestación de servicios.</p>

<p>-Existen distintas puertas de entradas que permiten las llegadas de turistas de los países limítrofes.</p> <p>-Varios actores institucionales actúan para fomentar el sector y ubicar el país al nivel mundial.</p> <p>-Estabilidad política y económica del país</p>	<p>- Alta concentración de la oferta turística en algunas áreas. Dada la diversidad de atractivos turísticos de Chile es posible incorporar nuevas zonas desconcentrar las actividades turísticas en zonas que presentan una alta demanda.</p> <p>- Deficiente información turística para las decisiones públicas y privadas.</p> <p>Se requiere mejorar la producción de antecedentes estadísticos y estudios de mercado.</p>
--	--

Oportunidades	Amenazas
<p>- La demanda internacional está creciendo (Tasa mediana anual de 5,3%).</p> <p>-Norteamericano y europeos usan servicios de mayores costos. Con sus altos poderes adquisitivos, son mercados emisores que permiten alto ingresos.</p> <p>Existen nuevos mercados emisores asiático que tienen un gran potencial.</p> <p>-Nueva tendencia de turismo : el ecoturismo</p>	<p>- Competencia de los demás países latinoamericanos (Brasil, Argentina, Perú).</p> <p>- Crecimiento negativo del sector turístico en 2009 con la crisis internacional económica y financiera.</p> <p>El sector está afectado negativamente por el declive económico y la variación del dólar.</p> <p>-Amenaza eminente con la gripe porcina.</p> <p>La gente tiene miedo de viajar en los países donde la enfermedad está presente y creciendo.</p>

Capítulo 2 Importancia del turismo a la economía

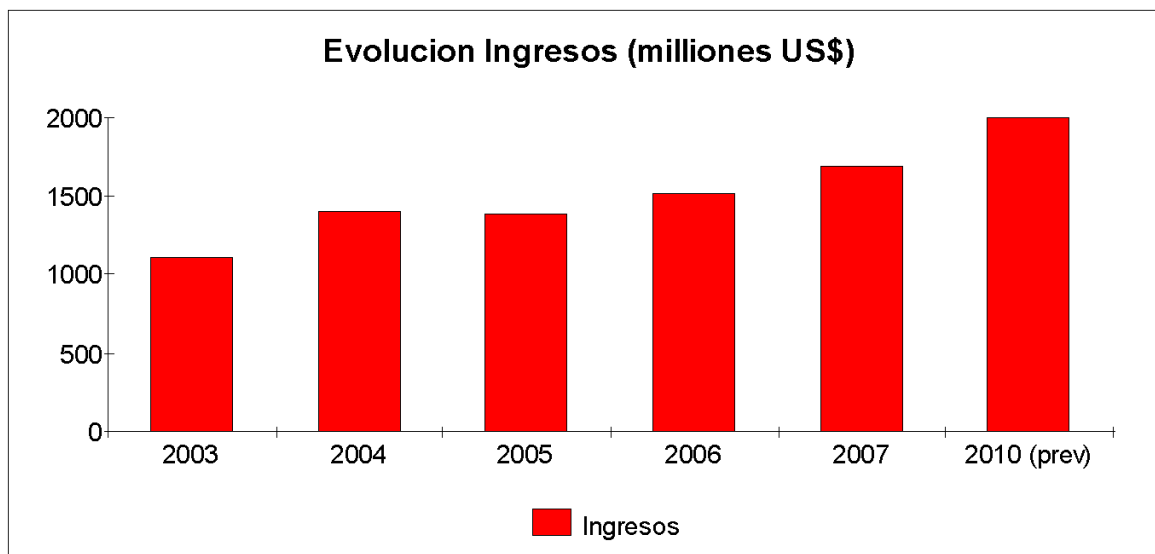
I El turismo, una actividad generador de ingresos

2.1.1 Estructura de los ingresos

El turismo en la actualidad es una de las actividades económicas que ha presentado un mayor crecimiento a nivel mundial. La industria del turismo cada vez se torna más atractiva para la generación de ingresos al país.

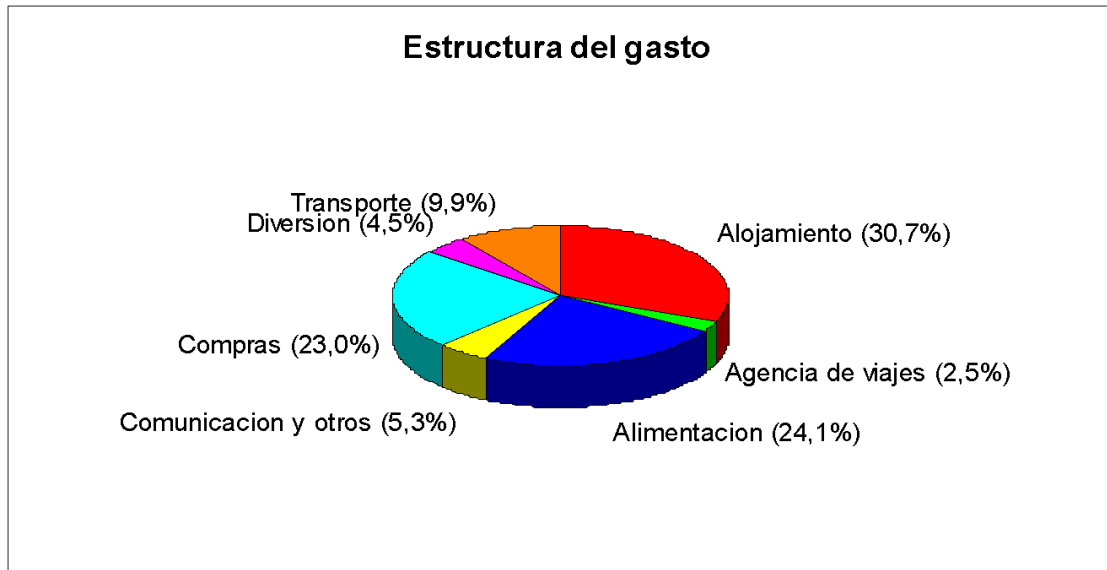
Los ingresos por concepto de turismo internacional son los provenientes del gasto hecho por visitantes internacionales que ingresan, incluidos sus pagos a transportistas nacionales por traslados. Deben incluir también cualquier otro pago previo hecho por bienes y servicios recibidos en el país de destino.

El turismo internacional en Chile genera más de mil siete ciento millones de dólares, en el año 2007, con un gasto promedio por persona de US\$ 496. En los últimos años, los ingresos del turismo internacional siguen creciendo, del 53% entre 2003 y 2007. Además, prevén llegar hasta 2 000 millones de dólares en 2010. Así, la actividad turística podría convertirse en la segunda fuente de ingresos nacionales después de la minería del cobre.



