

Corporación del Desarrollo Social del Sector Rural -
CODESSER

Transforma Turismo



“Desarrollo de relato, Estrategia Comunicacional y una
Herramienta para la promoción de la Eficiencia Energética en
empresas de Turismo”

INFORME FINAL

30 de Octubre de 2017

Príncipe de Gales 6739 E, La Reina - Santiago, Chile
+56 9 4 2721795
sbarrios@rubiksustentabilidad.cl
www.rubiksustentabilidad.cl

INDICE

1	Introducción	4
2	Objetivos.....	5
2.1	Objetivo general.....	5
2.2	Objetivos específicos.....	5
3	Metodología	6
4	Resultados.....	8
4.1	Plataforma web	8
4.1.1	Acceso	8
4.1.2	Diseño.....	8
4.1.3	Contenido	8
4.1.3.1	Header	8
4.1.3.2	Transforma Turismo.....	8
4.1.3.3	Próximos eventos	9
4.1.3.4	Contacto.....	9
4.1.3.5	Conoce más sobre energía	9
4.1.3.6	Recomendaciones	9
4.1.3.7	Soluciones a mi medida.....	10
4.1.3.8	Fomento y financiamiento.....	10
4.1.3.9	Casos reales	10
4.2	Estrategia comunicacional	10
4.2.1	Objetivos de la EC	10
4.2.2	Público objetivo.....	10
4.2.3	Requisitos para una EC exitosa	11
4.2.4	Mensajes.....	11
4.2.5	Canales de comunicación.....	12
4.2.6	Acciones Comunicacionales	12
4.2.6.1	Acuerdos con instituciones participantes.....	14
4.2.7	Carta Gantt	15
4.2.8	Insumos para la implementación de la EC	16
4.2.9	Medición	16
4.2.10	Recomendaciones finales de la EC.....	17
5	Anexos	18

5.1 Anexo A: Informe de avance 1	18
5.2 Anexo B: Informe de avance 2	18
5.3 Anexo C: Informe de avance 3	18
5.4 Anexo D: Informe de avance 4	18
5.5 Anexo E: Minutas de reuniones con Comité Gestor	18
5.6 Anexo F: Minutas de reuniones con actores relevantes	18
5.7 Anexo G: Actas de entrevistas y focus group con empresarios	18
5.8 Anexo H: Insumos para estrategia comunicacional	18
5.9 Anexo I: Respaldo Sitio Web	18
5.10 Anexo J: Herramientas.....	18

1 Introducción

El presente informe corresponde a la entrega final del proyecto “**Consultoría: Desarrollo de Relato, Estrategia Comunicacional y una Herramienta para la Promoción de la Eficiencia Energética en Empresas de Turismo**” para Transforma Turismo.

Dada la naturaleza del trabajo encomendado, en el presente informe se da cuenta de las actividades realizadas y los productos obtenidos.

En anexos se puede revisar en detalle los 4 informes de avance donde se presenta el trabajo realizado y los resultados intermedios que representan la base sobre la cual se sostiene el resultado final.

2 Objetivos

Los objetivos del estudio, tal como se indica en las bases de licitación son los siguientes:

2.1 Objetivo general

Generar conciencia, sensibilizar e informar al sector turismo sobre la importancia de adoptar medidas y tecnologías que mejoren su desempeño en materia energética, a través de la identificación y descripción de las mejores tecnologías de eficiencia energética y su aplicabilidad en empresas turísticas de alojamiento y alimentación, organizado en algún formato accesible y amigable, que permita mejorar su comprensión e incentivar su adopción para así mejorar los niveles de sustentabilidad.

2.2 Objetivos específicos

- a) Desarrollar una herramienta, que sea informativa, amigable y didáctica, orientada a las empresas de turismo para incentivar la implementación de sistemas de gestión y tecnologías, para mejorar su eficiencia energética.
- b) Identificar y documentar casos en turismo, de preferencia nacionales, que hayan implementado sistemas de gestión y distintas tecnologías de eficiencia energética que sean ejemplificadores.
- c) Construir, entre todas las instituciones participantes, un “lenguaje común” en materia de eficiencia energética para el turismo y una estrategia comunicacional, para su difusión con las instituciones de la mesa.
- d) Desarrollar al menos una jornada de conciencia y sensibilización sobre eficiencia energética dirigida a actores de la industria (por ejemplo: representantes gremiales).
- e) Acompañar y animar a la mesa para generar una acción conjunta.

