



PLAN LOCAL DE TURISMO DE CASTRO

CASTRO

municipio





2018-2021

1. RESUMEN EJECUTIVO

Durante el año 2015 la oficina de Turismo en conjunto con representantes públicos y Privados presentan Programa de Gestión Turística ZOIT. Que toma como precedente el Plan de competitividad 2014.

Desde el 2018, la Ilustre Municipalidad de Castro a través de su oficina de Turismo ha realizado una serie de reuniones con distintas organizaciones, agrupaciones y agentes claves vinculadas al desarrollo del turismo local, para ir aunando criterios y visiones en cuanto al desarrollo del turismo de nuestra comuna. Además de la realización de un estudio de caracterización de oferta.

El presente documento es un claro ejemplo de ello, donde se plantea la estrategia que la comuna de Castro debería seguir para un



desarrollo turístico responsable.

Fruto de las reuniones realizadas en el año 2018, se levanta un diagnóstico de la situación, para posteriormente, en el año 2019, formular el actual plan Local de Turismo, el cual se basa en 4 ejes estratégicos para desarrollar los distintos rubros ligados al turismo.

La Oficina de Turismo de la comuna, por solicitud de su alcalde Juan Eduardo Vera, busca establecer el **Turismo Sustentable** como pilar fundamental y transversal para el fortalecimiento de la economía local y la mejora de la calidad de vida de sus habitantes.

Este Plan Local de Turismo esta validado por toda la oferta turística representada por sus agrupaciones, gremios y particulares con las que se han elaborado compromisos reflejados en el plan de acción, siendo esencial esta validación para dotar de solidez a este plan; el trabajo público privado a nivel local se considera piedra angular de todo el desarrollo en las distintas materias del desarrollo turístico.



2. DIAGNÓSTICO

2.1 OFERTA TURÍSTICA ACTUAL

2.1.1 IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA DE ATRACTIVOS

ATRACTIVO	DECRETO O	NOMBRE DEL ATRACTIVO
Atractivos Naturales SERNATUR	R10080	Parque Nacional Chiloé
Atractivo natural SERNATUR	R10222	Laguna Pastahue
Atractivo Natural SERNATUR	R10232	Isla Chelin
Atractivos SERNATUR/Nacional	R10916	Feria de la Biodiversidad
Atractivos SERNATUR/Nacional	R10933	Fiesta costumbrista “ El festival de la Gallina”
Atractivos SERNATUR/Nacional	R10934	Fiesta costumbrista de YUTUY
Atractivos SERNATUR/Nacional	R10955	Maja Chilota “la Fiesta de la manzana”
Atractivo SERNATUR/ Regional	R10951	Fiesta del Mar Quehui
Atractivo SERNATUR/ Regional	R10954	Fiesta tradicional de Nercon “Fiesta del
Atractivo SERNATUR/ Nacional	R10955	Maja Chilota “la fiesta de la manzana”
Atractivo SERNATUR/Regional	R10224	Folclore, Llau llao
Atractivo SERNATUR/ Local	R10975	Wetripantu, año nuevo mapuche
Atractivo SERNATUR/ Internacional	R10916	Festival Costumbrista Chilote



Atractivos Reg. Municipal		
Zonas Típicas	278 (2016)	Entorno del monumento histórico de la iglesia Nuestra Señora
Zona Típica	72 (2014)	Entorno Iglesia de Nercon
Patrimonio Declarado UNESCO	R10848B	Iglesia de Rilan
	R10849B	Iglesia San Francisco de Castro
	R10850B	Iglesia de Nercon
	R10851B	Iglesia de Chelin

2.1.2 EVENTOS TURÍSTICOS DE LA COMUNA

NOMBRE DEL EVENTO	LUGAR Y FECHA DE REALIZACIÓN
Fiesta de la Cazuela	Parque Municipal / Julio
Fiesta de la Chilenidad	Parque Municipal / Septiembre
Fiesta de Llicaldad	Llicaldad/ 27-28 de Julio
Fiesta de Coihuinco	Coihuinco/ 10 de Agosto0
Quel	Quel Quel / 24 Nov
Carreras a la Chilena	Parque Municipal/ 1 diciembre
Fiesta de Rilan	Rilan/ 14 diciembre
Quento	Quento / 18 de enero
Ten ten	Ten ten / 1 febrero
Estancia	Estancia/ 2 de febrero
Ducan	Ducan/ 8 de Marzo

