



PLAN REGIONAL
desarrollo turístico

AYSÉN PATAGONIA

RESUMEN EJECUTIVO

**PLAN REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO
AYSÉN PATAGONIA, 14PEDR-35778-5**

ejecuta:



contratante:



octubre 2020

RESUMEN EJECUTIVO

La formulación del **Plan Regional de Desarrollo Turístico** responde a dotar a la Región de Aysén de un instrumento de decisión y articulación regional que permita **encausar recursos y acciones de manera coordinada hacia el cumplimiento de objetivos para el sector turismo de Aysén Patagonia.**

En esta línea, el aumento de la competitividad turística de la región se establece como parte del propósito que **contribuye con la Política Regional de Turismo y donde el Plan Regional de Desarrollo Turístico tiene, entre sus objetivos claves, la recuperación del volumen de llegada de turistas, incrementar la estadía y gasto medio, mantener el número de puestos de trabajo, mantener las plazas disponibles y aumentar la visibilidad de las propuestas de servicios.**

La formulación estratégica y de las iniciativas de los Planes Operacionales de Desarrollo y de Marketing, se establecen en el período de afectación al sector turístico provocado por la emergencia sanitaria de pandemia COVID-19.

Por ello, para la elaboración del proyecto se han reafirmado técnicas de participación y de involucramiento a nivel de los territorios, levantamiento y revisión de antecedentes disponibles y priorizados con los actores de 5 territorios turísticos de Aysén Patagonia que se definieron para la implementación del plan: Queulat, Coyhaique, Chelenko, Glaciares y Litoral.

La ejecución del Plan Regional de Desarrollo Turístico considera la implementación del **Plan Operacional de Desarrollo y del Plan Operacional de Marketing, que en su conjunto se componen de 6 ejes, 40 líneas de acción y 142 iniciativas para su implementación al año 2025.**

El **presupuesto estimado para la implementación del plan es de M\$104.569.000,-**, de los cuales el 96,2% responde al presupuesto para acciones de desarrollo y el 3,8% para las acciones de marketing turístico de Aysén Patagonia.

OBJETIVO GENERAL

Elaborar el Plan Regional de Desarrollo Turístico Aysén-Patagonia, instrumento que oriente los esfuerzos público-privados para la gestión del turismo en la Región de Aysén, de modo articulado con actores provenientes del sector privado, instituciones de investigación y la sociedad civil en general.

Dotar a la Región de Aysén de un instrumento de decisión y articulación regional, que permita encausar recursos y acciones de manera coordinada hacia el cumplimiento de los objetivos de corto, mediano y largo plazo para el sector turismo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1. Recopilar y sistematizar todos los estudios, planes, proyectos y programas de turismo, o relacionado al sector, que han tenido impacto en la Región de Aysén.*
- 2. Realizar instancias de participación ciudadana para la elaboración del Plan.*
- 3. Consensuar iniciativas de inversión para el desarrollo del sector turismo de la Región de Aysén.*
- 4. Contar con un Plan de Desarrollo Turístico Regional, instrumento de decisión y articulación regional que oriente los esfuerzos público-privados para la gestión del turismo en la Región de Aysén.*

CONTEXTUALIZACIÓN



AYSÉN
108.494m²
 superficie

AYSÉN
1
 habitante por km²

AYSÉN
30%
 del total de has. SNASPE a nivel nac.

CONECTIVIDAD

AYSÉN
30,2%
 del total de has. bosques a nivel nac.

AYSÉN
AGUA DULCE
 UNA DE MAYORES RESERVAS DEL MUNDO

AYSÉN
41,2%
 del total de has. hielos y glaciares a nivel nac.

AYSÉN
CARRETERA AUSTRAL
 ÍCONO TURÍSTICO

AYSÉN
PATAGONIA
 MARCA MITO

PRINCIPALES INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN REVISADOS

Estrategia Regional de Desarrollo de Aysén
 Política Regional de Turismo Aysén
 Plan de Acción SERNATUR regional
 Plan Regional de Ordenamiento Territorial
 Plan de Acción ZOIT Provincia Los Glaciares
 Plan de Acción ZOIT Chelenko
 Plan de Acción ZOIT Aysén Patagonia Queulat
 Plan de Manejo RN Coyhaique
 Plan de Manejo RN Río Simpson
 Plan de Manejo RN Trapananada
 Plan de Manejo RN Lago Las Torres
 Plan de Manejo PN Laguna San Rafael
 Plan de Manejo PN Queulat
 Plan de Manejo MN Cinco Hermanas
 Plan de Manejo MN Dos Lagunas
 Plan de Manejo AMCP Pitipalena - Añihue
 Plan Marco Desarrollo Territorial Lago Verde

Plan de Uso Público RN Coyhaique
 Plan de Uso Público RN Río Simpson
 Plan de Uso Público RN Lago Jenimeni
 Plan de Uso Público PN Laguna San Rafael
 Plan de Uso Público PN B. O'Higgins
 PLADETUR Cerro Castillo (Río Ibáñez)
 PLADETUR Coyhaique
 PLADETUR O'Higgins
 Estrategia Nacional de Turismo
 Plan Especial de Zonas Extremas (PEDZE)
 Plan Zonificación Uso Borde Costero
 Plan de Infraestructura MOP de apoyo al Turismo

revisión de instrumentos y su sintetización en base a objetivos, vigencia, ejes programáticos con impacto en turismo y los proyectos y acciones considerados de implementarse a mediano plazo

IMAGEN OBJETIVO AL 2025

AYSÉN PATAGONIA, RESERVA DE VIDA Y DESTINO REFERENTE DE CHILE

... POR SU BIODIVERSIDAD Y EL USO SUSTENTABLE DE SUS RECURSOS NATURALES Y CULTURALES.

... POR SUS GLACIARES, HIELOS, LAGOS Y RÍOS, QUE LA CONVIERTEN EN UNA DE LAS MAYORES RESERVAS DE AGUA DULCE DEL MUNDO.

... POR SUS 5 MILLONES DE HECTÁREAS DE BOSQUES, SUS PARQUES NATURALES, SUS CIELOS LIMPIOS Y SU AIRE PURO.

... POR LA FUERZA DE SUS ÍCONOS: LA PATAGONIA CHILENA, LA CARRETERA AUSTRAL, LA CORDILLERA DE LOS ANDES, LOS FIORDOS Y LOS GLACIARES.

... POR SU INMENSIDAD - LA TERCERA REGIÓN MÁS GRANDE DE CHILE, Y SU POCA DENSIDAD DE POBLACIÓN, LA REGIÓN MENOS POBLADA DEL PAÍS.

... POR SU CONDICIÓN DE TERRITORIO EXTREMO, PERO CONECTADA POR TIERRA, MAR Y AIRE.

...POR SU DIVERSIDAD CLIMÁTICA, DONDE EN MENOS DE 100KMS SE PASA DE CONDICIONES DE ESTEPA A LAS DE TEMPLADO LLUVIOSO.

... POR SU GENTE, OSADA, HONESTA, CREATIVA Y LUCHADORA, UNA SOCIEDAD ACOGEDORA E INCLUSIVA, QUE MIRA AL FUTURO DE FORMA INTELIGENTE Y COMPARTIDA.

...POR SU CULTURA PATAGONA, SU HISTORIA, SUS RELATOS Y SUS COSTUMBRES VIVAS.

.... POR SU DESARROLLO ARMÓNICO, RESPETUOSO, SUSTENTABLE Y CON SENTIDO, A UNA ESCALA HUMANA Y DESDE LA ESCALA LOCAL.

PRINCIPALES OBJETIVOS AL 2025

<p>EN RELACIÓN CON LA DEMANDA</p>	<p>Recuperar el volumen de llegadas de viajeros.</p> <p>Aumentar las pernoctaciones en establecimientos de alojamiento turístico.</p> <p>Incrementar la estadía media en los establecimientos de alojamiento turístico.</p> <p>Incrementar el gasto promedio diario por visitante.</p>
<p>EN RELACIÓN CON LA OFERTA</p>	<p>Mantener el número de plazas disponibles en establecimientos de alojamiento turístico.</p> <p>Aumentar la tasa de ocupación de plazas de establecimientos de alojamiento turístico.</p> <p>Mantener e incrementar el número de puestos de trabajo en turismo.</p> <p>Incrementar porcentaje de empresas de turismo con implementación de sistemas de gestión de calidad y/o sustentabilidad.</p> <p>Aumentar la visibilización de propuestas de servicios turísticos en plataformas de contratación online.</p>

al 2025
recuperar
volumen de viajeros
preCOVID-19
a 580 mil viajeros
al 2025

+20%
incremento gasto
promedio diario
2020-2025
a \$58 mil
por turista al 2025

uplicar
visibilidad de oferta de
alojamientos
2020-2025
a 600 aloj. con oferta
en canales online
al 2025

cuadruplicar
visibilidad de oferta de
actividades
2020-2025
a 400 propuestas de
operadores con oferta
en canales online
al 2025

+10%
aumento del
empleo turístico
2020-2025
a 7.700 personas
al 2025

LÍNEAS Y TIPOS DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Líneas y tipos de productos turísticos priorizados, de acuerdo a la competitividad de AYSÉN PATAGONIA, para el fortalecimiento y ampliación de oferta turística regional.

naturaleza	aventura	desconexión	cultura local	sustentabilidad	conocimiento	nichos
PRODUCTOS DE: descubrimientos rutas e itinerarios	PRODUCTOS DE: aventura extrema en tierra aventura extrema en agua aventura extrema en hielos	PRODUCTOS DE: relajación mindfulness bienestar wellness baños de bosques	PRODUCTOS DE: cultura patagona gastronomía tradiciones y costumbres folklore artesanía eventos huellas de primeros pobladores	PRODUCTOS DE: empresas y servicios reconocidos por su sustentabilidad	PRODUCTOS DE: aprendizaje estudio voluntariado científico	PRODUCTOS DE: pesca cruceros navegación MICE

MATRIZ DE PRIORIZACIÓN PRODUCTOS/MERCADOS TURÍSTICOS

2020 - priorización por COVID-19
luego paulatina implementación

mercado	naturaleza	aventura	desconexión	cultura local	sustentabilidad	conocimiento	nichos
NACIONAL							
intrarregional	**	***		***			
Región Metropolitana	***	***	*	**	*	*	* MICE
otras regiones (Los Lagos, Biobío, Valparaíso, Antofagasta)	***	***	*	**		*	* MICE
INTERNACIONAL							
Argentina (Prov. Chubut, Santa Cruz)	***	***		**			
Argentina (Buenos Aires, Córdoba)	***	***	*	*		*	* MICE
Brasil	***	**	*	*			* navegación
Uruguay, Perú, Colombia	***	*		*			
EEUU, Canadá	***	***	*	*	*	*	* pesca, navegación, cruceros
Europa (Alemania, Francia, Reino Unido, Países Bajos y prospectos)	***	***	*	**	*	*	
Australia, Japón	***	***		*			
prioridad de actuación: * (baja), ** (media), *** (alta)							

PLANES OPERACIONALES Y PRESUPUESTOS ESTIMADOS

A. PLAN OPERACIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO

A1. EJE DE ESTÍMULO AL DESARROLLO DE LA OFERTA TURÍSTICA

A2. EJE DE CONECTIVIDAD TERRITORIAL

A3. EJE DE SOSTENIBILIDAD

\$100.615.000

al 2025

\$104.569.000

al 2025

B. PLAN OPERACIONAL DE MARKETING TURÍSTICO

B1. EJE DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

B2. EJE DE PROMOCIÓN

B3. EJE DE FORTALECIMIENTO DE MARCA

\$3.954.000

al 2025

PLANES OPERACIONALES Y PRESUPUESTOS ESTIMADOS

A. PLAN OPERACIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO

A1. EJE DE ESTÍMULO AL DESARROLLO DE LA OFERTA TURÍSTICA:

Tiene por finalidad promover una mayor diversificación de los servicios turísticos, impulsar la calidad en la prestación de los mismos y su formalización, apoyar la capacitación de los recursos humanos, fomentar la vinculación con los productores locales, potenciar la identidad sociocultural de las comunidades como una parte sustantiva del patrimonio turístico de la región, estimular el desarrollo de proyectos turísticos clave para los territorios a nivel general y en Áreas Silvestres Protegidas, y promover la accesibilidad universal.