3 Metodología

El presente trabajo fue realizado en diversas etapas, cada una con actividades que son descritas a continuación.

Etapa I Ajuste metodológico

Durante esta etapa el consultor presentó al equipo de trabajo y la metodología considerada en su propuesta técnica, en primera instancia a la contraparte del estudio, y luego a los integrantes del Comité Gestor del programa Transforma Turismo. Con esto se definió de forma definitiva el plan de trabajo a desarrollar. Detalles pueden ser revisados en Informe de avance 1.

Etapa II Levantamiento de fuentes secundarias de información

Durante esta etapa se realizó un estudio experto de la información disponible, a nivel nacional e internacional, respecto de los contenidos que debían incorporarse a la herramienta que se describe más adelante. Los contenidos principales, que fueron utilizados en la plataforma informativa se indican a continuación. Los detalles pueden ser revisados en Informes de avance 2 y 3.

- a. Lenguaje e información introductoria: Incorporación de un glosario de terminología técnica, con el objetivo de generar una base de conocimiento mínimo que permita el adecuado entendimiento del contenido presentado en la herramienta.
- b. Medidas de eficiencia energética: En términos generales, a la hora de gestionar la energía y tomar la decisión de implementar medidas de ahorro aparecen una serie de opciones. Es muy importante comprender que existe una secuencia óptima, donde cada tipo de medida logra su máxima eficiencia (en términos energéticos y en términos económicos) en un momento específico. Es por esto que se incluye en la herramienta información respecto de proyectos tipo que se pueden implementar en restaurantes y alojamientos turísticos.
- c. Instrumentos de financiamiento: Uno de los aspectos relevantes a considerar a la hora de implementar proyectos (principalmente de tipo tecnológico) de eficiencia energética es el financiamiento. Este es especialmente complejo en este tipo de proyectos, ya que la eficiencia

energética implica ahorro de energía, lo que obviamente no se puede ver, y por ende, en la banca tradicional aparece la dificultad de tratar con proyectos que muchas veces no son hipotecables e incluso muchas veces no son medibles. Es por esto que existen fuentes de financiamiento (reembolsables y no reembolsables) que buscan financiar este tipo de proyectos.

Etapa III Levantamiento de fuentes primarias de información

Durante esta etapa, que se realizó en paralelo con la etapa anterior, se complementó y validó la información a medida que esta fue siendo levantada y sistematizada. Además, esta etapa permitió identificar otros antecedentes disponibles para revisar.

Para esto se consideró la ejecución de reuniones de trabajo con las instituciones y actores relevantes así como también entrevistas y focus group con empresarios del sector bajo análisis. Durante estas actividades se pudo levantar además, algunos casos reales de implementación de iniciativas, las que son compartidas en la herramienta informativa. Los detalles pueden ser revisados en Informes de avance 2 y 3.

Etapa IV Diseño, construcción y difusión de plataforma web

Durante esta etapa, se diseñó y programó una plataforma web informativa que pone la información levantada a disposición de los empresarios, de una forma sencilla y ágil. Los detalles pueden ser revisados en Informe de avance 4.

Etapa V Relato y estrategia comunicacional

Durante esta etapa, se trabajó en el diseño de una estrategia comunicacional que permitiera difundir la herramienta informativa creada. Esto fue construido junto a las instituciones que forman parte del Transforma Turismo. Los detalles pueden ser revisados en Informe de avance 4.

