

Noticiero Turístico

PUBLICACION OFICIAL DEL SERVICIO NACIONAL DE TURISMO

AÑO 2 Nº 18 FEBRERO/MARZO 1992

Director : EUGENIO YUNIS AHUES
Director Nacional de Turismo

Editor : BASKO ASUN SALAZAR
Periodista

EN ESTE NUMERO

- ASAMBLEA CONSTITUTIVA DE LA CORPORACION DE PROMOCION TURISTICA (PAG. 2)

- RECORD DE CRECIMIENTO DEL TURISMO RECEPTIVO EN CHILE EN 1991 (PAG. 3)

- APOYO DE LA COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA AL DESARROLLO TURISTICO DE CHILE (PAG. 3)

- ESTUDIO DE CIRCUITOS TURISTICOS INTEGRADOS ENTRE EL NORTE DE CHILE Y EL NOROESTE DE ARGENTINA. (PAG. 4)

- PARTICIPACION DE CHILE EN CINCO FERIAS EUROPEAS DE TURISMO DURANTE EL PRIMER TRIMESTRE DEL PRESENTE AÑO (PAG. 5)

- ENCUESTA SOBRE CENTROS VACACIONALES DESTINADA A IDENTIFICAR POSIBILIDADES DE TURISMO ASOCIATIVO (PAG. 6)

- ENCUENTROS DE PROMOCION EN WASHINGTON Y FILADELFIA. (PAG. 6)

- PROMOCION DEL TURISMO CHILENO EN FRANCIA (PAG. 7)

- TELEVISION ALEMANA DISTRIBUIRA EN TODO EL MUNDO UN DOCUMENTAL SOBRE CHILE (PAG. 7)

- SERNATUR COORDINA VISITAS DE IMPORTANTES OPERADORES A CHILE (PAG. 8)

- APERTURA EN SANTIAGO DE UN GRAN HOTEL DE LUJO: EL HYATT REGENCY (PAG. 9)

- AMPLIACION DEL HOTEL PLAZA SAN FRANCISCO KEMPINSKI Y CREACION DE APART HOTEL (PAG. 9)

- NOTICIAS REGIONALES (PAGS. 10-12)

EDITORIAL

Los dos primeros meses del año 1992 han constituido meses de gran interés educativo para la industria turística chilena. Durante enero se observó una baja en la llegada de turistas argentinos en las costas de la región central producida, sin lugar a dudas, por una exorbitada alza en los arriendos de viviendas vacacionales, así como un alza, más moderada, en las tarifas de la hotelería en esas zonas. En febrero, en cambio, al reaccionar la oferta y reducir sus precios, se alcanzaron niveles similares (hasta el momento de escribir estas líneas) a los logrados durante el mismo mes de 1991.

Más allá de lo que el país ganó o dejó de ganar con estas llegadas turísticas internacionales, lo interesante de los dos meses recién pasados radica en dos aspectos:

Primero, se ha comprobado la gran sensibilidad del mercado internacional, y argentino en particular, a la variación en los precios de la oferta de servicios turísticos;

Segundo, se ha evidenciado la gran competitividad que, a nivel internacional, existe en el mercado turístico. Estos dos factores no pueden ser ignorados por los prestadores de servicios turísticos de Chile, ni tampoco por aquellos que, ocasionalmente, arriendan sus viviendas en zonas vacacionales durante la temporada turística.

Es importante destacar la situación del mercado argentino, que está abierto a numerosas ofertas turísticas que van desde Miami hasta los lagos chilenos, pasando por México, Cuba y otras islas caribeñas, Brasil, Punta del Este, etc. ¿Quién hubiera pensado que Viña del Mar compite con Miami, y que ésta ofrece a los bonaerenses paquetes vacacionales a precios similares o inferiores a los de Viña?. Esta situación debe tenerse presente en la determinación de las políticas tarifarias y de promoción que las empresas turísticas chilenas, y la futura Corporación de Promoción Turística de Chile, efectúen en dicho mercado. Es fundamental, por lo tanto, adoptar una estrategia específica para la República Argentina que seguirá siendo, sin lugar a dudas, el más importante mercado individual; organizar misiones promocionales frecuentes; examinar a qué ofertas está sometida Argentina por parte de destinos competitivos; y dedicarle tanta atención como a otros mercados aparentemente más interesantes.

