

**PROMULGA ACUERDO N° 51 DE 03.04.2017
DEL CONCEJO MUNICIPAL DE RECOLETA**

DECRETO EXENTO 802 - /

RECOLETA, 06 ABR. 2018

VISTOS:

1.- El oficio N°367 de de fecha 27 Marzo 2018 de don Carlos Molinet Cañas Director Gerente Corporación Cultura de Recoleta donde solicita aprobar la Política de Turismo Comunal, para los efectos de la elaboración del PLADETUR.

2.- El acuerdo N°51 de 03 Abril 2018 del Concejo Municipal de Recoleta; Y

TENIENDO PRESENTE : Las facultades que me confiere la Ley 18.695 Orgánica Constitucional de Municipalidades, con esta fecha dicto el siguiente decreto :

DECRETO

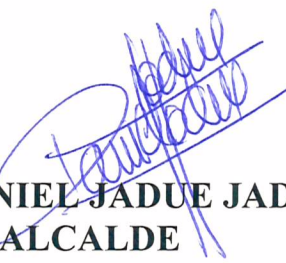
PROMULGASE EL ACUERDO N° 51 DE 03 ABRIL DEL 2018 DEL CONCEJO MUNICIPAL DE RECOLETA, MEDIANTE EL CUAL SE APRUEBA LA POLITICA DE TURISMO COMUNAL DE RECOLETA CONTENIDO EN DOCUMENTO ANEXO, EL CUAL PARA TODOS LOS EFECTOS LEGALES Y ADMINISTRATIVO FORMA PARTE INTEGRANTE DEL PRESENTE ACUERDO."

Anótese, Comuníquese y Transcribese.




HORACIO NOVOA MEDINA
SECRETARIO MUNICIPAL




DANIEL JADUE JADUE
ALCALDE

1368500



2018

Corporación Cultural de
Recoleta

Oficina de Turismo

[POLÍTICA COMUNAL DE TURISMO]

La Política de Turismo de la Comuna de Recoleta está sujeta a que su desarrollo se base en fomentar y desarrollar la actividad turística de manera sustentable.



ÍNDICE

Presentación.....	pág. 03
Introducción.....	pág. 05
Fundamentos de la Política.....	pág. 07
Principios que sustentan la Política.....	pág. 08
Objetivo.....	pág. 10
Ejes Fundamentales de la Política.....	pág. 12
Eje 1: Sustentabilidad.....	pág. 12
Eje 2: Destino La Chimba.....	pág. 16
Eje 3: Mejoramiento de la oferta turística.....	pág. 19
Eje 4: Promoción turística comuna.....	pág. 22
Eje 5: Turismo para todos.....	pág. 25

Considerando:

1. Que el Turismo es una de las industrias de más rápido crecimiento, y que contribuye significativamente a la economía. Además es un importante motor del progreso socioeconómico, a través de la creación de empleos, empresas, emprendimientos, e infraestructura y ganancia de exportaciones, tanto para las economías avanzadas como las emergentes. Según la OMT, hoy el turismo representa el 7% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios, demostrando que el sector ha tenido un crecimiento superior al del comercio mundial.
2. El Turismo es el principal propulsor de la conservación del medio ambiente y del patrimonio cultural, es por esto que a través del turismo se puede llevar a la práctica los valores que inspiran la sustentabilidad y transmitir dichos valores a la sociedad.
3. Que según la información entregada por Subsecretaría de Turismo, durante el año 2017 llegaron 6.449.883 visitantes lo que representa un aumento del 14,3% respecto al año anterior, cerrando un año con cifras históricas en materia de llegadas de turistas extranjeros.
4. Que el ingreso de divisas gracias al turismo receptivo durante el año 2017, corresponde a 4.200 millones de dólares, lo que significa un crecimiento importante respecto al año 2016.

Por todo lo expuesto anteriormente, es que se hace indispensable una planificación turística territorial, para que el turismo pueda desarrollarse de manera eficiente.

Para ello, se trabaja en conjunto para la creación de un Diagnóstico Turístico Local que comprende los aspectos generales de la comuna, y analizar cada aspecto con relación a la actividad turística que promueve la comuna en sí. Entre ellos, los antecedentes generales, los antecedentes comunales, antecedentes de residentes y perfil de visitantes, antecedentes de la oferta turística comunal y con relación a la competitividad de la comuna.

En base a ello generar propuestas para mejorar brechas y el estado que presenta la Comuna de Recoleta en su actualidad. Por consiguiente, este instrumento permite tomar decisiones acerca del futuro en torno a las estrategias, planes, programas y proyectos, además de definir las líneas de acción.

El Objetivo de esta Política es establecer los lineamientos para desarrollar el turismo de manera sustentable en la comuna de Recoleta, de manera que se transforme en una actividad económica relevante para el desarrollo económico local, teniendo como base la protección del Patrimonio Cultural tangible e intangible y el uso eficiente de sus recursos turísticos, integrando, además a la comunidad local e incentivando el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos de la comuna.

Los principios que sostienen la Política son: Sustentabilidad, Accesibilidad, Colaboración, Innovación y Calidad y capital humano. Principios que se establecen como base para orientar adecuadamente el funcionamiento y desarrollo del turismo en la comuna.

El contenido de la Política plantea la Visión, Misión e Imagen Objetivo de la Política. La Visión propone reconocer a Recoleta, como un importante polo de progreso económico turístico y autosustentable contando con servicios de calidad. Para concretar esta Visión, se postula como Misión fomentar el desarrollo turístico, social y económico sustentable en la comuna de Recoleta a través de la promoción de sus lugares de interés patrimonial, entregando oportunidades para todos los residentes de la comuna y así permitir un mejoramiento continuo en su calidad de vida.



INTRODUCCIÓN

Antecedentes

1. Oportunidades

a) Contexto Regional

En el año 2017, algunos destinos mostraron incrementos en los flujos de turistas, sin embargo, la región Metropolitana lidera las llegadas, pernoctaciones, y tasa de ocupación, con su destino “Santiago Urbano”, el cual recibió 2.400.000 de visitantes, seguido por Valparaíso, Viña del Mar y Concón. Esto responde a la decisión del gobierno de aumentar los recursos de promoción internacional, donde en conjunto con el sector privado, han logrado posicionar a la capital chilena dentro de los destinos imperdibles del 2018 según la revista de viajes National Geographic Traveler, a través de una oferta dinámica, con diversos panoramas durante todo el año, donde se encuentra la cultura, la gastronomía, el turismo de compras y las experiencias ligadas a la naturaleza. Estas son algunas de las tantas características que lograron que Santiago se ubique en el lugar 16 de los 21 destinos que integran la lista “Best Of The World” de dicha revista de viajes, que busca inspirar a sus lectores para recorrer el mundo.

b) Contexto Comunal

Recoleta posee una gran cantidad de ventajas competitivas, sumado al gran Patrimonio Cultural tangible e intangible, cuenta con una planta turística establecida, y una gran cantidad de servicios que complementan la oferta turística, haciendo que mantener al visitante por un día en la comuna no sea una tarea compleja. Además el turismo es una oportunidad para diversificar las actividades que generen ingreso, principalmente para mujeres y jóvenes.



2. Limitantes

a) Contexto Regional

A pesar de que el Turismo actualmente se encuentre incluido en el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo y sea reconocido como una actividad que genera importantes ingresos y empleos dentro del país, Chile invierte en promoción turística internacional, una cantidad **significante inferior a la asignada por países con similares productos Turísticos**, según la información entregada por la Subsecretaría de Turismo.

Por otro lado, en el ámbito del turismo interno, se observa una estacionalidad, situación que se ve agravada por las atractivas ofertas y la fuerte publicidad de destinos internacionales.

b). Contexto Comunal.

A pesar de que Recoleta cuenta con la capacidad de incrementar las visitas a la comuna, fomentando así el uso de los servicios turísticos locales, el emprendimiento, y la diversificación de las actividades que generen ingreso, en especial para mujeres y jóvenes, la actividad turística no es considerada como una actividad socioeconómica relevante dentro de la comuna, por ende no hay una planificación adecuada en temas turísticos.

Muestra de esto es que el 1% de los servicios turísticos de Recoleta se encuentran registrados en SERNATUR, según la información proporcionada por el sistema de registro de dicha institución. Esto se transforma en una clara desventaja para competir con comunas aledañas que tienen una oferta turística consolidada como son las comunas de Providencia y Santiago.



FUNDAMENTOS DE LA POLÍTICA

Para que la actividad turística pueda posicionarse en recoleta, se hace indispensable establecer lineamientos de las acciones que se llevarán a cabo para que el Desarrollo de la actividad sea de manera sustentable. Esto nace del análisis de los aspectos favorables y desfavorables derivados de la conclusión del Diagnostico Turístico Comunal. Principalmente, uno de los aspectos que impiden el desarrollo del turismo, son los índices de inseguridad por parte de las personas, la competencia con las comunas aledañas, y la poca información turística para los visitantes.

La Política de turismo Comunal permitirá orientar adecuadamente el funcionamiento y desarrollo del turismo en la comuna, a través de productos innovadores, coordinando la participación entre los actores públicos-privados y desarrollando una información actualizada de manera de transparentar la Oferta Turística, teniendo presente que esta actividad beneficiará a todos los actores, en la medida que se involucren en las decisiones para el desarrollo de la Actividad Turística.

La actividad turística de manera sostenible genera beneficios económicos y sociales a la comunidad, por ende el Municipio debe jugar un papel relevante en su promoción y difusión, potenciando Recoleta como un destino turístico cultural, que tiene como base la protección y la puesta en valor de su patrimonio, fortaleciendo la interculturalidad que caracteriza a la comuna.



PRINCIPIOS QUE SUSTENTAN LA POLÍTICA

A. Sustentabilidad

La sustentabilidad es un concepto que integra las variables ambientales, sociales y económicas. Es necesario lograr un desarrollo turístico sustentable y hacer uso de los recursos turísticos de manera responsable, respetando la autenticidad sociocultural de las Comunidades Locales. Además es vital crear actividades económicas viables a largo plazo que contribuyan a la reducción de la pobreza a través de la generación de empleos, y de nuevos emprendimientos vinculados de manera directa o indirectamente con la actividad turística.

B. Accesibilidad:

La vinculación entre accesibilidad y turismo es relativamente reciente, el significado que propone la OMT es que el desarrollo de las actividades recreativas, culturales y turísticas puedan ser disfrutadas por todas las personas, independientes de su capacidad, edad, sexo, etnia u origen. El desarrollo turístico debe ser planificado pensando en un futuro sin barreras, teniendo como foco principal la integración.