La industria turística está compuesta por las empresas o establecimientos cuyos ingresos por concepto de ventas contienen una proporción de gastos hechos por visitantes. Los gastos de los visitantes en un país inician una compleja cadena de hechos económicos que a menudo se conoce como el impacto económico del turismo.

En Chile, los gastos se reparten en el consumo de una amplia variedad de bienes y servicios, cuyo los principales beneficiarios son el transporte, alojamiento, comidas y entretenimientos. El gasto promedio se reparte así:



2.1.2 Los gastos según los países

Vamos a analizar los gastos de los principales mercados emisores.

Mientras que no representen la mayoría de las llegadas (35%), Norteamérica y Europa son los que dejan el 55% de los ingresos: la mayoría de las ganancias del turismo.

2.1.2.1 Los gastos de los europeos

Durante el verano del año 2007, los europeos gastaron 48,5 millones de dólares. El gasto promedio total durante la permanencia es de 444,2 dólares.

Durante las casi 2 semanas (12,9 días) que permanece un europeo en el país, se estima que por cada 100 dólares que gasten, un prestador de servicios hoteleros recibirá 33,7

dólares, mientras que uno de alimentación recibirá 26,7 dólares. Además se gastará 13,2 dólares en compras y 9,3 dólares en transporte interno.

2.1.2.2 Los gastos de los norteamericanos

Los norteamericanos gastaron, en el verano 2007, 53,2 millones de dólares, con un gasto promedio total durante la permanencia de 692,5 dólares. Durante las casi 2 semanas (13,6 días) que permanece un residente en Norteamérica en el país durante el verano, se estima que por cada 100 dólares que gasten, un prestador de servicios hoteleros recibirá 32,7 dólares,

Mientras que uno de alimentación recibirá 24,3 dólares. Además se gastará 19,9 dólares en compras y 8,4 dólares en transporte interno.

2.1.2.3 Los gastos de los argentinos

Los argentinos gastaron en el verano 2007, 67 millones de dólares, con un gasto promedio total durante la permanencia de 247,5 dólares. Durante los casi 10 días (9,8) que permanece un residente en argentina en el país durante el verano, se estima que por cada 100 dólares

que gasten, un prestador de servicios hoteleros recibirá 23,7 dólares, mientras que uno de alimentación recibirá 17,3 dólares.

II El aporte del turismo a la economía

2.2.1 Los impactos primarios y secundarios.

El turismo genera dos tipos de impactos en la economía: el impacto económico comprende los costos y beneficios primarios y secundarios.

2.2.1.1 El impacto primario:

Mide exclusivamente lo relativo a la industria propiamente tal, impacto directo. Por ejemplo el valor agregado del sistema de alojamiento, de los servicios de restaurantes, de entretenimiento. Son consecuencia directa de la actividad de viaje en el lugar.

Así, los gastos de los turistas se convierten en ingresos de los comercios que, a su vez, se usan para abonar sueldos y salarios, rendimiento de capital e impuestos, que son los beneficios directos del turismo.

Además, por ejemplo, el uso de espacios de recreo por los visitantes necesita gastos en servicios para ellos, así como la reparación de cualquier daño causado al medio

ambiente: se trata de costos directos. Esos beneficios y costos guardan relación directa con la actividad del turismo.

Además, los impactos primarios, producen efectos secundarios.

2.2.1.2 El impacto secundario:

Hay dos tipos de impacto secundario:

Los comerciantes gastan parte de sus ingresos en la compra de los bienes y servicios que necesitan para atender a sus clientes. Por ejemplo combustibles; compañías de catering; servicios de lavado en hotelería; contabilidad de empresas de turismo. Esos proveedores, a su vez, deben adquirir ciertos rubros a otros y a medida que esta cadena se prolonga en un país, se da una producción indirecta de ingreso y empleo.

El otro tipo de beneficio secundario es provocado. En este caso se determine el gasto de consumo de los sueldos, salarios y otros ingresos generados por los gastos de los visitantes en el lugar. Así que los empleados y operadores de la industria turística adquieren bienes y servicios para uso personal, generan ingresos comerciales que, a su vez, se usan para adquirir suministros, abonar remuneraciones y sufragar costos de capital.

2.2.2 El impacto en el PIB

En 2009, se estima que el impacto primario de la Industria del turismo generará \$1.456 miles de millones, la cifra en dólares es de US\$2.372 millones, lo que representara un 1,5% del P.I.B.

En total, agregando a lo anterior el impacto secundario, generado por la producción de las empresas proveedoras de bienes y servicios para la industria del turismo, el impacto sobre el P.I.B generara \$ 4.179 miles de millones, equivalente a US\$ 6.810 millones, lo que representara un 4,4%

En 2007, las actividades características y conexas del turismo (impacto primario y secundario) represento un 3,07 % del PIB.

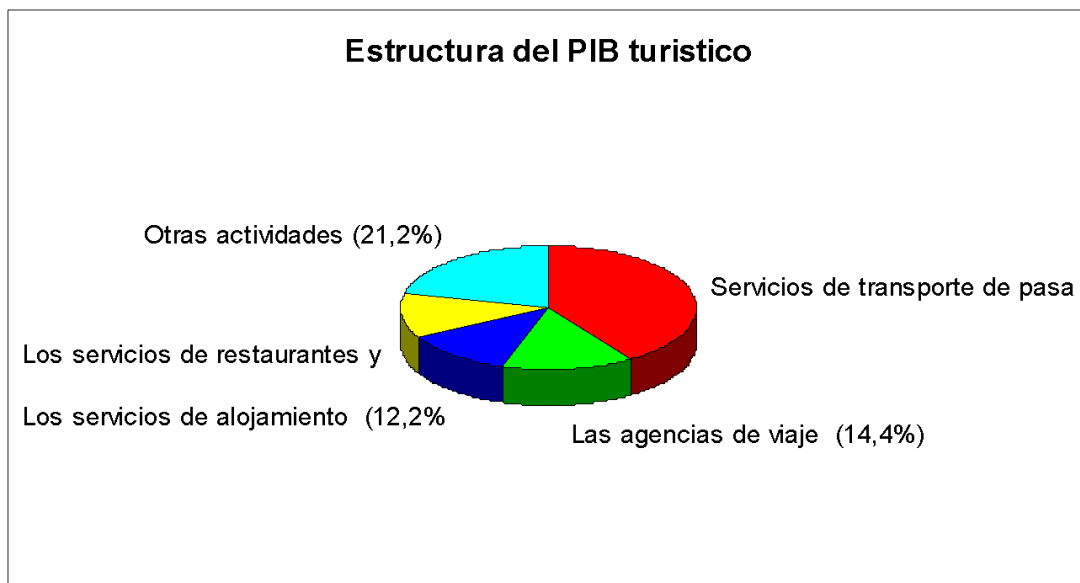
El turismo involucra una amplia gama de servicios: la banca, las comunicaciones, el transporte, los servicios públicos y comerciales y las administraciones locales de parques y monumentos, entre otros rubros, se desarrollan gracias a su efecto multiplicador. Según estudios de la Organización Mundial del Turismo (OMT), un solo turista pone en movimiento alrededor de 60 actividades económicas.