Considerando todo lo anterior, y a pesar de la pequeña baja experimentada, el sector turístico chileno puede considerarse muy satisfecho con los dos primeros meses del año 92. En primer lugar, porque este verano ha sido el segundo verano más exitoso - después de 1991 - en toda la historia turística chilena. Y, en segundo lugar, porque él ha permitido obtener algunas lecciones que no debieran ser olvidadas en las estrategias de comercialización futura de nuestra industria.

ASAMBLEA CONSTITUTIVA DE LA CORPORACION DE PROMOCION TURISTICA

Más de 60 empresas turísticas, entre las que se cuentan las dos más importantes líneas aéreas nacionales y otras extranjeras, compañías navieras que realizan cruceros marítimos, transportadores terrestres, los más importantes tour operadores y agencias de viajes chilenos y los principales centros de ski y establecimientos hoteleros del país, se han inscrito en el registro abierto en el Servicio Nacional de Turismo para participar junto a este organismo oficial de turismo en la formación de una Corporación de Promoción Turística.

Su asamblea constitutiva se efectuará el 31 de marzo del presente año y en ella, quienes participen como socios fundadores, definirán sus características, estatutos, estructura, componentes, funciones y otros aspectos que den forma a esta organización.

El interés demostrado por las empresas del sector privado por participar en esta organización mixta de promoción en el exterior, es un reflejo de la creciente toma de conciencia sobre la urgencia de una promoción turística más ordenada, coordinada y persistente de Chile en los mercados externos.

En el Seminario "Estructuras para la Promoción Turística", convocado por SERNATUR en diciembre pasado, se conoció las positivas experiencias de "Maison de la France" y de "Welcome Argentina" como organizaciones de promoción turística internacional de cada uno de esos países. Por su parte, el Director del Servicio Nacional de Turismo y el Ministro de Economía Subrogante explicaron en detalle al sector privado el apoyo del Gobierno a la creación de esta Corporación y los fundamentos que aconsejan tomar tal decisión.

Al fundamentar ante los empresarios la urgente necesidad de crear la Corporación de Promoción Turística de Chile, el Servicio Nacional de Turismo planteó que el éxito alcanzado por el turismo receptivo durante 1990 y 1991 necesitaba ser consolidado e incrementado a largo plazo, lo que requiere de una acción promocional constante, innovativa, coordinada - a fin de mostrar una imagen actualizada del país - y que responda a las oportunidades de mercado que se vayan identificando y presentando.

Con esta Corporación, la industria turística nacional podrá reaccionar más rápidamente a los cambios y turbulencias de los mercados internacionales, participar en forma coordinada en la promoción del país en el exterior, programar las actividades de un año para otro y actuar con mayor agilidad, efectividad y productividad, condiciones indispensables para competir adecuadamente en los mercados internacionales, en un mundo en el cual la promoción turística genérica ha ido perdiendo peso, para dar lugar a una promoción dirigida hacia mercados y productos específicos, donde la competencia es cada vez más fuerte y exigente.

El Servicio Nacional de Turismo enviará, a mediados de marzo, a todas las empresas turísticas inscritas como socios fundadores de la Corporación de Promoción Turística, un conjunto de documentos para su análisis, previo a la asamblea constitutiva de la misma, convocada para el 31 de este mes. Hasta mediados de febrero, 60 empresas se habían inscrito en SERNATUR para dar nacimiento a la Corporación. Las inscripciones siguen abiertas para todos aquellos que deseen participar en esta innovadora iniciativa, que cambiará la escala y el ritmo de la promoción turística chilena.

RECORD DE CRECIMIENTO DEL TURISMO RECEPTIVO EN CHILE EN 1991

El turismo receptivo en Chile durante 1991 logró hitos importantes para confirmar el dinamismo de la industria turística chilena y su potencial de desarrollo. En dicho año se registró el ingreso de un millón 333 mil 900 turistas extranjeros a territorio nacional, lo que representó un crecimiento del 40,4% en relación a los 950 mil turistas que arribaron al país en 1990 y de un 67,3% respecto a los 797.396 visitantes contabilizados durante 1989. La tasa promedio anual de crecimiento entre 1989 y 1991 ha sido de 29,3%, la que se compara muy favorablemente con la modesta tasa de 5,5% promedio anual de crecimiento observada entre 1980 (493.000 turistas) y 1989 (797.396 turistas).

Este crecimiento es el resultado de las acciones promocionales realizadas por el organismo oficial de turismo y empresas del sector privado, con el apoyo de Pro - Chile; también responde a un mayor intercambio comercial con distintos países; a

una situación propicia en el país desde los puntos de vista económico, político y social; a una mejor facilitación fronteriza; y a una relación de paridad cambiaria y de precios ventajosa para el visitante argentino.