4 Resultados

4.1 Plataforma web

4.1.1 Acceso

La plataforma web se encuentra alojada provisoriamente en el servidor del consultor puede ser revisada en:

<http://www.innb.cl/turismosustentable/>

Una vez aprobada su versión final será migrado a servidores de Sernatur (Sello S) quedando definitivamente en la siguiente dirección:

www.chilesustentable.travel/eficienciaenergetica

4.1.2 Diseño

El consultor desarrolló propuestas de diseño de la plataforma, las cuales fueron evaluadas y complementadas por el equipo, sociabilizadas con empresarios y gremios y revisadas y validadas con la contraparte técnica y los miembros del Comité Gestor, tanto en informes como en presentaciones presenciales. Cabe señalar que las fotografías utilizadas en la plataforma web provienen de bancos de fotografías gratuitos y de libre uso (<https://pixabay.com/> y otras).

4.1.3 Contenido

El contenido informativo que se consideró en la Plataforma se menciona a continuación y puede ser revisado en detalle en la dirección anteriormente indicada.

4.1.3.1 Header

Según lo acordado se mantuvo la parte superior del sitio www.chilesustentable.travel. Cabe señalar que la data necesaria para replicarlo de forma exacta no fue provista, por lo que debió trabajar sobre elementos similares.

4.1.3.2 Transforma Turismo

El objetivo de este punto es relevar la existencia del programa Transforma Turismo e incentivar a los usuarios a dirigirse hacia su sitio web www.transformaturismo.cl.

4.1.3.3 Próximos eventos

En esta sección es posible publicar eventos que se encuentren vinculados con la gestión energética en el Turismo para informar a los empresarios que visitan el sitio. Esta sección es fácilmente administrable accediendo como administrador y pueden ser cargados los eventos por cualquier usuario, previa revisión y aprobación por parte del administrador.

4.1.3.4 Contacto

Esta sección permite que un empresario del sector se contacte directamente con los administradores de la Plataforma con el objetivo de aclarar dudas o solicitar apoyo u orientación.

4.1.3.5 Conoce más sobre energía

En esta sección se presentan algunas definiciones básicas para conocimiento de los empresarios que visitan el sitio inicialmente. En página principal se muestra un adelanto de cada definición y se da la opción (ver más) de revisar todas las definiciones de forma completa. Se incluye término, definición y fotografía referencial.

4.1.3.6 Recomendaciones

En esta sección es posible acceder a las recomendaciones elaboradas durante el presente estudio. Se presentan las opciones de filtro por tipo de empresa (alojamiento, restaurantes o ambas), por tipo de consumo (electricidad, calor o ambas) y según su nivel de complejidad/inversión (5 niveles). Cada recomendación se presenta en formato ficha, que puede ser descargada en formato pdf, incluyendo:

- Nombre
- Tipo de empresa que aplica (alojamiento o restaurante)
- Fotografía referencial
- Descripción
- Condiciones de implementación
- Beneficios
- Inversión
- Período de retorno de la inversión
- Ejemplo

4.1.3.7 Soluciones a mi medida

En esta sección se busca orientar al empresario a identificar las recomendaciones más adecuadas para su realidad. Para esto se preparó un set de 5 preguntas, las cuales, en función de su respuesta, entrega un listado de medidas recomendadas, las cuales pueden ser revisadas y/o descargadas (ver punto anterior).

4.1.3.8 Asesorías y financiamiento

Esta sección presenta, de forma preliminar, los instrumentos disponibles para que los empresarios puedan implementar los proyectos que requieran inversión. Cabe señalar que esta es una información altamente dinámica por lo que lo que se presenta es referencial y responde a la situación al momento de desarrollar la herramienta.

4.1.3.9 Casos reales

Esta sección de la Plataforma busca mostrar casos reales de empresarios que han implementado proyectos y conocer sus resultados. La Plataforma se entrega inicialmente cargada con algunos casos reales que el consultor pudo levantar durante el desarrollo del estudio y además se deja programada una herramienta que permite ir aumentando los casos a través del ingreso de éstos directamente por cada empresario. Cabe señalar que, ingresando como administrador, es posible revisar, editar y aprobar la publicación de dichas experiencias.

4.2 Estrategia comunicacional

4.2.1 Objetivos de la EC

- a) **Difusión del sitio web creado** llegando a la mayor cantidad de empresas de turismo posible (hoteles y restaurantes).
- b) **Reconocimiento de utilidad del sitio web por parte de los empresarios del rubro turismo.** En primera instancia que sepan que existe y luego que lo utilicen.