Cuatro sectores aportan el 78,8% del valor agregado de los servicios turísticos:

- Servicios de transporte de pasajeros con un 40,6%,
- Las agencias de viaje un 14,4%,
- Los servicios de alojamiento con un 12,2%,

- Los servicios de restaurantes y similares un 11,6%.

El 21,2% restante lo aportan las actividades de recreación, culturales, deportivos, la segunda residencia y el comercio al por menor, que incluye las compras de artesanía, de alimentos preparados o por preparar, otras compras de los visitantes tales como libros y mapas y los servicios conexos de transporte.



Proyecciones a Diez Años

El estudio de la WTTC (World Travel and Tourism Council) efectúa proyecciones de crecimiento a diez años.

Así, proyecta que el P.I.B. de la economía de Viajes y Turismo (en su concepto más ampliado, que abarca a proveedores de la industria), crecerá a una tasa media anual de 3,9% en el decenio que viene. Sin embargo, su contribución al P.I.B. (de la economía nacional), declinará desde el 4,4% calculado para 2009, a 4,3 hacia 2019.

2.2.3 El aporte en el empleo

El Turismo es un sector que proporciona numerosos puestos de trabajo. Los establecimientos que atienden directamente a los visitantes son intensivos en mano de obra.

Así, en impacto primario, se estima que la industria de turismo empleará en 2009 a 119.000 personas, equivalente a 1,8% del empleo nacional.

En total, es decir el impacto primario y secundario, la economía del turismo generara 303 000 empleos en 2009, equivalente a 4,6% del total empleo.

En el mundo, la economía del turismo representa 219,8 millones de empleos, equivalente a 7,6% del total empleo.

El empleo del turismo está creciendo. Así, en 2003 el turismo generó en la economía un total de 155.213 empleos, y el WTTC (World Tourism and Travel Council) prevé que en 2019, la economía del turismo generara 332 000 empleos.

Estructura del empleo en la industria turística.

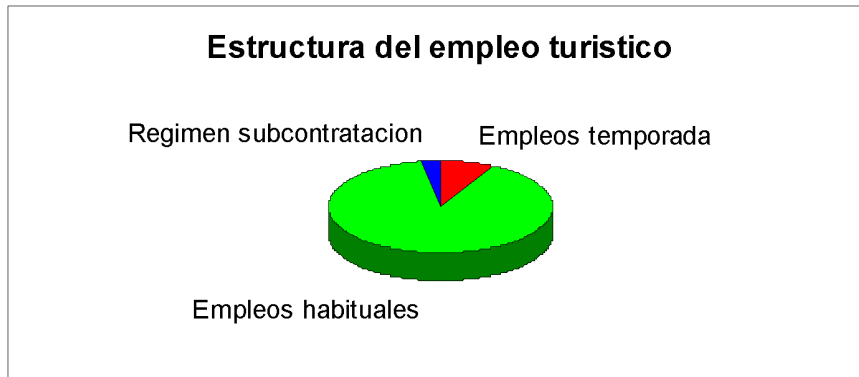
En 2006, las actividades y conexas del turismo generaron en la economía un total de 135 436 empleos directos, en empresas establecidas. De estos,

- 121 146 correspondieron a empleos habituales, equivalente a 89,4%.

- 10 413 a empleos de temporada, equivalente a 7,7%

- 3 877 al régimen de subcontratación, equivalente a 2,9%

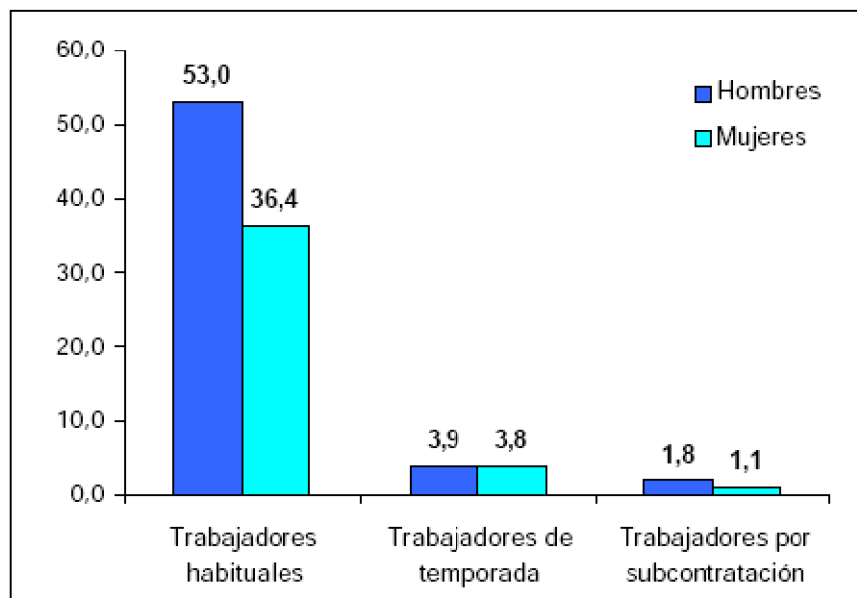
Según la ley N° 20.123, el trabajo en régimen de subcontratación es aquel realizado, en virtud de un contrato de trabajo, por un trabajador para un empleador, denominado contratista o subcontratista, quien en razón de un acuerdo contractual, ejecuta obras o servicios por cuenta y riesgo propio y con trabajadores bajo su dependencia, para una tercera persona natural o jurídica dueña de la obra, empresa o faena, denominada la empresa principal, en la que se desarrollan los servicios o ejecutan las obras contratadas. En el turismo, el trabajo por subcontratación es característico en la actividad de transporte de pasajeros y, en menor escala, en hoteles, restaurantes y en las agencias de viaje.



El total de los empleos se reparte en 79 503 hombres (58,7%) y 55 933 mujeres (41,3%).