Hay que señalar también entre tales factores, el mayor dinamismo que los agentes de viaje receptivos de Chile han mostrado en su acción promocional externa, así como el creciente compromiso con la promoción turística que se observa en las embajadas y consulados de Chile en el extranjero. Por último, no es ajena al crecimiento de la demanda externa la expansión que se ha ido produciendo en la oferta turística en Chile: nuevos hoteles y complejos turísticos, nuevos operadores de turismo, especialmente de aventura y eco-turismo y nuevas conexiones aéreas, han permitido ofrecer mejores servicios y circuitos a nuevos mercados, de niveles de exigencia más altos.

APOYO DE LA COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA AL DESARROLLO TURISTICO DE CHILE

En el marco del convenio comercial y de cooperación económica entre la C.E.E. y Chile, vigente desde diciembre de 1990, el Servicio Nacional de Turismo, a través de la Agencia de Cooperación Internacional del Ministerio de Planificación y Cooperación, postuló tres proyectos a la asistencia técnica de la CEE. En julio de 1991, la C.E.E designó al Sr. José Luis García, consultor español, experto en desarrollo turístico, para llevar a cabo una misión de identificación y evaluación de los problemas y posibilidades del desarrollo turístico de Chile, y para definir el alcance de un plan de apoyo técnico al sector.

Con ocasión de la última reunión de la Comisión Mixta Chile - C.E.E, en diciembre pasado se recibió el informe del consultor, el que fue analizado conjuntamente por los directivos de SERNATUR y los representantes de la C.E.E. Después de exponer la situación actual del sector y de definir los problemas del turismo nacional, en su parte medular el informe plantea un plan de ayuda comunitaria.

Los objetivos concretos del plan propuesto son los siguientes: apoyo técnico y financiero a un desarrollo turístico integrado, que esté basado en el conocimiento actualizado y detallado de las demandas especializadas, particularmente las de origen europeo; apoyo técnico y asesoría en la creación y reforzamiento de gamas de productos turísticos chilenos que respondan a tales demandas y que sean competitivos en los mercados europeos y mundiales; y ayuda técnica para seleccionar la logística idónea para la mejor distribución de los productos chilenos en Europa.

La ejecución de este importante proyecto comenzará tan pronto como la Comisión de Comunidades Europeas apruebe su presupuesto definitivo, lo que se espera ocurrirá dentro del primer semestre del presente año.

ESTUDIO DE CIRCUITOS TURISTICOS INTEGRADOS ENTRE EL NORTE DE CHILE Y EL NOROESTE DE ARGENTINA.

Un estudio destinado a identificar y promover la comercialización de circuitos turísticos integrados entre el Norte de Chile y el Noroeste de Argentina están realizando los organismos oficiales de turismo de ambos países, con cooperación técnica de OEA, con vistas a diversificar la oferta turística ante terceros mercados y promover la integración chileno - argentina.

El estudio formulará una estrategia para lograr los siguientes objetivos: fomentar el intercambio de los flujos turísticos y de comercio en la zona norte de las dos naciones; maximizar el uso de la infraestructura y de los servicios existentes; desarrollar una oferta turística integrada; crear nuevos mercados turísticos y lograr una mayor integración interinstitucional, empresarial y de servicios.

El desarrollo de este proyecto se inició en enero del presente año con un examen en terreno de las posibilidades turísticas del área en estudio (regiones de Tarapacá y Antofagasta en el caso de Chile y provincias de Jujuy, Salta y Tucumán, en Argentina), a través de visitas de conocimiento y valoración de los atractivos, servicios e infraestructura turística existentes, efectuadas por los consultores de OEA, Sra. Lidia Laurencena de Dumais (Argentina) y Sr. Marcos Gueren (Chile), quienes también sostuvieron reuniones de trabajo con autoridades y empresarios del sector.

La segunda fase del estudio, orientada a formular una estrategia turística integrada, se efectuará a partir de mayo próximo, abordando aspectos referidos a constitución de "paquetes" turísticos que integren los atractivos culturales y naturales, estrategia de comercialización y promoción, lineamientos y recomendaciones sobre uso del suelo y de los recursos en función de los circuitos identificados, visualización de proyectos de inversión privada y necesidades de equipamiento turístico y complementario, incentivos a la inversión, requerimientos de inversión pública y de medidas complementarias.