2.1.3 PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

CASTRO

municipio



TIPO DE SERVICIO	NÚMERO DE SERVICIOS TOTALES	NÚMERO DE SERVICIOS REGISTRADOS EN SERNATUR	SERVICIOS FORMAL ES	NUMERO DE SERVICIOS CON SELLO Q/S	NUMERO DE SERVICIOS INFORMALES	
Servicios de Alojamiento	154	32	105	4	49	
Servicios de Turismo Aventura (Esparcimiento)	14	14		0	2	
Servicios Guías de Turismo (Guías de Turismo)	20	14		2	6	
Servicios de Restaurantes y Similares (Alimentación)	70	31		6	20	
Servicios de Tour Operadores y Agencias de Viaje	19	11		3	4	
Servicio de Arriendo de Vehículo (Transporte)	5	2		0	0	
Servicios Culturales (Esparcimiento)	6	3		0	0	
Servicios de alimentación	214		189		25	
Artesanos	350					
Total de prestadores de servicios	852					



2.1.4. OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA (OIT).

UBICACIÓN (SECTOR)	DEPENDENCIA	PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO	MANEJO DE IDIOMAS	NÚMERO DE CONSULTAS
Oficina Turismo Castro	Municipal	Todo el año	Solo español	s/i

2.1.5 ORGANIZACIONES TURÍSTICAS DE LA COMUNA

ORGANIZACIÓN /LUGAR	OBJETIVOS PARA EL DESARROLLO TURISTICO	CANTIDAD DE SOCIOS/AS
Cámara de Turismo de Castro		13
Agrupación Fomentando el Turismo		15
Agrupación carpas Lillo		15
Mesa Comunal de Artesanos		20
Sindicato de lanjeros		15
Sindicato Paseos náuticos		25
Cooperativa de turismo Quehui		25
Cooperativa de turismo Chelin		15



2.2 DEMANDA TURÍSTICA ACTUAL

2.2.1 TIPIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Según el barómetro de Turismo de Castro, del año 2016, las consultas en la oficina de información llegaron a las 56 mil. Lo anterior expresa un importante crecimiento respecto a las temporadas anteriores. En términos generales se produjo un crecimiento de un 4,2% que nos permitiría inferir un crecimiento de las cifras comunales de turistas. El Grafico siguiente refleja esta información:



Los visitantes totales que recibe la comuna de Castro son difíciles de cuantificar, ya que disponemos del número de visitantes que acuden a nuestra OIT, pero que no necesariamente se quedan en el destino durante toda su estadía, ni necesariamente todos los visitantes realizan consultas en la OIT.



Hasta junio del año 2019, 31.000 visitantes han sido registrados en la OIT, lo cual grafica que la actividad turística es un área activa en el territorio comunal y que posee proyecciones importantes. La cantidad de visitantes ha aumentado en un 23% en relación a los últimos dos años, tendencia que se proyecta también en otras variables estadísticas.

Se estima, según el Plan de Competitividad de Castro, que el 61% de los visitantes se aloja en Castro, pero que consume productos de las comunas cercanas, develando de esta forma que Castro, además de constituir un destino turístico, es un centro distribuidor en el contexto de Chiloé.

La procedencia de los turistas, en un 58% corresponde a las regiones Metropolitana y del Bío Bío; un 42% son extranjeros, procedentes de España, Estados Unidos y Argentina. La cantidad de visitantes ha aumentado en un 23% en relación a los últimos dos años, tendencia que se proyecta también en otras variables estadísticas.

2.3 ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Visión Municipal enfocada en el Turismo como eje estratégico.	Informalidad en la oferta turística de la Comuna de Castro.
Gran cantidad de servicios turísticos disponibles en el territorio, situando a Castro como el principal destino en plazas de alojamiento.	Escaso acceso a herramientas tecnológicas y de digitalización empresarial como plataforma de mejor competitividad.
El Municipio y sector privado realizan actividades durante todo el año.	Inexistencia del dominio en inglés y otros idiomas, tanto en la prestación del servicio de alojamiento y gastronomía, como en guías de turismo.