El turismo es una fuente de empleos para las mujeres y los jóvenes.

**EMPLEO EN LAS ACT Y CONEXAS DEL TURISMO POR TIPO DE CONTRATO Y GÉNERO
AÑO 2006
(en porcentajes)**



Fuente: SERNATUR; Cuenta satélite de turismo

Las actividades de transporte, de restaurante y hoteles son las que generan el más de empleo.

Los empleos generados por las actividades y conexas del turismo se distribuyen de la siguiente forma:

- Transporte de pasajeros 44.662 trabajadores,
- Restaurantes y similares 36.761 personas,
- Hoteles y similares 30.560 ocupados,
- Agencias de viaje con 7.774 personas,
- Servicios culturales, deportivos y de recreación 10.141
- Industrias conexas 5.538 personas.



2.2.4 Las Inversiones en el sector turístico

El turismo atrae muchas inversiones nacionales y extranjeras, públicas y privadas, que se orienta a esas actividades e impulsa la creación y el mejoramiento de la infraestructura disponible.

2.2.4.1 La inversión Privada

El potencial turístico de Chile en crecimiento genera inversión privada.

La inversión se puede hacer en:

- Proyectos turísticos propiamente tales la construcción de hoteles, agencias de viajes, restaurantes, casinos de juego;
- Proyectos turísticos-inmobiliarios, caracterizados por concentrar un importante equipamiento que requiere grandes montos de inversión;
- Proyectos de segunda residencia.

Así, según el Catastro de Proyectos Turísticos Privados de SERNATUR se estima los proyectos netamente turísticos de 2007 por US\$728,9 millones en proyectos netamente turísticos; los proyectos turísticos inmobiliarios por US\$ 680,0 millones en proyectos turísticos; los proyectos de segunda residencia por US\$ 76,4 millones.

Se trata de proyectos de un monto mínimo de inversión de \$ 50 millones, con un financiamiento privado, nacional o extranjero, en ejecución al 31 de diciembre del 2007.

En general, los proyectos turísticos son de pequeños montos de inversión. Sin embargo, existen proyectos de nuevo casinos de juegos, con una inversión alrededor de US\$ 610 millones. Por ejemplo los proyectos de casino de juegos en Calama, Antofagasta, Copiapó, Los Andes, Colchagua, Mostazal, Talca, Talcahuano, Temuco, Osorno y Punta Arenas. Estos proyectos representan el 83,6% del monto total de los proyectos netamente turísticos.

Los proyectos turísticos inmobiliarios, se ubicaron principalmente en la Región Metropolitana. Los que generan las mayores inversiones son: Torre Titanium, Costanera Center y Mall Plaza Alameda , incorporando hoteles en sus construcciones.

2.2.4.2 Los gastos públicos

Hay dos tipos de gastos públicos: individuales y colectivos

Los gastos de Gobierno individuales corresponden a los gastos (transferencias o subsidios) efectuados por el Gobierno para proveer servicios de viajes y turismo, directamente asociados a visitantes individuales. Por ejemplo: aduanas, servicios

culturales (museos) o recreacionales (parques nacionales). Se refieren a servicios no de mercado. Se estima que en 2009 los gastos de gobierno individuales serán de 138 miles de millones de pesos.

Los Gastos de Gobierno Colectivos son gastos de operación efectuados por el Gobierno en servicios asociados a viajes y turismo, pero no directamente relacionados a ningún visitante individual. Estos gastos son efectuados en nombre de la comunidad toda. Por ejemplo la construcción de carreteras, la promoción turística, los servicios de seguridad. Se estima que el gobierno gastara en 2009 316,5 miles de millones de pesos.

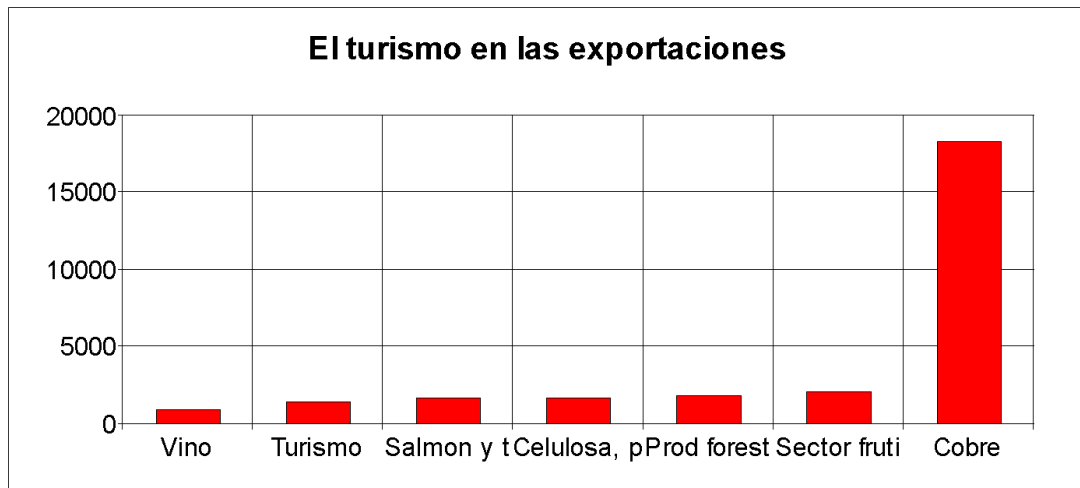
III El turismo como producto de exportación

Los ingresos del turismo receptivo representan un producto de exportación, cuando los turistas extranjeros gastan divisas en servicios y actividades en Chile.

Así, por ejemplo, en el año 2005, las turistas y excursionistas gastaron US\$ 1.386,9 millones que se reparten así como: US\$ 1.067,8 millones generado por los turistas; US\$ 41,9 millones por los excursionistas y US\$ 277,2 millones atribuibles a transporte internacional.

En relación con las exportaciones de bienes, el turismo receptivo representa un 6,9% del total y el 22,8% del total de exportaciones de servicios.

Podemos ver en el grafico siguiente el impacto del turismo en las exportaciones del 2005:



No se puede comparar el turismo con el cobre cuya exportación es la más importante de Chile. Sin embargo el turismo tiene un impacto importante comparativo a los otros principales tipos de exportaciones.

Capítulo 3: Las nuevas oportunidades de negocios.

I El ecoturismo, un nuevo tipo de turismo

3.1.1 Presentación del ecoturismo

El turismo no lleva solamente aspectos positivos en los países receptivos. Al contrario, puede suponer una aumentación de la división social, delincuencia, destrucción y contaminación del patrimonio natural y cultural. Existe un nuevo tipo de turismo respetuoso de los hombres y del medio ambiente: El Ecoturismo.

