

Noticiero Turístico

PUBLICACION OFICIAL DEL SERVICIO NACIONAL DE TURISMO, AÑO 2 N° 17 ENERO 1992

Director: EUGENIO YUNIS AHUES
Director Nacional de Turismo

REGISTRO Y ARCHIVO

Editor: BASKO ASUN SALAZAR
Periodista

NR. 92/701

EN ESTE NUMERO

- SECTORES PUBLICO Y PRIVADO ACORDARON LA CREACION DE UNA CORPORACION DE PROMOCION TURISTICA (PAG. 2-3)
- ASISTENCIA TECNICA FRANCESA PARA DESARROLLAR EN CHILE TURISMO ASOCIATIVO, TERMAL Y DE MONTAÑA (PAG. 4)
- SERNATUR, EN COLABORACION CON CONAF, DIGEDER E INJ, EDITO GUIA DE PARQUES NACIONALES: "JUVENTUD, TURISMO Y NATURALEZA" (PAG. 5)
- AMPLIA PARTICIPACION DEL SECTOR TURISTICO CHILENO EN FITUR 92 (PAG. 6)
- EVALUACION DE SEMINARIOS DE PLANIFICACION DEL DESARROLLO TURISTICO COMUNAL (PAG. 7)
- RED DE 132 OFICINAS DE INFORMACION TURISTICA COORDINA SERNATUR EN LA ALTA TEMPORADA (PAG. 7)
- PRODUCCION DE MATERIAL INFORMATIVO Y PROMOCIONAL (PAG. 8)
- INFORMACION A TURISTAS SOBRE CLASIFICACION HOTELERA Y DERECHOS DEL CONSUMIDOR (PAG. 8)
- VIDEO TURISTICO "SANTIAGO Y SUS ALREDEDORES" (PAG. 9)
- NUEVO REPORTAJE FOTOGRAFICO AL NORTE DE CHILE REALIZADO POR PERIODISTAS FRANCESES (PAG. 9)
- DOS NUEVOS HOTELES EN SECTOR ORIENTE DE SANTIAGO: EL PARINACOTA Y EL ROTHENBURG (PAG. 10)
- "EXPO VERANO" (PAG. 10)
- NOTICIAS REGIONALES (PAGS. 11-12)

A: 09 ENE 92
P.A.A. R
C.B.E. M
M.T.O. EDEC. TURISTICA
M.Z.C.

EDITORIAL
ARCHIVO

La llegada del año 1992 representa, para España y América, mucho más que un momento simbólico de conmemoración del encuentro entre dos mundos. Se trata de una oportunidad histórica para estrechar lazos culturales, económicos y también turísticos. Es esta la razón que ha llevado a la Organización Mundial del Turismo a declarar 1992 como "AÑO DEL TURISMO EN LAS AMERICAS".

El Año del Turismo en Las Américas debe ser aprovechado en el continente para hacer progresar la actividad turística, expandiendo la infraestructura y aumentando los flujos de turistas, tanto entre nuestros países como desde Europa y otros continentes hacia América. 1992 debiera ser el año en que el turismo se reconoce, en toda nuestra América, como un sector de futuro; una actividad que, además de contribuir al desarrollo económico y social de nuestros pueblos, permite una realización personal y humana más completa del individuo.

En Chile, el Año del Turismo en las Américas servirá a la industria turística chilena para continuar mostrando su reciente dinamismo y su creciente aporte al desarrollo nacional en todo el país; para consolidar la penetración de Chile en nuevos mercados turísticos, particularmente en Europa; para ampliar las posibilidades vacacionales de la población chilena a través de una oferta más diversificada; y en materia promocional, para constituir la Corporación de Promoción Turística de Chile que SERNATUR ha propuesto al sector privado como una corporación mixta, que incorpore a los empresarios a la toma de decisiones y ejecución de acciones promocionales en el extranjero.

Un campo muy propicio para celebrar el Año del Turismo es también la constitución y comercialización de circuitos turísticos integrados entre varios países americanos. En este sentido, los avances que se han producido en materia de facilitación fronteriza con la Argentina, hacen factible la proliferación de tales circuitos con nuestros hermanos trasandinos. Asimismo, interesantes perspectivas se abren con Bolivia y con Uruguay; en ambos casos el Servicio Nacional de Turismo está suscribiendo, en el año 92, sendos convenios de colaboración turística.

