

Noticiario Turístico

PUBLICACION OFICIAL DEL SERVICIO NACIONAL DE TURISMO

AÑO 3 - N° 24 SEPTIEMBRE 1992

Director : EUGENIO YUNIS AHUES
Director Nacional de Turismo

Editor : BASKO ASUN SALAZAR
Periodista

EN ESTE NUMERO

- ACTIVIDADES DE PROGRAMA DE PROMOCION TURISTICA DE CHILE EN ARGENTINA (PAG. 2)

- FACILITACION FRONTERIZA ENTRE CHILE Y ARGENTINA (PAG. 3)

- SERNATUR ASISTE A FERIA DE TURISMO EN FRANCIA (PAG. 4)

- PARTICIPACION DE CHILE TURISTICO EN CONGRESO Y FERIA DE ABAV (PAG. 4)

- ESTUDIO DEL GASTO DEL TURISTA EXTRANJERO EN TEMPORADA ALTA (PAG. 5)

- DESARROLLO DEL ECOTURISMO EN CHILE (PAG. 6)

- UN PLAN MAESTRO DE DESARROLLO TURISTICO PARA LA REGION DE ANTOFAGASTA (PAG. 6)

- ESTACION PILOTO PARA DESARROLLAR TURISMO DE MONTAÑA EN SAN JOSE DE MAIPO (PAG. 7)

- DIA MUNDIAL DEL TURISMO 1992 (PAG. 7)

- EDICION DE FOLLETO Y PLANO DE SANTIAGO (PAG. 8)

- GUIA TURISTICA JUVENIL (PAG. 8)

- BOLSA DE OPORTUNIDADES DE INVERSION TURISTICA (PAG. 9)

- AUSPICIO DE SERNATUR A "ENAVI '92" (PAG. 9)

- NOTICIAS REGIONALES (PAG. 10)

EDITORIAL

Es estimulante la reactivación de la Asociación de Periodistas de Turismo, APTUR, que recientemente convocó a un panel sobre Transporte Aerocomercial y que ha prometido varios otros para el futuro próximo. La Asociación había estado sólo parcialmente operativa durante los últimos años, tiempo en el cual el turismo chileno ha adquirido una dinámica de desarrollo sin precedentes.

La importancia de una estrecha relación entre los medios de comunicación social y el sector turístico no ha sido suficientemente valorada en nuestro país. El turismo, en una definición muy simplificada, es un conjunto cada día más numeroso de servicios y bienes, de consumo cada vez más masivo, que involucra a numerosas personas en diversos lugares. Para que el consumo turístico sea óptimo, la información sobre destinos y servicios turísticos debe ser completa, veraz, oportuna y en lo posible objetiva, no influenciada por intereses comerciales. La prensa, radio y televisión constituyen mecanismos insustituibles para proveer tal información.

La información a través de los medios permite difundir oportunidades vacacionales; mostrar al público las alternativas que se le ofrecen; orientar al turista tanto en lo relativo a lugares de intereses especiales como a los medios para acceder a ellos; educarlo en cuanto a los comportamientos que debe observar en sus lugares de destino; valorar objetiva y neutralmente las ofertas del mercado turístico y la relación entre el precio y la calidad de cada servicio; denunciar insuficiencias de la oferta, irregularidades y abusos en la presentación de servicios, etc.

Pero los medios de comunicación social deben asumir estas tareas con una doble responsabilidad. Primero, la de informar verazmente. Y segundo, la de cuidar el prestigio de un país, una región o una localidad turística, evitando difundir hechos negativos aislados, circunstanciales e intrascendentes, cuya publicación en "primera página" puede dañar por mucho tiempo la imagen turística de un lugar. En Chile, como en toda sociedad, pero tal vez mucho menos que en otras, ocurren hechos y situaciones reprobables o delictivos; pero para la imagen turística de Chile es mucho más grave que se difunda de manera sensacionalista un robo ocurrido a un turista, que lo que puede afectar a la imagen turística de Estados Unidos el reciente informe del FBI, que constató la ejecución de 1,9 millones de delitos violentos en 1991 en ese país, de los cuales 24.703 fueron asesinatos (1 de cada 10.000 norteamericanos murió asesinado en 1991).

Miles y miles de chilenos dependen de la llegada de turistas a su localidad. Miles de millones de pesos se han invertido para acogerlos. Todo ello puede peligrar con la simple e irresponsable difusión exagerada de una noticia negativa, sin trascendencia para el turista.