Este tipo de turismo contribuye a mejorar las condiciones de vida de las poblaciones locales y proteger el medio ambiente, dado un valor económico a las partes de la naturaleza que está sometida a una explotación no durable. Por ejemplo, el ecoturismo en la selva amazonia, permite evitar la destrucción de los arboles, demostrando que puede generar plata en el largo plazo.

Además, el ecoturismo permite implicar las comunidades locales disminuyendo la pobreza. El ecoturismo esta complementario con el turismo solidario, que se enfoque en las sociedades humanas, mientras que el ecoturismo se enfoque en las zonas naturales de

alto nivel de interés. Es un modelo de desarrollo de actividades lucrativas con resultados concretos en todo el mundo. Es una buena imagen para las empresas que se enfocan en el ecoturismo, y una fuente de inspiración para la industria turística.

Según el Internacional Ecoturismo Society, El ecoturismo es un tipo de viaje responsable, en espacios naturales, contribuyendo a la protección del medio ambiente y el bienestar de las poblaciones.

Las características del ecoturismo son las siguientes:

-La principal motivación del ecoturismo es de observar y aprovechar de la naturaleza y las culturas tradicionales que viven en estas zonas.

-Es un sistema de educación y de interpretación del medio ambiente.

-Por lo general, está organizado por empresas pequeñas locales, especializadas.

-Favorece la protección del medio ambiente y las poblaciones locales, otorgando ventajas económicas a las comunidades, organismos y administraciones que cuidan las zonas naturales. Además desarrollan empleos e ingresos para las poblaciones locales.

Hoy en día, el ecoturismo está reconocido como un vector esencial del desarrollo durable. Así, el ONU declaró en 2002 el año Internacional del Ecoturismo.

Muchos ejemplos en todo el mundo estuvieron observados, y demostraron que el ecoturismo genera resultados positivos en la preservación del medio ambiente y el desarrollo de las poblaciones locales. Sin embargo, hay algunos errores a evitar de los aspectos negativos del turismo de masa, como la destrucción del medio ambiente y los impactos negativos sociales. Así, hay directrices internacionales publicando en la Declaración de la ONU de Quebec en 2002. Además varios organismos de certificación y de desarrollo especializado en el ecoturismo estuvieron creados en distintos países. Varios congresos, seminarios y otros eventos convocaron a especialistas de distintos continentes para establecer los lineamientos básicos que pudieran orientar los esfuerzos de las autoridades gubernamentales, sector privado, gobiernos regionales, municipalidades, ONG y otros actores que están impulsando proyectos turísticos que integran a las comunidades locales.

3.1.2 El impacto del ecoturismo en los países en desarrollo

Para desarrollar el ecoturismo no hay que demostrar solamente los aspectos de protección del medio ambiente sino que demostrar el impacto económico y rentable en el medio y largo plazo. Por eso, las estrategias marketing y de gestión del ecoturismo basado en la rentabilidad económica son muy importante.

Así, para desarrollar proyectos federadores es importante que el ecoturismo genere suficiente ingresos lo que permitirá una perennidad de las actividades, estimulando la protección del medio ambiente.

En este sector, la comunicación sobre el tema es indispensable. Es un tipo de viaje elegido por los turistas. Cuando eligen estructura implicada en el ecoturismo están conscientes que sus vacaciones contribuyen a preservar el medio ambiente.

Costa Rica, Suecia, Australia son algunos países que ya han explotado el desarrollo del ecoturismo.

En lo que concierne el alojamiento, los hoteles en las áreas naturales tienen un rol importante en la preservación del medio ambiente. El hotel ubicado en zona natural protegida e implicado en el desarrollo durable se llama ecolodge. Por ejemplo usar materiales de construcción ecológicos (por ejemplo la madera), usar energía renovable (el sol, el eólico), gestionar de manera ecológica los residuos (clasificar los residuos).

3.1.3 El ecoturismo en Chile

En este contexto, Chile ha avanzado hacia el desarrollo de una imagen de exportación: Chile, naturaleza que conmueve. Eso define una estrategia de puesta en valor de la diversidad geográfica y del patrimonio natural de Chile.

El SERNATUR se preocupa de la integración de las comunidades locales a la prestación de servicios turísticos. Así se incorporan nuevos tipos de productos a las economías regionales, lo que genera empleos, ingresos y servicios para las comunidades locales. Considera el turismo como un fortalecimiento de las costumbres, tradiciones, e historia de dichas comunidades que viven en zonas urbanas, como por ejemplo « la comunidad Mapuche ».

El Fondo de las Américas tiene un rol importante, en Chile, en el financiamiento de proyectos en distintas áreas temáticas que fueron identificados como prioritarias para la conservación del medio ambiente y fortalecimiento de las comunidades. Estos proyectos promueven la protección, sostenibilidad y recuperación de localidades con fragilidad ecológica.

Así, por ejemplo, entre 1995 Y 2001 el Fondo de las Américas financio 60 proyectos de Turismo Comunitario sustentable en Chile, alcanzado un monto alrededor de los \$746 043 027. El ecoturismo hace parte de las temas las más recurrentes.

En la ultima década, las áreas rurales han registrado un crecimiento importante de la actividad turística, relativo a una ocupación del litoral, las infraestructuras en los lagos, desarrollo de nuevas zonas en la montana, eso para la práctica de actividades de aventura y de ecoturismo.

Eso acento la presión de los ecosistemas naturales y dinamizo la economía.

La ocupación intensiva de estas zonas se puede explicar con los siguientes factores:

-Los recursos naturales e culturales que permiten generar oportunidades, en particular en zonas donde es factible el desarrollo del ecoturismo, las actividades de aventura, u otras de interés especial.

-Los intereses de los turistas que hoy en día, en este contexto, buscan el contacto con la naturaleza y participar en actividades que rescaten los valores. Además, quieren viajar hacia destino donde hay condiciones favorables para practicar este tipo de turismo. Buscan el contacto con las comunidades locales y su patrimonio cultural.

En Chile esto se consolida con la creación de su imagen país: Chile Naturaleza que Conmueve.

-Las iniciativas empresariales que han desarrollado nuevos productos turísticos como caminatas, cabalgatas, turismo de aventura. Eso permite además la diversificación del empleo.

-La comunidad rural presente al interior de las áreas silvestre protegida constituye un atractivo, un conocimiento interesante.

En este contexto, lo que debe estimular la discusión en las decisiones para consolidar la oferta turística es que los beneficiarios directos de cualquier acción encaminada a integrar los atractivos naturales y culturales que posee el país son sus propios residentes.