Unidad profesional dedicada a la planificación turística.	El servicio carece de orientación al cliente, aquello debilita los esfuerzos generales por mejor destino de mejor calidad.
Existe una mirada hacia el desarrollo sustentable en la comuna.	Deficiente profesionalización del capital humano a nivel de empresarios y personal en contacto con los visitantes.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Parte del mercado para turismo MICE se encuentra ya programado (cautivo) para gestión de años venideros.	Evidente saturación del sistema vial de la capital comunal, esto podría amenazar la calidad de destino del Sur, tranquilo y descongestionado.
Humedales como posibilidad de cautivar público de turismo de intereses especiales.	Saturación en el sistema de recolección de basura, provocando no sólo eventos de micro basurales sino el término de la vida útil del vertedero comunal.
Declaratoria como Zona ZOIT para conservar el destino.	

2.4 CONCLUSIONES

Una vez efectuado el análisis FODA, es posible concluir que el desarrollo de la actividad turística es sin duda una de las actividades económicas con mayor potencial de desarrollo (estipulado en el PLADECO). Por otra parte, el Plan de Competitividad y el Barómetro de Turismo son instrumentos que se suman a fortalecer el desarrollo planificado de Castro.

Con la información disponible es posible establecer algunas conclusiones:

- Castro posee una amplia plataforma de atractivos naturales de jerarquía nacional e internacional, que permite proyectar el desarrollo turístico.
- Posee organizaciones y sector privado en disposición de aportar al desarrollo turístico comunal, jugando un rol fundamental en las



decisiones locales.

- Los flujos de demanda turística reflejan aumentos en el tiempo y un porcentaje interesante de público internacional, aún cuando el mercado chileno predomine en las cifras.
- Los productos turísticos de Castro son de turismo de intereses especiales y por lo tanto es preciso abordar temáticas de trabajo.
- Se debe mejorar el nivel de informalidad de la oferta mediante acciones concretas de mediano y largo plazo, como estrategia de desarrollo y mejoramiento de la competitividad del sector.
- Se puede apreciar que se requieren nuevas estrategias de trabajo en torno a la planificación turística, atendiendo los cambios de tendencias de la demanda.
- Es preciso abordar una nueva imagen de desarrollo turístico a promocionar, imagen que proyecte nuevos productos, permita abordar nuevos mercados y profundice la participación local en el territorio comunal.
- Es fundamental re orientar el rumbo del turismo desde la emergencia sanitaria, debido al covid -19, las formas de difusión, los requerimientos del nuevo visitante cada vez son más exigentes por lo que la oferta debe generar cambios desde las oportunidades que nacen desde el nuevo escenario.



3. LINEAMIENTOS PARA EL DESARROLLO TURISTICO COMUNAL

3.1 VISIÓN PARA EL TERRITORIO

Al año 2025, Castro será el motor del desarrollo turístico dentro del objetivo general de lograr que Chiloé sea el cuarto destino de preferencia nacional, con foco en convertirse en un destino sustentable con una fuerte mirada en la preservación de la cultura Patrimonial y el cuidado con el medio ambiente.

3.2 OBJETIVO GENERAL

Proyectar un destino turístico que permita atraer visitantes durante todo el año y desarrollar productos turísticos basados en la identidad local, la calidad y la innovación en experiencias turísticas.

3.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Potenciar el Turismo de convenciones, generando a lo menos 3 congresos en los meses de Mayo, Junio y Agosto, aumentando cada año en un 50 %, fortaleciendo la presencia en ferias internacionales de mercado MICE y cruceros.
- Lograr mediante la clasificación, ordenamiento, mejoramiento e incentivo el desarrollo de un portafolio de actividades permanentes



en el tiempo que permitan al visitante prolongar su estadía en la comuna.