4.2.2 Público objetivo

Pequeños empresarios del rubro turismo (alojamiento y restaurantes).

4.2.3 Requisitos para una EC exitosa

- a) Compromiso de los Centros de Extensionismo, con sus destinos prioritarios, para lograr difundir el sitio web de manera presencial en esas localidades primeramente.
- b) Compromiso de las instituciones participantes en el programa Transforma Turismo para que traspasen a los empresarios la utilidad de la herramienta, bajo un mismo discurso y relato común.
- c) Compromiso de las áreas de Comunicaciones de las instituciones participantes en el programa Transforma Turismo para difundir la plataforma web a través de sus redes de contacto.
- d) Contar con los insumos necesarios para la difusión del sitio web: comunicados de prensa para generación de noticias, banners para sitios institucionales, mensajes para redes sociales, PPT para charlas y tutorial de sitio web.
- e) Realizar la transferencia del sitio web a futuro administrador (alguna institución participante) de manera detallada y profunda para su conocimiento y futura gestión.

4.2.4 Mensajes

Luego de realizado un focus group con representantes de alojamientos y restaurantes, entrevistas individuales a empresarios del rubro, y revisión de temas con la mesa técnica y ejecutiva de programa Transforma Turismo, se levantan los siguientes mensajes clave en torno a 2 temas principales:

a) **Eficiencia Energética:**

✓ **Ahorro Económico**

El principal mensaje y el más estimado por los empresarios es sobre los posibles beneficios económicos que tiene en el corto, mediano y largo plazo el realizar acciones relativas a la eficiencia energética en su negocio. Esto gatilla sin dudas su posibilidad de “actuar”.

✓ **Proveedores de confianza**

Como segundo mensaje en orden de relevancia está el poder encontrar a técnicos de confianza que entreguen asesoría y soluciones a la medida de los establecimientos, con un trabajo garantizado y profesional.

✓ **Opciones de Financiamiento**

Considerando que el ahorro económico es la principal palanca de acción detectada para los empresarios del sector Turismo y que una de sus mayores dificultades es la falta de tiempo, el ofrecerles una primera aproximación a instrumentos de financiamiento disponibles -para medidas de eficiencia energética- y concentradas en “un solo lugar” (sitio web), es bastante atractivo para ellos. Sin embargo, es importante señalar que estos mecanismos son cambiantes por lo que se debe revisar constantemente la oferta disponible.

b) Sustentabilidad y cuidado del Medio Ambiente:

✓ Sello S

Los empresarios de hotelería conocen el Sello S, más no se establece como una meta generalizada alcanzarlo en sus metas en la gestión sustentable de sus negocios.

Por otra parte, Sernatur si lo promueve por lo que se espera potenciar las buenas prácticas y la implementación de las medidas de eficiencia energética, como una forma atractiva de acercarse al sello.

4.2.5 Canales de comunicación

- a) Eventos del sector Turismo: charlas, talleres, seminarios y capacitaciones presenciales.
- b) Páginas web de instituciones participantes: Fedetur, AChet, Subsecretaría de Turismo, Sernatur, Chilesertur, y Transforma Turismo.
- c) Mailing institucionales (envío de newsletter por ejemplo) a través de organizaciones gremiales y Sernatur.
- d) Redes sociales.
- e) Prensa y radio regional.

4.2.6 Acciones Comunicacionales

- a) Presentación de un PPT o Tutorial del sitio web en reuniones, seminarios, congresos y eventos del Sector Turismo a lo largo de Chile.
- b) Instalación de banner en página web de cada institución participante¹ (banner se adjunta en anexo).
- c) Publicación de noticia en página web de cada institución participante¹ (entregamos 3 comunicados, se adjunta en anexo).

¹ Instituciones participantes del Comité Ejecutivo gestionadas: Fedetur, AChET, Subsecretaría de Turismo, Sernatur, Chilesertur, Programa Transforma Turismo.