C. Colaboración

Dado que el turismo implica necesariamente colaboración e integración de ofertas, tanto en el desarrollo de destinos, la oferta y la comercialización, por lo que el trabajo conjunto entre el municipio, la industria y las comunidades locales es un requisito básico para el éxito en el largo plazo.

D. Innovación

Para incrementar la competitividad turística es importante incentivar el desarrollo de productos turísticos innovadores, que utilicen nuevas tecnologías y que hagan más atractiva la oferta turística. Esto a través de diversas rutas temáticas que permitan al visitante vivir nuevas experiencias vinculadas a la historia, a vivencias y emociones.

E. Calidad y Capital Humano

Este aspecto es fundamental para mejorar la competitividad de la oferta turística comunal. La promoción y la comercialización de los servicios turísticos deben ser de manera formal. Por esto se propone que las empresas turísticas de la comuna sean parte de la inscripción de sus servicios al registro nacional de SERNATUR y que la mayor cantidad de empresas obtengan el sello de calidad que otorga dicha institución.

El desarrollo de Capital humano, busca que los prestadores de servicios turísticos y quienes trabajan en el sector cuenten con mejores competencias, esto a través de capacitaciones y certificaciones que permitan generar conciencia turística, y la relevancia que tiene este aspecto en la calidad de los servicios.



OBJETIVO

El turismo, es una actividad que abre un mundo de oportunidades, debido a su multisectorialidad. Por otro lado, las características culturales, sociales y económicas que presenta la comuna hacen indispensable un documento orientador sobre el desarrollo de la actividad turística.

El objetivo que tiene la política es establecer los lineamientos para desarrollar el turismo de manera sustentable en la comuna de Recoleta, de manera que se transforme en una actividad económica relevante para el desarrollo económico local, teniendo como base la protección del Patrimonio Cultural Tangible e Intangible y el uso eficiente de sus recursos turísticos, integrando, además, a la Comunidad Local e incentivando el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos locales.

IMAGEN OBJETIVO

Recoleta como un destino turístico cultural, que resguarda su patrimonio y que promueve la cultura y las actividades de esparcimiento de manera accesible, teniendo como foco la integración. Una comuna con una oferta turística comunal integra, que promueve la sustentabilidad a través de servicios turísticos locales accesibles, innovadores y que fomenta el emprendimiento, considerando el turismo como una oportunidad para diversificar las actividades que generen ingreso principalmente para las mujeres, contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de sus residentes.



Una comuna turística, desarrollada sustentablemente como destino turístico patrimonial, que trabaja en torno a la sustentabilidad y la participación ciudadana, protegiendo y promoviendo el patrimonio cultural tangible e intangible que tiene Recoleta.

MISION

Lograr un desarrollo turístico, social y económico sustentable de la comuna, promoviendo sus lugares de interés patrimonial para uso del turismo como actividad socioeconómica, así como también, el uso de servicios turísticos locales como estrategia de desarrollo productivo para emprendedores y empresarios de Recoleta, y así alcanzar nuevos mercados. Todo esto en función de la protección y puesta en valor del Patrimonio Cultural e Histórico, tangible e intangible.



EJES FUNDAMENTALES DE LA POLÍTICA

La Política Comunal de Turismo se fundamenta en cinco ejes estructurales que orientan y determinan las líneas estratégicas y las principales acciones de la Oficina de Turismo. Dentro de esta Política se distinguen los siguientes ejes:

- Eje 1: Sustentabilidad
- Eje 2: Destino La Chimba
- Eje 3: Mejoramiento de la oferta turística Local
- Eje 4: Promoción turística comunal
- Eje 5: Turismo para todos

A partir de estos elementos se desprenden las líneas estratégicas que señalan las acciones necesarias para llevar a cabo cada uno de ellos, además de su correspondiente instrumento de política y los actores que colaborarán para realizarla.

EJE 1: SUSTENTABILIDAD

Es necesario lograr un desarrollo turístico sustentable y adoptar prácticas de sustentabilidad, y al mismo tiempo educar y generar conciencia sobre los beneficios que trae sobre las presentes y futuras generaciones el uso responsable de los recursos turísticos.

Línea Estratégica 1

La oficina de Turismo debe promover el uso de buenas prácticas en el desarrollo de la actividad turística a través de iniciativas públicas o privadas que en su operación tengan un mínimo impacto ambiental, pongan en valor el patrimonio y potencien las economías locales.



Acción 1

En un trabajo en conjunto la Municipalidad, a través de su Oficina de Turismo y SERNATUR, se debe orientar e incentivar al sector privado a implementar buenas practicas, esto a través del Área de sustentabilidad de SERNATUR que cuenta con varias herramientas, una de las cuales es la “**Distinción en turismo sustentable**” o más reconocida como el “**Sello S**”, que reconoce a los servicios turísticos más sustentables. Esta Distinción la otorga SERNATUR, tras la evaluación y aprobación de la Mesa Nacional de sustentabilidad turística del país.



Línea Estratégica 2

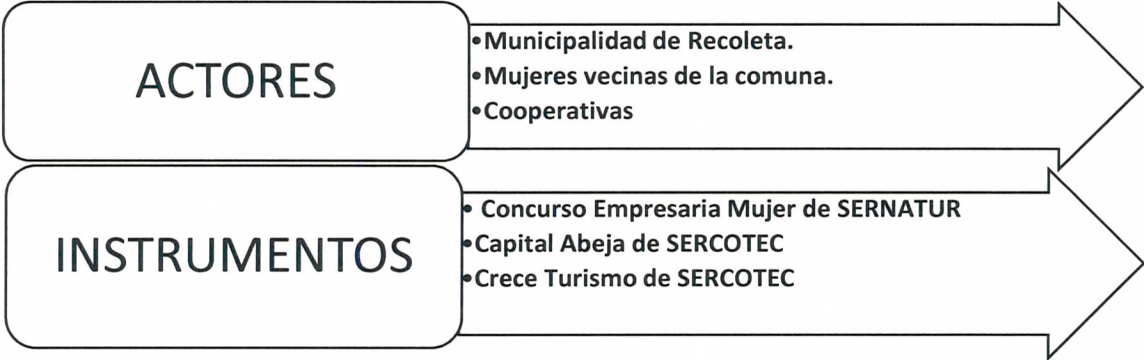
El turismo es una gran oportunidad de diversificar las actividades que generan ingreso principalmente para las mujeres y jóvenes.

La Municipalidad, a través de sus diferentes departamentos debe incentivar los micros emprendimientos locales, que estén vinculados de manera directa o indirectamente con la actividad turística.

Acción 1

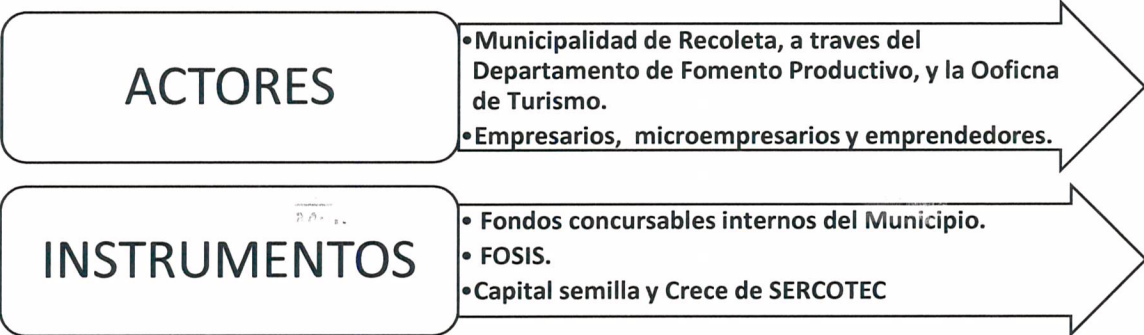
Incentivar a las mujeres de la comuna a desarrollar micros emprendimientos locales, considerando el turismo como una nueva oportunidad de negocio. Las mujeres son un gran aporte en todas las aristas de esta actividad, así como en las tradiciones y las costumbres en que desarrollan sus productos y servicios.





Acción 2

Fortalecer a los empresarios, micro empresarios y emprendedores locales. Que están involucrados de manera directa o indirectamente con la industria turística.



Línea estratégica 3

La contribución del turismo al desarrollo local se ve reflejada tanto en aspectos económicos como socioculturales, permitiendo fortalecer la identidad local y la conservación de tradiciones y culturas.

El Municipio debe fomentar iniciativas para la conservación, la protección y la puesta en valor del patrimonio Cultural y Natural.

Acción 1

Integrar a la comunidad local como los principales actores de la puesta en valor del patrimonio y la protección de sus costumbres y tradiciones. El Municipio debe fomentar la participación Ciudadana a través de proyectos y propuestas que están dirigidas a la comunidad para cumplir con dicho objetivo.





Acción 2

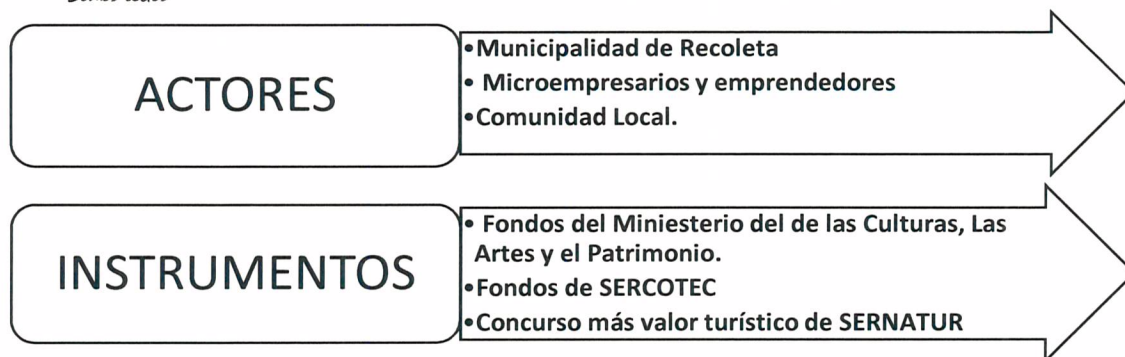
Para proteger el patrimonio cultural es necesario conocerlo y valorarlo. En este Sentido es que el Municipio, a través de su Oficina de Turismo debe brindar herramientas para que la comunidad Local conozca su patrimonio cultural y lo valore como una de sus mayores riquezas. Esto mediante la promoción y difusión de los atractivos culturales, además de la realización de diferentes actividades que tengan como objeto acercar el patrimonio a la comunidad local.



Acción 3

Recoleta es una comuna intercultural, donde conviven diversas culturas en un mismo territorio. La oferta turística debe incorporar elementos culturales, basado en las tradiciones y la cultura popular chilena. La Municipalidad, a través de la Oficina de turismo, en un trabajo en conjunto con los micro empresarios, emprendedores y la comunidad local, deben crear y promover productos turísticos enfocados en el Turismo Cultural.