- Diseñar y articular diversos mecanismos para que el turismo contribuya en la conservación de la biodiversidad y el cuidado del medio ambiente.
- Creación y desarrollo de micro polos de desarrollo turístico de inversión pública para los lugares definidos como prioritarios por el desarrollo turístico al interior de la comuna
 - Nercon
 - Castro urbano
 - Pastahue
 - Rilan
 - Islas de Quehui y Chelin
- Formalizar la oferta informal de alojamientos, arrojada en el reciente estudio de caracterización de oferta.
- Profesionalizar el capital humano y PEC, mucamas, atención al cliente de recepcionistas y garzones.
- Levantar plataformas de marketing digital e implementar diversos mecanismos o dispositivos de digitalización para prestadores de servicios de Cabaña, hospedajes, restaurantes y cafeterías que permitan mejorar la experiencia del visitante.

CASTRO

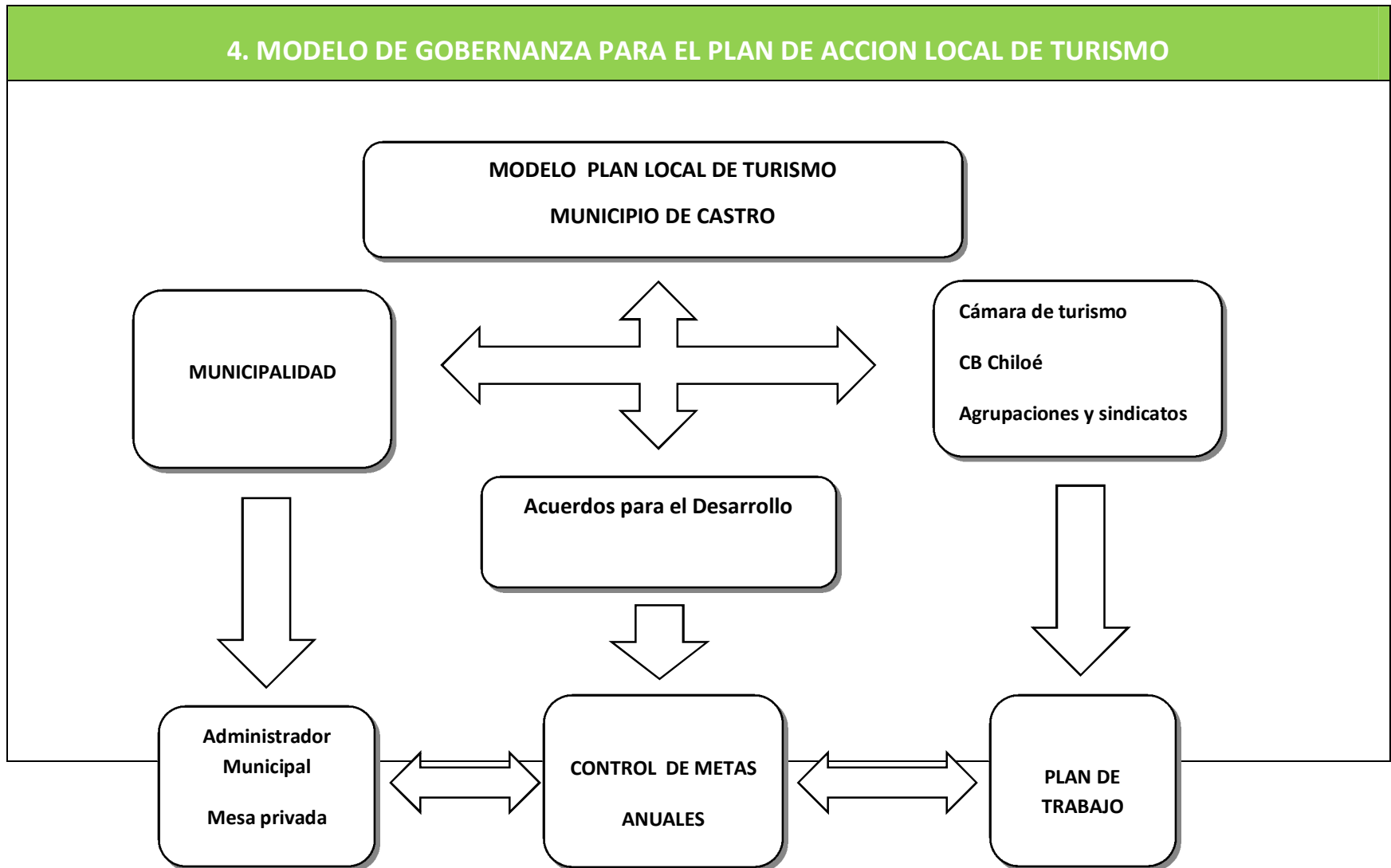
municipio



- Mejorar la señalética turística y objetivarlas en distintos sectores de la comuna.