- d) Publicación de información sobre sitio web en redes sociales (entregamos 12 mensajes, se adjunta en anexo).
- e) Publicación de información sobre sitio web en Newsletter institucional (en base a 3 comunicados, ver punto 3).
- f) Se establece además como un ítem importante el poder gestionar en el corto plazo la participación de las demás instituciones del Programa Transforma Turismo en la difusión del sitio web. La solicitud formal se puede realizar a través de correo electrónico a contraparte de cada institución:

Públicos:

- *Corporación de Fomento (Corfo)*
- *Subsecretaría de Turismo*
- *Ministerio de Obras Públicas (MOP)*
- *Corporación Nacional Forestal (CONAF)*
- *Servicio de Cooperación Técnica (Sercotec)*
- *Ministerio de Bienes Nacionales*
- *Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (Sence)*
- *Prochile*
- *Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (Conadi)*
- *Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (Subdere)*
- *Servicio Nacional de la Mujer (Sernam)*
- *Agencia de Inversiones Extranjeras*
- *Instituto de Desarrollo Agropecuario (Indap)*
- *Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA)*
- *Ministerio Del Medio Ambiente*
- *Fundación Imagen País*
- *Ministerio de Desarrollo Social*
- *Fundación Artesanías de Chile*

Privados

- *Hoteleros De Chile AG*
- *APTUR AG*
- *Asociación Chilena de Gastronomía (Achiga AG)*
- *Asociación Chilena de Líneas Aéreas (Achila AG)*

Comunidades

- *Así Conserva Chile AG*
- *Travolution.org*
- *Asociación Chilena de Municipalidades*

Academia

- *Sociedad de Investigadores de Turismo de Chile (Societur)*

4.2.6.1 Acuerdos con instituciones participantes

Con el objetivo de ejecutar de manera exitosa las acciones comunicacionales, se estableció un acuerdo con las unidades de comunicaciones de cada una de las instituciones participantes, las cuales indicaron de qué forma podrían aportar para lograr la efectiva difusión del sitio web. Los acuerdos se detallan a continuación:

Fedetur: Coordina Javiera Villarino, jefa de proyecto, javiera.villarino@fedetur.cl
Tel.: 56-2-32211886.

- Publicación de noticias en Newsletter.
- Publicación de noticias en sitio web institucional.
- Publicación de mensajes en redes sociales (Twitter y LinkedIn).
- Presentación del sitio web en talleres de CETT (uso de tutorial o PPT). No se definen fechas.
- Incorporación de Banner en sitio web institucional

Subsecretaria de Turismo: Coordina Michelle Helguero jefa de Comunicaciones, mhelguero@subturismo.gob.cl Tel.: Tel: 56-2-24733826, Cel: 56-9-90162752. Para publicación web, banner y redes sociales copiar a Carolina Neculhueque cneculhueque@subturismo.gob.cl

- Publicación de noticias en Newsletter.
- Publicación de noticias en sitio web institucional.
- Publicación de mensajes en redes sociales (Facebook, Twitter y LinkedIn).
- Incorporación de Banner en sitio web institucional

Sernatur: Coordina Yarela Carvajal, Encargada de Comunicaciones, ycarvajal@sernatur.cl Tel: 56-2-27318358. Para toda gestión copiar a Enzo Rocha erocha@sernatur.cl

- Publicación de noticias en Newsletter.
- Publicación de noticias en sitio web institucional.
- Publicación de mensajes en redes sociales (Facebook, Twitter y LinkedIn).
- Incorporación de Banner en sitio web institucional

Chilesertur: Coordina Sergio Pino, director Chilesertur, sergio.pino@tursur.cl Tel.: 56-2-22364401

- Publicación de noticias en Newsletter.
- Publicación de sección Novedades de sitio web institucional.

- Publicación de mensajes en redes sociales (Facebook).
- Presentación del sitio web a socios del gremio que están participando en APL Turismo Sustentable Región Metropolitana (PPT o Tutorial). Esto podría realizarse en el mes de octubre o noviembre.
- Publicación de mensajes en redes sociales de emprendimiento Booklocal.travel (también se puede agregar noticia en el blog y la web de este mismo emprendimiento).