Eje 2: DESTINO LA CHIMBA

Recoleta se encuentra situada en lo que antiguamente era el “Barrio La Chimba” y la traducción literal es “Los del Otro Lado” o de “La otra banda” en quechua. Este era el nombre que se le daba a este territorio con características de chacras. El Barrio La Chimba por muchos años fue el otro lado de la ciudad de Santiago, donde convivían, negros, mestizos y mulatos. Con el pasar del tiempo este territorio Creció económicamente, dando origen a La Vega Central, el Mercado de Abastos Tirso de Molina y el Barrio Patronato. Desde sus inicios hasta la actualidad, el barrio La Chimba ha tenido una relevancia histórica en la ciudad de Santiago.

La Municipalidad, en conjunto con la Comunidad local, tiene que generar estrategias con el objetivo de poner en valor el Barrio La Chimba, Promocionando y difundiendo su relevancia histórica, y todo el patrimonio Cultural Tangible e intangible que está vinculado e este emblemático sector.

Línea estratégica 1

El Barrio La Chimba posee un gran valor patrimonial, lo cual es una gran oportunidad para incentivar el Turismo Cultural. Además de potenciar y fortalecer la interculturalidad que actualmente posee la comuna.

Acción 1

Difundir y Promocionar el Patrimonio cultural del Barrio La Chimba, relevando su historia y las tradiciones de la cultura popular chilena.





Acción 2

Crear nuevos productos turísticos para promocionar el Barrio La Chimba. Esto a través de rutas temáticas como son: La Ruta de las iglesias y el Tour Nocturno del Cementerio General.



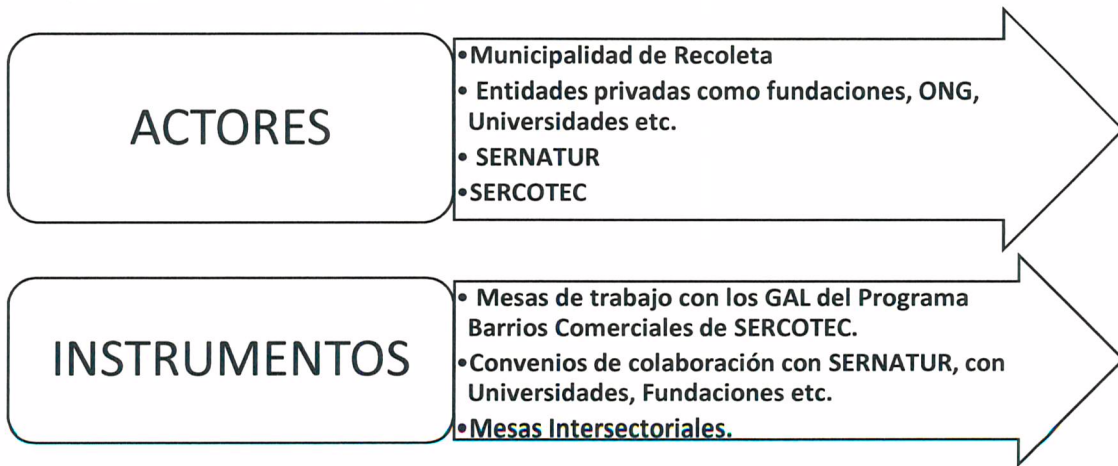
Línea estratégica 2

El trabajo Colaborativo entre público-Privado o Público- Público, es fundamental para que el desarrollo del Turismo sea de manera sostenible. En este sentido se hace necesario crear alianzas que permitan potenciar el Barrio La Chimba como un atractivo Cultural importante dentro del destino “Santiago Urbano”.

Acción 1

Fortalecer el trabajo asociativo con instituciones ya sea públicas o privadas que se encuentren interviniendo el territorio, y así el trabajo sea de manera conjunta y no se dupliquen los esfuerzos y las iniciativas.





Acción 2

La Declaración de Zonas de Interés Turístico es una gestión efectiva que permite potenciar el Desarrollo territorial del turismo, mediante la priorización de recursos públicos e incentivos a la inversión privada. El Barrio La Chimba cuenta con todos los requerimientos que estable el reglamento de la Subsecretaria de Turismo, para la declaración de las ZOIT. Por lo que es fundamental fortalecer las alianzas entre SERNATUR, y las comunas aledañas para que el Barrio La Chimba sea Declarado como la primera Zona de Interés turístico urbana.



Eje 3: MEJORAMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA LOCAL

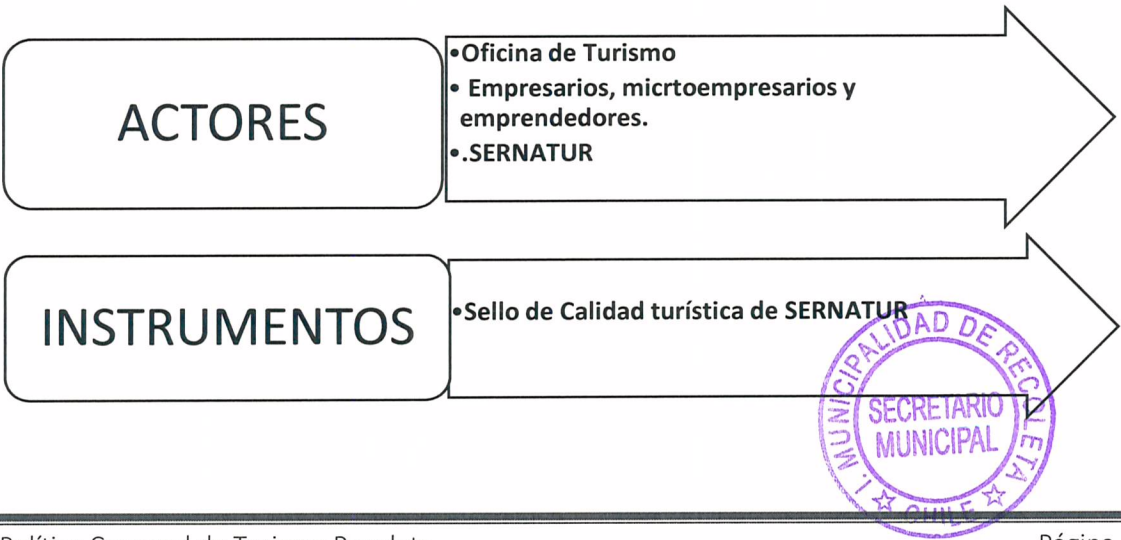
Para que la actividad turística se desarrolle de buena manera, es necesario mejorar y aumentar la calidad de la oferta turística comunal. Esto por medio de los diferentes estándares de calidad, otorgando una buena experiencia al visitante, entregando una imagen positiva de la comuna y facilitando su regreso.

Línea Estratégica 1

Para asegurar que los servicios turísticos de la comuna cumplen con los estándares de calidad, el Municipio, a través de la Oficina de Turismo y en conjunto con SERNATUR, deben incentivar a los empresarios, micro empresarios y emprendedores a ser parte de los diferentes programas y certificaciones que SERNATUR entrega como entidad fiscalizadora.

Acción 1

Orientar e incentivar a los empresarios, micro empresarios y emprendedores turísticos a ser parte del actual Sello de Calidad Turística de SERNATUR, es un distintivo que entrega a los prestadores de servicios turísticos que están certificados en alguna de las 49 normas de calidad turística.



Acción 2

Asesorar y orientar a las empresas y microempresas turísticas a inscribirse y ser parte del registro nacional de empresarios turísticos de SERNATUR para formalizar su oferta.

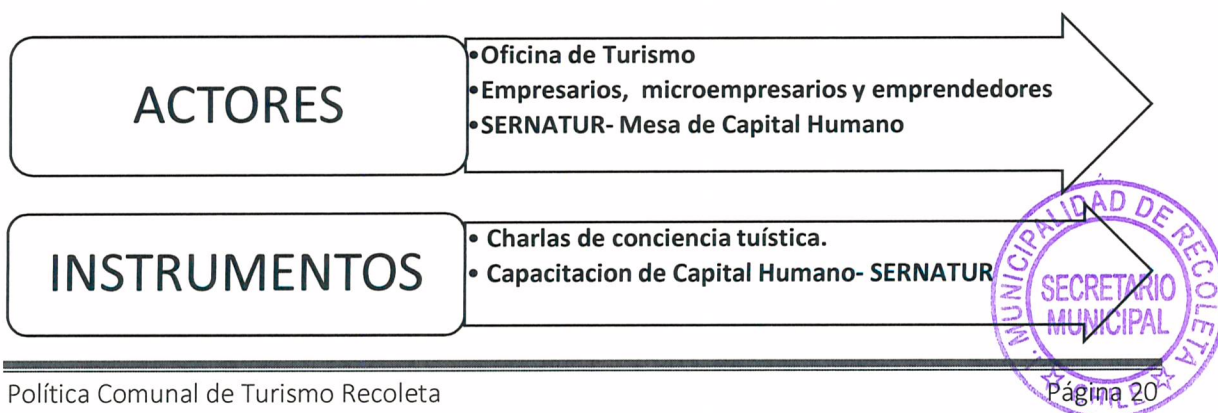


Línea estratégica 2

El desarrollo de Capital humano, busca que los prestadores de servicios turísticos y quienes trabajan en el sector cuenten con mejores competencias, esto a través de capacitaciones y certificaciones que permitan generar conciencia turística, y la relevancia que tiene este aspecto en la calidad de los servicios.

Acción 1

En un trabajo en conjunto con SERNATUR, y la Oficina de Turismo, se debe concientizar a los prestadores de servicios turísticos sobre la importancia del capital humano, y de cómo este puede afectar la experiencia de un visitante y la calidad de los servicios turísticos.



Acción 2

Orientar a los gremios, empresarios, micro empresarios y emprendedores de la industria turística a adquirir competencias y habilidades que les permita planificar de manera eficiente el desarrollo turístico. Además de incentivar la capacitación de todos los profesionales de la industria turística.



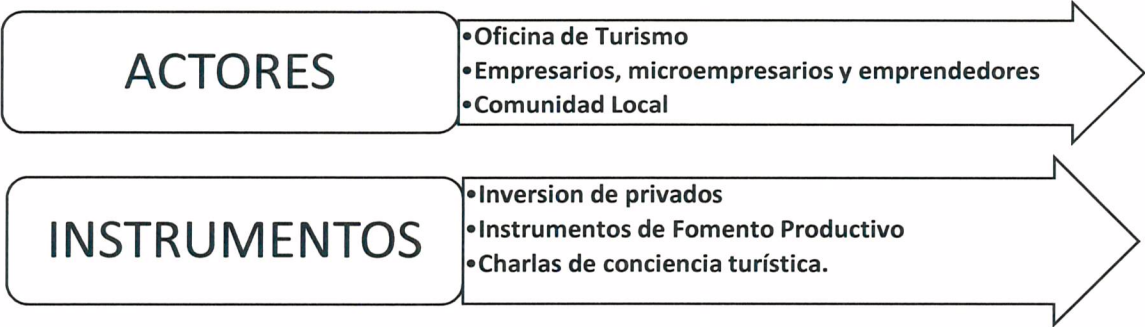
Línea estratégica 3

.Poner énfasis en optimizar los servicios complementarios al turismo para que al momento de ofrecer sus servicios sea más completo y satisfactorio.