La presencia de numerosas empresas turísticas chilenas, que bajo el patrocinio de SERNATUR estarán en las ferias turísticas europeas que se desarrollan durante los meses de verano, debiera también permitir promover, en conjunto con los países de nuestro entorno geográfico, los diversos atractivos turísticos relacionados con nuestra historia pre-hispánica, colonial y moderna, temas que pueden ser de gran interés para los turistas del Viejo Continente.

Confiamos que al final del Año del Turismo en las Américas, Chile mostrará nuevamente un balance turístico tan positivo como el que acabamos de concluir el año 1991.

fuerzos promocionales en los mercados más promisorios en cada momento.

- d) No hay acuerdos con suficiente anticipación, ni seguridad en la participación de las empresas, en los eventos y ferias promocionales organizadas por SERNATUR; las decisiones se toman sólo para el más corto plazo.
- e) No hay acciones publicitarias masivas ni un apoyo o seguimiento posterior al evento promocional.

Por otra parte, los sistemas de control de la Administración Pública hacen que su estructura no sea la más adecuada para responder a la acción promocional y a los mercados en constante evolución. La promoción turística debe ser ágil y agresiva para poder enfrentar la competencia y a ella debe integrarse más activamente el sector empresarial, para una mejor comercialización de su oferta.

Con el objeto de superar estas deficiencias y de afianzar nuestra posición en los mercados internacionales, SERNATUR propone una nueva estructura que podría ser una Corporación de Promoción Turística. El objetivo central de esta propuesta es incorporar al sector privado en la toma de decisiones para la promoción internacional de Chile.

Con esta nueva organización se persigue aunar esfuerzos, planificar, flexibilizar, agilizar, dar continuidad y generar fondos adicionales para abordar la promoción turística de Chile en el exterior en forma eficiente. Las características, estructuras, componentes, funciones y otras definiciones que den forma a esta organización deben ser definidas en conjunto por quienes estén dispuestos a participar en su constitución inicial.

Principales Conclusiones

Luego de escuchar a los expositores y asistentes y de un debate muy positivo y consensual entre los representantes de los sectores público y privado, en el citado Seminario se llegó a las siguientes conclusiones:

- La oferta turística chilena está lo suficientemente desarrollada y muestra un crecimiento dinámico como para generar una mayor demanda internacional, requiriendo para ello una promoción más activa en los mercados externos;

- Una mejor y más efectiva promoción debe, a su vez, contribuir a lograr un mayor desarrollo de la actividad y a la captación de nuevos mercados;
- La activa participación de los empresarios privados es fundamental en las acciones promocionales que se realicen y su compromiso debe ser a nivel de empresas individuales, más que de asociaciones gremiales;
- Los problemas y resultados que enfrenta la promoción turística de Chile demuestra la necesidad de una mejor visión y presencia empresarial, de una mejor coordinación de los esfuerzos y de una planificación previa y a largo plazo;
- Los asistentes coincidieron en la necesidad de crear una estructura para la promoción de Chile en el exterior, independiente de la Administración del Estado, pero que aúne los esfuerzos, intereses y recursos del sector público y de los empresarios privados;
- Para ello realizarán la primera reunión constitutiva durante el mes de marzo próximo, y a ella serán invitadas las empresas inscritas en un registro especial. Previamente SERNATUR preparará y enviará a los inscritos, un proyecto de estatutos para la Corporación, para su consideración, junto con la convocatoria a la reunión constitutiva. La propia Corporación será la que determine las cuotas a pagar por los miembros y los mecanismos para el ingreso de nuevos asociados;
- Abrir un registro de empresas que tengan interés en participar en la definición y constitución de esta organización, las que tendrán el carácter de miembros fundadores.

A ese objeto, SERNATUR habilitó un libro de registro y las incorporaciones se están recibiendo en el Departamento de Promoción del Servicio. Al respecto, cabe hacer notar que un total de 17 empresas, entre organizaciones gremiales del sector, agencias de viaje, hoteles, centros de esquí, líneas aéreas y otras, se inscribieron en el registro abierto inmediatamente de finalizado el referido Seminario. Más empresas han ido inscribiéndose durante el mes de diciembre, lo que hace esperar que la sesión constitutiva de la Corporación contará con un importante número de socios fundadores.

