

INTELIGENCIA DE NEGOCIOS PARA TURISMO: PERFIL DE MERCADO Y CLIENTES EN LIMARÍ



Oportunidad

Las oportunidades en Limarí están en fortalecer los servicios turísticos en cada comuna y la cadena de comercialización de estos (brecha en servicios complementarios) para turistas nacionales (91%) que buscan turismo de bienestar y ecoturismo



El 91% de los turistas en la región son nacionales que disfrutan de la belleza y hospitalidad de la zona y la calidad de la gastronomía local



Turista nacional se planifica con poca antelación, en base a recomendaciones de familiares o amigos y su nivel de gastos es de entre 150 y 400 mil por 6 a 10 días



El turista internacional planifica con más antelación, usa canales digitales y tiene viajes más largos, con estadías de hasta 15 días



Los tipos de turismo más buscados por los turistas son el ecoturismo y turismo de bienestar (relajo), donde el Limarí tiene alto potencial.



Anualmente llegan 1 millón de turistas a región (61% alojamiento en 2019). En pandemia, región es la tercera más visitada, con el 10% del turismo nacional



La geografía, sitios patrimoniales, clima de la región, y su cercanía con la Región Metropolitana son fortalezas para el mercado turístico en Limarí

ANTECEDENTES

TAMAÑO DE MERCADO

El turismo es una de las industrias de más rápido crecimiento. A nivel mundial, supera el trillón de dólares, con un crecimiento del 5,3% anual, representando el 3% del PIB mundial y 3% del empleo en forma directa, y el 9% del empleo de forma indirecta. A nivel nacional, alcanza el 3,24% del PIB y 3,8% de los empleos.

Cada año viajan 20 millones de turistas nacionales, además de 6,5 millones de extranjeros. A nivel regional, llegan 1 millón de turistas anuales, de los cuales el 91% son turistas nacionales. El 51% de los turistas está interesado en la naturaleza y paisajes y declaran que los atractivos turísticos y el clima son los principales motivos para visitar la Región.

Durante la pandemia, la región se ha convertido en la tercera región más visitada con permisos de vacaciones, con 191.097 visitas que representaron el 10,9% nacional. De estas, 10% fueron al Limarí¹.

CARACTERIZACION DE TURISTAS DE LA ZONA

El turismo en la provincia es realizado principalmente por turistas nacionales (91%), en general menores de 40 años (61%). La motivación del turismo está dada por el ánimo de desconectarse de lo cotidiano y por la reputación turística. Los atributos destacados: la belleza de la zona, la hospitalidad de los residentes y la calidad de la gastronomía local, mientras que el servicio de transporte público, la guía e información turística disponible y la relación calidad-precio son menos valorados. Las diferencias son relevantes entre turismo nacional y extranjero.

DESAFÍOS PARA LA PROVINCIA

Los atributos geográficos, climáticos y patrimoniales de la región, sumados a su cercanía con Santiago son fortalezas del destino turístico. Para aprovechar esto, la región ha puesto en marcha un proceso de diversificación de su oferta turística. De acuerdo con la Subsecretaría de Turismo, el Valle del Limarí tiene potencial para turismo rural y de naturaleza², por lo que el turismo de bienestar como el ecoturismo tienen alto potencial dentro de la provincia, y acorde a esto, se han hecho inversiones en infraestructura asociados a sitios de patrimonio nacional e histórico.

Los desafíos de la provincia son el desarrollo de productos que se incorporen a la cadena de comercialización, en la construcción de infraestructura habilitante que ponga en valor atractivos y destinos emergentes; en fomentar la calidad del capital humano; y en la inversión en promoción regional en los mercados prioritarios nacionales y en los mercados estratégicos internacionales, todo con una mirada sustentable en lo medioambiental, comunitario y económico.

¹ <https://www.regionbinacional.com/masivo-arribo-turistas-a-region-coquimbo/>

² <http://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2015/09/Informe-de-Intensidad-Tur%C3%ADstica-y-Definici%C3%B3n-de-Destinos-Tur%C3%ADsticos-2018-1.pdf>