El ecoturismo se integra perfectamente en la estrategia de Chile: Chile Naturaleza que Conmueve.

Según la Organización Mundial del Turismo, el ecoturismo va a crecer al nivel mundial entre del 25% a 30% anual. Eso representa una oportunidad para Chile, para incrementar su participación en el ecoturismo.

Bien se refleja la tendencia en Chile, puesto que por ejemplo en 2003 registraron un ingreso histórico de visitantes extranjeros, alrededor de 439 200 personas, en las áreas silvestres protegidas.

Así, Chile se convierte en un polo de atracción del norte hasta el sur, con su gran diversidad de ambientes naturales. Además, un estudio realizado en Europa, concluía que la principal razón para viajar en Chile es la Naturaleza Virgen y los paisajes (con el 59%).

Además, el Sistema Nacional de Áreas Silvestre Protegida de Estado (SNASPE) tiene 15 millones de hectáreas de áreas Silvestre, lo que permite desarrollar muchos proyectos de Ecoturismo.

Tendencias favorables para el desarrollo del Turismo Rural

A. Aspectos Cuantitativos

- Crecimiento en la llegada de turistas
- Incremento de los ingresos generados por el turismo
- Incremento de la infraestructura hotelera
- Participación del sector en la economía nacional
- Mayores niveles de ingreso del grupo familiar
- Acelerado proceso de urbanización
- Crecimiento en la tasa de motorización
- Crecimiento de los viajes en periodo vacacional

B. Aspectos Cualitativos

- Valorización creciente de los ambientes naturales
- Cambios en las motivaciones
- Diversificación de la oferta
- Seguridad en los destinos
- Cambios favorables en la accesibilidad
- Mayor conocimiento del consumidor acerca de la oferta
- Evidencia de saturación en destinos tradicionales
- Especialización de la demanda
- Búsqueda de un turismo activo e individualizado

Fuente: SERNATUR

En Chile, ya existen tres entidades especializado en el ecoturismo: Euro Chile, Ecoturismo e Inversiones Austral SA y Barcelo Viajes Chile. Quieren constituir un operador de servicios eco turístico para desarrollar este nuevo concepto y concentrar la

oferta nacional que cumple los requisitos para llegar a un reconocimiento internacional, fortalecer la identidad del país y la competitividad.

Una otra idea del proyecto es de disponer de un logo conocido en el exterior, para conocer quien presta servicios eco turístico en Chile.

Según Grany Martic, de la Gerencia de Turismo ProChile “el desarrollo del ecoturismo es un importante polo de crecimiento económico para el país. Chile básicamente ofrece en el extranjero turismo de interés especial y aventura, aspectos en los que nuestro país tiene mucho que mostrar. Muchas de esas actividades son promocionadas en productos donde explícita o implícitamente está lo ecológico o ecoturístico”. Así, por ejemplo, en el periodo 2001, 15 proyectos ecoturísticos resultaron beneficiados. Recibieron recursos principalmente usados en la promoción en mercados extranjeros de interés, como participación en ferias o elaboración de material promocional.

Los lugares para desarrollar el ecoturismo

El ecoturismo se puede desarrollar:

- en la Antártica chilena, puesto que tiene un excelente acceso al territorio;
- en Patagonia, particularmente en el Torres del Paine, como por ejemplo el Eco Camp;
- las zonas de los canales y los glaciares, que constituyen un interés especial para los turistas;
- la cadena de volcanes, que permite ascensiones y turismo de aventura;
- los bosques del sur, lleno de especies naturales;

- la Isla de Pascua y la isla Juan Fernández con sus paisajes virgen y su cultura;
- la zona del norte con el desierto de Atacama y la valle del Elqui;
- la ruta del vino en la región de Valparaíso.

II Los nuevos mercados extranjeros en desarrollo: los países asiáticos

3.2.1 El potencial asiático

En 2006, los países asiáticos representan solamente un 2% del total de las llegadas internacionales. Su representación esta insuficiente en comparación con los demás.



Sin embargo, el número de llegadas de turistas asiáticos se ha duplicado en los seis últimos años. Así, en 2001, llegaron 21 600 turistas asiáticos, y 43 500 en 2006.

Este nuevo mercado esta interesante puesto que Asia es una región económica importante. Así, los turistas asiáticos generan US\$1056 por estadía, es decir US\$ 88 por día, durante doce días. Además, los Asiáticos tienen la voluntad de descubrir el país, puesto que existe un crecimiento de los visitantes chinos de un 10,5% y Japoneses de un 10,9%.

Estos países están en desarrollo económico, el modo de vida está cambiando, lo que permite a algunas clases sociales de viajar, aprovechando del éxito profesional.

Al nivel mundial, los países Asiáticos representan una real oportunidad. Así, según el informe “Panorama 2020” de la Organización Mundial del Turismo, que trata de la evolución del turismo hasta 2020, China ocupara el cuarto puesto de los principales emisores de turistas mientras que hoy, no forma parte de los veinte principales. Además, Japón ocupara el segundo lugar. Estos dos países proveerán 241,5 millones de turistas en 2020 al nivel mundial, lo que representara el 15% del total.

Chile tiene que aprovechar de sus numerosos acuerdos con los países asiáticos, como por ejemplo el TLC Chile-Japón, y sus buenas relaciones, para fomentar el turismo en estos mercados.

3.2.2 Analisis de los mercados Japónes y Chino

Vamos a analizar dos mercados: Japón y China

Se eligen estos dos países según 4 factores:

- El tipo de régimen político
- El potencial económico y desarrollo del país
- La predisposición a viajar fuera de sus fronteras
- La distribución actual de las llegadas de los turistas

Así, en 2007, Japón representa el 28% de las llegadas de los países asiáticos y China, el 17,42%. Estos países son muy interesantes del punto de vista económico. Así Japón está la segunda potencia económica del mundo y China tiene una tasa de crecimiento alta, (por ejemplo 11,4% en 2007).

Perfil de los turistas japoneses:

- tienen 30 años
- interesado por un turismo de naturaleza, aventura
- les gustan viajar
- tienen una sensibilidad al precio
- buscan la seguridad, el bien estar y el confort
- prefieren alojarse en hoteles de calidad
- les gusta la gastronomía y el vino
- poco hablan español, sino inglés
- usan mucho internet para elegir su viaje.