SERNATUR, EN COLABORACION CON CONAF, DIGEDER E INJ, EDITO GUIA DE PARQUES NACIONALES: "JUVENTUD, TURISMO Y NATURALEZA"

El Servicio Nacional de Turismo, a través de su Programa de Turismo Juvenil desea estimular las actividades turísticas de los jóvenes mediante visitas al importante y escaso patrimonio natural y contribuir eficazmente a su conocimiento y valoración ecológica. Por su parte, la Corporación Nacional Forestal (Conaf), es la institución encargada de conservar y proteger nuestros ecosistemas y recursos únicos en el estado más natural posible. Ambas instituciones unieron sus esfuerzos para producir y editar una Guía de Parques Nacionales, denominada "Juventud, Turismo y Naturaleza". Esta publicación, única en su medio, en 162 páginas con ilustraciones a color, mapas y planos descriptivos, proporciona información de carácter turístico y práctico para visitar 35 áreas silvestres protegidas administradas por Conaf.

Esta Guía es fruto de una acción profesional coordinada del sector público, puesto que en su elaboración se contó con la colaboración del Instituto Nacional de la Juventud y para su financiamiento se dispuso del valioso aporte de la Dirección General de Deportes y Recreación. Su distribución la están haciendo los ya referidos organismos que participaron en su edición entre todas las entidades que se relacionan directamente con la juventud y a través de bibliotecas de institutos profesionales, de centros de formación técnica, de universidades, de colegios y liceos, para su consulta por parte de los estudiantes.

En su primera sección, este documento presenta la proclamación de la Carta Mundial de la Naturaleza por parte de la Organización de las Naciones Unidas y el contenido de Turismo Juvenil de la Declara-

ción de Manila, de la Organización Mundial del Turismo. A continuación, contiene una parte didáctica por medio de la definición de conceptos referidos al Medio Ambiente, Biósfera, Conservación, Ecología, Ecosistema, Turismo, Ecoturismo y sobre el Sistema Nacional de Áreas Protegidas: Parque Nacional, Reserva Nacional, Monumento Natural, Área de Protección y Santuario de la Naturaleza. Enseguida, hace recomendaciones generales para hacer un viaje agradable, proponiendo algunas normas simples que tienen por objeto resguardar la integridad de los visitantes y de la naturaleza.

En su capítulo principal, cada una de las 35 áreas seleccionadas es presentada a través de antecedentes detallados sobre sus características naturales y datos turísticos de mayor interés. La información que se entrega aquí está ordenada en cinco secciones. La primera proporciona antecedentes básicos de cada área, como el año de creación, clima y otros de importancia. La segunda relata sus principales atractivos naturales y, la tercera, sus atractivos culturales. Además, la cuarta sección facilita una información detallada sobre los atractivos turísticos más relevantes, para finalizar con una breve reseña de las recomendaciones especiales para cada área.

Finalmente, esta Guía incluye un mapa de Chile con señalización de las referidas áreas y mapas regionales que cumplen la misma función e indican, además, las vías de acceso; cuadros de distancias; listado de oficinas regionales de CONAF, SERNATUR, INJ y DIGEDER; nómina general de áreas; prestación de primeros auxilios y otros datos de utilidad para el turista joven.

EVALUACION DE SEMINARIOS DE PLANIFICACION DEL DESARROLLO TURISTICO COMUNAL

Con el fin de incrementar la participación de los municipios en el desarrollo turístico nacional y regional, el Servicio Nacional de Turismo realizó, durante el segundo semestre del año recién pasado, una primera serie de seminarios de Planificación del Desarrollo Turístico Comunal, los cuales se llevaron a efecto en las regiones de Coquimbo, Valparaíso, Bío Bío y de Los Lagos, con participación en éste último de representantes de la Región de la Araucanía.

Estos seminarios, destinados principalmente a Alcaldes y funcionarios municipales, contaron con la participación de más de 240 representantes de las corporaciones edilicias y de las Secretarías Regionales Ministeriales de Planificación, Economía, Hacienda, Vivienda, Obras Públicas y Bienes Nacionales; Sernap, Conaf; Gobernación Marítima, Coordinadores Municipales de Turismo; algunos parlamentarios y organizaciones de base; y delegados del sector privado regional, a través de sus asociaciones de hoteles, comisiones y cámaras de turismo.

La ejecución de estos seminarios permitió establecer una coordinación para apoyar la formulación de Planes de Desarrollo Turístico a nivel comunal en esas regiones, para lo cual Sernatur proporcionó en ellos pautas metodológicas y criterios técnicos que permitirán a las municipalidades asumir en mejor forma su responsabilidad en el desarrollo turístico, además de poder compatibilizar los objetivos de éste con el resto de las actividades productivas. Con la experiencia adquirida en su ejecución, SERNATUR continuará con estos seminarios en otras regiones del país durante 1992.

RED DE 132 OFICINAS DE INFORMACION TURISTICA COORDINA SERNATUR EN LA ALTA TEMPORADA

Diversas medidas tendientes a satisfacer la demanda de información turística durante la actual temporada, adoptó el Servicio Nacional de Turismo a través de todo Chile, mediante la apertura y acondicionamiento de oficinas y quioscos de atención al público, ya sea propios o en convenio con otras instituciones. Así fue como logró habilitar una red de 132 centros con este objeto a lo largo de todo el territorio nacional.

Para visualizar el interés de diversas instituciones por colaborar en esta vital función, es destacable que 29 de éstos pertenecen a Sernatur y los 103 restantes funcionan mediante convenios suscritos con entidades de los sectores público y privado, tales como municipalidades y asociaciones gremiales y profesio-

nales de turismo y Automóvil Club, entre otras.

Para este efecto, Sernatur ha contratado personal adicional que se está desempeñando como informador en todas las regiones y en los puntos de mayor concentración y acceso de turistas. En el Complejo Los Libertadores, por ejemplo, la oficina del organismo oficial de turismo está siendo atendida por dos funcionarios durante todo el verano; este paso internacional, con su nuevo horario de servicio adoptado por las autoridades para la temporada estival, de 9 a 21 horas, permitirá atender en mejor forma la masiva afluencia de turistas, especialmente argentinos, que se esperan ingresen en esta época al país por este acceso.

VIDEO TURISTICO "SANTIAGO Y SUS ALREDEDORES"

Con el objeto de usarlo como elemento de difusión en las visitas al país de tour operadores y mayoristas extranjeros, en las campañas de promoción en el exterior en mercados específicos y en la presentación nacional del sector en ferias y congresos internacionales, el Servicio Nacional de Turismo editó, en una primera versión en castellano, el video "Santiago y sus alrededores", el cual posteriormente se doblará al inglés.

Este medio de difusión viene a satisfacer la necesidad de entregar en forma sucinta y rápida una visión general de nuestra capital, sus servicios, atractivos y recursos turísticos tanto en su radio urbano, como en sus alrededores y en ciudades y balnearios costeros más próximos.

Es así como este audiovisual, producido por Ceardi Producciones por encargo de SERNATUR, en 14 minutos muestra el paisaje urbano y su entorno cordillerano, la arquitectura, los servicios, el comercio, los

establecimientos de hospedaje en sus diferentes niveles, los restaurantes, los barrios más interesantes para los turistas en la Capital, los centros culturales y de recreación, el interior de la casa "La Chascona", entre otros atractivos de Santiago y de sus cercanías, como los centros de ski de la zona central y las ciudades de Valparaíso, Viña del Mar y sus playas.

Este video se viene a sumar al editado por el organismo oficial de turismo a fines de 1990, denominado "Chile, ahora abierto todo el año" y que en sus versiones en castellano, inglés y francés, ha permitido transmitir una visión general de los atractivos más relevantes a los tour operadores que han visitado el país, invitados por SERNATUR, y ser usado tanto en las acciones de promoción y comercialización en el exterior, efectuadas en conjunto al sector privado, como por los mayoristas chilenos en sus actividades individuales de difusión y de negocios en el extranjero.

NUEVO REPORTAJE FOTOGRAFICO AL NORTE DE CHILE REALIZADO POR PERIODISTAS FRANCESES

Con el objeto de publicar reportajes fotográficos sobre el Norte y en especial sobre la arqueología y el Desierto de Atacama, en diversos medios de comunicación internacionales, durante el mes de diciembre pasado estuvieron recorriendo esa zona del país el fotógrafo Sr. Patricio Estay y el periodista Sr. Pierre Rouyer, ambos enviados por la "International Press Agency", de Francia. El programa de visita, que contó con la colaboración de la Embajada de Chile en París y de Sernatur, incluyó excursiones por el Parque Nacional Lauca, Antofagasta y su zona interior y La Serena y sus alrededores. Los referidos profesionales también utilizarán su material en una exposición fotográfica sobre el Desierto de Atacama, que se mostrará en forma itinerante en Europa.

La invitación y apoyo a especialistas en comunicación que han visitado el país y que después difunden los atractivos en reportajes, entrevistas y programas periodísticos en todo el mundo, ha constituido un valioso aporte a la reciente promoción de la imagen turística de Chile en los mercados internacionales. En estos viajes organizados y coordinados por SERNATUR, han colaborado las representaciones diplomáticas, Pro Chile, líneas aéreas nacionales y extranjeras y numerosas empresas turísticas chilenas.

Entre los medios de comunicación escritos que han concurrido al país a efectuar reportajes turísticos en los dos últimos años se pueden mencionar: "Tours, das abenteuer magazin", "Trekking '91", "Travel Digest", "Puente del Mundo", "Ski Francais", "Tiempo de Viajar", "Kempinski Journal", "Chiariva", "Natur - Studienreisen", "Morgenstern Reisen", "Lufthansa Holiday", "Wind Rose", "Grands Reportages", "The New York Times", "Omnium Communication", "Le Monde", "Le Figaro Magazine", "Ski Survey", "Good Ski Guide", "Business Review Weekly", "Financial Review", "El Anuario de la Nieve", "Monitor Ski", "La Esfera", "Sern Reisen" y "Manchete", entre otros medios.

También han constituido un valioso aporte a la difusión turística de Chile una serie de programas de estaciones de televisión de numerosos países que han venido a captar nuestros recursos y atractivos turísticos.

NOTICIAS REGIONALES

CONVENIO CON ESSO CHILE PARA LA ELABORACION DE MAPAS RUTEROS

En diciembre pasado se firmó un Convenio de Colaboración Turística entre la Dirección de Turismo de la Región de Antofagasta y Esso Chile Petrolera Ltda., con el objeto de realizar un programa de trabajo conjunto para la elaboración de 10.000 Mapas Ruteros de esa Región, los que incluirán además un plano de la ciudad de Antofagasta. Esso Chile tendrá a su cargo la edición y financiamiento y la Dirección Regional de Turismo proporcionará la información básica y el diseño del mismo.

Asimismo, esa Dirección de Turismo, en conjunto con la Empresa de buses TRAMACA, se encuentra elaborando un afiche promocional de la Región.

CONVENIO CON LA MUNICIPALIDAD DE ANTOFAGASTA

Próxima para su firma se encuentra la suscripción de un Convenio entre la Municipalidad de Antofagasta y la Dirección de Turismo de la Región de Antofagasta, referido a la "Adquisición de elementos para promover el aseo en las playas de la comuna de Antofagasta".

El proyecto, presentado por SERNATUR Regional a la I. Municipalidad, consiste en la distribución, durante la Alta Temporada Turística, de 10.000 bolsas de polietileno con los logotipos de ambos organismos destacando el aseo de la comuna, las que se obsequiarán a los veraneantes que acuden a las playas y balnearios. Estas bolsas serán financiadas por la referida Corporación Edilicia.

SEÑALIZACION TURISTICA EN SAN PEDRO DE ATACAMA

En la Región de Antofagasta Sernatur presentó para financiamiento del F.N.D.R. el proyecto de "Instalación de Señalización Turística en la comuna de San Pedro de Atacama", cuyo presupuesto ha sido aprobado para su materialización. Actuará como unidad técnica la Dirección Regional de Turismo y, como responsable de la operación, la I. Municipalidad de San Pedro de Atacama.

El proyecto consiste en el suministro e instalación de 39 letreros en los lugares que turísticamente SERNATUR considera necesarios, según los tramos o caminos priorizados por la Municipalidad.