Acción 1

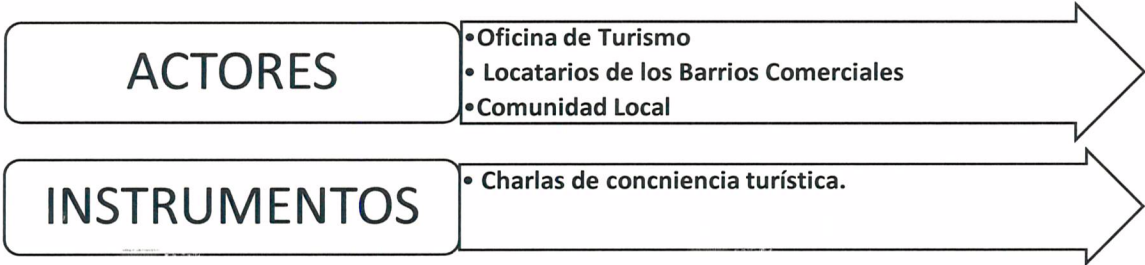
Es necesario motivar a los visitantes para que se queden dentro de la comuna, a través del mejoramiento de la calidad de los servicios que se ofrecen y al mismo tiempo incentivar a los residentes para integrarse en este proceso, haciendo que la permanencia y gasto en la comuna por los visitantes sea mayor.





Acción 2

Fortalecer a los emprendedores que no están vinculados de manera directa con la industria turística pero que se ven beneficiados por dicha actividad.



Eje 4: PROMOCIÓN TURÍSTICA COMUNAL

Es importante pensar en la promoción turística de la comuna, para lograr que los visitantes generen mayor gasto en Recoleta, lo que se traduzca en un mejor avance turístico. Para esto es necesario establecer estrategias de promoción de manera que la comunidad y los actores locales también se integren en el desarrollo económico de la comuna y ampliar la oferta existente. Finalmente, se debe apuntar a que el visitante tenga una experiencia satisfactoria, que lo motive a visitar nuevamente la comuna.

Línea Estratégica 1

Dentro de las brechas que se detectaron mediante el diagnostico, es la falta de información para el visitante. Para mejorar la calidad de la oferta turística, es fundamental mejorar la calidad de la información y los medios por los cuales se le entrega al visitante.



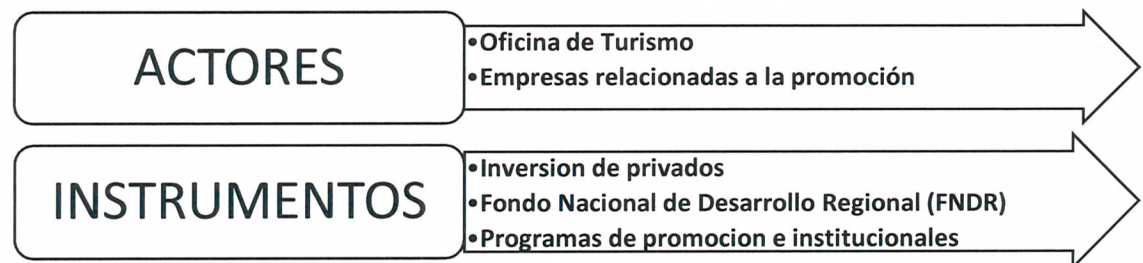
Acción 1

Fortalecer el Centro de Información Turística “Info Chimba” ubicado en el Mercado de Abastos Tirso de Molina, considerando que la información que se le entrega al visitante debe ser de calidad, completa, precisa y lo más importante actualizada. Esto a través de un trabajo mancomunado con SERNATUR, gestionando folletería institucional, capacitaciones para el informador turístico, etc.



Acción 2

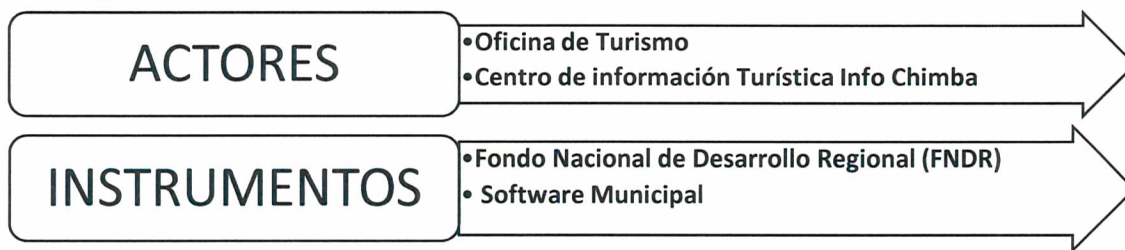
Ampliar la distribución de información turística a partir de alianzas entre el sector público y privado con el objetivo que la información de la oferta turística de Recoleta se encuentre disponible en las comunas aledañas, ya sea en centros de información turística o en otros lugares, teniendo como foco potenciales visitantes.



Acción 3

Recolectar datos estadísticos importantes as partir de los visitantes que se acuden al Centro de Información turística, y así estar en un constante conocimiento de las necesidades de los visitantes, gustos y preferencias. Estos datos serán un gran aporte en el futuro cuando se deban tomar decisiones en materias de turismo e incluso para crear nuevos productos turísticos.



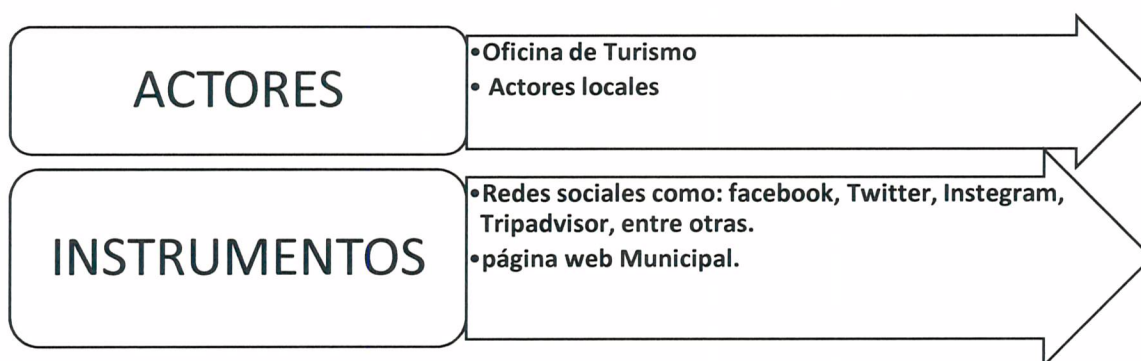


Línea estratégica 2

Un nuevo concepto en el turismo es El “Turista Inteligente” es aquel que se informa antes de viajar, y a que hace uso de las nuevas tecnologías para planificar, disfrutar y compartir sus viajes. En este aspecto es fundamental hacer uso de la tecnología para promocionar la comuna, además de impulsar la innovación en temas de promoción turística.

Acción 1

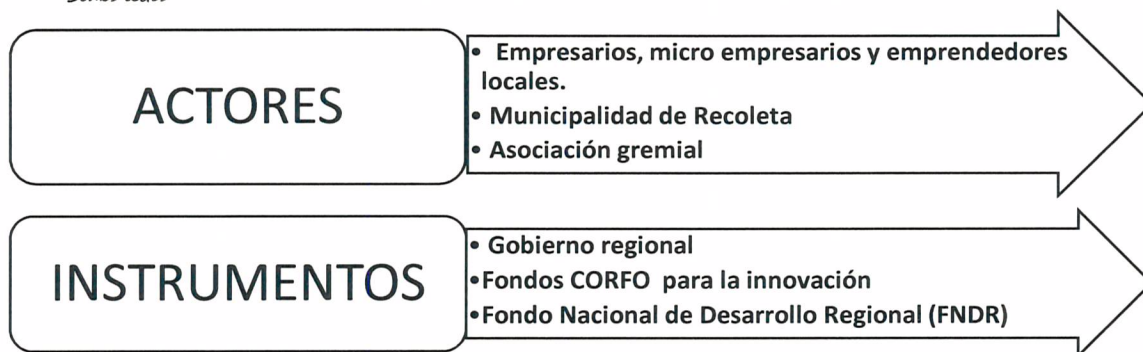
Promocionar Recoleta como un destino turístico cultural que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno, a través de las diferentes redes sociales, además de invitar a los visitantes que compartan sus experiencias.



Acción 2

Utilizar las nuevas tecnologías como un medio importante para crear una aplicación, página web o una plataforma de la comuna, mediante algún fondo concursable.





Eje 5: TURISMO PARA TODOS

La relación entre turismo y accesibilidad es relativamente nuevo, y lo que propone la OMT es que el desarrollo de las actividades recreativas, culturales y turísticas puedan ser disfrutadas por todas las personas, independientes de su capacidad, edad, sexo, etnia u origen. El desarrollo turístico debe ser planificado pensando en un futuro sin barreras, teniendo como foco principal la integración.

Línea estratégica 1

Por mucho tiempo se ha pensado que el turismo es el privilegio de algunas clases sociales, pero este concepto con el tiempo ha ido cambiando y hoy se considera como un derecho y un pilar clave para el desarrollo humano. En este contexto es que La Municipalidad, debe generar instancias de esparcimiento y recreación, para que puedan ser disfrutadas por todas las personas.