Seguidamente, se contempla la realización de un Seminario Binacional en San Miguel de Tucumán (Argentina), entre el 21 y el 25 de julio del presente año, con vistas a incentivar a empresarios turísticos de ambas zonas a comercializar los circuitos identificados. La Secretaría de Turismo de Argentina y el Servicio Nacional de Turismo de Chile decidirán conjuntamente sobre el tipo y número de empresas turísticas de cada país que serán invitadas a este encuentro. Desde ya se invita a todos los empresarios turísticos y hoteleros de Chile a expresar su interés por participar en este Seminario, pre-inscribiéndose en el Servicio Nacional de Turismo en Santiago, o en las oficinas de las Direcciones Regionales de SERNATUR en Arica, Iquique o Antofagasta.

PARTICIPACION DE CHILE EN CINCO FERIAS EUROPEAS DE TURISMO DURANTE EL PRIMER TRIMESTRE DEL PRESENTE AÑO

Veinticuatro empresas turísticas del país están participando junto al Servicio Nacional de Turismo en las cinco ferias internacionales más importantes del rubro que se realizan en Europa durante el primer trimestre del año, como continuación de la campaña de promoción que SERNATUR y el sector privado efectúan en el exterior, con el objeto de abrir nuevos mercados y mejorar y ampliar la difusión de los productos turísticos de Chile en aquellos que presentan una alta propensión a los viajes de larga distancia y un elevado gasto turístico. Luego de las ferias de Londres (noviembre 91) y Amsterdam (diciembre 91), la promoción continuó en enero con la presencia de 16 empresas y del organismo oficial de turismo en la Feria Internacional de Turismo de Madrid (FITUR).

La presencia en FITUR constituyó una excelente oportunidad para proyectar internacionalmente la oferta turística nacional y para establecer contactos comerciales con operadores españoles y de otros países. Esta feria es considerada como la segunda más importante en el mundo y a ella concurrieron aproximadamente 28 mil visitantes profesionales (entre los que se cuentan los mayores tour operadores y compradores internacionales), 2.600 expositores, 1.500 periodistas y un público general de más de 160 mil personas.

En esta oportunidad el stand de Chile fue visitado por numerosos tour operadores que desean incluir a Chile en sus programas de ventas y por una gran cantidad de público. El stand nacional, que contó con el aporte financiero de Pro Chile, de las empresas concurrentes y de SERNATUR, estuvo organizado en base a la exhibición de los productos "Desierto y Arqueología", "Aventura y Turismo de Naturaleza", "Nieve", "Patagonia" y "Lagos y Cruceros Australes". Por su presentación, diseño y organización profesional, la muestra nacional fue distinguida con un segundo premio, compartido con Francia y Túnez; Tailandia obtuvo el primer lugar.

Las otras ferias en que participan empresas chilenas bajo la coordinación del Servicio Nacional de Turismo, son: Bolsa Internacional de Turismo de Milán - "BIT" (Italia, 26 de febrero al 1 de marzo); Bolsa Internacional de Turismo de Berlín - "ITB" (Alemania, 7 al 12 de marzo); Feria Internacional Sueca de Viajes y Turismo - "TUR'92" (Gotemburgo, 19 al 22 de marzo) y Salón Mundial de Turismo y Viajes de París - "SMTV" (Francia, 18 al 25 de marzo).

La importancia de estas cinco ferias como medios de promoción y comercialización del turismo mundial radica en que ellas reciben a unos cien mil visitantes profesionales, entre los cuales están los más importantes tour operadores internacionales, y de más de 7 mil periodistas especializados, muchos de los cuales han sido o serán invitados por Sematur para la realización de reportajes en el país.

Las empresas nacionales que en este ciclo están promoviendo y comercializando sus productos en una o más de estas ferias, son las siguientes: En "FITUR", Andina del Sud, Asociación de Centros de Ski (con Hotel Portillo, Valle Nevado, Villarrica-Pucón y Termas de Chillán), Cruceros Australis, Destination Management Chile, Festival Tours, Hotel Plaza San Francisco Kempinski, Hotel Hyatt, Lan Chile, Operadores Chile, Turavión, Turhotel, Turismo Cocha, Turismo Skorpis, Turismo CTS, Tourel y Destinos Chile; en "BIT", Asociación de Centros de Ski (con Hotel Portillo, Valle Nevado, Villarrica-Pucón y Termas de Chillán), Cruceros Australis, Lan Chile, Operadores Chile, Turismo CTS y Destinos Chile; en "ITB", Andina del Sud, Andy Tour, Asociación de Centros de Ski (con Hotel Portillo, Valle Nevado, Villarrica-Pucón y Termas de Chillán), Access Adventure Travel, Cruceros Australis, Destination Management Chile, Hotel Reservation Center, Lan Chile, Operadores Chile, Turismo CTS, Turismo Skorpis, Turavión, Turhotel y Tourel; en "TUR'92", SERNATUR participa a través de Pro-Chile; en "SMTV", Cruceros Australis, Lan Chile, Turismo CTS, Turismo Skorpis y Sports Tours.