A2. EJE DE CONECTIVIDAD TERRITORIAL:

Se enfoca en abordar soluciones a las problemáticas de conectividad física territorial y digital existentes en la región. Para ello, se ejecutarán de manera directa o se articulará con los organismos competentes la implementación de proyectos referidos a la mejora de los caminos, las obras necesarias para la vinculación física entre los destinos, la instalación de señalética orientativa e informativa, las propuestas de mejora de servicios de transporte público intrarregional y la conectividad digital de sustento para el turismo.

A3. PROGRAMA DE SOSTENIBILIDAD:

Tomando de base los Objetivos de Desarrollo Sostenible, criterios GSTC y estándares de referencia para la sostenibilidad turística de los destinos, este programa tiene por finalidad promover la gestión sustentable del territorio y los emprendimientos turísticos, estimular un mayor involucramiento de las comunidades locales en desarrollo turístico, gestionar el volumen y medición de visitantes, sus actividades e impactos de manera que estén acordes a la capacidad de los destinos, impulsar la actualización de los planes de manejo de Áreas Silvestres Protegidas (ASPE), realización de mediciones de límites de cambio aceptable por zonas de visitación, promover la gestión y planificación turística de los destinos, concientizar a residentes y visitantes sobre el respeto a los valores ambientales y culturales y promover la implementación de protocolos para la gestión de riesgos y crisis, con especial énfasis en la contención de los impactos del COVID-19.

PLANES OPERACIONALES Y PRESUPUESTOS ESTIMADOS

A. PLAN OPERACIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO

A1. EJE DE ESTÍMULO AL DESARROLLO DE LA OFERTA TURÍSTICA

1 accesibilidad universal	2 articulación productiva	3 calidad
4 capacitación	5 infraestructura y equipamiento turístico	6 nuevos emprendimientos turísticos

A2. EJE DE CONECTIVIDAD TERRITORIAL

1 conectividad digital	2 desarrollo de servicios de transporte público intrarregional	3 infraestructura conectiva
4 mejoramiento vial		

A3. EJE DE SOSTENIBILIDAD

1 Aysén Patagonia, destino inteligente	2 concientización turística y ambiental	3 gestión en Áreas Silvestres Protegidas
4 gestión sustentable en emprendimientos turísticos	5 planificación y gestión de destinos	6 sustentabilidad energética en la actividad turística

A. PLAN OPERACIONAL DE DESARROLLO

A1. EJE DE ESTÍMULO AL DESARROLLO DE LA OFERTA TURÍSTICA (1/4)

LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	APORTA OBJETIVO	ENTIDADES VINCULANTES	DESCRIPCIÓN
A1.1 ACCESIBILIDAD UNIVERSAL	A1.1.1 Programa de obras de accesos universales en sitios de interés turístico.	4	Gore, Conaf, municipios	Identificación, priorización e implementación de obras para acortar la brecha de accesibilidad universal en sitios turísticos regionales.
	A1.1.2 Programa de estímulo para la accesibilidad universal en los emprendimientos turísticos.	2,3,4	Gore, municipios	Incentivo a la implementación y concurso de soluciones de accesibilidad universal conseguida en emprendimientos turísticos.
A1.2 ARTICULACIÓN PRODUCTIVA	A1.2.1 Programa de estímulo para la articulación proveedores-prestadores en la cadena de valor turístico regional.	4,7	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación y creación de espacios de vinculación de proveedores y prestadores de la cadena de valor del turismo que puedan favorecer su articulación productiva territorial.
	A1.2.2 Habilitación de Mercados Locales de Productos Regionales.	4	Gore, Sercotec, Indap	Identificación y apoyo para la generación de mercados con presencia de productos regionales.
A1.3 CALIDAD	A1.2.3 Proceso de implementación de la Zona Franca de Aysén.	4	Gore	Gestiones de implementación de la Zona Franca de Aysén.
	A1.3.1 Programa de apoyo para la formalización de emprendedores de servicios turísticos.	4,5,7	Gore, Sercotec, Sernatur	Apoyo en la superación de brechas para la formalización de emprendedores de servicios turísticos regionales.
A1.4 CAPACITACIÓN	A1.3.2 Programa de fomento para la mejora de la calidad y la gestión de los emprendimientos turísticos.	4,7,8	Gore, Corfo, Sernatur	Apoyo en la superación de brechas para la mejora de la calidad y gestión de emprendimientos turísticos regionales.
	A1.4.1 Programa de capacitación en especialidades técnicas para el sector turismo.	4,7	Gore, Sernatur	Implementación de capacitaciones sobre especialidades técnicas en turismo para prestadores de servicios turísticos.
	A1.4.2 Programa de capacitación en temáticas culturales y naturales.	4,7	Gore, Sernatur	Implementación de capacitaciones sobre recursos culturales y naturales para mejora de productos de los prestadores de servicios turísticos.
	A1.4.3 Programa de capacitación en gestión para pequeños emprendedores turísticos.	4,7	Gore, Sernatur	Implementación de capacitaciones sobre gestión empresarial para pequeños emprendedores en turismo.
	A1.4.4 Programa de capacitación y certificación de competencias para guías y turismo de aventura.	4,7	Gore, Sernatur	Implementación de capacitaciones y certificación de competencias para guías y prestadores de servicios de turismo de aventura.

A. PLAN OPERACIONAL DE DESARROLLO

A1. EJE DE ESTÍMULO AL DESARROLLO DE LA OFERTA TURÍSTICA (2/4)

LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	MONTO (\$M)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
A1.1 ACCESIBILIDAD UNIVERSAL	A1.1.1 Programa de obras de accesos universales en sitios de interés turístico.	\$ 160.000		2021	2022	2023	2024	
	A1.1.2 Programa de estímulo para la accesibilidad universal en los emprendimientos turísticos.	\$ 50.000			2022	2023		
	A1.2.1 Programa de estímulo para la articulación proveedores-prestadores en la cadena de valor turístico regional.	\$ 50.000		2021	2022			
A1.2 ARTICULACIÓN PRODUCTIVA	A1.2.2 Habilitación de Mercados Locales de Productos Regionales.	\$ 120.000			2022	2023		
	A1.2.3 Proceso de implementación de la Zona Franca de Aysén.	a definir		2021	2022	2023		
A1.3 CALIDAD	A1.3.1 Programa de apoyo para la formalización de emprendedores de servicios turísticos.	\$ 45.000	2020	2021	2022			
	A1.3.2 Programa de fomento para la mejora de la calidad y la gestión de los emprendimientos turísticos.	\$ 120.000	2020	2021	2022			
	A1.4.1 Programa de capacitación en especialidades técnicas para el sector turismo.	\$ 40.000		2021	2022			
A1.4 CAPACITACIÓN	A1.4.2 Programa de capacitación en temáticas culturales y naturales.	\$ 15.000			2022	2023	2024	
	A1.4.3 Programa de capacitación en gestión para pequeños emprendedores turísticos.	\$ 30.000	2020	2021	2022			
	A1.4.4 Programa de capacitación y certificación de competencias para guías y turismo de aventura.	\$ 60.000		2021	2022	2023		

A. PLAN OPERACIONAL DE DESARROLLO

A1. EJE DE ESTÍMULO AL DESARROLLO DE LA OFERTA TURÍSTICA (3/4)

LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	APORTA OBJETIVO	ENTIDADES VINCULANTES	DESCRIPCIÓN
A1.5 INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO TURÍSTICO	A1.5.1 Diseño e implementación de infraestructura habilitante y centros de interpretación en Áreas Silvestres Protegidas.	1,2,3,4,5,6	Gore, Conaf	Priorización y habilitación de infraestructura y centros de interpretación en Áreas Silvestres Protegidas.
	A1.5.2 Implementación etapa 1 del Parque Urbano de Coyhaique.	1,2,3,4,5,6	Gore, municipio	Generación de condiciones y mejoras para la habilitación del Parque Urbano de Coyhaique.
	A1.5.3 Diseño e implementación de estaciones turísticas en Carretera Austral.	1,2,3,4,5,6	Gore, Mop, municipios	Priorización y habilitación de estaciones turísticas en la Carretera Austral.
	A1.5.4 Programa de desarrollo de infraestructura y equipamiento de información turística.	1,2,3,4,5,6	Gore, municipios, Sernatur	Priorización y habilitación de infraestructura y equipamientos de información turística en los destinos regionales.
	A1.5.5 Estudios de prefactibilidad para la construcción de nuevos museos.	1,2,3,4,5,6 ,7,9	Gore	Realización del estudio que permita la definición y programa de construcción de nuevos museos para la región, tales como: museo del cambio global y glaciar, del mar, de Tortel u otros a identificar.
	A1.5.6 Programa de desarrollo de infraestructura habilitante y miradores en sitios turísticos.	1,2,3,4,5,6	Gore, Mop, municipios	Priorización y habilitación de infraestructura y miradores en sitios turísticos de los destinos regionales.
	A1.5.7 Estudio de prefactibilidad de un Centro de Convenciones de AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4,5,6 ,7	Gore, Sernatur	Realización de estudio de prefactibilidad para la posibilidad de instalación de un Centro de Convenciones en la región.
A1.6 NUEVOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS	A1.6.1 Programa de fomento al desarrollo de nuevos emprendimientos turísticos.	7,8,9	Gore, Corfo, Sernatur	Implementación de programa que incentive el desarrollo de nuevos emprendimientos turísticos a nivel de la región.
	A1.6.2 Programa de desarrollo de centros de montaña.	1,2,3,4,5,6 ,7,9	Gore, Corfo, Sernatur	Implementación de programa que incentive el desarrollo de centros de montaña, tales como Divisadero, Portezuelo Ibáñez, San Lorenzo u otros a identificar.
	A1.6.3 Programa de fomento a Pueblos Turísticos Artesanales.	4	Gore, Sercotec, Sernatur	Impulso a las mejoras y definición de pueblos turísticos artesanales de la región a nivel de los destinos turísticos de Aysén Patagonia.

A. PLAN OPERACIONAL DE DESARROLLO

A1. EJE DE ESTÍMULO AL DESARROLLO DE LA OFERTA TURÍSTICA (4/4)

LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	MONTO (\$M)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	A1.5.1 Diseño e implementación de infraestructura habilitante y centros de interpretación en Áreas Silvestres Protegidas.	\$ 250.000		2021	2022	2023	2024	
	A1.5.2 Implementación etapa 1 del Parque Urbano de Coyhaique.	\$ 4.100.000	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	A1.5.3 Diseño e implementación de estaciones turísticas en Carretera Austral.	\$ 400.000		2021	2022	2023	2024	
A1.5 INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO TURÍSTICO	A1.5.4 Programa de desarrollo de infraestructura y equipamiento de información turística.	\$ 200.000		2021	2022	2023	2024	
	A1.5.5 Estudios de prefactibilidad para la construcción de nuevos museos.	\$ 70.000			2022	2023		
	A1.5.6 Programa de desarrollo de infraestructura habilitante y miradores en sitios turísticos.	\$ 200.000			2022	2023	2024	
	A1.5.7 Estudio de prefactibilidad de un Centro de Convenciones de AYSÉN PATAGONIA.	\$ 40.000				2023	2024	
	A1.6.1 Programa de fomento al desarrollo de nuevos emprendimientos turísticos.	\$ 150.000	2020	2021	2022			
A1.6 NUEVOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS	A1.6.2 Programa de desarrollo de centros de montaña.	\$ 400.000		2021	2022	2023		
	A1.6.3 Programa de fomento a Pueblos Turísticos Artesanales.	\$ 120.000			2022	2023	2024	

A. PLAN OPERACIONAL DE DESARROLLO

A2. EJE DE CONECTIVIDAD TERRITORIAL (1/2)

LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	APORTA OBJETIVO	ENTIDADES VINCULANTES	DESCRIPCIÓN
A2.1 CONECTIVIDAD DIGITAL	A2.1.1 Implementación de la e-RED AYSÉN PATAGONIA de información turística digital.	4,9	Gore, Sernatur	Creación de una red virtual de información turística que favorezca la entrega de datos hacia los prestadores, sobre las propuestas turísticas, y al visitante, sobre la geolocalización y orientación a nivel de los destinos.
	A2.1.2 Programa para la dotación de telefonía y acceso internet en localidades aisladas.	4,9	Gore, Seremi Transportes	Implementación de iniciativas de acortamiento de brechas en la iluminación con internet y acceso telefónico en zonas turísticas remotas de la región.
A2.2 DESARROLLO DE SERVICIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO INTRARREGIONAL	A2.2.1 Diseño e implementación de plan de mejora de gestión para el transporte intrarregional.	1,2,3,4,5,6	Gore, Seremi Transportes	Realización de estudio que permita el diseño e implementación de una solución al transporte intrarregional que favorezca la conectividad entre destinos turísticos de Aysén Patagonia.
	A2.3.1 Programa de desarrollo de la Red de Ciclovías AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4,5,6,7,9	Gore, Mop, municipios	Priorización y habilitación de red de ciclovía para el incentivo de su uso para fines turísticos en la región.
	A2.3.2 Programa de desarrollo de terminales de buses.	1,2,3,4,5,6	Gore, Mop, Minvu, municipios	Priorización y habilitación de mejoras de terminales de buses en destinos turísticos de la región.
	A2.3.3 Programa de desarrollo de infraestructura para el turismo náutico.	1,2,3,4,5,6,7,9	Gore, Mop, municipios	Priorización y habilitación de infraestructura para el desarrollo del turismo náutico en la región.
	A2.3.4 Proyecto de ampliación y mejora de infraestructura aeroportuaria.	1,2,3,4,5,6,7,9	Gore, Mop, municipios	Priorización y realización de mejoras de la infraestructura aeroportuaria de la región.
A2.3 INFRAESTRUCTURA CONECTIVA	A2.3.5 Diseño y construcción o mejora de sendas y puentes de conectividad.	1,2,3,4,5,6	Gore, Mop, municipios	Priorización y realización de mejoras de sendas y puentes de conectividad en la región.
	A2.3.6 Implementación de etapas proyecto teleférico Coyhaique-Cordón Cerro Divisadero.	1,2,3,4,5,6,7	Gore, Mop, municipio	Realización de gestiones para la implementación de etapas de dotación de la región con un sistema de teleférico en zona Cerro Divisadero.
	A2.3.7 Estudio para la puesta en valor del Lago General Carrera como eje navegable unificador para AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4,5,6	Gore, Seremi Transportes	Realización de estudio para la puesta en valor del lago como eje conector navegable de la región.
	A2.4.1 Programa de mejoramiento de Carretera Austral, como Ruta Escénica y slow road de AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4,5,6	Gore, Mop, municipios	Priorización e implementación de mejoras de la Carretera Austral caracterizada como como slow road.
	A2.4.2 Programa de Rutas Escénicas de AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4,5,6	Gore, Mop, municipios	Priorización e implementación de rutas con carácter de escénicas a nivel de la región.
	A2.4.3 Programa de construcción y mejoramiento de red de caminos interiores.	1,2,3,4,5,6	Gore, Mop, municipios	Priorización y ejecución de la construcción o mejoramiento de caminos interiores de la región que faciliten accesos a zonas turísticas.
	A2.4 MEJORAMIENTO VIAL			

A. PLAN OPERACIONAL DE DESARROLLO

A2. EJE DE CONECTIVIDAD TERRITORIAL (2/2)

LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	MONTO (\$M)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
A2.1 CONECTIVIDAD DIGITAL	A2.1.1 Implementación de la e-RED AYSÉN PATAGONIA de información turística digital.	\$ 50.000		2021	2022			
	A2.1.2 Programa para la dotación de telefonía y acceso internet en localidades aisladas.	\$ 150.000			2022	2023	2024	
A2.2 DESARROLLO DE SERVICIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO INTRARREGIONAL	A2.2.1 Diseño e implementación de plan de mejora de gestión para el transporte intrarregional.	\$ 200.000			2022	2023		
	A2.3.1 Programa de desarrollo de la Red de Ciclovías AYSÉN PATAGONIA.	\$ 2.500.000			2022	2023	2024	2025
	A2.3.2 Programa de desarrollo de terminales de buses.	\$ 300.000				2023	2024	
A2.3 INFRAESTRUCTURA CONECTIVA	A2.3.3 Programa de desarrollo de infraestructura para el turismo náutico.	\$ 12.000.000		2021	2022	2023	2024	2025
	A2.3.4 Proyecto de ampliación y mejora de infraestructura aeroportuaria.	\$ 5.000.000			2022	2023	2024	2025
	A2.3.5 Diseño y construcción o mejora de sendas y puentes de conectividad.	\$ 10.000.000		2021	2022	2023	2024	2025
	A2.3.6 Implementación de etapas proyecto teleférico Coyhaique-Cordón Cerro Divisadero.	a definir						2025
	A2.3.7 Estudio para la puesta en valor del Lago General Carrera como eje navegable unificador para AYSÉN PATAGONIA.	\$ 60.000				2022	2023	
A2.4 MEJORAMIENTO VIAL	A2.4.1 Programa de mejoramiento de Carretera Austral, como Ruta Escénica y slow road de AYSÉN PATAGONIA.	\$ 30.000.000		2021	2022	2023	2024	2025
	A2.4.2 Programa de Rutas Escénicas de AYSÉN PATAGONIA.	\$ 5.000.000				2023	2024	2025
	A2.4.3 Programa de construcción y mejoramiento de red de caminos interiores.	\$ 15.000.000		2021	2022	2023	2024	2025

A. PLAN OPERACIONAL DE DESARROLLO

A3. EJE DE SOSTENIBILIDAD (1/4)

LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	APORTA OBJETIVO	ENTIDADES VINCULANTES	DESCRIPCIÓN
A3.1 AYSÉN PATAGONIA, DESTINO INTELIGENTE	A3.1.1 Programa de Fortalecimiento del SITUR.	1,4,5,7,9	Gore, Sernatur	Implementación del Sistema de Información Turístico de la región para la provisión, análisis de datos que permitan la toma de decisiones sectoriales.
	A3.1.2 Implementación de un Centro de I+D+i para el Turismo de Naturaleza e Intereses Especiales de AYSÉN PATAGONIA.	1,7	Gore, Corfo, Sernatur	Implementación de un centro que incentive la investigación, desarrollo e innovación con énfasis en el turismo de naturaleza, e intereses especiales.
	A3.1.3 Programa de implementación de indicadores de Destino Turístico Sustentable - GSTC.	4,7,9	Gore, Sernatur	Implementación a nivel de destinos de indicadores de medición del sistema de Destino Turístico Sustentable del GSTC.
	A3.1.4 Estudio para el diseño e implementación de Sistema de Reservas para ASPE y áreas de interés turístico.	4,9	Gore, Sernatur, Conaf	Realización de estudio para la implementación y puesta en marcha de un sistema de reservas de visita a ASPEs y áreas turísticas regionales.
	A3.1.5 Implementación Plataforma de Conocimiento sobre Ecosistemas de AYSÉN PATAGONIA.	1	Gore, Seremi Medioambiente	Implementación de una plataforma que permita recopilar conocimientos sobre los ecosistemas de la región contribuyendo a la información para fines de construcción y mejora de propuestas turísticas.
A3.2 CONCIENTIZACIÓN TURÍSTICA Y AMBIENTAL	A3.2.1 Programa de concientización turística y ambiental.	4	Gore, Sernatur	Realización de campañas de concientización hacia la comunidad referente al turismo y el medioambiente a nivel regional.
	A3.2.2 Programa de concientización turística y ambiental en los centros de educación formal.	4	Gore, Sernatur, Seremi Educación	Realización de campañas de concientización hacia la comunidad escolar referente al turismo y el medioambiente a nivel regional.
	A3.2.3 Estudio para el diseño y construcción de un Centro de Educación Ambiental y Circuito de Educación Ambiental de Aysén Patagonia - ubicación, Reserva Jeinimeni.	1,2,3,4,5,6	Gore, Conaf	Realización de estudio que permita el diseño y la construcción de un centro para la educación ambiental en la Reserva Jeinimeni.
A3.3 GESTIÓN EN ÁREAS SILVESTRES PROTEGIDAS	A3.3.1 Programa de actualización de Planes de Manejo y de Uso Público de Áreas Silvestres Protegidas.	1,9	Gore, Conaf	Priorización e implementación de los procesos para la actualización de Planes de Manejo y Planes de Uso Público en las ASPEs de la región.
	A3.3.2 Programa de nuevas concesiones en Áreas Silvestres Protegidas.	1,2,3,4,5,6,7,8,9	Gore, Conaf	Implementación de procesos para la habilitación de nuevas concesiones a nivel de las ASPEs regionales.
	A3.3.3 Programa de gestión en Áreas Silvestres Protegidas.	1,2,3,4,5,6,7,9	Gore, Conaf	Priorización e implementación de programas de apoyo para la gestión de las ASPEs a nivel de la región.
A3.4 GESTIÓN SUSTENTABLE EN EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS	A3.4.1 Programa Basura Cero (Zero Waste).	7,8,9	Gore, Corfo, Ascc, Seremi Medioambiente, municipios	Realización de campañas para la implementación de prácticas zero waste a nivel de emprendimientos turísticos de la región.
	A3.4.2 Programa de implementación de protocolos de salubridad en relación al COVID-19.	1	Gore, Seremi Salud, Sernatur	Realización de apoyos para la adopción de protocolos ante la pandemia COVID-19.
	A3.4.3 Programa de Acuerdo de Producción Limpia (APL).	4,7,8	Gore, Corfo, Ascc	Impulso e implementación de programas para la implementación de APLs a nivel de la región.
	A3.4.4 Programa de gestión responsable del agua.	8	Gore, Corfo, Ascc, Seremi Medioambiente	Realización de campañas que favorezca y optimicen el uso de agua a nivel de los destinos de la región.
	A3.4.5 Programa de estímulo al uso de TIC para la gestión sustentable de operaciones en emprendimientos turísticos.	8,9	Gore, Corfo	Implementación de mejoras de uso de TIC con fines de la gestión sustentable de las operaciones a nivel de emprendimientos de los destinos turísticos regionales.
	A3.4.6 Programa de estímulo para la distinción del Sello S.	4,7,9	Gore, Sernatur	Implementación del programa de distinción del Sello S a nivel de emprendimientos turísticos regionales.