En China existen millones de nuevos “ricos”, entre 60 y 200 millones que están dispuestos a viajar fuera de su frontera. Quieren visitar países extranjeros, culturas, buscan exotismo y tierra desconocida. En 2007, 41 millones chinos viajaban a fuera del país. En 2020 representarían en cuarto puesto mundial, con alrededor de 100 millones. Además, la instauración por parte del gobierno, de tres semanas de vacaciones contribuye a esta evolución. También Chile tiene el estatus DTA (Destino Turístico Aprobado) en China. Eso es indispensable para que los chinos puedan viajar con motivo de ocio u otras razones. Sin este estatus pueden solamente entrar para hacer negocio)

Perfil de los turistas chinos

- tienen 40 años
- viajan en grupo con interprete
- sin embargo el turismo individual está creciendo
- están interesados por el turismo histórico, cultural, y principalmente por la naturaleza.
- gastan un promedio de US\$ 987 por persona
- buscan guías, documentos, informaciones en chino o inglés
- prefieren alojarse en hoteles
- les gusta la comida variada
- usan mucho internet para reservar su vacaciones.

Los perfiles corresponden a la oferta de Chile, sobre todo el aspecto de la naturaleza, la cultura y el vino. Estos dos mercados representan una real oportunidad de negocio para

las empresas. Hay que comunicar en estos países, y enfocarse sobre las fortalezas de Chile.

III Los cruceros, un nuevo mercado creciendo en Chile.

3.3.1 Presentación de los cruceros

Los cruceros se refieren a una nave marítima que incluye viajes en barco con distintos lugares de destino, donde se desembarca durante un corto tiempo para visitar lugares turísticos en tierra. Así se puede definir como hotel o centro turístico flotante, puesto que incorpora todo tipo de instalaciones hoteleras, y complementaria como piscinas, teatros, cines, restaurantes, tiendas, canchas de tenis.

3.3.2 El desarrollo de los cruceros.

Los primeros cruceros modernos empiezan a operar en el Caribe en los años 70, principalmente con pasajes norteamericano. En los años noventa la experiencia se desarrolla al Reino Unido, y después, en Europa, y Asia Pacífico. En los últimos 30 años, el número de pasajeros se ha multiplicado por 25. Hoy, más de 300 cruceros

transportan a millones de pasajeros a través del Caribe, Alaska, el Mediterráneo, los Fiordos Nórdicos, y más recientemente, Sudamérica.

Las líneas de cruceros comenzaron a incluir a Chile en sus rutas a mediados de los años 90, con un aumento anual de pasajeros de entre el 30% y 40% entre 1995 y 2000.

Según el Presidente de la Corporación de Puertos del Cono Sur, Teodoro Wigodski, "la industria de cruceros mueve miles de millones de dólares. Chile es un mercado emergente y como destino es especialmente atractivo por su naturaleza diversa y cordialidad de la gente",

Debido a lo largo de la costa chilena, Chile es uno de los pocos países del mundo que cuenta con más de 8 puertos alternativos de recalada de pasajeros: Arica, Iquique, Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, Talcahuano, Puerto Montt, Chacabuco y Punta Arenas.

Los puertos con mayor número de recaladas son Valparaíso, Puerto Montt y Punta Arenas, concentrando más del 80% de los arribos de estos cruceros a nivel nacional.

Así, existen dos principales rutas de ingreso a los puertos nacionales:

- La Ruta Pacífico (vía canal de Panamá y llegando por Perú): Arica – Valparaíso -Buenos Aires - Río de Janeiro.
- La Ruta Atlántico (viniendo desde Brasil): Uruguay - Buenos Aires -Estrecho de Magallanes - Cabo de Hornos – Valparaíso - La Serena.

Sin embargo existen otras rutas, a dentro del circuito de los cruceros que vienen a Chile. Por ejemplo el “Nordnorge”, el “Nordkapp”, el “Polar Star” y el “Marco Polo”, que contempla: Punta Arenas - Isla Tucker - Estrecho de Magallanes - Puerto Natales -Estrecho de Magallanes - Canal Beagle – Glaciares - Puerto Williams - Cabo de Hornos –Antártica – Ushuaia - Buenos Aires, en donde el recambio se produce en la ciudad de Punta Arenas.

La temporada tursitica de cruceros en Chile se extiende desde octubre hasta abril. Los cruceros trasatlánticos que operan en Chile, navegando con más de mil pasajeros, como por ejemplo el “Queen Mary II”, pueden cobrar entre US\$ 1200 y US\$ 2000, según la duración del viaje. Los que cruzan por los fiordos o la antártica, para cliente que buscan mas la aventura, cobran hasta US\$ 2500.

En el país operan diversos tipos de cruceros. Uno de estos son los trasatlánticos, que navegan con un gran número de pasajeros (más de mil), como el “Queen Mary II”, “Norwegian Crown” o “Royal Princess”, en los que los visitantes pueden cancelar una tarifa que puede fluctuar entre US\$1.200 a US\$2.000 dólares, dependiendo de la duración.

Perfil de los pasajeros de cruceros:

-tienen 65 anos.

- son originarios principalmente de Norteamérica, Europa y Brasil.
- gastan un promedio diario entre US\$ 40 y US\$ 100
- reservan el crucero con anterioridad

Así, los operadores chilenos se contactan con un año de anticipación con los representantes de las compañías navieras internacionales para presentar los circuitos que se ofrecerán.

3.3.3 Beneficios de los cruceros en Chile

La temporada de los cruceros genera varios beneficios económicos al país, principalmente en la región de Valparaíso, con la llegada de 60 mil visitantes, 41 recaladas y los 26 buques, lo que genera un ingreso de divisas para el comercio local y un aporte al turismo.

De un lado, el paso de los cruceros genera directamente pagos en varios servicios:

- En la señalización marítima, el pilotaje, el practicaaje, el muellaje, los remolcadores de lanchas de puertos y de transferencia de prácticos.
- Hay que considerar también los gastos de agencia marítima que coordina todo lo que necesita un buque, desde la entrada en el país hasta la salida.
- Por fin existen también los gastos “Owner” que son la manutención, la atención médica, el retiro de basura, el abastecimiento de combustible.

Por otro lado, genera oportunidad para la industria del turismo. Por ejemplo, el puerto de Arica, recibió 18 cruceros lo que representó un impacto económico local interesante. Los ingresos generados por la actividad de cruceros son alrededor de US\$ 18 millones en 2006/2007. Por el momento Sudamérica representa solamente 2% del mercado mundial. Sin embargo va a crecer puesto que a los turistas norteamericanos y europeos, les conviene más el tipo de cambio, y para las empresas de cruceros les interesa tener sus barcos ocupados en el hemisferio sur durante la temporada baja del norte.