ENCUESTA SOBRE CENTROS VACACIONALES DESTINADA A IDENTIFICAR POSIBILIDADES DE TURISMO ASOCIATIVO

Una favorable respuesta ha tenido la recopilación de antecedentes sobre centros vacacionales que realiza SERNATUR con el objeto de elaborar un catastro a nivel nacional, como parte del proyecto de Turismo Asociativo que está desarrollando el Servicio con asistencia técnica del Gobierno de Francia.

El Servicio Nacional de Turismo agradece a las empresas e instituciones públicas y privadas que han aportado la información requerida sobre sus disponibilidades de infraestructura de alojamiento para sus trabajadores o asociados, servicios complementarios, períodos de ocupación, etc.

En este mes de marzo se inicia en el país la segunda etapa de la asesoría que está prestando el experto francés Sr. Alain Fourny. En el marco de las actividades programadas para su desarrollo, este especialista en turismo asociativo estuvo en Chile en diciembre pasado trabajando junto a SERNATUR en la definición de un diagnóstico que permitirá identificar posibilidades y proponer programas para este tipo de turismo.

Paralelamente, el Servicio Nacional de Turismo ha iniciado conversaciones con la Asociación Gremial de Cajas de Compensación de Asignación

Familiar, para constituir, a partir de los centros vacacionales que ellas poseen, una red de tales centros que, con una gestión y comercialización más coordinada, permita ampliar y diversificar las posibilidades vacacionales de los tres y medio millones de trabajadores y familiares asociados a las Cajas.

Por otra parte, mediante el mismo convenio con el Gobierno francés, el Servicio Nacional de Turismo recibe asistencia técnica para desarrollar el Turismo Termal y de Montaña, dirigidos ambos a generar nuevas alternativas de recreación, como el ecoturismo, el turismo de aventura o el turismo de salud, entre otros, y a crear oportunidades para nuevas actividades productivas en zonas apartadas de las diversas regiones del país. Con este objeto, junto al experto en turismo asociativo, llegarán al país durante marzo en misión de asistencia técnica los consultores galos Srs. Alriquet y Lombard, especialistas en Turismo Termal y Turismo de Montaña, respectivamente y el coordinador de los tres proyectos Sr. Jacques Carol. Durante marzo y parte de abril, visitarán centros termales y zonas de montaña, y analizarán con diversas instituciones públicas y privadas las perspectivas y condiciones para el desarrollo de la actividad turística en tales áreas.

ENCUENTROS DE PROMOCION EN WASHINGTON Y FILADELFIA.

Dos encuentros promocionales efectuó recientemente el Servicio Nacional de Turismo en el mercado norteamericano. Con ocasión de la presencia del Director Nacional de Turismo, Sr. Eugenio Yunis, en Washington D.C., a donde concurrió a dictar una conferencia sobre el turismo chileno en la "Smithsonian Institution", el día 2 de marzo, se organizaron reuniones con agentes de viaje, mayoristas y prensa turística de Estados Unidos.

Los citados encuentros se llevaron a efecto en Washington y en Filadelfia, los días 2 y 4 del mismo mes, respectivamente. Con el objeto de que los empresarios estadounidenses incluyan a Chile en sus programas de ventas y realicen los contactos pertinentes con sus similares chilenos, el Director de Sernatur desarrolló una completa exposición del producto turístico nacional, con sus características y servicios y entregó a cada uno de los participantes una carpeta con material promocional en inglés y el "Manual de Turismo de Chile", el cual incluye un listado de los operadores chilenos que ofrecen los principales productos y destinos turísticos de interés en ese mercado. A la vez, dio a conocer los catálogos y manuales de venta de las empresas turísticas chilenas que los hicieron llegar a SERNATUR a petición del Director.

PROMOCION DEL TURISMO CHILENO EN FRANCIA

En el marco del Comité América Latina'92, creado en Francia con la finalidad de aprovechar la celebración de los 500 Años del Descubrimiento de América para atraer mayor cantidad de turistas franceses a este Continente, Chile, junto a otros países latinoamericanos, participó recientemente en cuatro encuentros comerciales realizados en las ciudades de Lyon, Niza, Toulouse y París.