A. PLAN OPERACIONAL DE DESARROLLO

A3. EJE DE SOSTENIBILIDAD (2/4)

LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	MONTO (\$M)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
A3.1 AYSÉN PATAGONIA, DESTINO INTELIGENTE	A3.1.1 Programa de Fortalecimiento del SITUR.	\$ 600.000	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	A3.1.2 Implementación de un Centro de I+D+i para el Turismo de Naturaleza e Intereses Especiales de AYSÉN PATAGONIA.	\$ 100.000			2022	2023	2024	
	A3.1.3 Programa de implementación de indicadores de Destino Turístico Sustentable - GSTC.	\$ 120.000		2021	2022	2023		
	A3.1.4 Estudio para el diseño e implementación de Sistema de Reservas para ASPE y áreas de interés turístico.	\$ 50.000		2021	2022	2023		
	A3.1.5 Implementación Plataforma de Conocimiento sobre Ecosistemas de AYSÉN PATAGONIA.	\$ 40.000			2022	2023		
A3.2 CONCIENTIZACIÓN TURÍSTICA Y AMBIENTAL	A3.2.1 Programa de concientización turística y ambiental.	\$ 30.000		2021	2022	2023		
	A3.2.2 Programa de concientización turística y ambiental en los centros de educación formal.	\$ 15.000		2021	2022	2023		
	A3.2.3 Estudio para el diseño y construcción de un Centro de Educación Ambiental y Circuito de Educación Ambiental de Aysén Patagonia - ubicación, Reserva Jeinimeni.	\$ 60.000				2023	2024	2025
A3.3 GESTIÓN EN ÁREAS SILVESTRES PROTEGIDAS	A3.3.1 Programa de actualización de Planes de Manejo y de Uso Público de Áreas Silvestres Protegidas.	\$ 150.000		2021	2022	2023	2024	
	A3.3.2 Programa de nuevas concesiones en Áreas Silvestres Protegidas.	\$ 100.000		2021	2022	2023	2024	
	A3.3.3 Programa de gestión en Áreas Silvestres Protegidas.	\$ 40.000		2021	2022	2023	2024	
A3.4 GESTIÓN SUSTENTABLE EN EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS	A3.4.1 Programa Basura Cero (Zero Waste).	\$ 30.000		2021	2022	2023		
	A3.4.2 Programa de implementación de protocolos de salubridad en relación al COVID-19.	\$ 40.000	2020	2021				
	A3.4.3 Programa de Acuerdo de Producción Limpia (APL).	\$ 90.000		2021	2022	2023		
	A3.4.4 Programa de gestión responsable del agua.	\$ 30.000		2021	2022	2023		
	A3.4.5 Programa de estímulo al uso de TIC para la gestión sustentable de operaciones en emprendimientos turísticos.	\$ 90.000	2020	2021	2022			
	A3.4.6 Programa de estímulo para la distinción del Sello S.	\$ 90.000		2021	2022	2023		

A. PLAN OPERACIONAL DE DESARROLLO

A3. EJE DE SOSTENIBILIDAD (3/4)

LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	APORTA OBJETIVO	ENTIDADES VINCULANTES	DESCRIPCIÓN
A3.5 PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS	A3.5.1 Programa de Gestión de Riesgos y Seguridad Turística de Destinos Regionales.	1	Gore, Sernatur	Realización de estudio que permita establecer un programa de acción asociado a la minimización de los riesgos y seguridad turística a nivel de los destinos regionales.
	A3.5.2 Programa para el fortalecimiento de la gestión de planes territoriales de turismo y de las Zonas de Interés Turístico.	1,4,7,8,9	Gore, Sernatur	Implementación de programa que permita apoyos en la gestión de los planes territoriales de turismo y de las ZOIT a nivel de los destinos regionales.
	A3.5.3 Programa de mejora, implementación y difusión de ordenanzas con impacto en el desarrollo y operación turística.	1,2,3,4,5,6	Gore, municipios, Sernatur	Implementación de programa que identifique, genere mejoras y propicie adopción de ordenanzas que tengan impacto en la actividad turística regional.
	A3.5.4 Programa de gestión comunal de los residuos sólidos.	8	Gore, municipios	Priorización y realización de acciones que permitan una mejora de la gestión de los residuos sólidos a nivel de los municipios.
	A3.5.5 Programa de medición de capacidad de carga, límites de cambio aceptable y huella de carbono en sitios de interés turístico.	1,4,8,9	Gore, Sernatur	Priorización e implementación de mediciones tipo capacidad de carga, límite de cambio aceptable y huella de carbono, a nivel de los sitios de interés turístico regional.
	A3.5.6 Programa para el mejoramiento de fachadas en localidades de la Carretera Austral.	1,2,3,4,5,6	Gore, Mop	Priorización e impulso para la realización del programa de mejoramiento de fachadas en la Carretera Austral.
	A3.5.7 Programa para la ampliación de cobertura de servicios básicos en zonas rurales de interés turístico.	1,2,3,4,5,6	Gore, Mop	Priorización, análisis e implementación de acciones para la ampliación de cobertura de servicios básicos en zonas rurales con interés turístico.
	A3.5.8 Programa de reforestación para la remediación de zonas naturales afectadas.	1,2,3,4,5,6	Gore, Conaf	Priorización e impulso a la reforestación en zonas naturales afectadas.
	A3.5.9 Programa de soterramiento de cables en áreas de interés turístico en localidades.	1,2,3,4,5,6	Gore, Mop, Minvu, municipios	Priorización e impulso de acciones en localidades que permitan el soterramiento de cables en áreas de interés turístico.
	A3.5.10 Programa de reconocimiento y puesta en valor de atractivos históricos y culturales.	1,2,3,4,5,6	Gore, Mop, Minvu, municipios	Estudio y puesta en marcha de acciones que permitan el reconocimiento y puesta en valor de atractivos históricos y culturales a priorizar.
A3.6 SUSTENTABILIDAD ENERGÉTICA EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	A3.6.1 Programa de reacondicionamiento térmico para establecimientos turísticos.	4,7,8	Gore, Corfo, Ascc, Seremi Medioambiente	Impulso a las mejoras de acondicionamiento térmico a nivel de establecimientos turísticos para su habilitación y mantención durante todas las temporadas del año.
	A3.6.2 Programa de concientización sobre eficiencia energética para el sector turismo.	4,7,8	Gore, Corfo, Ascc, Seremi Medioambiente	Realización de campañas que favorezcan la adopción de medidas para la eficiencia energética a nivel del sector turístico regional.
	A3.6.3 Estudio de potencial y viabilidad de energía mareomotriz para abastecer islas energéticas en la zona costera.	1,2,3,4,5,6	Gore, Corfo, Ascc, Seremi Energía	Realización de estudio sobre el potencial y la viabilidad del uso de la energía mareomotriz para el abastecimiento de las islas con potencial de visitación turística de la región.
	A3.6.4 Programa de fomento para el uso de autogeneración eléctrica sustentable en zonas aisladas.	1,2,3,4,5,6	Gore, Corfo, Ascc, Seremi de Energía	Priorización e implementación de acciones para fomentar la autogeneración eléctrica sustentable en zonas turística aisladas.

A. PLAN OPERACIONAL DE DESARROLLO

A3. EJE DE SOSTENIBILIDAD (4/4)

LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	MONTO (\$M)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
A3.5 PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS	A3.5.1 Programa de Gestión de Riesgos y Seguridad Turística de Destinos Regionales.	\$ 50.000		2021	2022			
	A3.5.2 Programa para el fortalecimiento de la gestión de planes territoriales de turismo y de las Zonas de Interés Turístico.	\$ 200.000		2021	2022	2023	2024	
	A3.5.3 Programa de mejora, implementación y difusión de ordenanzas con impacto en el desarrollo y operación turística.	\$ 60.000	2020	2021	2022			
	A3.5.4 Programa de gestión comunal de los residuos sólidos.	\$ 60.000			2022	2023	2024	
	A3.5.5 Programa de medición de capacidad de carga, límites de cambio aceptable y huella de carbono en sitios de interés turístico.	\$ 450.000		2021	2022	2024		
	A3.5.6 Programa para el mejoramiento de fachadas en localidades de la Carretera Austral.	\$ 300.000				2023	2024	2025
	A3.5.7 Programa para la ampliación de cobertura de servicios básicos en zonas rurales de interés turístico.	\$ 800.000			2022	2023	2024	2025
	A3.5.8 Programa de reforestación para la remediación de zonas naturales afectadas.	\$ 300.000			2022	2023	2024	
	A3.5.9 Programa de soterramiento de cables en áreas de interés turístico en localidades.	\$ 1.000.000				2023	2024	2025
	A3.5.10 Programa de reconocimiento y puesta en valor de atractivos históricos y culturales.	\$ 600.000			2022	2023	2024	
A3.6 SUSTENTABILIDAD ENERGÉTICA EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	A3.6.1 Programa de reacondicionamiento térmico para establecimientos turísticos.	\$ 2.000.000				2023	2024	2025
	A3.6.2 Programa de concientización sobre eficiencia energética para el sector turismo.	\$ 90.000		2021	2022	2023		
	A3.6.3 Estudio de potencial y viabilidad de energía mareomotriz para abastecer islas energéticas en la zona costera.	\$ 150.000				2023	2024	2025
	A3.6.4 Programa de fomento para el uso de autogeneración eléctrica sustentable en zonas aisladas.	\$ 1.000.000			2022	2023	2024	

PLANES OPERACIONALES Y PRESUPUESTOS ESTIMADOS

B. PLAN OPERACIONAL DE MARKETING TURÍSTICO

B1. EJE DE PRODUCTOS TURÍSTICOS:

Apunta a mejorar la preparación de los productos para los mercados turísticos específicos. Enfocándose en productos de naturaleza, aventura, desconexión, cultura local, sustentabilidad, conocimiento y de nichos (pesca, navegación, cruceros, MICE). Respecto a los mercados, teniendo la orientación hacia mercado intrarregional, nacional (RM, Los Lagos, Biobío, Valparaíso, Antofagasta), internacional: Argentina (Prov. Chubut, Santa Cruz, Buenos Aires, Córdoba), Brasil, Uruguay, Perú, Colombia, EEUU, Canadá, Europa (Alemania, Francia, Reino Unido, Países Bajos y prospectos), Australia, Japón. Teniendo en consideración paulatina implementación de la mano de la recuperación post pandemia.

B2. EJE DE PROMOCIÓN:

Tiene por finalidad el despliegue de acciones dirigidas hacia el canal comercial, al consumidor final y a los medios de comunicación e influenciadores. Asimismo, comprende el desarrollo de materiales de soporte e información y la inteligencia de mercado.

B3. PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DE MARCA:

Este programa despliega un conjunto de acciones que apuntan hacia el trabajo de ajustes sobre la marca turística regional, AYSÉN PATAGONIA, los mensajes específicos y trabajo sobre su vinculación con el programa general de marketing.

PLANES OPERACIONALES Y PRESUPUESTOS ESTIMADOS

B. PLAN OPERACIONAL DE MARKETING TURÍSTICO

B1. EJE DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

1 Aysén Patagonia, cultura local	2 Aysén Patagonia, naturaleza, aventura y desconexión	3 Aysén Patagonia, sustentabilidad de origen	4 Aysén Patagonia, tierra de conocimiento
5 Aysén Patagonia, nichos: pesca, navegación, cruceros, MICE	6 innovación en productos	7 orgullo patagón	8 cooperación Patagonia: corredor seguro

B2. EJE DE PROMOCIÓN

1 Aysén Patagonia en los mercados	2 Aysén Patagonia en Aysén Patagonia	3 soporte a la promoción	4 acciones al trade turístico
5 acciones a la prensa y otros prescriptores	6 acciones al público final	7 acciones a nichos de mercado	8 Aysén Patagonia, destino de película
			9 Aysén Patagonia, destino de inversión

B3. EJE DE FORTALECIMIENTO DE MARCA

1 la marca desde la región para los mercados	2 la marca en la vida cotidiana	3 Aysén Patagonia, estandarte de mi negocio turístico	4 gestión de la marca
5 expertos de Aysén Patagonia	6 embajadores de Aysén Patagonia	7 Aysén Patagonia, encuentro anual de turismo	

B. PLAN OPERACIONAL DE MARKETING

B2. EJE DE PRODUCTOS TURÍSTICOS (1/4)

LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	APORTA OBJETIVO	ENTIDADES VINCULANTES	DESCRIPCIÓN
B1.1 AYSÉN PATAGONIA, CULTURA LOCAL	B1.1.1 Definición y articulación de propuestas de producto asociadas a la puesta en valor y la vivencia de la CULTURA PATAGONA.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur, Seremi Cultura	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos que pongan en valor la vivencia de la cultura patagona.
	B1.1.2 Definición y articulación de propuestas de producto asociadas a la puesta en valor y la vivencia de la GASTRONOMÍA PATAGONA.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur, Seremi Cultura	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos que pongan en valor la vivencia de la gastronomía patagona.
	B1.1.3 Definición y articulación de propuestas de producto asociadas un CALENDARIO DE EVENTOS DE LA CULTURA PATAGONA.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur, Seremi Cultura	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos que pongan en valor la vivencia de la cultura patagona.
	B1.1.4 Definición y articulación de propuestas de producto asociadas a la puesta en valor de las TRADICIONES Y COSTUMBRES de AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur, Seremi Cultura	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos que pongan en valor la vivencia de las tradiciones y costumbres de la región.
	B1.1.5 Definición y articulación de propuestas de producto asociadas a la puesta en valor de vivencias del FOLKLORE de AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur, Seremi Cultura	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos que pongan en valor la vivencia del folklore de la región.
	B1.1.6 Definición y articulación de propuestas de producto asociadas al rescate de relatos y potenciación de las HUELLAS DE LOS PRIMEROS POBLADORES.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur, Seremi Cultura	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos que rescaten relatos y potencien la temática de las huellas de los primeros pobladores de la región.
	B1.1.7 Definición y articulación de propuestas de producto asociadas al rescate y la puesta en valor ARTESANÍA de AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur, Seremi Cultura	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos que rescaten y pongan en valor la artesanía regional.
B1.2 AYSÉN PATAGONIA, NATURALEZA, AVENTURA Y DESCONEJIÓN	B1.2.1 Definición y articulación de propuestas de producto orientados a la puesta en valor de EXPERIENCIA DE AVENTURAS EXTREMAS EN AGUA de AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos que pongan en valor de experiencias de aventura que se desarrollan en agua - ríos, lagos, mar.
	B1.2.2 Definición y articulación de propuestas de producto orientados a la puesta en valor de EXPERIENCIA DE AVENTURAS EXTREMAS EN HIELO de AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos que pongan en valor de experiencias de aventura que se desarrollan en hielos.
	B1.2.3 Definición y articulación de propuestas de producto orientados a la puesta en valor de EXPERIENCIA DE AVENTURAS EXTREMAS EN TIERRA de AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos que pongan en valor de experiencias de aventura que se desarrollan en ASPEs y territorios de interés turístico.
	B1.2.4 Potenciación y articulación de redes de servicios en torno a la RUTA DE LOS PARQUES.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur, Conaf	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos asociados a la Ruta de los Parques.
	B1.2.5 Definición y articulación de propuestas de producto orientados a la EXPLORACIÓN Y DESCUBRIMIENTO del patrimonio natural de Aysén Patagonia.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos orientados a la exploración y descubrimiento del patrimonio natural.
	B1.2.6 Definición y articulación de propuestas de productos de BAÑOS DE BOSQUES PATAGONES.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos orientados a servicios de baños de bosques en la Patagonia.
	B1.2.7 Definición y articulación de propuestas de productos orientados a ITINERARIOS POR LA NATURALEZA PATAGONA.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos orientados a itinerarios integrados por sitios naturales de la región.
	B1.2.8 Definición y articulación de propuestas de productos orientados a la RELAJACIÓN Y MINDFULNESS EN AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos orientados a servicios de relajación-mindfulness a nivel de la región.
	B1.2.9 Definición y articulación de propuestas de productos orientados al BIENESTAR - WELLNESS EN AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos orientados a servicios de bienestar-wellness a nivel de la región.
	B1.2.10 Definición y articulación de propuestas de producto orientados a la puesta en valor de RUTA DE LOS GLACIARES.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos que se puedan asociar a la creación de una Ruta de los Glaciares.

B. PLAN OPERACIONAL DE MARKETING

B2. EJE DE PRODUCTOS TURÍSTICOS (1/2)

LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	MONTO (\$M)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
B1.1 AYSÉN PATAGONIA, CULTURA LOCAL	B1.1.1 Definición y articulación de propuestas de producto asociadas a la puesta en valor y la vivencia de la CULTURA PATAGONIA.	\$ 20.000	2020	2021				
	B1.1.2 Definición y articulación de propuestas de producto asociadas a la puesta en valor y la vivencia de la GASTRONOMÍA PATAGONIA.	\$ 20.000	2020	2021				
	B1.1.3 Definición y articulación de propuestas de producto asociadas un CALENDARIO DE EVENTOS DE LA CULTURA PATAGONIA.	\$ 20.000	2020	2021				
	B1.1.4 Definición y articulación de propuestas de producto asociadas a la puesta en valor de las TRADICIONES Y COSTUMBRES de AYSÉN PATAGONIA.	\$ 20.000		2021	2022			
	B1.1.5 Definición y articulación de propuestas de producto asociadas a la puesta en valor de vivencias del FOLKLORE de AYSÉN PATAGONIA.	\$ 20.000		2021	2022			
	B1.1.6 Definición y articulación de propuestas de producto asociadas al rescate de relatos y potenciación de las HUELLAS DE LOS PRIMEROS POBLADORES.	\$ 20.000		2021	2022			
	B1.1.7 Definición y articulación de propuestas de producto asociadas al rescate y la puesta en valor ARTESANÍA de AYSÉN PATAGONIA.	\$ 20.000		2021	2022			
B1.2 AYSÉN PATAGONIA, NATURALEZA, AVENTURA Y DESCONEXIÓN	B1.2.1 Definición y articulación de propuestas de producto orientados a la puesta en valor de EXPERIENCIA DE AVENTURAS EXTREMAS EN AGUA de AYSÉN PATAGONIA.	\$ 20.000	2020	2021				
	B1.2.2 Definición y articulación de propuestas de producto orientados a la puesta en valor de EXPERIENCIA DE AVENTURAS EXTREMAS EN HIELO de AYSÉN PATAGONIA.	\$ 20.000	2020	2021				
	B1.2.3 Definición y articulación de propuestas de producto orientados a la puesta en valor de EXPERIENCIA DE AVENTURAS EXTREMAS EN TIERRA de AYSÉN PATAGONIA.	\$ 20.000		2021	2022			
	B1.2.4 Potenciación y articulación de redes de servicios en torno a la RUTA DE LOS PARQUES.	\$ 20.000	2020	2021				
	B1.2.5 Definición y articulación de propuestas de producto orientados a la EXPLORACIÓN Y DESCUBRIMIENTO del patrimonio natural de Aysén Patagonia.	\$ 20.000		2021	2022			
	B1.2.6 Definición y articulación de propuestas de productos de BAÑOS DE BOSQUES PATAGONES.	\$ 20.000			2022	2023		
	B1.2.7 Definición y articulación de propuestas de productos orientados a ITINERARIOS POR LA NATURALEZA PATAGONIA.	\$ 20.000		2021	2022			
	B1.2.8 Definición y articulación de propuestas de productos orientados a la RELAJACIÓN Y MINDFULNESS EN AYSÉN PATAGONIA.	\$ 20.000			2022	2023		
	B1.2.9 Definición y articulación de propuestas de productos orientados al BIENESTAR - WELLNESS EN AYSÉN PATAGONIA.	\$ 20.000			2022	2023		
	B1.2.10 Definición y articulación de propuestas de producto orientados a la puesta en valor de RUTA DE LOS GLACIARES.	\$ 20.000			2022	2023		

B. PLAN OPERACIONAL DE MARKETING

B2. EJE DE PRODUCTOS TURÍSTICOS (3/4)

LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	APORTA OBJETIVO	ENTIDADES VINCULANTES	DESCRIPCIÓN
B1.3 AYSÉN PATAGONIA, SUSTENTABILIDAD DE ORIGEN	B1.3.1 Articulación y potenciación de propuestas de EMPRESAS Y SERVICIOS de AYSÉN PATAGONIA RECONOCIDOS POR SU SUSTENTABILIDAD.	4,8,9	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de sus propuestas en torno a su diferenciación por ser reconocidos por programas/gestion desde la sustentabilidad.
	B1.4.1 Definición y articulación de propuestas de productos de APRENDIZAJE EN AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos orientados al aprendizaje, a la educación en centros académicos de la región.
B1.4 AYSÉN PATAGONIA, TIERRA DE CONOCIMIENTO	B1.4.2 Definición y articulación de propuestas de productos de ESTUDIOS EN AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos orientados a la realización de estudios en la región.
	B1.4.3 Definición y articulación de propuestas de productos de INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA EN AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos orientados a la investigación científica en la región.
	B1.4.4 Definición y articulación de propuestas de productos de VOLUNTARIADO EN AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos orientados a viajes por voluntariado a nivel de la región.
	B1.5.1 Articulación y potenciación de propuestas de productos de NAVEGACIÓN EN AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos orientados a la navegación en la región.
B1.5 AYSÉN PATAGONIA, NICHOS - PESCA, NAVEGACIÓN, CRUCEROS, MICE	B1.5.2 Articulación y potenciación de propuestas de productos de PESCA EN AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos orientados a la pesca en la región.
	B1.5.3 Articulación y potenciación de propuestas de productos de VIAJES DE INCENTIVO EN AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos orientados a viajes de incentivo en la región.
	B1.5.4 Articulación y potenciación de propuestas de productos para la REUNIONES, CONGRESOS Y CONFERENCIAS EN AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos orientados a reuniones, congresos y conferencias en la región.
	B1.5.5 Articulación y potenciación de propuestas de productos para CRUCEROS EN LOS CANALES PATAGÓNICOS.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos orientados a los cruceros en la región.
	B1.5.6 Definición y potenciación de EVENTOS DEPORTIVOS de naturaleza y turismo de aventura.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Identificación de proveedores y prestadores, generación y articulación de productos turísticos, e impulso orientado a la realización de eventos deportivos en la región.
	B1.6.1 Fomento a la innovación, fortalecimiento y mejora de propuestas en la línea de productos de AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4,7	Gore, Corfo, Sernatur	Realización de acciones de apoyo que incentiven en el empresariado mejoras en las propuestas en los productos turísticos regionales.
B1.6 INNOVACIÓN EN PRODUCTOS	B1.6.2 Análisis y puesta en marcha de acuerdos de acceso beneficiado para la comunidad regional, DESCUBRIR MI AYSÉN PATAGONIA .	1,2,3,4,5,6,7	Gore, Corfo, Sernatur	Realización de análisis y puesta en marcha de acuerdos a nivel de los administradores de sitios turísticos que beneficien viajes intrarregionales.
	B1.6.3 Análisis y puesta en marcha de incentivos económicos para DESCUBRIR PATAGONIA para el turista nacional.	1,2,3,4,5,6,7	Gore, Corfo, Sernatur	Realización de estudio e implementación de acuerdos a nivel de prestadores que permitan incentivar el viaje intrarregional.
B1.7 ORGULLO PATAGÓN	B1.7.1 Creación de programa de NARRADORES DE AYSÉN PATAGONIA, a través de rescate audiovisual y articulación para incorporación en productos turísticos regionales.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur, Seremi Cultura	Generación del rescate audiovisual de narradores selectos a nivel de la región y que pueda insertarse como contenido en los productos turísticos regionales.
B1.8 COOPERACIÓN PATAGONIA - CORREDOR SEGURO	B1.8.1 Creación, articulación y habilitación de producto integrado con destinos de proximidad PATAGONIA - CORREDOR SEGURO.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur, Seremi Salud	Realización de gestiones e implementación de acciones que favorezcan la puesta en marcha de un corredor seguro entre regiones y provincias de la Patagonia.