Acción 1

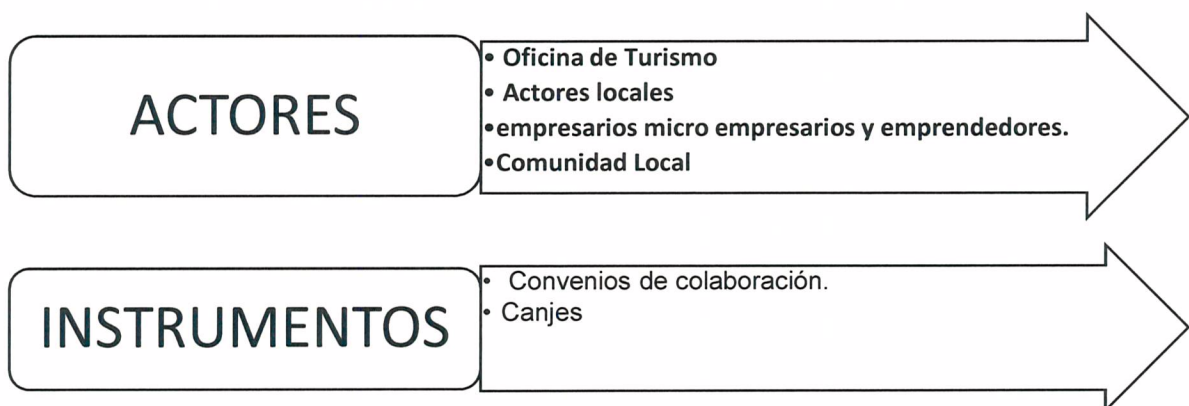
La Municipalidad, debe incentivar, fomentar, y promocionar instancias de recreación y esparcimiento. Esto a través de actividades culturales, Festivales de música, festivales de teatro, etc. Eventos que puedan ser disfrutados tanto por residentes y visitantes sin exclusión.





Acción 2

En un trabajo colaborativo entre La oficina de Turismo y los actores locales, se deben crear convenios de colaboración con el objeto de que la comunidad local pueda ser partícipe de manera accesible a las actividades turísticas que se realicen en la comuna.



Línea estratégica 2

El turismo contribuye de manera significativa en mejorar la calidad de vida de las personas, a través de sus beneficios psicológicos, físicos y culturales. Es por esto que La Municipalidad, debe poner a disposición de la comunidad la posibilidad de poder acceder a las actividades turísticas de manera accesible.

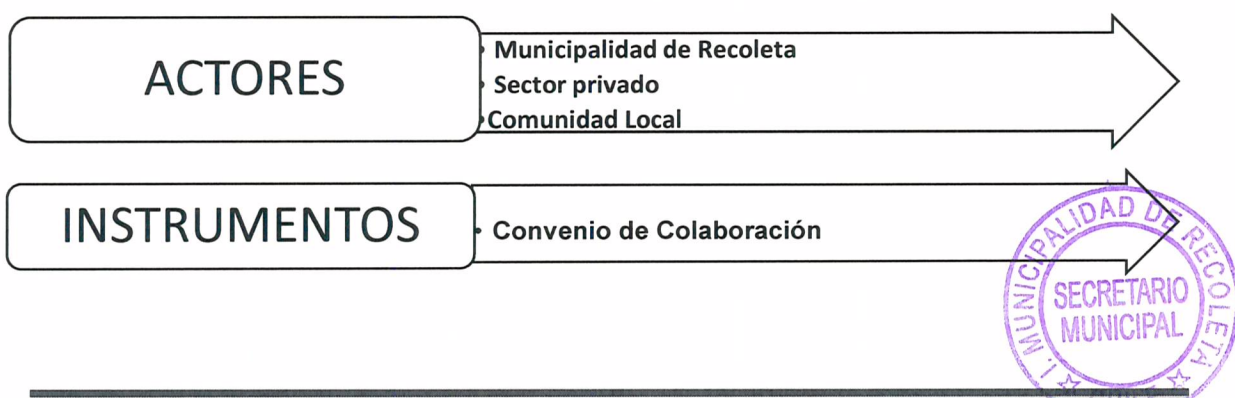
Acción 1

La Municipalidad, debe postular y ejecutar de manera correcta a los Programas Sociales que entrega SERNATUR, para que las familias, adultos Mayores y estudiantes más vulnerables de la comuna, puedan acceder a las actividades turísticas a bajo costo.



Acción 2

La Municipalidad, a través de la Oficina de Turismo, y en conjunto con el sector público y privado debe crear alianzas estratégicas, que permitan tener una oferta turística para la realización del turismo emisor, es decir que los vecinos puedan salir de la comuna en que residen.

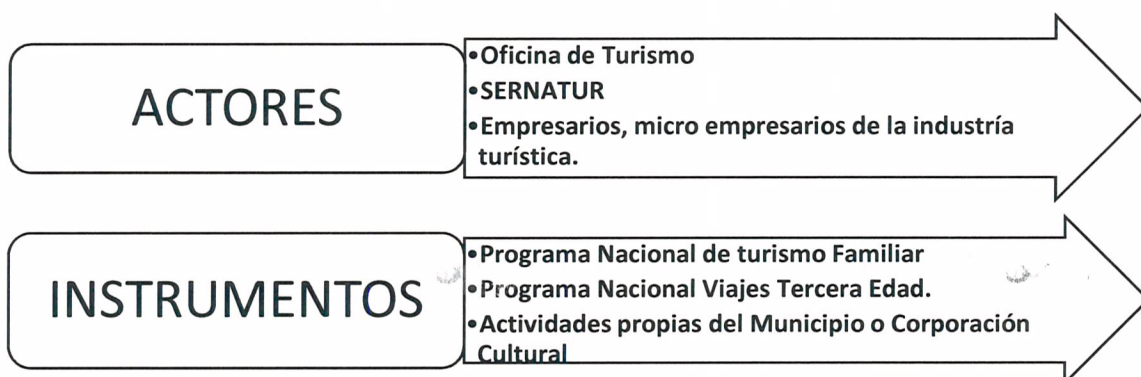


Línea estratégica 3

La facilitación de los viajes turísticos para las personas con discapacidad, es un elemento esencial, para que el desarrollo del turismo sea de manera sostenible. La accesibilidad es una forma de promover igualdad de oportunidades e inclusión social para personas en situación de discapacidad.

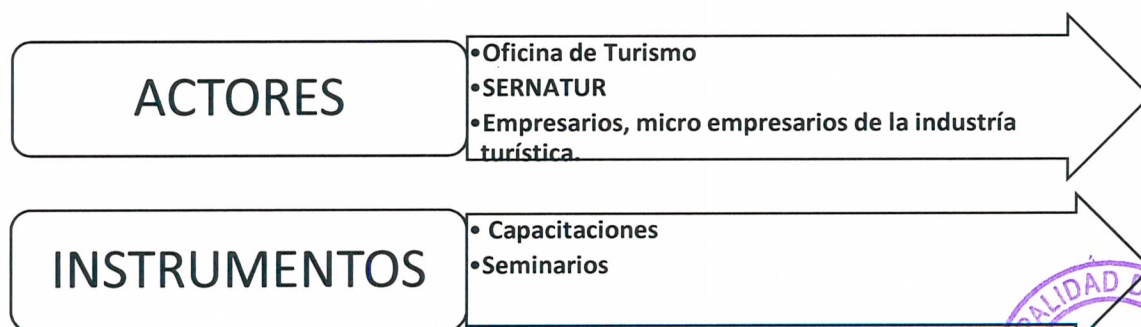
Acción 1

Desarrollar productos y actividades turísticas que permitan la inclusión de personas en situación de discapacidad, ya sea física o mental.



Acción 2

Sensibilizar y concientizar a los prestadores de servicios turísticos, los beneficios que genera la accesibilidad universal. Según el último estudio de SENADIS el 16,7% de la población está en situación de discapacidad, cifra que en el turismo se triplica ya que una en situación de discapacidad viaja con su familia, transformándose para la industria turística en una gran oportunidad.



Política Comunal de Turismo



Presentación



Considerando:

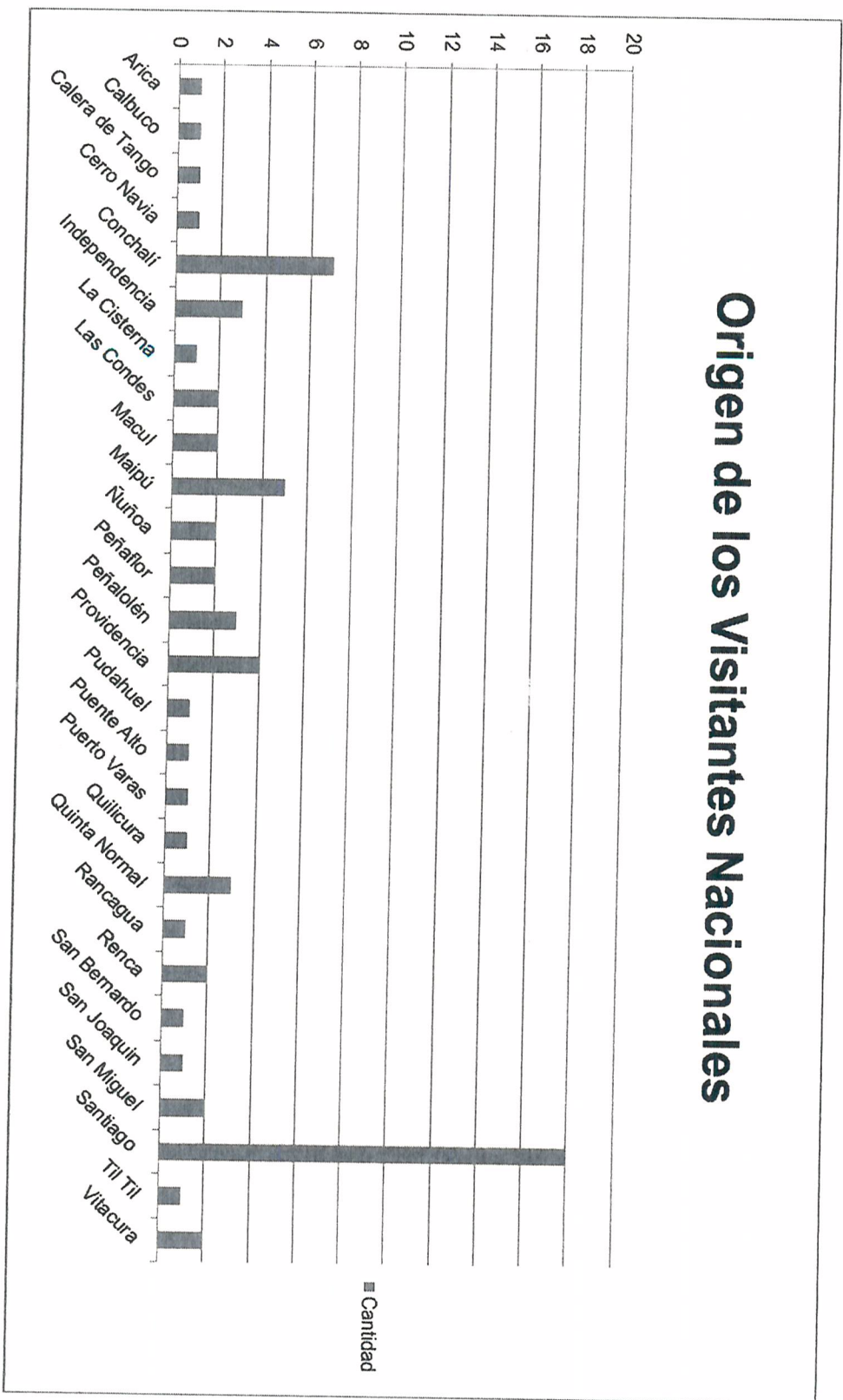
- Que según la información entregada por Subsecretaría de Turismo, durante el año 2017 llegaron 6.449.883 visitantes lo que representa un aumento del 14,3% respecto al año anterior, cerrando un año con cifras históricas en materia de llegadas de turistas extranjeros.
- Que el ingreso de divisas gracias al turismo receptivo durante el año 2017, corresponde a \$4.200.000 de dólares, lo que significa un crecimiento importante respecto al año 2016.