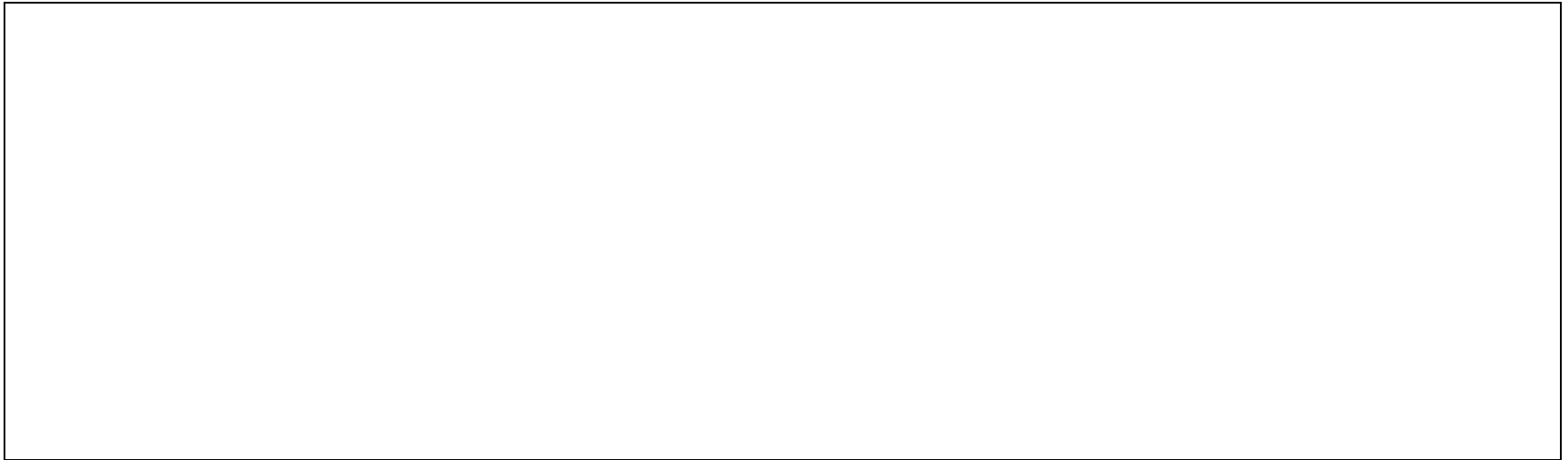


4. MODELO DE GOBERNANZA PARA EL PLAN DE ACCION LOCAL DE TURISMO



CASTRO

municipio





5. PLAN DE TRABAJO

ESTRATEGIA 1/ ACTIVIDADES

Objetivos	Acciones	Tareas	Acciones realizadas a la fecha	Plazo	Indicador	Resultados Esperados
Lograr mediante la clasificación, ordenamiento, mejoramiento e incentivo el desarrollo de un portafolio de actividades permanentes en el tiempo que permitan al visitante prolongar su estadía en la comuna	<p>Fomentar y apoyar la generación de nuevos circuitos que rescate tradiciones, oficios, artesanía y gastronomía local.</p> <p>Definir y desarrollar estrategias de promoción con empresarios sobre las distintas actividades, excursiones y tour que se hacen en la comuna.</p>	<p>Coordinar 01 actividad masiva mensual que considere un mínimo de 800 personas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Localizar las actividades en los micro polos de desarrollo turístico. Implementar actividades con pertinencia cultural, tales como: encuentros gastronómicos tradicionales, de folclore. Realizar actividades de promoción con presencia provincial, regional y nacional 	<p>Mar de amores</p> <p>Convite</p> <p>Día del Patrimonio</p> <p>Feria Provincial</p> <p>Vive Castro</p> <p>Atardecer cultural</p> <p>Turismo Patrimonial</p>	1 año	Registro de asistentes	800 asistentes registrados en cada actividad mensual