Confiamos en la responsabilidad de los periodistas de turismo y de sus colegas de otras disciplinas. Chile turístico la necesita.

ARCHIV

ACTIVIDADES DE PROGRAMA DE PROMOCION TURISTICA DE CHILE EN ARGENTINA

Aproximadamente 120 empresas y asociaciones turísticas de todo el país y otras entidades relacionadas con el sector, acogieron el llamado del Servicio Nacional de Turismo para participar en forma conjunta en acciones promocionales en 16 ciudades de Argentina, en el período agosto-noviembre del presente año.

Estas actividades están insertas en el Programa de Promoción Turística que SERNATUR ha elaborado y propuesto al sector privado, con el fin de asegurar que el flujo de turistas proveniente de ese mercado limítrofe

alcance al menos al nivel promedio observado en las dos últimas temporadas o incluso crezca.

En este Programa, que de alguna forma se anticipa a la acción de la futura Corporación de Promoción Turística en su afán de ordenar y coordinar los esfuerzos promocionales, participan empresarios del sector turismo, Cámaras y Asociaciones de turismo regionales y/o provinciales, representantes de empresas relacionadas a la actividad turística, empresas de transporte turístico y municipalidades.

El calendario del citado Programa comprende las siguientes actividades:

- 27 al 29 de agosto : en Ushuaia, Workshop, con 10 empresas de las regiones Metropolitana y de Magallanes y de la Dirección de Turismo de esta última Región;
- 10 de septiembre : en Trelew, Muestra Turística, con 6 empresas de la Región de Aisén y de la Dirección de Turismo de la misma;
- 29 y 30 de septiembre : en Buenos Aires, Workshop, con 38 empresas de las regiones de Coquimbo, Metropolitana, Valparaíso, La Araucanía, Los Lagos, Aisén y Magallanes, las Direcciones de Turismo de estas dos últimas regiones y el Departamento de Promoción de SERNATUR;
- 1 al 2 de octubre : en Córdoba, Workshop, con 26 empresas de las regiones de Coquimbo, Metropolitana y Valparaíso y de las Direcciones de Turismo de Coquimbo y Valparaíso, más el Departamento de Promoción de SERNATUR;
- 1 al 7 de octubre : en Bahía Blanca, Workshop, con empresas y la Dirección Regional de Turismo de Los Lagos;
- 4 al 11 de octubre : en San Juan, Rosario y Córdoba, Muestra Turística, con 28 empresas de las regiones de Coquimbo, Metropolitana, Valparaíso y Araucanía y de las Direcciones Regionales de Turismo de Coquimbo y Valparaíso;
- 12 al 16 de octubre : en Bariloche, Workshop, con 14 empresas de las regiones Metropolitana, Valparaíso, Araucanía y Aisén y de las Direcciones de Turismo de estas dos últimas regiones;
- 13 al 17 de octubre : en Salta, Jujuy y Tucumán, Muestra Turística y Workshop, con 4 empresas de las regiones de Antofagasta y Valparaíso y de la Dirección de Turismo de Antofagasta;
- 22 al 24 de octubre : en Calafate, Workshop, con 11 empresas de la Región de Magallanes y de la Dirección de Turismo de la misma;
- 4 al 19 de noviembre : en Mar del Plata, presentación en el Congreso de AAAVYT, con 9 empresas de las regiones de Coquimbo, Metropolitana, Araucanía y Los Lagos, más la Dirección Nacional de SERNATUR;
- 17 al 24 de noviembre : en Neuquén, General Roca y San Martín de los Andes, Muestra Turística, con 30 empresas de las regiones de Coquimbo, Valparaíso, Biobío, Araucanía y Los Lagos y de las Direcciones de Turismo del Biobío, La Araucanía y Los Lagos.

FACILITACION FRONTERIZA ENTRE CHILE Y ARGENTINA

Importantes proposiciones tendientes a lograr una mayor integración física y la superación de obstáculos que limitan el intercambio turístico y el libre tránsito de connacionales entre ambos países, fueron algunas de las principales materias que la Subcomisión de Facilitación Fronteriza acordó elevar a consideración de la Comisión Binacional de Cooperación Económica e Integración Física de Chile Y Argentina.