A través de la representación de Pro-Chile en París y la agencia francesa Andestour, SERNATUR tomó contacto con más de 500 agencias de viaje francesas, pudiéndose detectar cuál es su conocimiento de los diferentes destinos latinoamericanos, sus problemas y necesidades de apoyo e información.

En esas oportunidades estos representantes entregaron una completa información sobre el producto turístico nacional y distribuyeron material producido por SERNATUR, en especial el "Manual de Turismo de Chile" y "Por los Caminos de Chile", publicaciones

que merecieron los elogios de los agentes de viajes galos.

De acuerdo a lo informado por el delegado de Pro-Chile en Francia, Sr. Sandro Sanguinetti, se pudo apreciar que en el concierto latinoamericano, Chile presenta las mejores posibilidades de transformarse en uno de los destinos turísticos más frecuentados, pues es el que posee la mejor imagen de estabilidad económica y política, lo que se suma a la gran variedad y belleza de sus paisajes.

La promoción turística de Chile en Francia continúa con la participación en el Salón Mundial de Turismo y Viajes (SMTV), que se realizará en París entre el 18 y 25 del presente mes de marzo. Con la coordinación de SENATUR y Pro-Chile, cinco empresas nacionales estarán presentes en el stand de Chile, promoviendo sus productos entre mayoristas, tour operadores, agentes de viaje y público en general que visite la citada feria.

TELEVISION ALEMANA DISTRIBUIRA EN TODO EL MUNDO UN DOCUMENTAL SOBRE CHILE

Un documental sobre aspectos turísticos, culturales, económicos y políticos de Chile será distribuido a 150 estaciones de televisión de todo el mundo por "Deutsche Welle", el medio oficial de comunicación de Alemania, a través de Transtel, el canal internacional de t.v. "Network".

Este documental, de 30 minutos de duración, será parte de una exitosa serie que ha cubierto ya a numerosos países. Para su producción estuvo en Chile, entre el 12 de enero y el 7 de febrero, un equipo de filmación integrado por el productor de televisión de ese medio de comunicación, Sr. Dieter Hankammer, el camarógrafo Sr. Klaus Pattberg y el ingeniero de sonido Sr. Bernhard Schmitt.

Con la coordinación y colaboración de SERNA-

TUR y el apoyo de numerosas empresas turísticas de Santiago y regiones, en su periplo de trabajo en el país el grupo de profesionales alemanes hizo filmaciones y entrevistas en Arica, Parque Nacional Lauca, Valle de Azapa, Antofagasta, Calama, Chuquicamata, San Pedro de Atacama, Valle de la Luna, Toconao, Salar de Atacama, Geysers del Tatio, Caspana, Santiago, Valle del Maipo y sus viñedos, Valparaíso, Viña del Mar, Coyhaique y Laguna San Rafael.

Para esta acción, SERNATUR obtuvo la colaboración sin costo del Hotel Sheraton San Cristobal y el apoyo, mediante descuentos o atenciones especiales, de los hoteles O'Higgins, Azapa Inn, Topotel y Antofagasta y de las agencias Atacama Desert Expeditions y Andina del Sud, a todos los cuales se agradece su valiosa cooperación.

SERNATUR COORDINA VISITAS DE IMPORTANTES OPERADORES A CHILE

Importantes visitas de conocimiento destinadas a fomentar la comercialización de los productos turísticos y a difundir el turismo chileno en el exterior mediante la elaboración de publicaciones especializadas, está coordinando el Servicio Nacional de Turismo, con la colaboración de varias empresas del sector.

Con el objeto de preparar "paquetes" turísticos que serán comercializados en el mercado francés, desde el 22 de febrero pasado está recorriendo el país la Sra. Janine Fayolle, alta ejecutiva de SOTAIR, una importante empresa mayorista gala. Esta profesional está sosteniendo reuniones de trabajo con operadores receptivos chilenos (Andina del Sud, Cocha, Latour y Sports Tours).

Por su parte, un grupo de seis fotógrafos y dos escritores de turismo del "National Institute for Exploration", de Illinois, Estados Unidos, estará en Chile durante la primera quincena de marzo recopilando antecedentes y tomando imágenes

con el fin de editar la guía de "Viajes en ferrocarril y turismo en Chile", para el mercado estadounidense, y elaborar un artículo para periódicos americanos que se titulará "El tren en el fin de la Tierra". Este proyecto cuenta con la colaboración de LAN Chile, Kodak, Ferrocarriles del Estado, HOTELGA y de varios establecimientos hoteleros en las regiones del país. Al término de su misión donarán a SERNATUR series de las mejores imágenes que tome cada fotógrafo sobre los atractivos y servicios turísticos.