Oportunidades

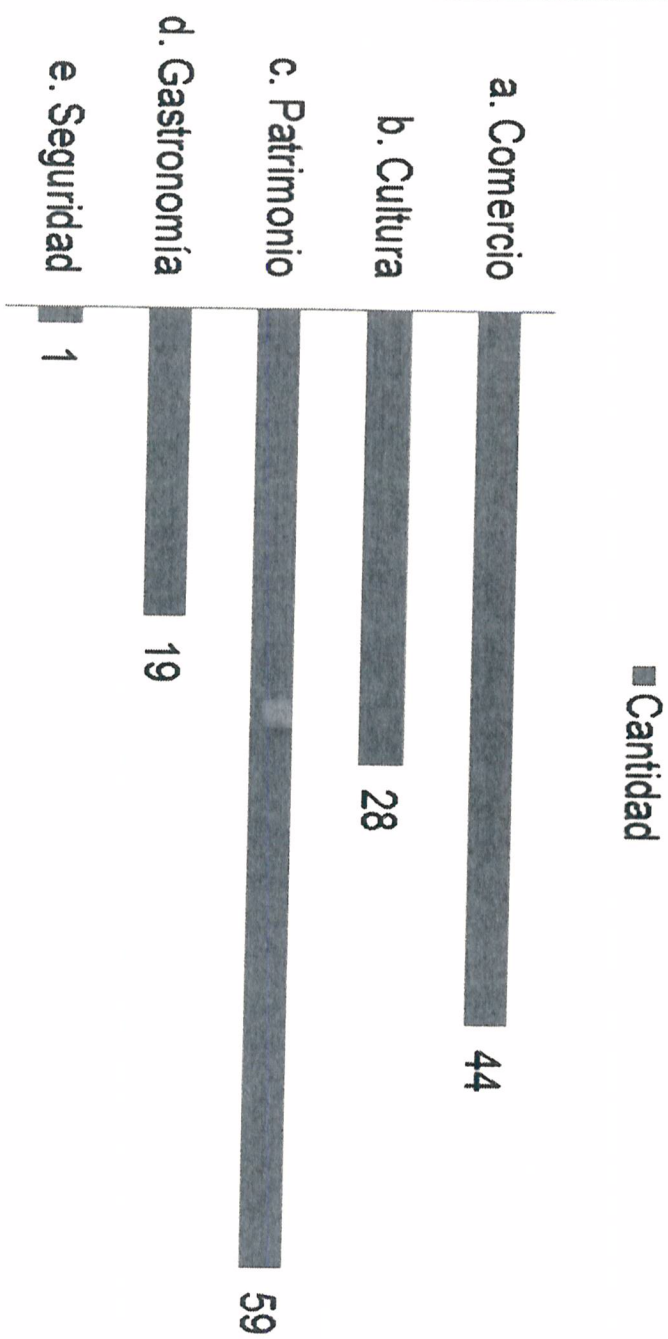


- Recoleta posee una gran cantidad ventajas competitivas como son: su gran valor patrimonial, una planta turística establecida y servicios que complementan la oferta turística, haciendo que sea posible mantener al turista más de un día en la comuna. Fomentando así el uso de los servicios turísticos locales, el emprendimiento y generación de empleos.

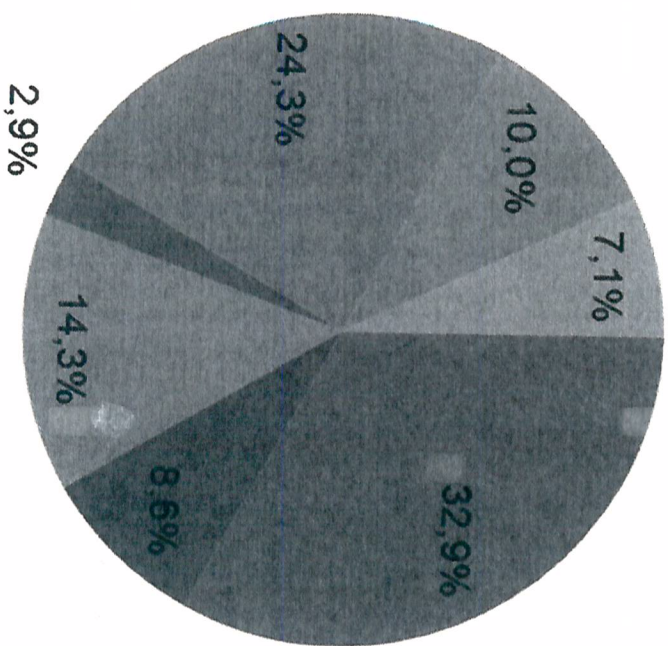
Origen de los Visitantes Nacionales



1. Según usted, ¿Qué es lo mas representativo de Recoleta?



2. ¿Qué es lo que motiva su visita a Recoleta?



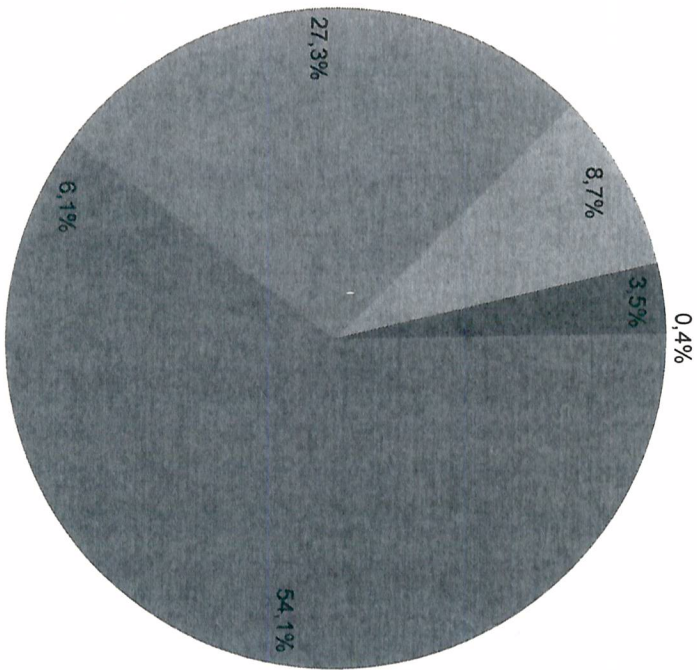
- a. Comercio
- b. Recreación
- d. Trabajo
- e. Descanso
- f. Cultura
- g. Gastronomía
- h. Otro

Limitantes



- A pesar de que Recoleta cuenta con la capacidad de incrementar sus visitas a la comuna, no es reconocida como una actividad socioeconómica relevante, por esto no hay planificación adecuada en temas turísticos.
- El 1,2 % de los servicios turísticos locales se encuentran registrados en el Sistema Nacional de Registros de SERNATUR. Esto se transforma en una clara desventaja para competir con las comunas vecinas que cuentan con una oferta turística consolidada.

Servicios Turísticos de Recoleta



- Alimentación
- Alojamiento
- Esparcimiento
- Servicios Complementarios
- Tour Operadores y/o Agencias de Viaje
- Transporte Turístico



Objetivo de la Política Comunal de Turismo

- Establecer los lineamientos para desarrollar la actividad de manera sustentable, de manera que se transforme en una actividad socioeconómica relevante, para el desarrollo económico local, teniendo como base la protección del patrimonio Cultural tangible e intangible y el uso eficiente de sus recursos turísticos, integrando a la comunidad local e incentivando el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos.

Imagen objetivo



- Recoleta como un destino turístico Cultural que resguarda su patrimonio cultural tangible e intangible. Una comuna que promueve la cultura y las actividades de esparcimiento de manera accesible, teniendo como foco la integración, fortaleciendo la interculturalidad y contribuyendo a mejorar la calidad de vida de las personas.

Principios que sustentan la política

- Sustentabilidad
- Accesibilidad
- Colaboración
- Innovación
- Calidad y Capital Humano

Ejes fundamentales de la política



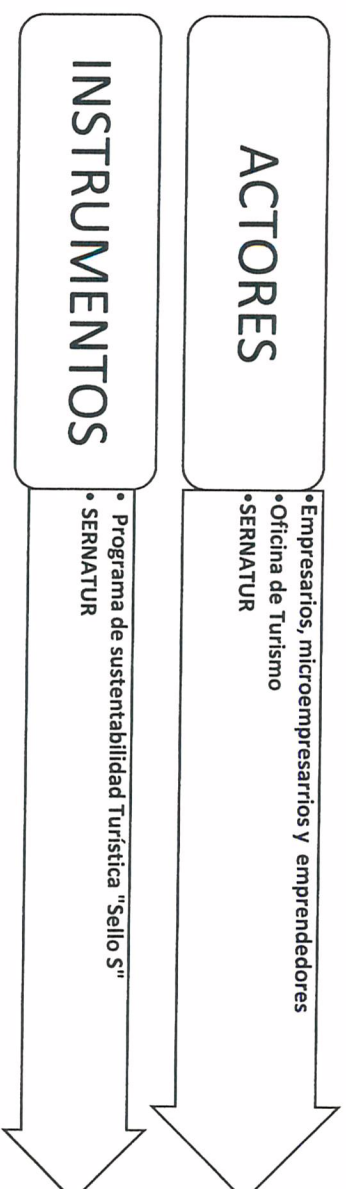
1. Sustentabilidad
2. Destino La Chimba
3. Mejoramiento de la oferta turística local
4. Promoción Turística Comunal
5. Turismo para todos

Eje 1: Sustentabilidad

Línea estratégica 1: Implementación de buenas prácticas.

Acción

- Incentivar al sector privado a implementar buenas prácticas, esto a través del área de sustentabilidad de SERNATUR a través de la **“Distinción en turismo sustentable”** o más reconocida como el **“Sello S”**.