En la reunión de coordinación, efectuada por la citada Subcomisión a fines de julio pasado, se estableció la necesidad de profundizar los estudios y las tareas de mejoramiento de la infraestructura en los pasos fronterizos de Jama y Sico, San Francisco, Agua Negra, Sistema del Cristo Redentor, Pehuenche, Pino Hachado, Puyehue, Huemules, Coihaique, Integración Austral y San Sebastián. Entre las materias acordadas en este aspecto, destaca la ampliación del horario de atención del paso fronterizo Cristo Redentor, de 8 a 20 hrs., en baja temporada y de 6 a 22 hrs, entre diciembre y marzo.

También se trató el tema de los autos de alquiler. En la actualidad, si un turista sale con un vehículo arrendado desde Chile a Argentina, o viceversa, debe retornar al país de origen para devolverlo, lo que obstaculiza el desplazamiento turístico. Es por ello que, a solicitud de SERNATUR, las aduanas de ambos países acordaron suscribir un convenio, antes de la temporada estival, con el objeto de que la entrega del auto y el re-alquiler del mismo pueda efectuarse en cualquiera de los dos países. Al mismo tiempo, las autoridades transandinas destacaron su voluntad para darle solución a las dificultades que tienen los vehículos argentinos de transporte turístico, con capacidad inferior a 20 personas, para cruzar la frontera, lo que afecta a los flujos turísticos hacia Chile.

Asimismo, se analizó también la simplificación de la Tarjeta Unica Migratoria, actualmente en vigen-

cia en los pasos fronterizos de ambos países. También ambas partes convinieron efectuar las consultas necesarias para poner en vigencia la Tarjeta Vecinal Fronteriza, en sus aspectos aduaneros y migratorios, a más tardar el 1 de octubre del presente año.

La Delegación de Chile reiteró su compromiso para otorgar salvoconductos válidos por seis meses y para múltiples viajes a todos los argentinos residentes permanentes en el país. A la vez, recogió la solicitud de la Delegación de Argentina para que Chile analice un mecanismo para facilitar el tránsito terrestre de los ciudadanos argentinos residentes en la Isla de Tierra del Fuego, a la parte continental de su territorio.

En la oportunidad, la Subcomisión valoró el funcionamiento de los 4 Comités de Frontera existentes entre ambos países y se reiteró su función como organismos de los Ministerios de Relaciones Exteriores con atribuciones precisas en las tareas de coordinación fronteriza que les son propias, recomendando dotarlos de una mayor flexibilidad para convertirlos en verdaderos canales de transmisión de las inquietudes e intereses de los sectores regionales hacia las autoridades nacionales.

SERNATUR y la Secretaría de Turismo de Argentina (SECTUR), aprovecharon esta reunión para continuar promoviendo la integración de circuitos, a fin de mejorar la comercialización de los productos turísticos de ambos países en terceros mercados. En este sentido, se analizó un proyecto que, con asistencia técnica de la O.E.A., está estudiando las condiciones de factibilidad de circuitos turísticos integrados entre el Noroeste argentino y el Norte Grande chileno. Asimismo, se dieron a conocer las gestiones ante el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), tendientes a conseguir financiamiento para el proyecto sobre Preservación del Medio Ambiente y Promoción del Turismo en Tierra del Fuego.

SERNATUR ASISTE A FERIA DE TURISMO EN FRANCIA

Continuando con la acción promocional de Chile en el extranjero, el Director Nacional de Turismo participará, como visitante profesional, en la 14a. versión de la feria turística TOP RESA, que se realizará entre el 24 y el 27 de septiembre próximo en Deauville, Francia.

La presencia de SERNATUR en esta feria tiene por objeto establecer contactos con nuevos tour operadores franceses para estimularlos a programar Chile y, al mismo tiempo, recoger la opinión de quienes ya trabajan con nuestro país.

La característica principal de esta Feria es que en ella participan sólo profesionales del área. En esta versión -la 2a. en que Chile está presente- expondrán cerca de 200 tour operadores franceses, además de compañías aéreas, representantes de mayoristas, ca-

denas hoteleras, etc.