Asimismo, a mediados de marzo arribará al país el periodista y agente de viajes Sr. Claude Michelet, de la empresa "Voyages Odyssees", con el objeto de recoger información para redactar un Manual de Ventas sobre Chile, para uso de los agentes de viaje franceses. Este profesional estuvo anteriormente en el país, como resultado de lo cual escribió un artículo titulado "Hola chilenos", en TOUR HEBDO, la revista de los agentes de viajes franceses (3 de julio de 1990). En esta acción LANCHILE ha aportado los pasajes aéreos internacionales.

APERTURA EN SANTIAGO DE UN GRAN HOTEL DE LUJO: EL HYATT REGENCY

Una importante contribución a la oferta hotelera de Santiago se concretará a partir del 14 de marzo con la puesta en funcionamiento del Hotel Hyatt Regency, un establecimiento de gran lujo y confort destinado a turistas y hombres de negocios. En 55 mil mts cuadrados de construcción y en una torre circular de 24 pisos, ambientados con una decoración que combina lo moderno y lo clásico, con uso de materiales autóctonos, el hotel dispone

de 310 habitaciones, cuatro restaurantes, un centro de negocios con todo tipo de servicios para encuentros y actividades de ejecutivos, un salón de 595 metros cuadrados que se puede dividir en tres, y otras 5 salas de reuniones. Además, entre otros servicios, cuenta con un centro de salud y ejercicios, piscina y dos canchas de tenis. La inversión total en este hotel, el más moderno que tiene la cadena Hyatt en Sudamérica, fue de 65 millones de dólares.

AMPLIACION DEL HOTEL PLAZA SAN FRANCISCO KEMPINSKI Y CREACION DE APART HOTEL

Dos importantes proyectos está llevando adelante la compañía Hotelera San Francisco S.A., propietaria del Hotel Plaza San Francisco Kempinski. El primero de ellos es la ampliación de este establecimiento con 50 nuevas habitaciones, decoradas a todo lujo y equipadas con los más modernos adelantos tecnológicos. Esta inversión, de 3,5 millones de dólares, consiste en la incorporación de 2.000 metros cuadrados al hotel, correspondientes a dos pisos del vecino Edificio Copacabana. Las nuevas dependencias entrarán en "marcha blanca" en marzo del presente año.

El segundo proyecto de esta compañía hotelera comenzará a materializarse dentro de tres meses, cuando, con una inversión de 13,5 millones de dólares, se inicie la construcción de un edificio de 11 pisos destinado exclusivamente a un apart hotel de 140 departamentos de entre 40 y 44 mts.2 cada uno. En 17 mil mts.2 de construcción, se incluye el edificio de apartamentos, instalaciones anexas, especialmente recreativas y recintos comerciales. Este proyecto está situado en la calle Luz, entre Presidente Riesco e Isidora Goyenechea, en Vitacura

NOTICIAS REGIONALES

EQUIPAMIENTO COMPUTACIONAL EN ANTOFAGASTA

Con financiamiento del F.N.D.R., la Dirección de Turismo de la Región de Antofagasta está habilitando un sistema computacional que le permitirá acceder al sistema nacional de información turística de SERNATUR (SIDTUR). Además, le posibilitará realizar un catastro de los atractivos turísticos, como apoyo al Plan Maestro de Desarrollo Turístico en ejecución y atender requerimientos de información de turistas, entre otras importantes funciones.

ASUMIO NUEVO DIRECTOR DE TURISMO EN REGION DE ATACAMA

El 1 de febrero asumió como Director de Turismo de la Región de Atacama el señor Gonzalo Lagos, quien de inmediato participó activamente en la organización y realización del X Raid Costero, efectuado con gran cantidad de participantes y éxito durante los días 7, 8 y 9 de ese mes, en un tramo de 250 Kms. que se inició en Copiapó, continuando por Caldera - Bahía Inglesa hasta Bahía Salada. La Comisión Organizadora de este certámen contó con el auspicio del Servicio Nacional de Turismo, el que fue prestado mediante la ejecución y apoyo de diversas actividades de organización y difusión.

El nuevo Director Regional de Turismo también inició el análisis de los proyectos de carácter turístico que postulará a financiamiento del F.N.D.R.