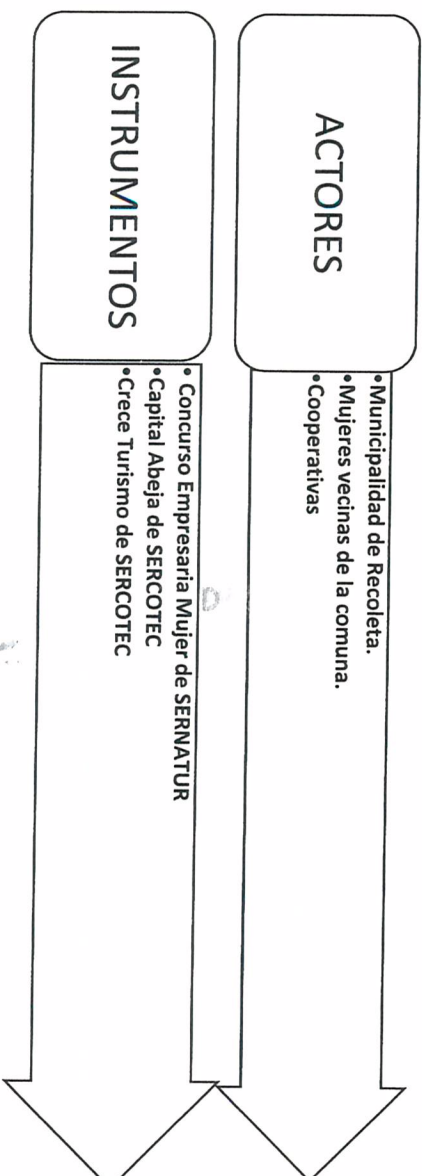


Eje 1: Sustentabilidad

Línea estratégica 2: Incentivar los emprendimientos locales.

Acción

- El turismo es una gran oportunidad para diversificar las actividades que generen ingreso principalmente para las mujeres.

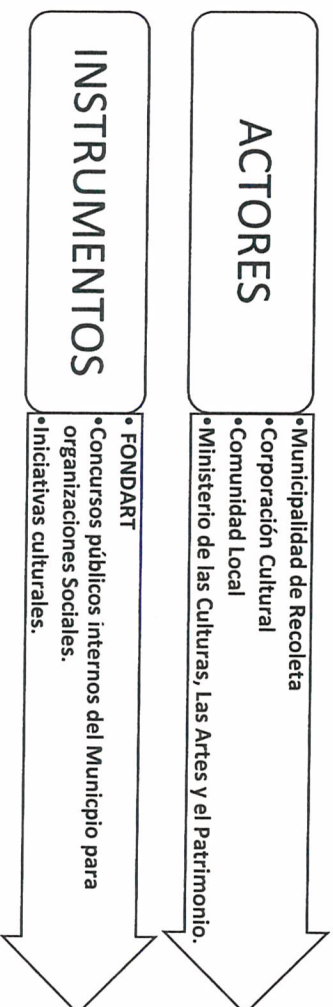


Eje 1: Sustentabilidad

Línea estratégica 3: Conservación y Protección del patrimonio

Acción

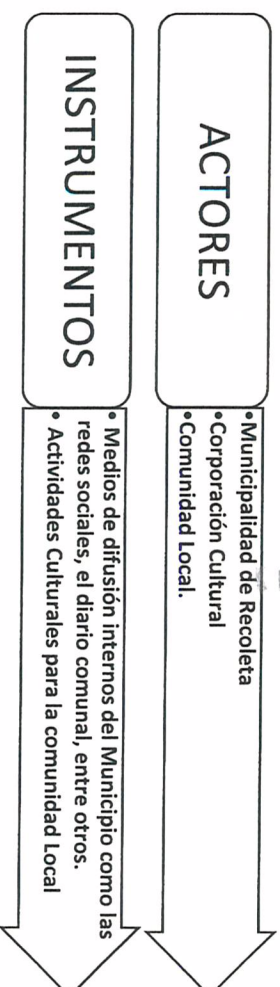
- Integrar a la comunidad Local como los principales actores de la puesta en valor del patrimonio y la protección de sus costumbres y tradiciones.



Eje: Sustentabilidad

Acción 2

- Para proteger el patrimonio cultural es necesario conocerlo y valorarlo. Esto mediante la promoción y difusión de los atractivos culturales, y actividades que permitan acercar el patrimonio a la comunidad Local.

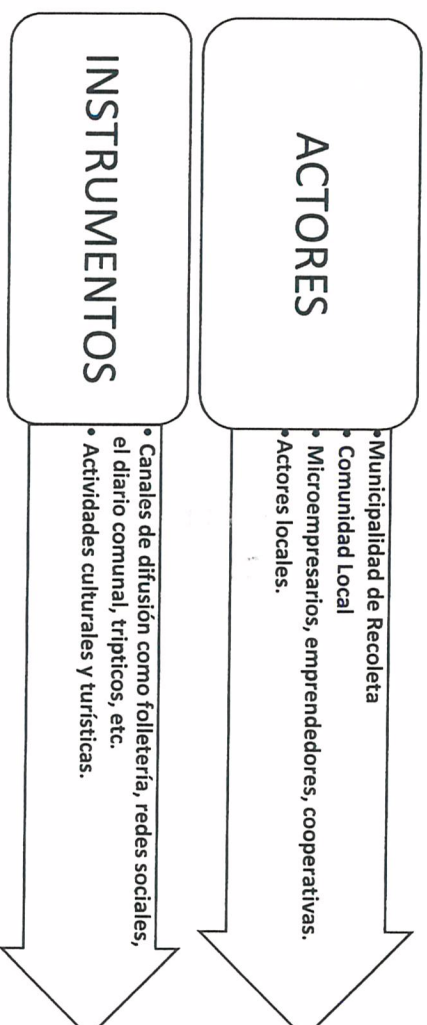


Eje 2: Destino La Chimba

Línea estratégica 1: La Chimba principal destino cultural

Acción

- Promocionar y difundir el Patrimonio Cultural, relevando su historia y la cultura popular chilena. Esto a través de la creación de nuevas rutas temáticas como por ejemplo: La ruta de las iglesias.



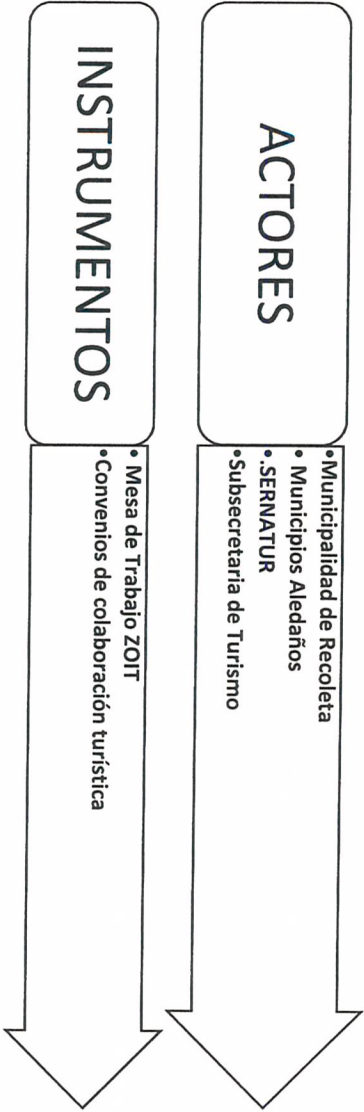
Eje 2: Destino La Chimba



Línea estratégica 2: ZOIT

Acción

- La Declaración de Zonas de Interés Turístico es una gestión efectiva que permite potenciar el desarrollo territorial del turismo, mediante la priorización de recursos públicos y privados.

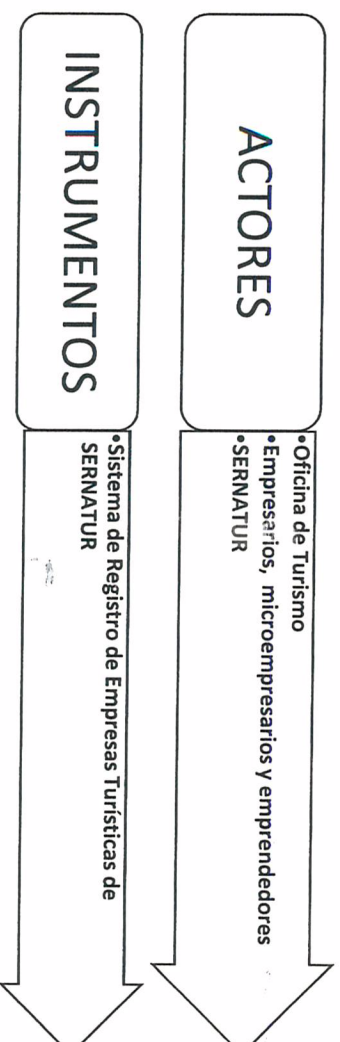


Eje 3: Mejoramiento de la Oferta Turística Local

Línea estratégica 1: Cumplir con estándares de calidad

Acción 1

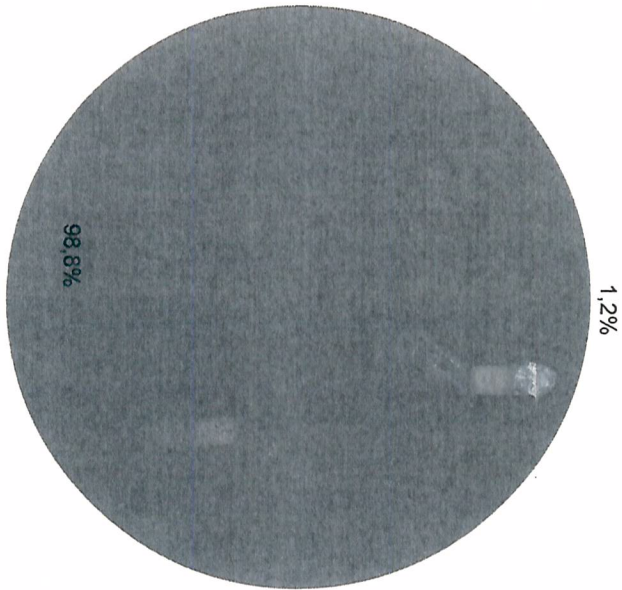
- Orientar a los prestadores de servicios turísticos a ser parte del Registro Nacional de SERNATUR y así ser parte de la oferta turística formal.