La asistencia del Director Nacional de Turismo a TOP RESA es parte del programa de promoción que SERNATUR se encuentra ejecutando y que contempla la participación de nuestro país en las principales ferias de turismo en el mundo. Durante este año Chile ha estado presente en la Feria de Turismo de Madrid (FITUR), en la Bolsa Internacional de Turismo de Berlín (ITB), en la Bolsa de Turismo de Milán (BIT), en el Salón Mundial de Turismo y Viajes de París (SMTV), en la Feria Sueca de Viajes y Turismo (TUR'92) y en la Feria de la Asociación Brasileña de Agencias de Viaje (ABAV). Se participará también en la Feria de la Asociación Argentina de Agentes de Viajes y Turismo (AAAVYT), que se realiza en noviembre y en la Feria TOUR'92, que se efectúa en diciembre, en Holanda.

PARTICIPACION DE CHILE TURISTICO EN CONGRESO Y FERIA DE ABAV

Una activa y beneficiosa participación tuvo el turismo chileno en el XX Congreso y Feria de la Asociación Brasileña de Agencias de Viaje -ABAV, efectuados en Río de Janeiro entre el 9 y el 13 de agosto pasado.

Invitado al Congreso por los directivos de ABAV, el Director Nacional de Turismo, don Eugenio Yunis, expuso el tema "Bienestar Social y Desarrollo Turístico", y participó en los debates orientados a unificar criterios para promover y comercializar en conjunto la oferta turística de los países del Cono Sur de América, en los grandes mercados emisores internacionales.

A la vez, SERNATUR, invitado por LADECO, a través del Jefe del Departamento de Promoción, don José Antonio Mendizábal, apoyó activamente a las empresas que esta línea aérea integró a su stand en la Feria de Turismo, que se desarrolló paralelamente al Congreso. Este respaldo incluyó la distribución de material sobre los principales atractivos nacionales a tour ope-

radores y agentes de viajes, que en gran cantidad visitaron la muestra chilena.

SERNATUR y los representantes de los hoteles Portillo, Carrera, Peulla y Termas de Chillán, que participaron en el stand de Ladeco junto a Andina del Sud, Turavión y Cruceros Australis, pudieron constatar que Chile Turístico está en la mira de los brasileños y que es conveniente asesorar a los tour operadores y agentes de viaje de ese país, entregándoles los conocimientos, los antecedentes y los contactos necesarios para facilitarles la comercialización y venta de la oferta y productos turísticos chilenos.

En este aspecto, Ladeco y SERNATUR están estudiando la posibilidad de hacer en Brasil varios seminarios de adiestramiento para apoyar la gestión de comercialización y venta de los intermediarios turísticos brasileños, que se han interesado en nuestros productos turísticos. Estos seminarios serían de corta duración y se efectuarían en fines de semana.

ESTUDIO DEL GASTO DEL TURISTA EXTRANJERO EN TEMPORADA ALTA

De acuerdo al convenio suscrito el año pasado con el Banco Central de Chile, el Servicio Nacional de Turismo finalizó la realización de la segunda etapa del estudio destinado a cuantificar la permanencia y nivel del gasto de los turistas extranjeros en nuestro país. Esta abordó la temporada estival y la recopilación de antecedentes se realizó durante los meses de enero y febrero del presente año en los pasos internacionales de Chacalluta terrestre, Complejo Aduanero Los Libertadores, Aeropuerto Internacional de Santiago y Aduana de Pajaritos.

Los datos recogidos han sido analizados por SERNATUR y plasmados en este segundo informe parcial. Junto a los antecedentes relativos a las otras dos temporadas (invierno e intermedia), incluidas en el estudio establecido en el citado convenio, constituirán la base de un informe global anual.

Este estudio ha permitido disponer de datos actualizados para calcular el ingreso de divisas generado por el Turismo Receptivo y llegar a conocer la participación que tiene este turismo en la Balanza Comercial. Es así como en el período enero-febrero 1992, se puede observar que el ingreso de divisas por este concepto representa el 9,5% del valor total de las exportaciones y equivale al 72,9% de las exportaciones agropecuarias y de mar, al 26,3% de las exportaciones industriales y al 22,9% de las exportaciones mineras.

El informe estima que durante los referidos meses de enero y febrero, arribaron al país un total de 390 mil 449 turistas extranjeros (cifra todavía provisoria), los cuales habrían aportado al país un ingreso de 165,7 millones de dólares en el mencionado período, con una permanencia promedio en Chile de 12,7 días y un gasto promedio diario individual de 33,4 dólares (gasto total promedio por turista: 424 dólares durante su estadía en el país en el verano). El primer informe sobre la temporada intermedia arrojó un gasto promedio diario individual de 61,5 dólares y una estadía promedio de 8,7 días.