PLAN DE PROMOCION EN REGION DE COQUIMBO

En el marco de la Comisión de Turismo de la Región de Coquimbo, la Dirección de Turismo de la zona sometió a consideración de la Subcomisión de Promoción, Eventos e Información Turística, un plan anual de promoción de esta actividad. Este contempla las bases para efectuar una campaña promocional de baja temporada e ideas de proyectos de promoción, entre otras materias, los cuales están siendo estudiados por los presidentes de la Cámara de Turismo de La Serena, de las asociaciones hoteleras de La Serena y Coquimbo y La Herradura, los alcaldes de las municipalidades de Ovalle y de Los Vilos y un empresario de Pichidangui, todos integrantes de la referida Subcomisión.

CONVENIO PARA EL DESARROLLO DE MUNICIPIOS EN AMERICA LATINA

El Servicio Nacional de Turismo, a través de la Dirección Regional de Valparaíso, firmó recientemente un Convenio de Cooperación Técnica y de Coordinación con el Proyecto de Asistencia Técnica para el Desarrollo Local Integral de Municipios en América Latina, de IULA/CELCADEL. Ambas entidades manifestaron interés en colaborar en las áreas de planificación, promoción y capacitación para el desarrollo turístico y preservación del medio ambiente en la comuna de San Esteban, donde ya se está implementando un plan piloto respecto a uso del suelo según "pisos ecológicos", gestión ambiental y prácticas demostrativas de huertos orgánicos.

ACTIVA CLASIFICACION HOTELERA EN REGION DE O'HIGGINS

La Dirección de Turismo de la Región del Libertador Bernardo O'Higgins entregó recientemente a tres establecimientos hoteleros de la zona los certificados de la clasificación, calificación y registro que les otorgó el Servicio Nacional de Turismo. Los establecimientos que se incorporaron a este importante proceso de clasificación que lleva adelante SERNATUR con el objeto de facilitar la promoción y difusión de este tipo de servicios, además de procurar una mayor transparencia en el mercado, son los siguientes: Hotel Turismo Santiago, de Rancagua (4 Estrellas); Hotel Español, de San Fernando (3 Estrellas), y Hotel Asthur, de Pichilemu (2 Estrellas).

NUEVOS ATRACTIVOS TURISTICOS EN REGION DEL BIOBIO

Con una inversión de 100 millones de pesos se construyó el complejo "Campo Lindo", situado en Playa Negra, en Coronel. Este centro cuenta con camping, zona de picnic, restaurante y discotheque.

Por otra parte, en Chillán fue reabierto el Museo San Francisco, con lo cual la ciudad reafirma su tradición y cultura, al rescatar y conservar una gran cantidad de imágenes religiosas, pinturas y aguafuertes que datan del Siglo XIV hasta nuestros días, junto a otras piezas de carácter histórico. La reapertura de este atractivo fue posible a un esfuerzo de la Gobernación Provincial y la Oficina Local de SERNATUR en Chillán. A esta última le cupo la responsabilidad de coordinar el apoyo de la comunidad a la restauración del Museo.

INAUGURADO PROYECTO DE TURISMO RURAL EN PUERTO BERTRAND

Con la asistencia del Sr. Intendente de la Región de Aisén, autoridades provinciales y pobladores de la localidad, en enero pasado fue inaugurado el proyecto turístico Puerto Bertrand, destinado a generar una fuente complementaria de ingresos a sus habitantes por medio de la ejecución de actividades de tipo turístico y recreativo, de modo que sus integrantes tengan posibilidades de mejorar sus condiciones de vida.

Este proyecto fue presentado por la Dirección Regional de Turismo y la Unidad Vecinal N° 10 del lugar y fue financiado a través del convenio FOSIS/SERNATUR, que tiene como finalidad la creación de núcleos turísticos en localidades pobres, preferentemente rurales.

El proyecto financió la adquisición de dos botes de 5 metros, dos motores fuera de borda, la construcción de un cobertizo en el muelle, habilitación de una casa de huéspedes y creación de un área de picnic. Entre sus actividades se contempla la realización de excursiones de pesca y organización de expediciones a lugares de gran belleza escénica y la incorporación de los turistas a las actividades relacionadas con la ganadería.

CATASTRO DE INVERSIONES EN MAGALLANES

El Comité de Fomento Productivo de la Región de Magallanes y Antártica Chilena, elaborando un manual sobre las posibilidades de inversión en los diferentes sectores económicos de la Región, entre los cuales, por las características de la geografía, calidad y riqueza paisajística de la naturaleza de la zona, se destaca el sector turismo, el cual tendrá una activa participación.