Eje 3: Mejoramiento de la oferta turística local

Total Registro de Prestadores de Servicios Turísticos de SERNATUR



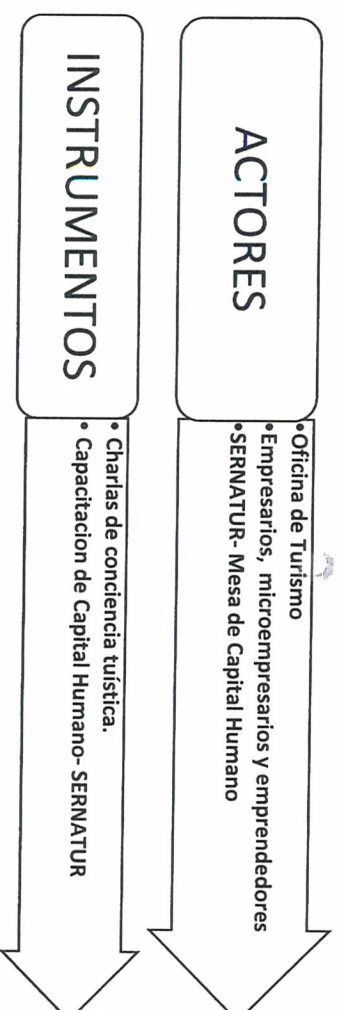
- Registrados
- No Registrados

Eje 3: Mejoramiento de la oferta turística local

Línea estratégica 2: Capital humano

Acción

- En un trabajo coordinado con SERNATUR, se debe concientizar a los prestadores de servicios turísticos sobre la importancia del capital humano, y de como puede afectar la experiencia del visitante.

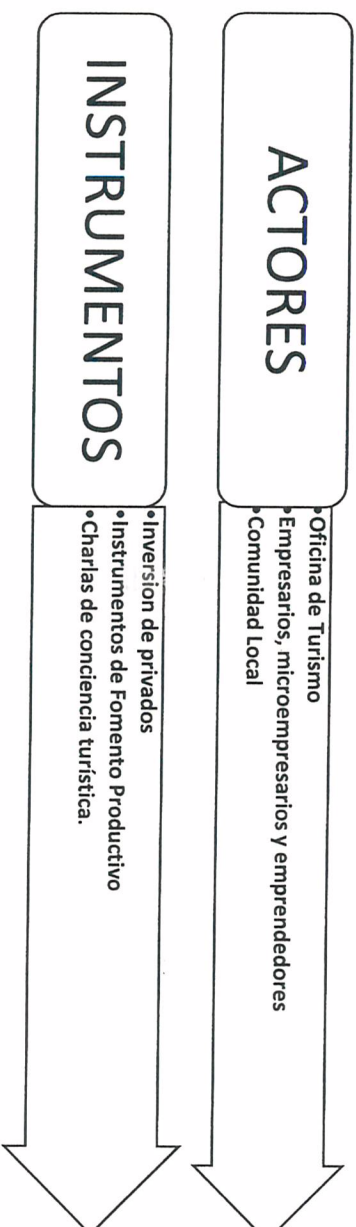


Eje 3: Mejoramiento de la oferta turística local

Línea estratégica 3: Fortalecer servicios complementarios

Acción

- Es necesario motivar al visitante para que se quede dentro de la comuna, a través del mejoramiento de los servicios turísticos y también de los complementarios para que el gasto de los visitantes en la comuna sea mayor.

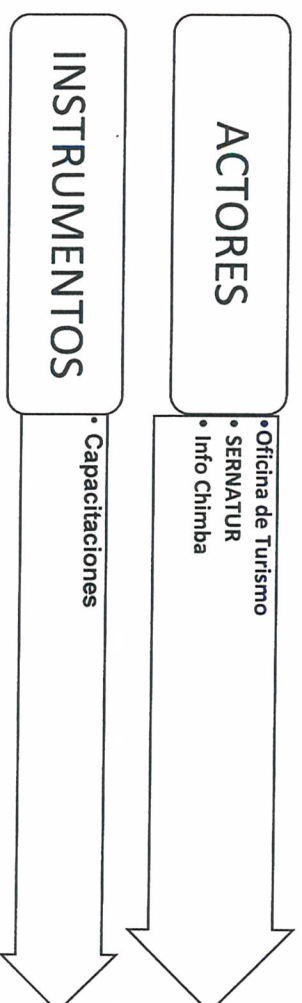


Eje 4: Promoción turística comuna

Línea estratégica 1: Mejorar la calidad de la información

Acción

- Fortalecer el centro de información turística “Info Chimba”, considerando que la información que se le entrega al visitante debe ser de calidad, completa, precisa y lo más importante actualiza.

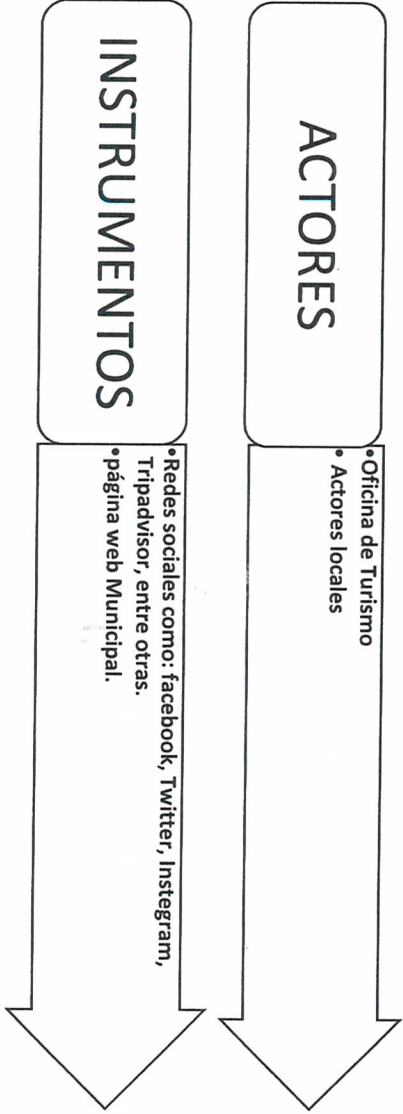


Eje 4: Promoción turística comuna

Línea estratégica 2: Turista inteligente

Acción 1

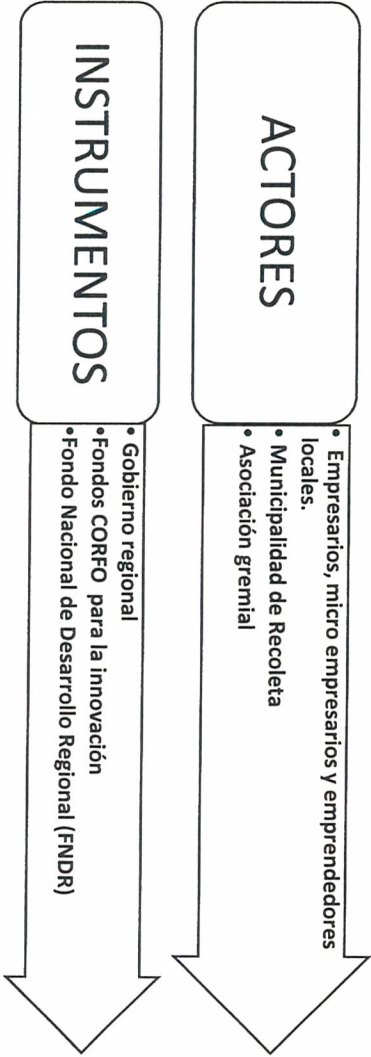
- Promocionar Recoleta como un destino turístico cultural, utilizando las redes sociales, páginas de viajeros entre otros.



Eje 4: Promoción turística comuna

Acción 2

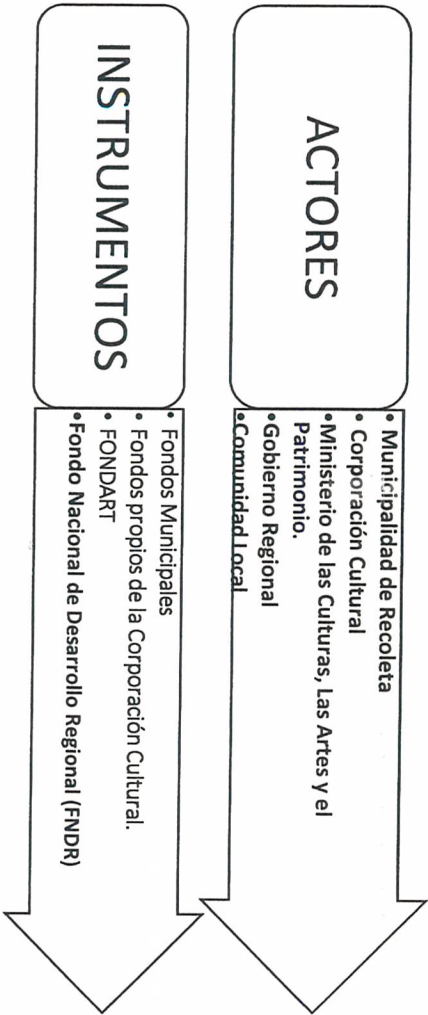
Considerar las nuevas tecnologías como un medio importante de difusión y promoción.



Eje 5: Turismo Para todos

Línea estratégica 1: Turismo un derecho humano
Acción

- Incentivar, fomentar y promocionar instancias de recreación y esparcimiento, que puedan ser disfrutadas por todas las personas sin exclusión.

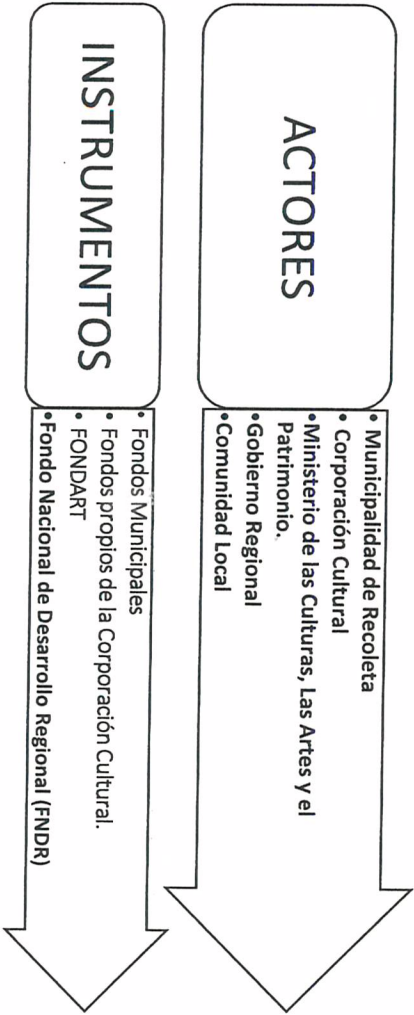


Eje 5: Turismo Para todos

Línea estratégica 2: Turismo social

Acción

- El turismo contribuye de manera significativa a mejorar la calidad de vida de las personas, se debe poner a disposición de la comunidad la oportunidad de acceder a las actividades turísticas de manera accesible.



Eje 5: Turismo Para todos



Línea estratégica 3: Accesibilidad

Acción

- Desarrollar productos y actividades turísticas que permitan la inclusión de personas en situación de discapacidad.