Entre los turistas provenientes de los mercados de larga distancia se observa el desembolso promedio diario individual más alto: estadounidense (US\$ 56,5), seguido por el segmento "resto de Europa" (US\$ 55),

"resto de los países" (US\$ 54,5), alemán (US\$ 52,9) y español (US\$ 51,3). No obstante lo anterior, el análisis de los datos refleja que el turista que vino de algún país europeo tuvo un gasto promedio total por persona de US\$ 1.183, cifra muy superior que la contabilizada para el visitante norteamericano (US\$ 774).

Los turistas originarios de los mercados de corta y media distancia, ubicados en la Región de las Américas, tuvieron un gasto promedio individual menor al de aquellos provenientes de los ya mencionados: Argentina (US\$ 28,7), Brasil (US\$ 33,1), Bolivia (US\$ 34,1), Perú (US\$ 38,1) y "resto de América", conformado en su mayoría por los demás países Sudamericanos, (US\$ 28,3).

En cuanto a los mercados fronterizos en esta Región, se observa que el gasto promedio total del turista boliviano alcanzó alrededor de US\$ 197, el del peruano fue cercano a los US\$ 290, mientras que el del argentino fue significativamente superior, con un desembolso total por persona de US\$ 344 (aunque haya sido este turista el que incurrió en un menor gasto medio diario individual).

Como ha sido característico en el comportamiento histórico del turismo chileno, fueron los argentinos los que representaron el mayor volumen en porcentaje de turistas y aporte de divisas: un 75,8 % de visitantes del total (casi 296 mil personas de un total de más de 390 mil), alcanzando un 61,4% del ingreso total (US\$ 101,7 millones de US\$ 165,7 millones). Respecto a ingreso de divisas, a continuación se ubican los europeos que, con el 5,4% del total de turistas, aportaron un 15,1% del ingreso total (US\$ 25 millones); seguidos por bolivianos, brasileños, peruanos y de otros países de América, que en conjunto representaron el 13,7% del total, dejando un 11,6% del ingreso (US\$ 19,2 millones); los turistas norteamericanos (3,1% del total, con un aporte del 5,7% del ingreso -US\$ 9,4 millones); y los turistas provenientes de la agrupación "resto de países" (2,1% del total, con una generación de divisas del 6,3% del ingreso total - US\$ 10,4 millones).

El informe aporta, además, antecedentes sobre distribución y estructura del gasto, características de los entrevistados, entre ellos gasto promedio y motivación del viaje y numerosos otros datos cruzados.

DESARROLLO DEL ECOTURISMO EN CHILE

SERNATUR ha culminado la primera etapa de un trabajo de recopilación de información de aquellas empresas que desarrollan el Ecoturismo en Chile, con el objeto de obtener los antecedentes básicos que permitan examinar y evaluar la operación de las actividades ecoturísticas a nivel nacional e impulsar un desarrollo sustentable de esta modalidad de turismo.

Al hablar de Ecoturismo, se está haciendo referencia a los viajes a áreas naturales que están sin contaminar, con el objeto específico de estudiar, admirar y gozar el paisaje, junto con su flora y fauna silvestre, y de cualquier manifestación cultural que se encuentre en estas áreas.

El estudio de SERNATUR, que requirió la realiza-

ción de un catastro en cada región -a través de las direcciones regionales de turismo-, permite identificar los principales productos que ofrecen a nivel nacional las agencias de viaje especializadas en Turismo de Aventura. Asimismo, permite determinar las zonas del país que tienen un mayor aprovechamiento de este tipo de turismo, así como las principales limitaciones detectadas por los propios empresarios para su óptima operación.

Este trabajo arroja, además, un diagnóstico sobre las actividades turísticas que se pueden desarrollar en las distintas Áreas Silvestres Protegidas, complementando una propuesta inicial de la Corporación Nacional Forestal, entidad que contrató una consultoría en la materia.

UN PLAN MAESTRO DE DESARROLLO TURISTICO PARA LA REGION DE ANTOFAGASTA

La Política Nacional de Turismo elaborada por SERNATUR en 1990 plantea la regulación del desarrollo turístico regional y su compatibilidad con el de otros sectores. Sobre esta base se elaborará -a partir de este mes- un Plan Maestro para el Desarrollo Turístico de Antofagasta.