Esta actividad de cruceros es relativamente nueva en el país. Los puertos receptores no son todavía adaptados para planificar y estructurar una oferta turística acorde con el flujo de pasajeros y con el perfil de estos. La comunidad local debe aprovechar de esta oportunidad de canalizar y planificar, para mejorar este tipo de turismo.

Según el SERNATUR “Los gobiernos regionales y la comunidad tienen un rol muy activo que jugar en el sentido de generar una propuesta que cumpla, entre otros, con los siguientes objetivos:

- Dar a conocer al turista los atractivos locales circundantes al puerto de desembarque y la cultura local, agregando así valor a su experiencia de viaje;

- Generar ingresos para las comunidades locales a partir de la oferta de productos y servicios de calidad en los que el componente de lo auténtico o local esté altamente relevado;
- Comprometer a la comunidad local en su papel de anfitriona de este tipo de turismo, enfrentando problemas tales como seguridad, mantenimiento del aseo y ornato, manejo ambiental, difusión de artes y artesanía.
- Prever efectos adversos que este tipo de turismo pueda generar en la comunidad receptora, producto de las aglomeraciones de turistas en sitios determinados.”

Para aprovechar totalmente de esta actividad, la desarrollar, y potenciar la oferta nacional frente a los principales proveedores de servicios cruceros, Chile tiene que comunicar.

Por ejemplo, Chile participo, a través de la presencia de ProChile, en la feria Sea Trade Cruise Shipping de Miami, para presentar la oferta de servicios portuarios, comerciales, logísticos y de turismo disponible en el país.

Conclusión

Al nivel mundial, el turismo es una de las actividades económicas que ha presentado uno de los mayores crecimientos. Así, se torna más atractiva y genera ingresos para los países.

Chile es un actor creciente en el turismo mundial. Cada vez más turistas internacionales ingresan en el país. La demanda internacional crece alrededor del 5,3% cada año gracias a una oferta con buenas prestaciones en términos de atractividad, actividad, planta turística, infraestructura, transporte y actores institucionales. En 2007, 2.507.000 turistas ingresaron al país y los principales mercados emisores son los países limítrofes, Norteamérica y Europa.

Así Chile está logrando posicionarse como país turístico en los principales mercados internacionales. El turismo es un factor clave para el progreso económico del país puesto que genera divisas, empleo, inversiones, tiene un impacto en el crecimiento del PIB y en las exportaciones de Chile.

Los gastos se reparten en el consumo de una amplia variedad de bienes y servicios de los cuales los principales beneficiarios son el transporte, la hotelería, restaurantes, y entretenimientos.

Los norteamericanos son los que generan el mayor ingreso. El turismo genera un doble impacto. Un impacto primario directamente en la industria turística con la consumación de servicios, y un impacto secundario con los pedidos a los proveedores y los salarios que permiten adquirir bienes y servicios. La economía del turismo proporciona numerosos puestos de trabajo, principalmente en empleos habituales y en el sector del transporte, restaurante, y hoteles. Representan alrededor de 303 000 empleos, que es un 4,6% del empleo total del país.

Además, la industria del turismo tiene un impacto directo en el PIB representando un 3% y crecerá hasta un 3,9% en 2019. También, genera inversiones privadas y públicas. Las inversiones privadas en proyectos turísticos como hoteles, agencias de viaje, restaurantes, casinos y inmobiliario representaron US\$ 728,9 millones en 2007. Las inversiones públicas se reparten en gastos individuales para proveer servicios de viaje, representando 138 miles de millones de pesos; y en gastos colectivos en nombre de la colectividad asociados a los viajes y turismo, con un total de 316,5 miles de millones de pesos.

Así, el turismo constituye un real producto de exportación, representando el 6,9% del total de las exportaciones, y 22,8% de las exportaciones de servicios.

Chile tiene que aprovechar las nuevas oportunidades que tiene para fomentar su industria turística. Hoy en día, la preservación del medio ambiente es un tema importante. Hay que aprovechar las áreas silvestres protegidas, los parques y monumentos nacionales para desarrollar el ecoturismo. Esta nueva actividad permite generar ingresos, protegiendo el medio ambiente y las poblaciones locales.

Además, Chile debe enfocarse sobre los nuevos mercados asiáticos en crecimiento que tienen un gran potencial y que generan altos recursos.

Por fin, Chile forma parte de los pocos países que tienen 8 puertos de recalada de pasajeros y una forma geográfica adecuada para desarrollar la actividad de cruceros.

Estas oportunidades, conjuntamente con la fuerte industria turística, permitirán impactar y desarrollar aun más el progreso económico de Chile.

Bibliografía

www.ecotourisme-magazine.com/

www.ecotourisme.info

www.ecoturismo.cl

www.Prochile.cl

www.fedetur.cl

www.apertur.cl

www.sernatur.cl

www.chile.com

Informe Panorama 2020

Organisacion Mundial del Turismo

Cuenta satelite de turismo – Chile 2003-2006

SERNATUR

Impacto de los viajes y del turismo en la economia chilena en el contexto mundial

Medicion de la WTTC.

May 2009

Turismo receptivo en Chile : evolucion y características actuales

M. Veronica Silva Prado. Economista

Departamento de promocion SERNATUR.

Noviembre 2007

Turismo en Chile : ¿ Conmueve nuestro servicio ?

Constanza Bianchi Ph.D

Universidad Adolfo Ibanez

Informe Mercado turistico argentino

Perspectivas alta temporada

SERNATUR

Enero 2007

Informe Mercado turistico Estados Unidos

Perspectivas alta temporada

SERNATUR

Enero 2007

Informe Mercado turistico Europa

Perspectivas alta temporada

SERNATUR

Enero 2007

Principales mercados turisticos

Perspectivas alta temporada

SERNATUR

Enero 2008

Plan de acción de turismo 2006-2010

SERNATUR

Methodology for producing the 2009 WTTC/OE Travel and Tourism Economic Impact
Research.

WTTC

March 2009

Travel and tourism economic impact 2009

WTTC

March 2009

Documento de coyuntura turistico – Temporada 2007-2008

SERNATUR

2008

Ecoturismo en comunidades rurales de Chile

SERNATUR

Julio 2004

Informe de coyuntura n°3

Movimiento turisticos en fronteras

SERNATUR

2008

La empresa turistica del siglo XXI desde la perspectiva de LAN

Pablo MONTESINOS

Novembre 2008

Catastro de proyectos turisticos en ejecucion a diciembre 2007

SERNATUR

2008

Chile : Temporada de cruceros internacionales

SERNATUR

2007

El turismo : fuente de ingresos fundamental en toda economia

Pablo Gonzales

2007