Achet: Coordina Macarena Velasco, asesora Comunicaciones, mvelasco.per@gmail.com Tel.: 56-9-98210204

- Publicación de noticias en Newsletter.
- Publicación de noticias en sitio web institucional.
- Incorporación de Banner en sitio web institucional.
- Presentación del sitio web en Congreso Achet (21 al 24 de octubre). Gestión se debe realizar con Lorena Arriagada larriagada@achet.cl Soledad Díaz sdiazb@achet.cl Margarita Toro mtoro@achet.cl

Transforma Turismo: Coordina Carolina Erber, Encargada de Comunicaciones cerber@transformaturismo.cl 56-9-88259839. Ella hará traspaso de todos los insumos a Programa Transforma de Corfo.

- Publicación de noticias en sitio web institucional.
- Publicación de mensajes en redes sociales (Twitter, Facebook).
- Incorporación de Banner en sitio web institucional (año 2018)
- Publicación de noticias en Newsletter (año 2018).
- Presentación de sitio web en eventos del programa Transforma Turismo relacionados con temática (PPT, Tutorial o mención).

4.2.7 Carta Gantt Estrategia Comunicacional

Figura 1: Carta Gantt EC.

Publicaciones	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Noticia sitio web institucional	■				■				■			
Noticia newsletter		■				■				■		
Redes Sociales	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Banner	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Eventos presenciales				■				■				■

Fuente: Elaboración propia.

Noticias sitio web institucional: Todas las instituciones comprometidas en este punto deberán publicar una vez al mes una noticia relacionada con el sitio web creado (3 noticias en total durante 3 meses).

Newsletter: Todas las instituciones comprometidas en este punto deberán publicar una vez al mes la misma noticia publicada en el sitio web creado (3 noticias en total durante 3 meses).

Redes Sociales: Todas las instituciones comprometidas en este punto deberán publicar una vez a la semana un mensaje relativo a el sitio web creado (12 mensajes en total).

Banner: Todas las instituciones comprometidas en este punto deberán subir banner a su página de inicio y mantener el banner vigente por un periodo de al menos 3 meses (se entregarán 3 opciones de banner con mensajes distintos por lo que podrían ser cambiados de manera mensual).

Eventos presenciales: Todas las instituciones comprometidas en este punto deberán incorporar la presentación del sitio web ya sea a través de PPT, tutorial o mención.

4.2.8 Insumos para la implementación de la EC

Como una forma de apoyar la implementación de la EC se han construido los siguientes insumos a ser gestionados en el futuro por las instituciones participantes en el programa Transforma Turismo:

- a) 3 comunicados de prensa
- b) 12 mensajes para redes sociales
- c) Set de banners para uso en sitios web
- d) 1 presentación power point
- e) 1 video tutorial explicativo

4.2.9 Medición

La forma recomendada para la medición de la efectividad de la EC en función del cumplimiento de sus dos objetivos centrales: difusión del sitio y reconocimiento de su utilidad por parte de la mayor cantidad de empresarios del sector turismo, es:

- Encuesta online enviada desde las instituciones participantes a los empresarios a los cuales se les envió información directa (bases de datos) sobre el sitio web, luego de finalizado el primer trimestre de difusión del sitio web.

4.2.10 Recomendaciones finales de la EC

Se recomienda el reforzamiento de esta estrategia, de la misma manera expuesta aquí, para los meses de marzo, abril y mayo cuando comienza el invierno y así el aumento del gasto en consumo energético.

Es por lo tanto una oportunidad relevante de presentar nuevamente el sitio dando a conocer medidas que permitan disminuir los costos asociados a este punto.

5 Anexos

5.1 Anexo A: Informe de avance 1

5.2 Anexo B: Informe de avance 2

5.3 Anexo C: Informe de avance 3

5.4 Anexo D: Informe de avance 4

5.5 Anexo E: Minutas de reuniones con Comité Gestor

5.6 Anexo F: Minutas de reuniones con actores relevantes

5.7 Anexo G: Actas de entrevistas y focus group con empresarios

5.8 Anexo H: Insumos para estrategia comunicacional

5.9 Anexo I: Respaldos Sitio Web

5.10 Anexo J: Herramientas

5.11 Anexo K: Fichas de recomendaciones