Este estudio, cuyo costo supera los 10 millones de pesos, será financiado por el Fondo Nacional de Desarrollo Regional y elaborado por un grupo multidisciplinario de profesionales coordinados por la Dirección Regional de Turismo de Antofagasta.

El Plan Maestro hará un inventario de la dotación de recursos naturales y culturales con los que cuenta la Región, a fin de determinar las áreas turísticas de desarrollo actual y potencial, con el objeto de derivar en una carpeta de proyectos de inversión pública y privada que posteriormente será difundida entre autoridades y potenciales inversionistas.

En los 8 meses que contempla este trabajo se deberá, en una primera etapa, analizar el actual

medio físico abordando las características geográficas, ecológicas y socio-económicas del medio y analizando, al mismo tiempo, la situación urbanística y la oferta y demanda turística. Con estos elementos se podrá identificar con mayor claridad las oportunidades de desarrollo turístico de la Región, para posteriormente aprovechar en forma integral y racional todos los recursos de la zona, especialmente los de la Comuna de Antofagasta y de la Provincia de El Loa.

Por la importancia que SERNATUR asigna al desarrollo ordenado del turismo, es que en la actualidad también se está elaborando un Plan Maestro en la Región de Los Lagos y próximamente se comenzará a trabajar en el Plan Maestro de la Región de Magallanes. Se espera conseguir el financiamiento adecuado para poder llevarlos a cabo también en otras regiones de nuestro país, a fin de lograr un desarrollo armónico, preservando el medio ambiente y considerando el comportamiento de cada mercado en particular.

ESTACION PILOTO PARA DESARROLLAR TURISMO DE MONTAÑA EN SAN JOSE DE MAIPO

En octubre próximo el consultor del proyecto de cooperación técnica francesa, Sr. Franck Lombard, entregará al Servicio Nacional de Turismo su propuesta para desarrollar un centro integrado de turismo de montaña en el área del Cajón del Maipo, particularmente en Lagunillas. Este estará destinado a ampliar las posibilidades de realización de actividades recreativas de montaña a sectores más extensos de la población, especialmente de la Región Metropolitana, así como a crear nuevas formas de turismo que se puedan practicar durante todo el año.

Este centro tendrá un carácter piloto y podrá servir de ejemplo para la creación o ampliación de

otros centros de montaña en nuestra extensa y hermosa Cordillera, que hasta ahora ha sido tan limitadamente aprovechada para el turismo.

En la propuesta del proyecto, se prevé una ampliación del Centro de Lagunillas, a través de un trabajo coordinado de SERNATUR, la I. Municipalidad de San José de Maipo, Digeder e inversionistas privados. Así se responde al interés de estas instituciones, y otras que se integrarán, para diversificar y extender el abanico de posibilidades recreativas de montaña hacia segmentos de la población que hoy día no pueden acceder a ellas.

DIA MUNDIAL DEL TURISMO 1992

El Día Mundial del Turismo se celebra anualmente el 27 de septiembre, fecha instituida por la Organización Mundial de Turismo, OMT, para sensibilizar a la opinión pública sobre los múltiples beneficios que el turismo reporta.

Este año SERNATUR ha querido darle un carácter más técnico a esta celebración, por tal motivo a organizado una serie de actividades entre el 27 de septiembre y el 1 de octubre, con el objeto de constituir un aporte concreto a los diferentes sectores relacionados con esta industria. Por su parte, la OMT ha convocado a las máximas autoridades de turismo de todo el mundo a un Seminario sobre "Tendencias del Turismo al año 2000", que tendrá lugar el 28 de septiembre en Sevilla, España.

En Chile esta semana del turismo se iniciará el 27 de septiembre, día en que entidades de carácter cultural y recreativo otorgarán descuentos o no cobro de entradas a sus dependencias. El martes 29 se realizará un encuentro de turismo dirigido al adulto mayor, dada la gran importancia que SERNATUR le asigna a la incorporación de este segmento de la población a la actividad turística. El miércoles 30 se

efectuará una actividad dirigida a los jóvenes, en la cual, a través del Taller de Turismo Social, se llevará a cabo una experiencia piloto de carácter benéfico para un grupo de jóvenes de escasos recursos.