	Crear folleto de Ruta de los festivales costumbristas.	Diseñar, imprimir y distribuir folleto de festivales costumbristas	Mapa de festivales costumbristas	1 año	Registro de ocupación hotelera	Aumento en la ocupación hotelera en un 10% en baja temporada
--	--	--	----------------------------------	-------	--------------------------------	--

ESTRATEGIA 2/ DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

Objetivos	Acciones	Tareas	ACCIONES REALIZADAS A LA FECHA	Plazo	Indicador	Resultados Esperados
Potenciar el turismo de convenciones	Definir, en conjunto con actores locales, temáticas, fecha, público objetivo para la realización de 3 congresos. Realizar plan de medios para congresos a realizar.	Identificar y comprometer prestadores de servicios que cumplan con los estándares de servicio. Definir programa detallado de congresos (meses de Mayo a Agosto y comprometer a actores involucrados) Diseño de plan de medios Coordinación e implementación plan de medios	Realización de congreso ACHET Diseño e impresión de catálogo de servicios convention Bureau	2 meses 2 meses 3 meses	Listado de prestadores de servicios Programa detallado de cada congreso Plan de medios diseñado Registros de plan de medios implementado (avisos, publicaciones, etc.)	Listado de prestadores de servicios Programa detallado de cada congreso Plan de medios diseñado Registros de plan de medios implementado (avisos, publicaciones, etc.)

CASTRO

municipio



	<p>Desarrollo de congresos.</p> <p>Participación en ferias de turismo MICE</p>	<p>Coordinaciones logísticas Desarrollo de congresos</p> <p>Selección de ferias. Programa detallado de ferias a asistir, costos y coordinaciones y elementos necesarios.</p>		<p>8 meses</p> <p>4 meses</p>	<p>Registro de congreso, listado de asistentes.</p> <p>Listado de ferias seleccionadas Programa de cada feria seleccionada y costos asociados.</p>	<p>Registro de congreso, listado de asistentes.</p> <p>Listado de ferias seleccionadas Programa de cada feria seleccionada y costos asociados.</p>
	<p>Desarrollo de Productos Fiestas Costumbristas</p>		<p>Realización de ferias y talleres en oficina de turismo</p>			
	<p>Fortalecimiento del producto Artesanía con identidad Territorial</p>		<p>Realización de libro de artesanía con técnicas ancestrales Realización de catalogo digital con artesanías tradicionales</p>			



			Capsulas audio visuales de técnicas de artesanía ancestral			
	Desarrollo y Fortalecimiento del Producto Navegación		Fiesta anual Mar de amores, con navegación hasta playa Quento. Apoyo en regata Chilota			

ESTRATEGIA 3/ SUSTENTABILIDAD

Objetivos	Acciones	Tareas	Acciones realizadas a la fecha	Plazo	Indicador	Resultados Esperados
Diseñar y articular diversos mecanismos	Realizar actividades de difusión con estudiantes y	Realizar calendario de	Famm de avistamiento de aves		.	Documento con



<p>para que el turismo contribuya en la conservación de la biodiversidad y el cuidado del medio ambiente</p>	<p>comunidad para generar conciencia turística.</p> <p>Fomentar la certificación en temas de sostenibilidad medio ambiental.</p> <p>Fomentar turismo relacionado con humedales.</p>	<p>actividades tales como: safari fotográfico, charlas tenencia responsable de mascotas, visitas guiadas gratuitas en humedales para la comunidad.</p> <p>Difusión de actividades</p> <p>Coordinar realización de actividades</p> <p>Programar y diseñar charlas informativas sobre certificación</p> <p>Realizar charlas informativas sobre certificación</p> <p>Diseñar e implementar señalética interpretativa de humedales</p>	<p>Safari fotográfico</p> <p>Capacitación</p> <p>Limpieza de playa con Corona</p>		<p>Diseño y calendario de actividades</p> <p>Actividades realizadas de conciencia turística</p> <p>Programa de charlas</p> <p>Señalética instalada</p>	<p>diseño y calendario de actividades</p> <p>02 actividades conciencia y cuidado del entorno en humedales</p> <p>Documento con programa de charlas</p> <p>2 charlas realizadas</p> <p>5 señaléticas instaladas</p>
--	---	--	---	--	--	--

ESTRATEGIA 2/ RECURSOS HUMANOS Y CALIDAD DE LA OFERTA TURÍSTICA

CASTRO

municipio



Objetivos	Acciones	Tareas	Acciones realizadas a la fecha	Plazo	Indicador	Resultados Esperados
Profesionalizar la oferta turística de la comuna	Consensuar y aplicación de una Política Local de Capacitación enfocado en superar brechas o nudos críticos del servicio turístico	Diseñar programa de capacitación, para artesanos, alojamientos, tto y servicios de gastronomía.	<p>Capacitación a artesanos en terminaciones</p> <p>Capacitación a guías , tour operadores, en la primera escuela de Turismo Patrimonial.</p> <p>Formación a tour operadores y servicios turísticos en las isla de Quehui Y chelín</p>		<p>Programa de capacitación diseñado.</p> <p>Postulaciones a fondos para capacitación.</p> <p>Cantidad de personas capacitadas</p>	

CASTRO

municipio



			<p>Capacitación en marketing digital</p> <p>Capacitación a mucamas, en alianza con Enjoy Chiloé</p> <p>Capacitación a jóvenes sobre aves playeras, para crear conciencia turística</p>			
	<p>Desarrollo de una estrategia de Implementación de Sellos de Sustentabilidad en servicio de alojamiento Turístico</p>					

CASTRO

municipio



	Desarrollo de una estrategia de implementación de Sellos de normativa sanitaria en tiempos de Covid 10	Capacitación de normativa Instalación de sellos Difusión de importancia del sello Manual de buenas prácticas de servicios turísticos en tiempos de covid -	Capacitación Estrategia comunicacional Manual de buenas practicas Sello de confianza			Entregar herramientas y conocimientos de la nueva normativa sanitaria
	Establecer líneas de trabajo en convenio con otros servicios públicos tendiente a disminuir la precarización laboral en el sector				N de convenios firmados	
	Plan de desarrollo y fortalecimientos de actividades turísticas	A lo menos 4 famm tour por año	Famm tour medios europeos Programa de televisión canal 13 Famm press medios nacionales		N de actividades difundidas y conocidas por TTOO y publico final	
	Plan de desarrollo fortalecimiento de la gastronomía local	Actividades de difusión, como festivales, congresos y seminarios gastronómicos	Convite, cocina de islas, encuentro gastronómico de cocina insular.		N de actividades	

CASTRO

municipio



			Realización del Primer festival de sopas, caldillos y cazuelas solidario			
	Plan de desarrollo y fortalecimiento del Sistema de alojamiento turístico local	Impulsar gremio de turismo	Creación de cámara de turismo			
	Plan de Desarrollo y fortalecimiento de la generación de información turística		Registro y análisis de encuesta al visitante Mapas , con calendario de actividades e información histórica, patrimonial y de servicios formalizados Página web informativa Difusión por redes sociales de servicios			



			turísticos			
--	--	--	------------	--	--	--

ESTRATEGIA 3/ PROMOCION TURÍSTICA

Objetivos	Acciones	Tareas	Acciones realizadas a la fecha	Plazo	Indicador	Resultados Esperados
Diseñar y articular diversos mecanismos para que la comuna de Castro, este dentro de los destinos turísticos más visitados , difundir nuestro patrimonio cultural y servicios turísticos formales	Consensuar con sector privado lo productos, circuitos o rutas emblemáticas de la comuna y de Chiloé para establecer en conjunto un Plan de promoción del archipiélago		<p>Plan de estrategia de Marketing Concurso fotográfico provincial</p> <p>Creación de videos 360, con 11 atractivos turísticos de la comuna.</p> <p>Participación en ferias nacionales e internacionales Libro fotográfico de atractivos</p>			

CASTRO

municipio



			turísticos de la comuna 2 versiones ya de Feria de Turismo Provincial			
	Difusión nacional de productos turísticos estrella de la comuna		Participación en feria Nacional e internacional Entrega de folletos en dos idiomas			

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.