B. PLAN OPERACIONAL DE MARKETING

B2. EJE DE PRODUCTOS TURÍSTICOS (4/4)

LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	MONTO (\$M)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
B1.3 AYSÉN PATAGONIA, SUSTENTABILIDAD DE ORIGEN	B1.3.1 Articulación y potenciación de propuestas de EMPRESAS Y SERVICIOS de AYSÉN PATAGONIA RECONOCIDOS POR SU SUSTENTABILIDAD.	\$ 60.000			2022	2023	2024	
	B1.4.1 Definición y articulación de propuestas de productos de APRENDIZAJE EN AYSÉN PATAGONIA.	\$ 25.000		2021	2022	2023		
B1.4 AYSÉN PATAGONIA, TIERRA DE CONOCIMIENTO	B1.4.2 Definición y articulación de propuestas de productos de ESTUDIOS EN AYSÉN PATAGONIA.	\$ 25.000		2021	2022	2023		
	B1.4.3 Definición y articulación de propuestas de productos de INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA EN AYSÉN PATAGONIA.	\$ 25.000		2021	2022	2023		
	B1.4.4 Definición y articulación de propuestas de productos de VOLUNTARIADO EN AYSÉN PATAGONIA.	\$ 25.000			2022	2023	2024	
	B1.5.1 Articulación y potenciación de propuestas de productos de NAVEGACIÓN EN AYSÉN PATAGONIA.	\$ 20.000		2021	2022	2023		
B1.5 AYSÉN PATAGONIA, NICHOS - PESCA, NAVEGACIÓN, CRUCEROS, MICE	B1.5.2 Articulación y potenciación de propuestas de productos de PESCA EN AYSÉN PATAGONIA.	\$ 20.000	2020	2021	2022			
	B1.5.3 Articulación y potenciación de propuestas de productos de VIAJES DE INCENTIVO EN AYSÉN PATAGONIA.	\$ 30.000		2021	2022	2023		
	B1.5.4 Articulación y potenciación de propuestas de productos para la REUNIONES, CONGRESOS Y CONFERENCIAS EN AYSÉN PATAGONIA.	\$ 30.000		2021	2022	2023		
	B1.5.5 Articulación y potenciación de propuestas de productos para CRUCEROS EN LOS CANALES PATAGÓNICOS.	\$ 30.000			2022	2023	2024	
	B1.5.6 Definición y potenciación de EVENTOS DEPORTIVOS de naturaleza y turismo de aventura.	\$ 150.000		2021	2022	2023		
	B1.6.1 Fomento a la innovación, fortalecimiento y mejora de propuestas en la línea de productos de AYSÉN PATAGONIA.	\$ 20.000			2022	2023		
B1.6 INNOVACIÓN EN PRODUCTOS	B1.6.2 Análisis y puesta en marcha de acuerdos de acceso beneficiado para la comunidad regional, DESCUBRIR MI AYSÉN PATAGONIA .	\$ 10.000	2020	2021				
	B1.6.3 Análisis y puesta en marcha de incentivos económicos para DESCUBRIR PATAGONIA para el turista nacional.	\$ 50.000	2020	2021				
B1.7 ORGULLO PATAGÓN	B1.7.1 Creación de programa de NARRADORES DE AYSÉN PATAGONIA, a través de rescate audiovisual y articulación para incorporación en productos turísticos regionales.	\$ 20.000		2021	2022			
B1.8 COOPERACIÓN PATAGONIA - CORREDOR SEGURO	B1.8.1 Creación, articulación y habilitación de producto integrado con destinos de proximidad PATAGONIA - CORREDOR SEGURO.	\$ 30.000	2020	2021				

B. PLAN OPERACIONAL DE MARKETING

B2. EJE DE PROMOCIÓN (1/4)

LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	APORTA OBJETIVO	ENTIDADES VINCULANTES	DESCRIPCIÓN
B2.1 AYSÉN PATAGONIA EN LOS MERCADOS	B2.1.1 Establecimiento de redes de representación en los mercados turísticos prioritarios.	1,2,3,4	Gore, Sernatur	Definición e implementación de acuerdos a nivel de los mercados para la implementación de representantes que favorzcan la inserción y coordinación de acciones en dichos mercados priorizados.
	B2.1.2 Incorporación, levantamiento y adaptación de contenidos de los destinos en materiales de soporte.	1,2,3,4	Gore, Sernatur	Realización de ajustes de contenidos en materiales de soporte acorde a las orientaciones de productos de la región.
	B2.1.3 Creación de contenidos dirigidos para la prensa, para desarrollo artículos sobre la región, los productos, los destinos y contenidos especializados para los mercados nicho.	1,2,3,4	Gore, Sernatur	Realización de contenidos mensuales para la información y difusión a la prensa.
	B2.1.4 Formulación de planes de promoción turística para los destinos.	1,2,3,4	Gore, Sernatur, municipios	Realización de apoyos técnicos para la formulación de planes de promoción turística de destinos regionales.
	B2.1.5 Definición de modelo y coordinación para la participación de destinos y representantes en acciones de promoción.	1,2,3,4	Gore, Sernatur, municipios	Realización de modelo de acuerdos y asistencia en la coordinación a nivel de los destinos y sus representantes para la participación en acciones promocionales.
B2.2 AYSÉN PATAGONIA EN AYSÉN PATAGONIA	B2.2.1 Implementación de campaña de promoción turística a nivel de destinos regionales para motivar los viajes dentro de AYSÉN PATAGONIA - YO, ME QUEDO EN MI AYSÉN PATAGONIA.	1	Gore, Sernatur	Realización de campaña de promoción turística intrarregional a través de soportes de medios-redes regionales.
	B2.2.2 Implementación de campañas con colegios ESCUELA AL AIRE LIBRE, CONOCIENDO MI AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4,7	Gore, Sernatur	Realización de campaña de promoción dirigida hacia colegios regionales para el reconocimiento de los atributos turísticos de la región.
	B2.3.1 Desarrollo de materiales digitales e impresos: generales sobre la región, los productos, los destinos y los especializados para los mercados nicho y el canal comercial.	1	Gore, Sernatur	Generación de materiales y su reposicionamiento para el uso en acciones de promoción.
B2.3 SOPORTE A LA PROMOCIÓN	B2.3.2 Realización de ajustes web de promoción de AYSÉN PATAGONIA, con enfoque hacia la conceptualización AYSÉN PATAGONIA, RESERVA DE VIDA, con la incorporación de nuevos productos y fortalecimiento de alternativas de idiomas.	1,9	Gore, Sernatur	Implementación de ajustes a la web acorde a los enfoques y nuevos productos a considerar por parte de la región.
	B2.3.3 Definición de modelo y recomendaciones de uso y difusión en redes sociales y plataformas online para prestadores y destinos de AYSÉN PATAGONIA.	1,9	Gore, Sernatur	Realización de modelo e implementación de recomendaciones de uso y difusión en redes sociales y plataformas online para prestadores y destinos turísticos de la región.
	B2.4.1 Actualización de base de datos de operadores nacionales e internacionales, según mercados estratégicos, y su mantenimiento.	9	Gore, Sernatur	Generación y mantención de base de datos de tour operadores estratégicos, según mercados y productos.
B2.4 ACCIONES AL TRADE TURÍSTICO	B2.4.2 Realización de boletines informativos mensuales sobre novedades y propuestas de producto de Aysén Patagonia.	9	Gore, Sernatur	Generación mensual de boletines y su difusión a nivel de los tour operadores de la base de datos.
	B2.4.3 Realización de workshops online y offline para la muestra de productos y generación de vínculos entre los operadores regionales y de los mercados estratégicos.	9	Gore, Sernatur	Ejecución de workshops periódicos online y offline, recomendación 2 por semestre, a nivel de los mercados estratégicos.
	B2.4.4 Definición y realización de campañas de publicidad cooperada con el sector comercial regional y en mercados estratégicos.	9	Gore, Sernatur	Identificación de potenciales cooperadores e implementación de campaña a nivel de los mercados estratégicos de productos regionales específicos.
	B2.4.5 Participación en ferias especializadas y realización de reuniones con el canal comercial.	1,2,3,4,5,6,7	Gore, Sernatur	Preparación, participación y seguimiento de las acciones de ferias en mercados estratégicos.
	B2.4.6 Realización anual de famtrip para tour operadores de mercados estratégicos.	1,2,3,4,5,6,7	Gore, Sernatur	Realización de un famtrip anual para tour operadores seleccionados de mercados estratégicos.

B. PLAN OPERACIONAL DE MARKETING

B2. EJE DE PROMOCIÓN (2/4)

LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	MONTO (\$M)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
B2.1 AYSÉN PATAGONIA EN LOS MERCADOS	B2.1.1 Establecimiento de redes de representación en los mercados turísticos prioritarios.	\$ 80.000		2021	2022	2023	2024	
	B2.1.2 Incorporación, levantamiento y adaptación de contenidos de los destinos en materiales de soporte.	\$ 20.000		2021	2022			
	B2.1.3 Creación de contenidos dirigidos para la prensa, para desarrollo artículos sobre la región, los productos, los destinos y contenidos especializados para los mercados nicho.	\$ 80.000		2021	2022	2023	2024	
	B2.1.4 Formulación de planes de promoción turística para los destinos.	\$ 100.000				2022	2023	
	B2.1.5 Definición de modelo y coordinación para la participación de destinos y representantes en acciones de promoción.	\$ 10.000		2021	2022	2023	2024	
B2.2 AYSÉN PATAGONIA EN AYSÉN PATAGONIA	B2.2.1 Implementación de campaña de promoción turística a nivel de destinos regionales para motivar los viajes dentro de AYSÉN PATAGONIA - YO, ME QUEDO EN MI AYSÉN PATAGONIA.	\$ 20.000	2020	2021				
	B2.2.2 Implementación de campañas con colegios ESCUELA AL AIRE LIBRE, CONOCIENDO MI AYSÉN PATAGONIA.	\$ 30.000		2021	2022	2023		
	B2.3.1 Desarrollo de materiales digitales e impresos: generales sobre la región, los productos, los destinos y los especializados para los mercados nicho y el canal comercial.	\$ 200.000	2020	2021	2022	2023	2024	
B2.3 SOPORTE A LA PROMOCIÓN	B2.3.2 Realización de ajustes web de promoción de AYSÉN PATAGONIA, con enfoque hacia la conceptualización AYSÉN PATAGONIA, RESERVA DE VIDA, con la incorporación de nuevos productos y fortalecimiento de alternativas de idiomas.	\$ 10.000	2020	2021	2022	2023		
	B2.3.3 Definición de modelo y recomendaciones de uso y difusión en redes sociales y plataformas online para prestadores y destinos de AYSÉN PATAGONIA.	\$ 8.000	2020	2021	2022	2023		
	B2.4.1 Actualización de base de datos de operadores nacionales e internacionales, según mercados estratégicos, y su mantenimiento.	\$ 10.000	2020	2021	2022	2023	2024	
B2.4 ACCIONES AL TRADE TURÍSTICO	B2.4.2 Realización de boletines informativos mensuales sobre novedades y propuestas de producto de Aysén Patagonia.	\$ 15.000	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	B2.4.3 Realización de workshops online y offline para la muestra de productos y generación de vínculos entre los operadores regionales y de los mercados estratégicos.	\$ 30.000	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	B2.4.4 Definición y realización de campañas de publicidad cooperada con el sector comercial regional y en mercados estratégicos.	\$ 150.000		2021	2022	2023	2024	2025
	B2.4.5 Participación en ferias especializadas y realización de reuniones con el canal comercial.	\$ 300.000		2021	2022	2023	2024	2025
	B2.4.6 Realización anual de famtrip para tour operadores de mercados estratégicos.	\$ 150.000		2021	2022	2023	2024	2025

B. PLAN OPERACIONAL DE MARKETING

B2. EJE DE PROMOCIÓN (3/4)

LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	APORTA OBJETIVO	ENTIDADES VINCULANTES	DESCRIPCIÓN
B2.5 ACCIONES A LA PRENSA Y OTROS PRESCRIPTORES	B2.5.1 Actualización de base de datos de medios, periodistas y otros prescriptores nacionales e internacionales, según mercados estratégicos, y su mantenimiento.	9	Gore, Sernatur	Generación y mantención de base de datos de medios, periodistas y otros prescriptores, según mercados y productos.
	B2.5.2 Realización de boletines informativos mensuales sobre novedades y propuestas de producto de Aysén Patagonia.	9	Gore, Sernatur	Generación mensual de boletines y su difusión a nivel de los medios, periodistas y prescriptores de la base de datos.
	B2.5.3 Creación del premio anual de reconocimiento a la labor periodística nacional e internacional sobre AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4	Gore, Sernatur	Implementación y selección anualmente de un premiado periodista nacional e internacional referente a los contenidos de las publicaciones sobre la región.
	B2.5.4 Realización de presstrips para periodistas y otros prescriptores de mercados estratégicos.	1,2,3,4,5,6,7,9	Gore, Sernatur	Realización de un presstrip anual para periodistas y otros prescriptores seleccionados de mercados estratégicos.
	B2.6.1 Generación y facilitación de contenidos sobre el destino y sus propuestas de producto a portales de difusión turística.	9	Gore, Sernatur	Desarrollo de contenidos referentes a los destinos y propuestas de producto y su distribución a portales de difusión turística sobre la región.
	B2.6.2 Implementación de campañas de promoción en redes sociales y plataformas web con enfoque a mercados e intereses en productos de AYSÉN PATAGONIA.	9	Gore, Sernatur	Realización de campañas acorde a mercados estratégicos y productos a través de redes sociales y plataformas web.
B2.6 ACCIONES AL PÚBLICO FINAL	B2.6.3 Creación de alianzas y habilitación de puntos móviles, estacionales, de información turística estandarizada a nivel de AYSÉN PATAGONIA y sus principales sitios de visitación.	1,2,3,4	Gore, Sernatur	Identificación de posibles alianzas y habilitación de puntos móviles por temporada con información turística regional y sus sitios de visitación.
	B2.6.4 Participación en ferias de consumidor final focalizadas en las motivaciones de productos de AYSÉN PATAGONIA.	1,2,3,4,5,6,7	Gore, Sernatur	Preparación, participación y seguimiento de las acciones de ferias dirigidas al público final en mercados estratégicos.
	B2.6.5 Realización de acciones y activaciones de street marketing, principalmente en la Región Metropolitana, en lugares de interés de público objetivo.	1,2,3,4,5,6,7	Gore, Sernatur	Preparación y ejecución de acciones de street marketing, principalmente en la Región Metropolitana.
	B2.6.6 Generación de portones de ingreso, con información cartográfica y de datos sobre los principales productos en los ejes e inicios de destinos turísticos.	1,2,3,4	Gore, Sernatur	Definición e implementación de portones de ingreso a los destinos turísticos, con información cartográfica y datos sobre los productos turísticos.
	B2.7.1 Realización de acuerdos con prestadores, empresas, asociaciones y generación de acciones de promoción específicas para la atracción de reuniones, congresos y conferencias.	1,2,3,4,7	Gore, Sernatur	Gestión de acuerdos e implementación de acciones para la atracción de reuniones, congresos y conferencias hacia la región.
B2.7 ACCIONES A NICHOS DE MERCADO	B2.7.2 Realización de acuerdos con prestadores, tour operadores especializados y generación de acciones de promoción específicas para el nicho del producto navegación.	1,2,3,4,7	Gore, Sernatur	Gestión de acuerdos e implementación de acciones para la promoción del producto de navegación de la región.
	B2.7.3 Realización de acuerdos con prestadores, tour operadores especializados y generación de acciones de promoción específicas para el nicho del producto pesca.	1,2,3,4,7	Gore, Sernatur	Gestión de acuerdos e implementación de acciones para la promoción del producto pesca en la región.
	B2.7.4 Realización de acuerdos con prestadores, tour operadores especializados y para la generación de acciones de promoción específicas para el nicho del producto de viajes de incentivo.	1,2,3,4,7	Gore, Sernatur	Gestión de acuerdos e implementación de acciones para la atracción de viajes de incentivo hacia la región.
	B2.7.5 Realización de acuerdos con prestadores, tour operadores especializados y generación de acciones de promoción específicas para el nicho del producto cruceros.	1,2,3,4,7	Gore, Sernatur	Gestión de acuerdos e implementación de acciones para la promoción del producto de cruceros en la región.
B2.8 AYSÉN PATAGONIA, DESTINO DE PELÍCULA	B2.8.1 Realización de coordinaciones con la Comisión Fílmica Nacional y organismos regionales, para el impulso de Aysén Patagonia como destino de filmaciones.	6,7	Gore, Corfo, Sernatur	Impulso y realización de gestiones que permitan la inserción de los destinos de la región como locaciones para filmaciones.
	B2.9.1 Realización de coordinaciones con Invest Chile para la promoción de oportunidades de inversión en Aysén Patagonia, en concordancia con la potenciación y protección de los atributos culturales y naturales de la región.	5,6,7	Gore, Corfo, Sernatur	Impulso y realización de gestiones que permitan la atracción de inversiones en la región.

B. PLAN OPERACIONAL DE MARKETING

B2. EJE DE PROMOCIÓN (4/4)

LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	MONTO (\$M)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
B2.5 ACCIONES A LA PRENSA Y OTROS PRESCRIPTORES	B2.5.1 Actualización de base de datos de medios, periodistas y otros prescriptores nacionales e internacionales, según mercados estratégicos, y su mantenimiento.	\$ 10.000	2020	2021	2022	2023	2024	
	B2.5.2 Realización de boletines informativos mensuales sobre novedades y propuestas de producto de Aysén Patagonia.	\$ 15.000	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	B2.5.3 Creación del premio anual de reconocimiento a la labor periodística nacional e internacional sobre AYSÉN PATAGONIA.	\$ 18.000	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	B2.5.4 Realización de presstrips para periodistas y otros prescriptores de mercados estratégicos.	\$ 150.000		2021	2022	2023	2024	2025
B2.6 ACCIONES AL PÚBLICO FINAL	B2.6.1 Generación y facilitación de contenidos sobre el destino y sus propuestas de producto para portales de difusión turística.	\$ 10.000	2020	2021	2022	2023	2024	
	B2.6.2 Implementación de campañas de promoción en redes sociales y plataformas web con enfoque a mercados e intereses en productos de AYSÉN PATAGONIA.	\$ 100.000	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	B2.6.3 Creación de alianzas y habilitación de puntos móviles, estacionales, de información turística estandarizada a nivel de AYSÉN PATAGONIA y sus principales sitios de visitación.	\$ 150.000		2021	2022	2023	2024	2025
	B2.6.4 Participación en ferias de consumidor final focalizadas en las motivaciones de productos de AYSÉN PATAGONIA.	\$ 300.000		2021	2022	2023	2024	2025
	B2.6.5 Realización de acciones y activaciones de street marketing, principalmente en la Región Metropolitana, en lugares de interés de público objetivo.	\$ 500.000		2021	2022	2023	2024	2025
	B2.6.6 Generación de portones de ingreso, con información cartográfica y de datos sobre los principales productos en los ejes e inicios de destinos turísticos.	\$ 60.000				2023	2024	
B2.7 ACCIONES A NICHOS DE MERCADO	B2.7.1 Realización de acuerdos con prestadores, empresas, asociaciones y generación de acciones de promoción específicas para la atracción de reuniones, congresos y conferencias.	\$ 15.000		2021	2022	2023		
	B2.7.2 Realización de acuerdos con prestadores, tour operadores especializados y generación de acciones de promoción específicas para el nicho del producto navegación.	\$ 15.000		2021	2022	2023		
	B2.7.3 Realización de acuerdos con prestadores, tour operadores especializados y generación de acciones de promoción específicas para el nicho del producto pesca.	\$ 20.000	2020	2021	2022	2023		
	B2.7.4 Realización de acuerdos con prestadores, tour operadores especializados y para la generación de acciones de promoción específicas para el nicho del producto de viajes de incentivo.	\$ 15.000		2021	2022	2023		
	B2.7.5 Realización de acuerdos con prestadores, tour operadores especializados y generación de acciones de promoción específicas para el nicho del producto cruceros.	\$ 20.000		2021	2022	2023	2024	
B2.8 AYSÉN PATAGONIA, DESTINO DE PELÍCULA	B2.8.1 Realización de coordinaciones con la Comisión Fílmica Nacional y organismos regionales, para el impulso de Aysén Patagonia como destino de filmaciones.	\$ 30.000		2021	2022	2023		
B2.9 AYSÉN PATAGONIA, DESTINO DE INVERSIÓN	B2.9.1 Realización de coordinaciones con Invest Chile para la promoción de oportunidades de inversión en Aysén Patagonia, en concordancia con la potenciación y protección de los atributos culturales y naturales de la región.	\$ 40.000	2020	2021	2022	2023		

B. PLAN OPERACIONAL DE MARKETING

B3. EJE DE FORTALECIMIENTO DE MARCA (1/2)

LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	APORTA OBJETIVO	ENTIDADES VINCULANTES	DESCRIPCIÓN
B3.1 LA MARCA DESDE LA REGIÓN PARA LOS MERCADOS	B3.1.1 Coordinación y ajustes con los destinos turísticos que cuentan o que están en proceso de definición de imágenes-marcas territoriales, a fin de establecer compatibilidades y alineación con la marca AYSÉN PATAGONIA, RESERVA DE VIDA, CHILE.	1,2,3,4,9	Gore, Sernatur, municipios	Realización de acciones que permitan los ajustes con destinos turísticos para la alineación con la marca turística regional.
	B3.2.1 Realización de campañas de sensibilización online y offline, dirigida hacia la comunidad de la región respecto a los atributos de AYSÉN PATAGONIA como destino turístico y de su marca.	1,2,3,4,9	Gore, Sernatur, municipios	Ejecución de campañas de sensibilización en canales online y offline, dirigidas hacia la comunidad, sobre los atributos regionales como destino turístico y la marca turística.
B3.2 LA MARCA EN LA VIDA COTIDIANA	B3.2.2 Realización de concurso anual TURISTA EN MI AYSÉN PATAGONIA, dirigido a los habitantes de la región que viajen, relaten sus experiencias asociadas a los productos estratégicos, lo compartan en historias y fotografías.	1,2,3,4,9	Gore, Sernatur	Ejecución de un concurso que reconozca los relatos de experiencias de viaje por la región de los propios habitantes.
	B3.2.3 Realización de viajes de benchmarking entre prestadores y destinos, para mayor articulación y conocimiento de la oferta de Aysén Patagonia en base a los productos priorizados.	1,2,3,4	Gore, Sernatur, municipios	Implementación de viajes que permitan el conocimiento entre prestadores regionales de los diferentes destinos y en los cuales se favorezca la articulación y conocimiento de la oferta turística regional.
B3.3 AYSÉN PATAGONIA, ESTANDARTE DE MI NEGOCIO TURÍSTICO	B3.3.1 Preparación de kit gráfico para los prestadores de turismo e incentivar la adopción de la marca y hashtag aysenpatagonia, reservadevida, en los canales online, en sus negocios y materiales de soporte.	9	Gore, Sernatur, municipios	Desarrollo de kit gráfico para la adopción de la marca y hashtags de turismo regional, dirigido hacia los prestadores de turismo.
B3.4 GESTIÓN DE LA MARCA	B3.4.1 Definición de ajustes y criterios de uso de marca AYSÉN PATAGONIA, RESERVA DE VIDA, CHILE, además de su seguimiento y potenciación para la visualización a nivel de la oferta de destinos y prestadores.	1	Gore, Sernatur	Realización de ajustes y criterios para el uso de marca a nivel de los destinos y prestadores de servicios turísticos.
	B3.5.1 Capacitación anual a red estratégica de prestadores regionales que permitan la transmisión hacia los visitantes sobre la parrilla de propuestas de productos turísticos regionales asociadas a los atributos de la marca.	9	Gore, Sernatur	Ejecución de capacitación anual de prestadores para la transmisión a los visitantes de los productos regionales estratégicos asociados a la marca turística.
B3.5 EXPERTOS DE AYSÉN PATAGONIA	B3.5.2 Capacitación anual a red estratégica de tour operadores nacionales e internacionales que permitan la transmisión hacia sus clientes sobre la parrilla de propuestas de productos turísticos regionales asociadas a los atributos de la marca.	9	Gore, Sernatur	Ejecución de capacitación anual de tour operadores nacionales e internacionales para la transmisión a sus clientes de los productos regionales estratégicos asociados a la marca turística.
B3.6 EMBAJADORES DE AYSÉN PATAGONIA	B3.6.1 Identificación y creación de red de Embajadores de AYSÉN PATAGONIA, entre personalidades y productos de origen regional que puedan transmitir los atributos de la oferta turística y valores de la marca regional.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Selección y definición de personalidades, representantes de productos de origen regional, y su articulación como embajadores, con entrega de kit para su difusión de los atributos y valores de la marca.
	B3.6.2 Identificación y creación de red de Embajadores de AYSÉN PATAGONIA, entre representantes de empresas y asociaciones que puedan transmitir la oferta turística y valores de la marca regional para ser sede de reuniones, congresos y conferencias.	1,2,3,4	Gore, Corfo, Sernatur	Selección y definición de empresas y asociaciones y su articulación como embajadores, con entrega de kit para su difusión como sede de reuniones, congresos y conferencias.
B3.7 AYSÉN PATAGONIA, ENCUENTRO ANUAL DE TURISMO	B3.7.1 Realización de encuentros AYSÉN PATAGONIA, entre las entidades, red empresarial y participantes en la actividad turística con reconocimiento en turismo a la trayectoria, innovación en productos turísticos, de sustentabilidad cultural y de sustentabilidad natural.	8	Gore, Sernatur	Ejecución del encuentro anual con entrega de reconocimientos a la trayectoria, innovación en productos, sustentabilidad cultural y natural.