Posteriormente, el día jueves 1 de octubre se realizará una Clase Magistral sobre Turismo Asociativo que dictará el experto francés en la materia, Sr. Alain Fourny, quien está prestando asesoría técnica a SERNATUR, en el marco del convenio de cooperación firmado con el gobierno francés. A este encuentro se invitará a participar a diversos sectores relacionados con la actividad turística, con el objeto de que tengan la oportunidad de ahondar sus conocimientos sobre este tema y poder avanzar en su aplicabilidad en nuestro país.

Finalmente, el día viernes, para culminar las actividades, SERNATUR realizará, en conjunto con la Asociación de Periodistas Redactores de Turismo, APTUR, una Mesa Redonda dirigida a la prensa sobre el tema "Los Desafíos de la Actividad Turística en Chile: Promoción e Inversión". En la reunión participarán diversos involucrados en esta materia, con el objeto de conocer los distintos puntos de vista que existen al respecto.

EDICION DE FOLLETO Y PLANO DE SANTIAGO

Un folleto turístico de Santiago, en versiones en castellano e inglés, con una atractiva diagramación y antecedentes e ilustraciones a color que resaltan sus principales puntos de interés - a nivel de los que circulan en las principales ciudades turísticas del mundo -, publicó recientemente el Servicio Nacional de Turismo.

Este impreso, destinado a orientar a los turistas que visitan la Capital, tiene una sección de "Datos Prácticos" (información general, transporte, cambio de moneda y uso de tarjetas de crédito, comercio, comunicaciones, información turística, direcciones útiles y emergencias, junto a otros antecedentes de utilidad)

La información relativa a los atractivos turísticos, incluye dos unidades: "Descubriendo la Ciudad" (Santiago histórico-Barrios tradicionales-Santiago cultural y artístico-Santiago natural-Santiago de compras - Santiago gastronómico); y " Santiago y sus alrededores"

(Valparaíso y Viña del Mar - Viñas y Valle del Maipo y Centros de Ski).

Por primera vez en un folleto de este tipo, en atención a la cantidad de hombres de negocios que arriban a Santiago y al potencial que ofrecen las innumerables relaciones comerciales que tienen los empresarios chilenos con sus similares del exterior, se incorporó una sección destinada a informar sobre la Capital como centro ideal para viajes de incentivo y lugar de reuniones y congresos. Finalmente, incluye un atractivo plano panorámico del centro de la ciudad, con señalización de sus principales atractivos.

Por otra parte, con la generosa colaboración del Banco de Chile, SERNATUR reeditó el plano referido al radio central de Santiago (Quinta Normal - Parque Metropolitano - Av. Tobalaba - Rodrigo de Araya), en una publicación de 60 mil ejemplares (en 1990 se hizo una edición similar entre ambas entidades).

GUIA TURISTICA JUVENIL

El Departamento de Planificación prepara la edición de una nueva Guía de Turismo Juvenil, en el marco de la política de SERNATUR de apoyar e incentivar las actividades turísticas y recreativas de este importante segmento de la población nacional.

La Guía presentará 22 áreas turísticas entre Arica y el Archipiélago del Cabo de Hornos, incluyendo una descripción general de cada una de ellas y el detalle de los centros más importantes con sus servicios de hospedaje barato, gastronomía, "picadas",

campings o lugares donde acampar, festivales y semanas veraniegas de atracción para la juventud.

La Guía incluirá una sección de consejos y datos prácticos a los jóvenes, de modo que puedan afrontar situaciones que eventualmente se producen durante las vacaciones, y contará con cuadros que presentarán el conjunto de servicios a los que se puede acudir en cada localidad visitada, incluso, en casos de emergencia, en los principales centros poblados de las áreas en cuestión.

BOLSA DE OPORTUNIDADES DE INVERSION TURISTICA

Proyecto: Venta de predio de 8,5 hás., con desniveles, situado en el Km. 31 de la Ruta No 3/92 Concepción-Arauco, entre las ciudades de Lota y Coronel. El terreno tiene potencialidad turística para desarrollar un camping (no hay en los alrededores), construir cabañas y explotar un restaurante existente (de 700 mts², más terrazas, construidas en dos niveles)
Posee, además, instalaciones de agua, letrinas, fogones, mesas, árboles frutales y eucaliptus.

Ofertante: Sr. Freddy Sánchez Sánchez, propietario del terreno (Aníbal Pinto 531, of. 31, teléfono 229028, Concepción).

Mayor Información:

Director de Turismo de la Región del Biobío, Sr. René Tito Rojas Salinas (Caupolicán 567-Of.908, teléfono 229201, Concepción).

Nota: Dado el interés por desarrollar proyectos de inversión turística en todo el país y las numerosas consultas que llegan al Servicio Nacional de Turismo por parte de potenciales inversionistas que buscan un socio con quien llevar adelante sus iniciativas, este espacio del Noticiero Turístico está disponible para la difusión de oportunidades de inversión.

En esta sección podrán informarse todos aquellos nuevos proyectos turísticos privados, ampliaciones o renovaciones de establecimientos existentes, etc. que busquen un socio financista, un terreno donde desarrollarlos, un socio administrador o todo otro complemento también privado, nacional o extranjero. Los interesados en utilizar este espacio gratuito pueden dirigirse al Departamento de Planificación de SERNATUR, Sr. Humberto Rivas (Providencia 1550, Santiago, teléfono:56-2-6966902, Fax: 56-2-2361417).

AUSPICIO DE SERNATUR A "ENAVI'92"

El Servicio Nacional de Turismo declaró de interés turístico y otorgó su patrocinio oficial a "ENAVI'92". Dicho certamen permitirá a las viñas chilenas exhibir sus marcas y variedades de vinos a los agentes promocionales de estos productos en el extranjero y en el territorio nacional.

"ENAVI'92" se efectuará en Viña del Mar, entre el 7 y el 10 de septiembre del presente año y en ella SERNATUR entregará material promocional turístico y ofrecerá una charla técnica a través del Director de Turismo de la Región de Valparaíso, don Jorge Negrete.

NOTICIAS REGIONALES

SEMINARIO EN CALAMA SOBRE RECURSOS NATURALES Y CULTURALES

El seminario "Uso de los recursos naturales y culturales en Turismo", se llevó a efecto en Calama durante la primera semana de julio pasado, organizado por la Secretaría Regional Ministerial de Economía, la Universidad de Antofagasta y la Dirección Regional de Turismo.

Al igual que en una versión anterior efectuada en la ciudad de Antofagasta, el seminario estuvo orientado a generar ideas para desarrollar y afianzar en la región el ecoturismo y la realización de estudios para medir el impacto del turismo sobre el medio ambiente.

EN VIÑA DEL MAR SERNATUR PROPONE FORMALIZAR ARRIENDOS A TURISTAS A TRAVES DE CORREDORES DE PROPIEDADES

La Dirección de Turismo de la Región de Valparaíso ha planteado la necesidad de que los propietarios de casas y departamentos que ofrecen arriendos a turistas en temporada de verano, no lo hagan individualmente, sino por intermedio de corredores de propiedades de la Región. De esta manera se pretende formalizar y hacer más transparente la oferta turística complementaria de hospedaje que tiene la zona, facilitándose también el cumplimiento cabal de contratos de arriendo, dando tranquilidad tanto al turista como a los propietarios.

Una incorporación masiva de los propietarios de casas y departamentos de arriendos de verano a los servicios establecidos de corretaje de propiedades, hará más fácil el ajuste nacional de los precios entre la oferta y la demanda, dado que los agentes de propiedades son profesionales que están al tanto de las tendencias del mercado nacional e internacional, recomendando tarifas adecuadas para la comercialización de la oferta de arriendos.

Esta Dirección de Turismo ha invitado, a la vez, a la Asociación de Corredores de Propiedades de la Región a participar en la promoción internacional de la oferta turística regional.

GUIA DE INVERSIONES EN REGION DEL MAULE

La Secretaría Ministerial de Economía de la Región del Maule elaboró una Guía de Inversiones en esta Región, en la cual se destaca en forma especial las posibilidades en el sector turístico. Esta publicación será distribuida en el país y en el exterior.

MATERIAL DE INFORMACION Y PROMOCION TURISTICA EN REGION DEL BIOBIO

La Dirección de Turismo de la Región del Biobío está elaborando una serie de folletos informativos y material de promoción, con el objeto de utilizarlos en las próximas actividades de difusión y venta de su oferta turística en mercados internos y externos. Entre esta documentación, destacan una guía de Servicios Turísticos, un plano de Concepción, cartillas de circuitos turísticos, de nieve, la Capital Regional como Centro de Eventos y Congresos y un mapa Ruteró de la Región.