B. PLAN OPERACIONAL DE MARKETING

B3. EJE DE FORTALECIMIENTO DE MARCA (2/2)

LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	MONTO (\$M)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
B3.1 LA MARCA DESDE LA REGIÓN PARA LOS MERCADOS	B3.1.1 Coordinación y ajustes con los destinos turísticos que cuentan o que están en proceso de definición de imágenes-marcas territoriales, a fin de establecer compatibilidades y alineación con la marca AYSÉN PATAGONIA, RESERVA DE VIDA, CHILE.	\$ 15.000		2021	2022			
	B3.2.1 Realización de campañas de sensibilización online y offline, dirigida hacia la comunidad de la región respecto a los atributos de AYSÉN PATAGONIA como destino turístico y de su marca.	\$ 100.000	2020	2021	2022	2023	2024	2025
B3.2 LA MARCA EN LA VIDA COTIDIANA	B3.2.2 Realización de concurso anual TURISTA EN MI AYSÉN PATAGONIA, dirigido a los habitantes de la región que viajen, relaten sus experiencias asociadas a los productos estratégicos, lo compartan en historias y fotografías.	\$ 18.000	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	B3.2.3 Realización de viajes de benchmarking entre prestadores y destinos, para mayor articulación y conocimiento de la oferta de Aysén Patagonia en base a los productos priorizados.	\$ 15.000		2021	2022	2023		
B3.3 AYSÉN PATAGONIA, ESTANDARTE DE MI NEGOCIO TURÍSTICO	B3.3.1 Preparación de kit gráfico para los prestadores de turismo e incentivar la adopción de la marca y hashtag aysenpatagonia, reservadevida, en los canales online, en sus negocios y materiales de soporte.	\$ 10.000	2020	2021	2022			
B3.4 GESTIÓN DE LA MARCA	B3.4.1 Definición de ajustes y criterios de uso de marca AYSÉN PATAGONIA, RESERVA DE VIDA, CHILE, además de su seguimiento y potenciación para la visualización a nivel de la oferta de destinos y prestadores.	\$ 15.000	2020	2021				
	B3.5.1 Capacitación anual a red estratégica de prestadores regionales que permitan la transmisión hacia los visitantes sobre la parrilla de propuestas de productos turísticos regionales asociadas a los atributos de la marca.	\$ 25.000	2020	2021	2022	2023	2024	
B3.5 EXPERTOS DE AYSÉN PATAGONIA	B3.5.2 Capacitación anual a red estratégica de tour operadores nacionales e internacionales que permitan la transmisión hacia sus clientes sobre la parrilla de propuestas de productos turísticos regionales asociadas a los atributos de la marca.	\$ 25.000	2020	2021	2022	2023	2024	
	B3.6.1 Identificación y creación de red de Embajadores de AYSÉN PATAGONIA, entre personalidades y productos de origen regional que puedan transmitir los atributos de la oferta turística y valores de la marca regional.	\$ 20.000		2021	2022	2023	2024	
B3.6 EMBAJADORES DE AYSÉN PATAGONIA	B3.6.2 Identificación y creación de red de Embajadores de AYSÉN PATAGONIA, entre representantes de empresas y asociaciones que puedan transmitir los atributos de la oferta turística y valores de la marca regional para ser sede de reuniones, congresos y conferencias.	\$ 20.000		2021	2022	2023	2024	
	B3.7.1 Realización anual de un encuentro anual AYSÉN PATAGONIA, entre las entidades, red empresarial y participantes en la actividad turística en el cual se entreguen reconocimientos a la trayectoria, innovación en productos turísticos, de sustentabilidad cultural y de sustentabilidad natural - con enfoque al turismo.	\$ 100.000		2021	2022	2023	2024	2025

INICIATIVAS URGENTES - PLAN REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO

EJE	LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA
A3 SOSTENIBILIDAD	A3.4 GESTIÓN SUSTENTABLE EN EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS	A3.4.2 Programa de implementación de protocolos de salubridad en relación al COVID-19.
	A3.5 PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS	A3.5.1 Programa de Gestión de Riesgos y Seguridad Turística de Destinos Regionales.
B1 PRODUCTOS TURÍSTICOS	B1.1 AYSÉN PATAGONIA, CULTURA LOCAL	B1.1.1 Definición y articulación de propuestas de producto asociadas a la puesta en valor y la vivencia de la CULTURA PATAGONA.
		B1.1.2 Definición y articulación de propuestas de producto asociadas a la puesta en valor y la vivencia de la GASTRONOMÍA PATAGONA.
		B1.1.3 Definición y articulación de propuestas de producto asociadas un CALENDARIO DE EVENTOS DE LA CULTURA PATAGONA.
	B1.2 AYSÉN PATAGONIA, NATURALEZA, AVENTURA Y DESCONEXIÓN	B1.2.1 Definición y articulación de propuestas de producto orientados a la puesta en valor de EXPERIENCIA DE AVENTURAS EXTREMAS EN AGUA de AYSÉN PATAGONIA.
		B1.2.2 Definición y articulación de propuestas de producto orientados a la puesta en valor de EXPERIENCIA DE AVENTURAS EXTREMAS EN HIELO de AYSÉN PATAGONIA.
		B1.2.3 Definición y articulación de propuestas de producto orientados a la puesta en valor de EXPERIENCIA DE AVENTURAS EXTREMAS EN TIERRA de AYSÉN PATAGONIA.
		B1.2.4 Potenciación y articulación de redes de servicios en torno a la RUTA DE LOS PARQUES.
	B1.8 COOPERACIÓN PATAGONIA - CORREDOR SEGURO	B.1.8.1 Creación, articulación y habilitación de producto integrado con destinos de proximidad PATAGONIA - CORREDOR SEGURO.

INICIATIVAS URGENTES - PLAN REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO

EJE	LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA
B2 PROMOCIÓN	B2.2 AYSÉN PATAGONIA EN AYSÉN PATAGONIA	B2.2.1 Implementación de campaña de promoción turística a nivel de destinos regionales para motivar los viajes dentro de AYSÉN PATAGONIA - YO, ME QUEDO EN MI AYSÉN PATAGONIA.
	B2.3 SOPORTE A LA PROMOCIÓN	B2.3.1 Desarrollo de materiales digitales e impresos: generales sobre la región, los productos, los destinos y los especializados para los mercados nicho y el canal comercial.
		B2.3.2 Realización de ajustes web de promoción de AYSÉN PATAGONIA, con enfoque hacia la conceptualización AYSÉN PATAGONIA, RESERVA DE VIDA, con la incorporación de nuevos productos y fortalecimiento de alternativas de idiomas.
		B2.3.3 Realización de acciones de promoción de AYSÉN PATAGONIA, RESERVA DE VIDA, con la incorporación de nuevos productos y fortalecimiento de alternativas de idiomas.
	B2.4 ACCIONES AL TRADE TURÍSTICO	B2.4.1 Actualización de base de datos de operadores nacionales e internacionales, según mercados estratégicos, y su mantenimiento.
		B2.4.2 Realización de boletines informativos mensuales sobre novedades y propuestas de producto de Aysén Patagonia.
B2.4.3 Realización de workshops online y offline para la muestra de productos y generación de vínculos entre los operadores regionales y de los mercados estratégicos.		
B2.5 ACCIONES A LA PRENSA Y OTROS PRESCRIPTORES	B2.5.1 Actualización de base de datos de medios, periodistas y otros prescriptores nacionales e internacionales, según mercados estratégicos, y su mantenimiento.	
	B2.5.2 Realización de boletines informativos mensuales sobre novedades y propuestas de producto de Aysén Patagonia.	
B2.6 ACCIONES AL PÚBLICO FINAL	B2.6.1 Generación y facilitación de contenidos sobre el destino y sus propuestas de producto para portales de difusión turística.	
	B2.6.2 Implementación de campañas de promoción en redes sociales y plataformas web con enfoque a mercados e intereses en productos de AYSÉN PATAGONIA.	
B3 FORTALECIMIENTO MARCA	B3.3 AYSÉN PATAGONIA, ESTANDARTE DE MI NEGOCIO TURÍSTICO	B3.3.1 Preparación de kit gráfico para los prestadores de turismo e incentivar la adopción de la marca y hashtag aysenpatagonia, reservadevida, en los canales online, en sus negocios y materiales de soporte.
	B3.4 GESTIÓN DE LA MARCA	B3.4.1 Definición de ajustes y criterios de uso de marca AYSÉN PATAGONIA, RESERVA DE VIDA, CHILE, además de su seguimiento y potenciación para la visualización a nivel de la oferta de destinos y prestadores.
	B3.5 EXPERTOS DE AYSÉN PATAGONIA	B3.5.1 Capacitación anual a red estratégica de prestadores regionales que permitan la transmisión hacia los visitantes sobre la parrilla de propuestas de productos turísticos regionales asociadas a los atributos de la marca.
B3.5.2 Capacitación anual a red estratégica de tour operadores nacionales e internacionales que permitan la transmisión hacia sus clientes sobre la parrilla de propuestas de productos turísticos regionales asociadas a los atributos de la marca.		

INICIATIVAS CLAVES - PLAN REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO

EJE	LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA
A1 DESARROLLO OFERTA	A1.2 ARTICULACIÓN PRODUCTIVA	A1.2.1 Programa de estímulo para la articulación proveedores-prestadores en la cadena de valor turístico regional.
		A1.2.2 Habilitación de Mercados Locales de Productos Regionales.
	A1.5 INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO TURÍSTICO	A1.5.1 Diseño e implementación de infraestructura habilitante y centros de interpretación en Áreas Silvestres Protegidas.
		A1.5.3 Diseño e implementación de estaciones turísticas en Carretera Austral.
		A1.5.5 Estudios de prefactibilidad para la construcción de nuevos museos.
	A1.6 NUEVOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS	A1.6.1 Programa de fomento al desarrollo de nuevos emprendimientos turísticos.
A1.6.2 Programa de desarrollo de centros de montaña.		
A2 CONECTIVIDAD	A2.3 INFRAESTRUCTURA CONECTIVA	A2.3.1 Programa de desarrollo de la Red de Ciclovías AYSÉN PATAGONIA.
		A2.3.3 Programa de desarrollo de infraestructura para el turismo náutico.
		A2.3.4 Proyecto de ampliación y mejora de infraestructura aeroportuaria.
		A2.3.6 Implementación de etapas proyecto teleférico Coyhaique-Cordón Cerro Divisadero.
A3 SOSTENIBILIDAD	A3.1 AYSÉN PATAGONIA, DESTINO INTELIGENTE	A3.1.1 Programa de Fortalecimiento del SITUR.
	A3.3 GESTIÓN EN ÁREAS SILVESTRES PROTEGIDAS	A3.3.1 Programa de actualización de Planes de Manejo y de Uso Público de Áreas Silvestres Protegidas.
	A3.4 GESTIÓN SUSTENTABLE EN EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS	A3.4.1 Programa Basura Cero (Zero Waste).
	A3.5 PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS	A3.5.2 Programa para el fortalecimiento de la gestión de planes territoriales de turismo y de las Zonas de Interés Turístico.
A3.5.5 Programa de medición de capacidad de carga, límites de cambio aceptable y huella de carbono en sitios de interés turístico.		
B3 FORTALECIMIENTO MARCA	B3.7 AYSÉN PATAGONIA, ENCUENTRO ANUAL DE TURISMO	B3.7.1 Realización anual de un encuentro anual AYSÉN PATAGONIA, entre las entidades, red empresarial y participantes en la actividad turística en el cual se entreguen reconocimientos a la trayectoria, innovación en productos turísticos, de sustentabilidad cultural y de sustentabilidad natural - con enfoque al turismo.

entrega comentarios de parte de gremios regionales respecto planes operaciones
hasta lunes 9 de noviembre 2020
link: <https://www.surveymonkey.com/r/PlanRegionalAysenPatagonia>



PLAN REGIONAL
desarrollo turístico
AYSÉN PATAGONIA

ejecuta:



contratante:

