

ANALIZA RYNKU TURYSTYCZNEGO CHILE



Monika Jędrzejec

TiR II rok SUM

2012

Spis treści

Wstęp	2
Rozdział I. Podstawowe uwarunkowania rozwoju turystyki w Chile.	3
1. Ogólne informacje na temat kraju.	3
2. Atrakcje turystyczne przyciągające największą liczbę turystów.....	6
3. Infrastruktura turystyczna i komunikacyjna.....	8
4. Podstawowe determinanty konsumpcji turystycznej ludności.	10
5. Narodowa administracja turystyczna:	10
6. Narodowa Organizacja Turystyczna.	11
7. Inne uwarunkowania turystyki.	12
Rozdział II. Rynek recepcji turystycznej (zagraniczna turystyka przyjazdowa).	12
1. Przyjazdy i główne kraje emitujące.	12
2. Dochody z turystyki przyjazdowej.	16
3. Analiza profili konsumenckich turystów pochodzących z najważniejszych rynków emisyjnych.....	16
4. Główne obszary koncentracji zagranicznego/pryjazdowego ruchu turystycznego.	18
Rozdział III. Rynek emisji turystycznej (turystyka wyjazdowa).....	18
1. Poziom aktywności turystycznej mieszkańców Chile w turystyce zagranicznej.	18
2. Wydatki na podróże zagraniczne	21
Rozdział IV. Znaczenie rynku Chile dla Polski.	23
1. Analiza przyjazdów do Polski.....	23
2. WUTZ (Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej) dla Polski analizowanego rynku.	24
3. Zaangażowanie marketingowe Polski na rynku Chile i zaangażowanie marketingowe Chile na rynku polskim.....	24
4. Analiza wyjazdów Polaków do Chile.	25
Rozdział V. Analiza SWOT dla Chile.....	26
Rozdział VI. Prezentacja przykładowej oferty dla danego segmentu demograficzno-społecznego.	26
Podsumowanie	31
BIBLIOGRAFIA	32
Spis rycin.....	34

Wstęp

Chile to kraj, charakteryzujący się bardzo dużym potencjałem pod względem możliwości rozwoju turystyki. Jego geografia, krajobraz i przyroda, a także historia i dziedzictwo kulturowe od lat cieszą się dużym zainteresowaniem wśród ludzi na całym świecie. Niestety, aby na danym rynku pojawili się turyści, nie wystarczy tylko posiadać unikatowe walory turystyczne, ale należy zwrócić także uwagę na promocję kraju za granicą oraz dać możliwości poznania jego atutów. Celem pracy jest określenie roli jaką odgrywa rynek turystyczny Chile na arenie międzynarodowej i w stosunku do Polski oraz wskazanie głównych perspektyw rozwoju turystyki w tym kraju.

W pracy zastosowałam metodę *desk research* - analizę źródeł wtórnych. Bazowałam głównie na raportach i statystykach przygotowanych przez agencję rządową do spraw turystyki SERNATUR, nieliczne informacje znalazłam także w Urzędzie Statystycznym Chile (INE) oraz na innych portalach internetowych. Mogę powiedzieć, że dokumenty sporządzane przez SERNATUR dostarczyły mi bardzo dużo danych, są tworzone systematycznie i dobrze opracowywane. Można powiedzieć, że Chile dba o prowadzenie dobrego monitoringu turystyki, co jest dobrą stroną, gdyż dzięki temu potrafią określić najważniejsze rynki docelowe oraz stworzyć konkurencyjną ofertę i programy.

Niniejsza praca pokaże, w jakim stopniu Chile może być uznawane za dobrze funkcjonujący rynek turystyczny, a w jakim występują niedoskonałości i konieczność zmian lub poprawy, by takowym się stać.

i część Patagonii) to klimat subpolarny. Dodatkowo należy wziąć pod uwagę występowanie klimatu górskiego, jako że Chile są regionem górzystym i występują piętrowy układ klimatyczno-roślinny.²

Tereny północnego Chile są w dużej mierze wyżynne i górskie. Przez kraj przebiegają łańcuchy górskie, Cordillera de la Costa (Kordyliera Nadbrzeżna), z najwyższym szczytem Colupo (2335 m n.p.m.), a na wschodzie główne pasmo Andów, z najwyższym szczytem Ojos del Salado (6880 m n.p.m.). Pomiędzy tymi łańcuchami góorskimi położona jest Dolina Środkowochilijska, na której znajduje się słynna pustynia Atacama. Środkowe tereny Chile charakteryzują się fiordowym ukształtowaniem linii brzegowej (liczne wyspy i zatoki). Chile posiada liczne obszary aktywne sejsmicznie, które tworzą malownicze i niebezpieczne pasma górskie aktywnych wulkanów, z którymi łączy się występowanie licznych cieplic i "gorących źródeł" mineralnych, stanowiących ważne atrakcje turystyczne kraju (obszar ten to głównie południowa część kraju- region Lagos, poblize Santiago oraz region Antofagasta i Tarapaca).

Atrakcję turystyczną kraju stanowią także liczne jeziora pochodzenia lodowcowego w południowej części kraju (np. Villarica, Llanquihue, Panguipulli, Ranco, Rupanco, Todos los Santos). Najbardziej południową część Patagonii stanowi Ziemia Ognista. Stanowi ona ziemię wichrów, mgieł i gwałtownych zmian pogody³.

HISTORIA

- **Ok.600 r. p.n.e.** -przybycie na terytorium Chile Indian;
- **Początek XVI w. – poł. XVI w.** – północna część Chile podbita przez Inków (znaczny postęp cywilizacyjny);
- **Od 1537 r.** – zdobycie północnej i środkowej części Chile przez Hiszpanów w wyniku podbojów (powstała kapitania Chile, należąca do Wicekrólestwa Peru; polityka rabunkowa; najszybszy rozwój centralnej części kraju);
- **1810 r.** – powstanie antyhiszpańskie – utworzenie niezależnej republiki (1818r.), aktywizacja południowych rejonów(wydobywanie ropy naftowej i gazu ziemnego) i monopolizacja rynku światowego poprzez wydobywanie saletry;
- **1970 r.** – prezydentem został Salvador Allende Gossens – członek lewicowej partii, doprowadzenie do kryzysu finansowego państwa;

² http://pl.wikipedia.org/wiki/Geografia_Chile, (2.11.2012r.)

³ <http://www.travelplanet.pl/przewodnik/chile/geografia.html>, (2.11.2012r.)

- **1973 r.** – przewrót wojskowy – objęcie władzy przez generała Augusto Pinocheta Ugarte (dyktatorskie rządy, utworzenie junty, eliminacja opozycji poprzez terror, reformy wolnorynkowe) – Chile stało się obok Argentyny najbogatszym krajem Ameryki Pd.;
- **1989 r.** – przywrócenie demokracji, kolejne reformy gospodarcze- wzrost produktu narodowego przy niskiej inflacji, spadek bezrobocia⁴.

Historia Chile ma wpływ na rozwój turystyki w tym kraju. Lata 70-te (panowanie Pinocheta) stwarzały niekorzystny wizerunek kraju dla potencjalnych turystów (poczucie zagrożenia, brak instytucji promujących walory turystyczne kraju, dbających o rozwój turystyki oraz brak odpowiedniej infrastruktury turystycznej). Natomiast lata po przywróceniu demokracji wpłynęły znacząco na rozwój turystyki w Chile: stabilna polityka i gospodarka, organizacja poszczególnych jej sektorów np. utworzenie ministerstwa zajmującego się m.in. turystyką, w tym promocją kraju i rozwijaniem turystyki w poszczególnych regionach; wspomaganie polityki wolnorynkowej, a co się z tym wiąże – rozwój turystycznego i pobocznego sektora usług i infrastruktury.

PODSTAWOWE DANE GOSPODARCZE

- Liczba ludności** (2012 r.): 18 096 847
Gęstość zaludnienia: 23,9 osób/km²
- Waluta:** peso chilijskie
- Ustrój polityczny:** republika
- Stolica kraju:** Santiago de Chile
- Język urzędowy:** hiszpański
- PKB na osobę** (2011 r.): 13 734 USD
- Podział administracyjny:** 15 regionów (Antofagasta, Araukania, Arica y Parinacota, Aisén, Atacama, Biobío, Coquimbo, Libertador, Los Lagos, Los Ríos, Magallanes, Maule, Metropolitana (Santiago), Tarapacá, Valparaíso)⁵
- Przepisy wizowe:** obywatele RP nie potrzebują wizy na pobyt do 90 dni⁶



Ryc. 2. Podział administracyjny Chile
Źródło:

http://www.picstopin.com/2048/region-13/http://ahsregion13*org/contact/IMG_0066.JPG/, (2.11.2012)

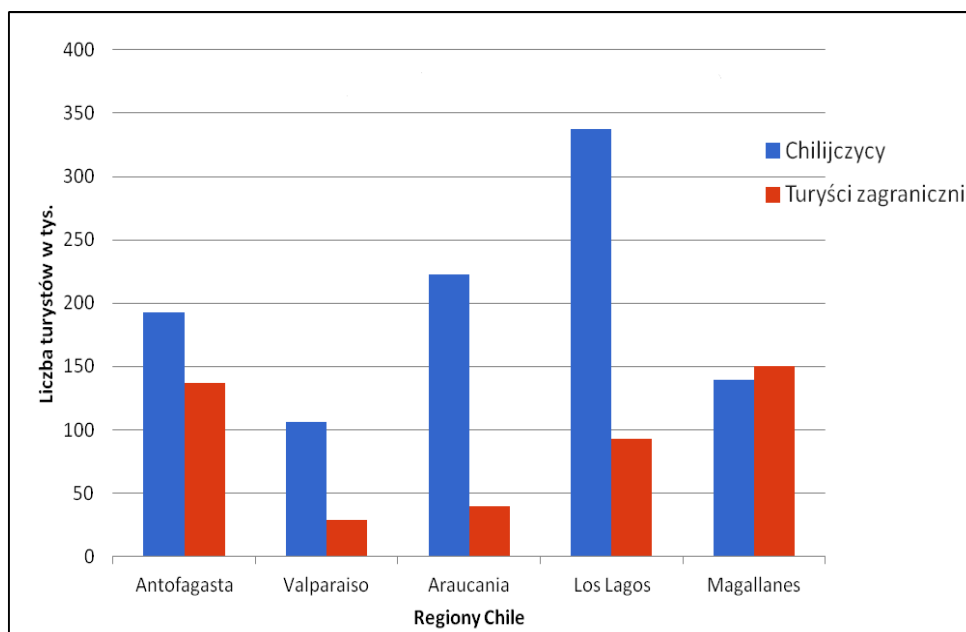
⁴ <http://www.travelplanet.pl/przewodnik/chile/historia.html>, (2.11.2012r.)

⁵ <http://pl.wikipedia.org/wiki/Chile>, (2.11.2012r.)

⁶ <http://www.traveligo.pl/x.php/1,1336/Wiza-przepisy-wjazdowe-i-celne.html>, (2.11.2012r.)

2. Atrakcje turystyczne przyciągające największą liczbę turystów.

Chile to kraj przyciągający turystów przede wszystkim ze względu na walory przyrodnicze, kontrasty i rozmaite krajobrazy (od pustyni po lodowce). Obszary chronione (obecnie 100) takie jak: parki narodowe, rezerваты i pomniki przyrody stanowią prawie 20% całej powierzchni kraju. Opiekę nad nimi prowadzi CONAF (Corporacion Nacional Forestal de Chile)⁷.



Ryc. 3. Najczęściej odwiedzane regiony Chile w 2011 r.

Źródło : *Turismo Informe Anual 2011*, www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=282, s.19,26.(4.11.2012)

Pięć najczęściej odwiedzanych regionów Chile w 2011r. pod względem wizyt na obszarach chronionego krajobrazu⁸:

1. Magallanes: region położony najbardziej na południe. Najczęściej odwiedzany przez turystów zagranicznych region Chile. Atrakcje obszaru stanowią:

- Park Narodowy Torres del Paine: masyw górski złożony z trzech skalnych wież o wysokości ponad 2200m n.p.m., liczne lodowce i jeziora, monumentalne formacje skalne. Jest to jeden z najczęściej odwiedzanych PN i atrakcji w Chile – ok. 89 tys. turystów zagranicznych w 2011 r.

⁷ <http://www.conaf.cl/parques/index.html>, (14.11.2012r.)

⁸ CONAF, *Turismo Informe Anual 2011*, www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=282, s. 18-20, (14.11.2012r.)

- Cueva del Milodón – Monumentalna jaskinia (w tym charakterystyczna pieczara, nazywana Krzesłem Diabła), odnaleziono tam fragmenty skóry i kości prehistorycznego zwierza, nazywanego współcześnie Mylodon. Jest drugą po Torres del Paine najczęściej odwiedzaną atrakcją turystyczną tego regionu – w 2011 r. ok. 26 tys. turystów zagranicznych.
- Przylądek Horn, Cieśnina Magellana, Ziemia Ognista, jezioro San Martin⁹.

2. Antofagasta: region położony na północy kraju, drugi pod względem odwiedzin turystów zagranicznych region Chile. Atrakcje obszaru:

- Pustynia Atacama: Dolina Księżyca, powstała z piasku i kamienia, solno-gliniaste i kamienne figury geologiczne, jaskinie, Słone Jezioro, znajduje się tam też rezerwat Los Flamencos (flamingi)¹⁰ – najczęściej odwiedzana atrakcja przyrodnicza Chile – 135 tys. turystów zagranicznych w 2011 r.¹¹

3. Los Lagos: region w środkowej części kraju, najczęściej odwiedzany przez turystów krajowych. Atrakcje obszaru:

- Malownicza kraina w otoczeniu ośnieżonych w większości aktywnych wulkanów; P.N. Vicente Pérez Rosales – ok. 93 tys. turystów zagranicznych w 2011 r.

4. Araucania – region w centrum. Atrakcje obszaru:

- P.N. Villarrica: wulkan Villarrica, jezioro – w 2011 r. odwiedziło ten park ok. 24 tys. turystów zagranicznych.

5. Valparaiso – region położony w centrum kraju. Atrakcyjne obszary:

- Viña del Mar (“Miasto Ogród” leżące na wybrzeżu Pacyfiku) – znany ośrodek turystyczny: plaże, kasyna, festiwale,
- Archipelag Juan Fernandez: jedna z ważniejszych atrakcji botanicznych na świecie ze względu na występowanie wielu endemicznych gatunków roślin i zwierząt.

⁹ <http://pl.wikipedia.org/wiki/Magallanes>, (15.11.2012r.)

¹⁰ http://en.wikipedia.org/wiki/Los_Flamencos_National_Reserve, (15.11.2012r.)

¹¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Reserva_Nacional_Los_Flamencos, (15.11.2012r.)

- PN Wyspa Wielkanocna: znana jest przede wszystkim ze znajdujących się na niej wielkich kamiennych posągów przedstawiających głowy - moai. W 2011 r. PN odwiedziło 25 tys. turystów zagranicznych¹².

Niemalą rolę turystyczną pełni także stolica kraju – **Santiago**. Prawdopodobnie główną rolę odgrywa tu turystyka biznesowa i kulturowa ze względu na:

- istnienie najliczniejszej bazy noclegowej o wysokim standardzie,
- zabytki: katedra, kościoły, pałac prezydencki,
- atrakcje kulturalne: jak muzea (Historyczne, Ludów Amerykańskich, Nauki, Sztuki Współczesnej), galerie, teatry itd.¹³;

- Liczba turystów, którzy odwiedzili Santiago – brak dokładnych danych na ten temat. Duży udział w turystyce możemy wnioskować jedynie na podstawie tabeli o przyjazdach i noclegach Chilijczyków i turystów zagranicznych w regionie Metropolitalnym¹⁴. Liczba ta wynosi ok. 1,5 mln turystów i jest największa spośród reszty regionów kraju¹⁵.

3. Infrastruktura turystyczna i komunikacyjna.

A. Hotele restauracje

W Chile znajduje się ok. 4 778 obiektów noclegowych (w tym 25% zarejestrowanych, obowiązkowa rejestracja wejdzie w życie od czerwca 2013 r.)¹⁶. Najwięcej jest hosteli (28,1%), moteli (25,8%) i hoteli (23,4%). Pozostałe typy obiektów to: gospody (9,3%), apart hotele (5,6%), karczmy (3,2%), schroniska (1,7%), duże resorty (tylko 1,3%). Notuje się także istnienie 582 campingów, zlokalizowanych głównie w regionie Los Lagos i Araucania.

Największą liczbę obiektów noclegowych posiadają regiony: Los Lagos (744) i Valparaíso (673), natomiast jeśli chodzi o pojemność obiektów względem liczby łóżek to przoduje region Valparaíso (kurort nadmorski – ok. 24 tys.), Metropolitalny (z Santiago – ok. 23 tys.) i region Los Lagos (ok. 18 tys.). Ponadto w Santiago znajdują się hotele takich znanych sieci hotelowych jak: Hyatt, Radisson, Sheraton i Hilton.

¹² http://es.wikipedia.org/wiki/Regi%C3%B3n_de_Valpara%C3%ADso, (20.11.2012r.)

¹³ <http://www.welcomechile.com/santiago/>, (20.11.2012r.)

¹⁴ *Turismo Informe Anual 2011*, www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=282, s. 73, (20.11.2012r.)

¹⁵ <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=282>, (20.11.2012r.)

¹⁶ *Informe Anual Turismo 2011*, www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=282, s. 28-30, (20.11.2012r.)

Liczba restauracji w Chile wynosi 3584 (tylko 148 obiektów zarejestrowanych w nowym systemie klasyfikacji). Największe skupiska występują w regionach o dużym znaczeniu turystycznym, a więc: Valparaíso (24%), Metropolitana (16%), Biobío (9%), Los Lagos (9%), Coquimbo (7%).

B. Organizatorzy turystyki

W Chile znajduje się ok. 1409 biur podróży i touroperatorów (tylko 161 zarejestrowanych w nowym systemie klasyfikacji)¹⁷. Najwięcej z nich znajduje się w regionie Metropolitana (ok. 33%), Valparaíso (18%) i Los Lagos (ok. 9%).

C. Linie lotnicze

Narodowe najważniejsze linie lotnicze: Lan Express (filia Lan Chile), Lan Airlines, Sky Airline, o mniejszym znaczeniu: Pal Airlines i Aerovías DAP¹⁸.

Najwięcej połączeń realizuje się między innymi krajami Ameryki Południowej – ok. 75% lotów (Argentyna, Brazylia, Peru), następnie Ameryka Północna – ok. 13%: USA (połączenia z Miami, Nowym Jorkiem, Atlantą, Dallas) i Kanadą (Toronto), Europa – ok. 9% (z Santiago do Madrytu, Paryża, Frankfurtu), region Azji i Pacyfiku – 2,6% (Sydney, Auckland, Papeete).

Najważniejsze lotniska w Chile: Lotnisko Santiago Arturo Merino Benítez, Arica (Chacalluta), Antofagasta (Cerro Moreno), Iquique (Cavancha), Puerto Montt (Tepual), Punta Arenas (Pdte. Ibañez), Temuco (Manquehue).

D. Sieć komunikacyjna.

W Chile, ze względu na wielkość kraju, najłatwiej podróżować samolotem. Bardzo dobrze jest też rozwinięty transport kołowy (łączna długość dróg to 79800 km, w tym autostrady – 2653 km). W dalszą podróż warto wybrać się autobusem, gdyż jest to jeden z najlepiej rozwiniętych systemów transportu publicznego w Chile (w dodatku stosunkowo niedrogi i szybki). Jeśli chodzi o pociągi w Chile to takich połączeń jest niewiele (ok. 7 tys. km torów), rozporządza nimi EFE (*Empresa de los Ferrocarriles del Estado*). Metro posiadają tylko 3 miasta kraju: Santiago, Valparaíso i Concepción. Ważną rolę odgrywa

¹⁷ *Informe Anual Turismo 2011*, www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=282, s. 30. (21.11.2012r.)

¹⁸ Tamże, s. 26.

również transport dalekomorski, główne porty morskie to: Valparaíso, San Antonio, Antofagasta, Talcahuano¹⁹.

4. Podstawowe determinanty konsumpcji turystycznej ludności.

- Uwarunkowania społeczno-demograficzne (wg danych z 2010 r.):
 - w Chile największą część społeczeństwa reprezentuje ludność w wieku produkcyjnym (15-64 lat – stanowią ok. 70% społeczeństwa), czyli w wieku, który charakteryzuje się największą mobilnością i możliwościami uprawiania turystyki;
 - wysoki poziom edukacji i jeden z najniższych na kontynencie wskaźnik analfabetyzmu (5% ludności powyżej 15 roku życia).
- Dochody w 2011 r.:
 - średni miesięczny dochód wynosi \$ 360.300 (pesos),
 - kobiety zarabiają dużo mniej niż mężczyźni pomimo podobnych kwalifikacji (ok. 32% różnicy),
 - osoby dobrze wykształcone ze stopniami naukowymi zarabiają dużo więcej niż osoby z niższym wykształceniem lub bez²⁰.

- Ceny:

Ceny usług turystycznych w Chile kształtują się na średnim poziomie w stosunku do pozostałych krajów kontynentu (podobne do Argentyny i Urugwaju), natomiast konkurencję w Ameryce Południowej stanowią Boliwia i Paragwaj (najniższe ceny)²¹.

5. Narodowa administracja turystyczna:

Ministerstwo Gospodarki, Rozwoju i Turystyki – w jego skład wchodzi 3 sekretariaty. Podsekretariat Turystyki działa od 1 stycznia 2011 r. i jest prowadzony przez Jacqueline Plass. Jednostka ta odpowiedzialna jest za opracowywanie planów, programów i projektów rozwoju i promocji turystyki w kraju²².

¹⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/Transporte_en_Chile, (23.11.2012r.)

²⁰ <http://www.auch.cl/foro-auch/ciudadano-social/97920-encuesta-del-ine-sueldo-mensual-promedio-en-chile-es-de-360300.html>, (23.11.2012r.)

²¹ Prado V.S, *Indice de Competividad Turistica de Chile: Conociendo sus Fortalezas y debilidades 2009*, <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=69>, (23.11.2012r.), s. 16,17.

²² <http://www.subturismo.gob.cl/quienes-somos/acerca-de/>, (23.11.2012r.)

SERNATUR (Servicio Nacional de Turismo) – jest agencją rządową (zależną od Ministerstwa Gospodarki, Rozwoju i Turystyki), odpowiedzialna za promocję i upowszechnianie rozwoju turystyki w Chile. Krajowe biuro znajduje się w centrum Santiago, a agencja ta jest reprezentowana we wszystkich regionach kraju, za pośrednictwem Regionalnych Biur Turystyki. Do głównych zadań organizacji należy m.in.:

- promocja kraju (organizacja i udział w targach, organizowanie study tour, materiały promocyjne, spoty reklamowe itd.)
- wprowadzanie standardów i certyfikacji w celu zapewnienia jakości i bezpieczeństwa usług turystycznych;
- promowanie zrównoważonego rozwoju we wszystkich regionach (Program Zrównoważonego Rozwoju)
- tworzenie produktów turystycznych i programów dla różnych grup docelowych (Program „Wakacje Osób Trzeciego Wieku”, „Turystyka Kobiet”)
- nowo opracowana strategia rozwoju turystyki Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020. Opiera się ona na 5 filarach: promocja, zrównoważony rozwój, nowe inwestycje i konkurencyjność, jakość i kapitał ludzki, wiedza o rynku. Określono główne rynki docelowe: Niemcy, Argentyna, Australia, Brazylia, Kolumbia, Hiszpania, USA, Francja, Wlk Brytania i Peru.
- prowadzenie badań, opracowywanie statystyk i raportów²³.

6. Narodowa Organizacja Turystyczna.

W Chile nie funkcjonuje wyodrębniona Narodowa Organizacja Turystyczna jako agenda rządowa. Można natomiast wymienić kilka organizacji pozarządowych pełniących podobne do NTO funkcje, np.:

-TurismoChile (Korporacja Promocji Turystyki w Chile) – prywatna organizacja non-profit, mająca na celu promowanie kraju na rynkach międzynarodowych, opracowywanie strategii promocji, zarządzanie środkami publicznymi przeznaczonymi na promocję, organizacja międzynarodowych imprez (targi, *workshops*, *roadshows*), organizacja *study tour*, *fam trips*, dystrybucja materiałów promocyjnych. Obecnie organizacja działa w 3

²³ <http://www.sernatur.cl/que-hacemos>, (24.11.2012r.)

obszarach: promocja turystyki tradycyjnej i przygodowej, biznesowej oraz rozwój projektów regionalnych²⁴.

-FEDETUR (Federacja Firm Turystycznych w Chile) – zrzesza m.in. inne organizacje, sieci hotelowe, restauracyjne, biura turystyczne, linie lotnicze – na celu ma jednoczenie różnych segmentów prywatnych i wspierania ich działalności, by uczynić turystykę znaczącą dziedziną gospodarki²⁵.

7. Inne uwarunkowania turystyki.

Edukacja w zakresie turystyki: w Chile z roku na rok przybywa na uczelniach (państwowych uniwersytetach jak i prywatnych szkołach i technikach) kierunków turystycznych, związanych głównie z hotelarstwem i usługami turystycznymi²⁶.

Badania w zakresie turystyki prowadzą: SERNATUR, TurismoChile i inne organizacje turystyczne, a także INE (Narodowy Instytut Turystyki).

II. Rynek recepcji turystycznej (zagraniczna turystyka przyjazdowa).

Po analizie ogólnych danych dotyczących Chile i uwarunkowań kraju do rozwoju turystyki, zostanie przeanalizowana jego aktualna sytuacja jako rynku recepcji turystycznej.

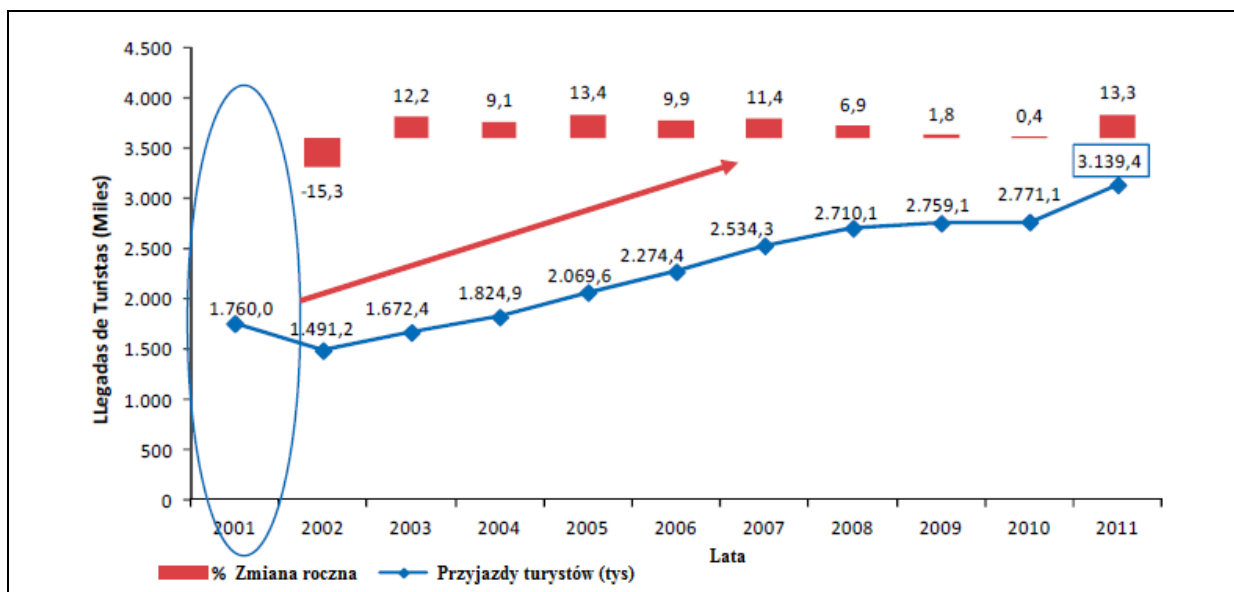
1. Przyjazdy i główne kraje emitujące.

a. Przyjazdy turystów do Chile.

²⁴ <http://chiletourism.travel>, (24.11.2012r.)

²⁵ <http://www.fedetur.org>, (24.11.2012r.)

²⁶ *Educacion del Turismo en Chile 2011*, <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=104>, (24.11.2012r.)



Ryc. 4. Wielkość i dynamika przyjazdów turystów do Chile w latach 2001-2011.

Źródło: *Comportamiento Turismo Receptivo 2011*, <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=291>, str.7, (15.12.2012).

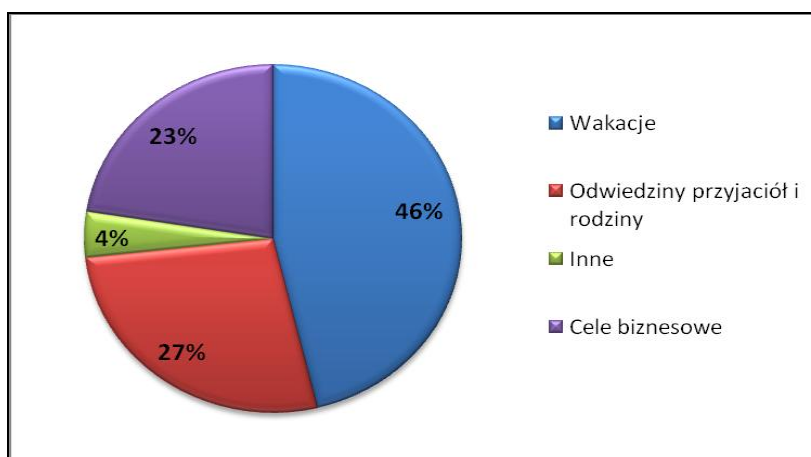
Na podstawie powyższego wykresu możemy zauważyć znaczny wzrost liczby turystów odwiedzających Chile-liczba ta wzrosła prawie 2-krotnie porównując rok 2001 i 2011. Od 2001-2008r. liczba przyjazdów sukcesywnie wzrastała (poza rokiem 2002, kiedy to zanotowano spadek o 15,3%), zauważalna jest też pewna reguła dynamiki przyjazdów-coroczne nasilenie lub osłabienie ruchu o mniej więcej 3%, następujące po sobie zmianowo. W latach 2008-2010 nastąpiło zastopowanie wzrostu liczby turystów, co można tłumaczyć zaistniałym w 2008r. kryzysem gospodarczym na świecie, wystąpieniem grypy AH1N1 oraz trzęsieniem ziemi w 2010r. Po tym okresie notuje się w Chile wzrost przyjazdów o ok.13% (ponad 3mln przyjazdów) w 2011r. w stosunku do roku poprzedniego.

Biorąc pod uwagę badania SERNATUR dotyczące roku 2012, to liczba przyjazdów turystów zagranicznych osiągnęła historyczny punkt-ponad 2,5mln tylko w okresie od stycznia-września (ten sam okres w roku 2011 charakteryzuje się ok. 2,2mln przyjazdów)²⁷. Można więc powiedzieć, że Chile znów nabiera tempa jeśli chodzi o rozwój turystyki. Aktualna „Narodowa Strategia Rozwoju Turystyki na lata 2012-2020 Chile” przewiduje wzrost przyjazdów do ok.4mln do końca 2014r., a do 2020r. liczba ta powinna wzrosnąć do prawie 5,5 mln²⁸.

²⁷ Balance Enero-Septiembre 2012. Turismo receptivo. <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=301>, s.2 (15.12.2012r.)

²⁸ Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020, <http://www.sernatur.cl/noticias/gobierno-lanza-estrategia-nacional-de-turismo>, s. 17, (12.01.2013)

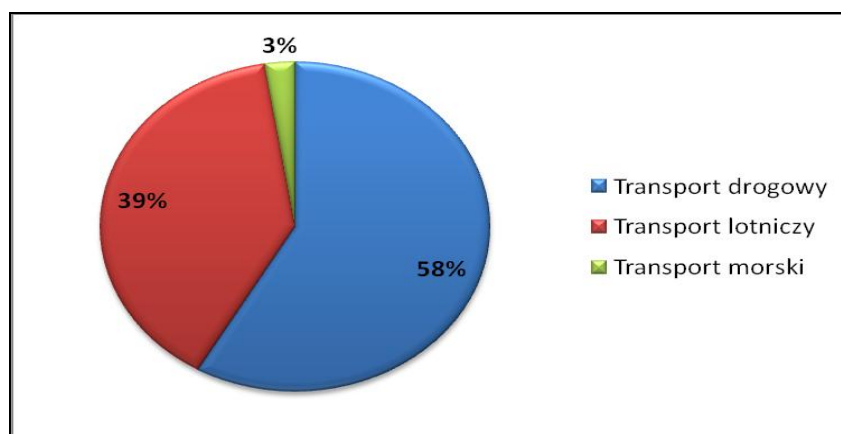
b. Cele przyjazdów turystów.



Ryc. 5. Główne motywy przyjazdów turystów do Chile w 2011r.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie *Comportamiento Turismo Receptivo 2011*,
<http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=291>, s.18, (15.12.2012).

W roku 2011 prawie połowa przyjazdów turystów do Chile opiera się na motywie wakacyjnym, czyli typowo turystycznym (1.451,2 tys. turystów), pozostałe dwa, kształtujące się na podobnym poziomie to: odwiedziny przyjaciół i rodziny (848,9 tys. turystów) oraz cele biznesowe (706 tys. turystów). Tylko 4% stanowią inne motywy przyjazdów tj. zdrowotne czy studia (133,3 tys.)²⁹.

c. Środki transportu.



Ryc. 6. Główne rodzaje transportu, używane w przyjazdach turystów zagranicznych do Chile w 2011r.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie *Informe Anual Turismo 2011*, www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=282, s.13, (16.12.2012).

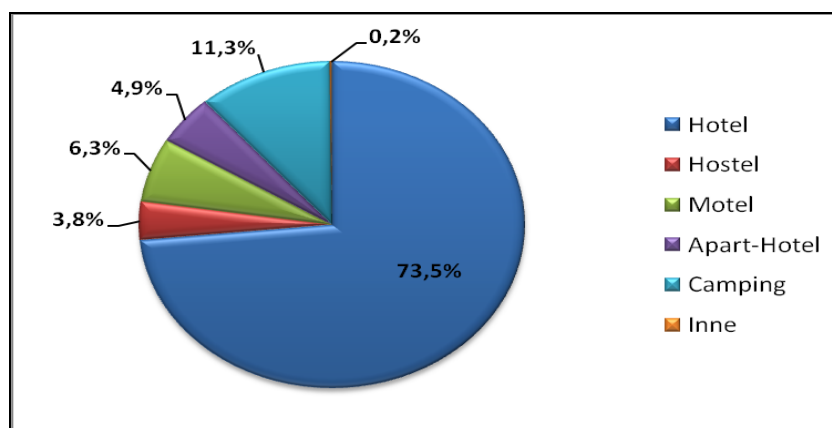
²⁹ *Comportamiento Turismo Receptivo 2011*, <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=291>, s.18, (15.12.2012r.)

Według raportu policji granicznej Chile (Jefatura Nacional de Extranjería y Policía Internacional) w 2011r. najwięcej turystów przyjechało do Chile za pośrednictwem transportu drogowego (bardzo dobrze rozwinięta infrastruktura drogowa) , lotniczego (dobrze rozwinięta sieć połączeń międzynarodowych i lotnisk), tylko 3% przyjazdów odbyło się drogą morską. Wymieniony w raporcie transport kolejowy osiągnął w 2011r. praktycznie wartość zerową (słabo rozwinięta infrastruktura kolejowa i mała liczba połączeń)³⁰.

d. Długość pobytu.

Średnia długość pobytu turysty zagranicznego w Chile wynosi 8 dni. Najkrótszy czas (3-6 dni) spędzają w tym kraju turyści z innych krajów Ameryki Pd (w tym kraje sąsiednie), najdłużej zaś (ze względu na duże koszty i długi czas podróży) przebywają turyści z krajów europejskich (13-22 dni). Turyści z krajów Ameryki Pn przyjeżdżają na okres 13-16 dni³¹.

e. Preferowany typ zakwaterowania.



Ryc. 7. Preferowane rodzaje obiektów zakwaterowania wg liczby przyjazdów turystów krajowych i zagranicznych w 2011r.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie *Informe Anual Turismo 2011*, www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=282, s.74, (16.12.2012).

Najczęściej wybierany rodzaj zakwaterowania wśród turystów zagranicznych jak i krajowych to hotele (73,5%). W drugiej kolejności turyści korzystają także z campingów (ponad 11%) oraz moteli (ponad 6%).

³⁰ *Informe Anual Turismo 2011*, www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=282, s.13, (15.12.2012)

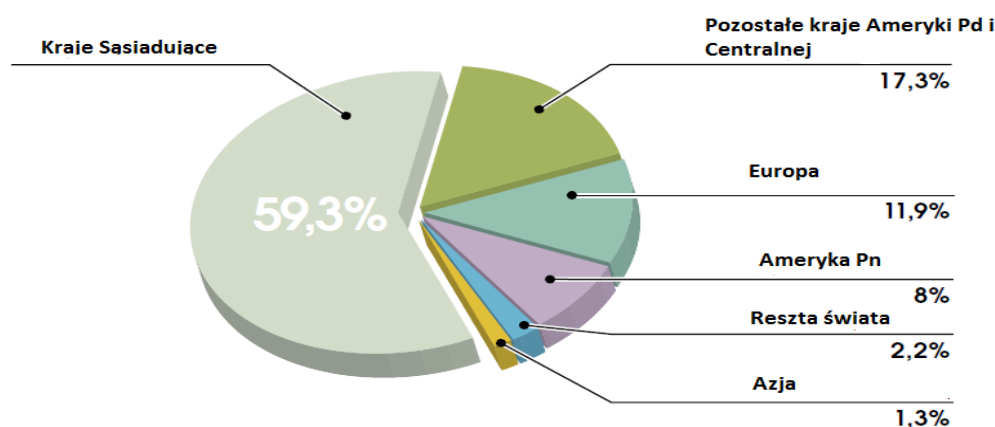
³¹ *Comportamiento Turismo Receptivo 2011*, <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=291>, s.68, (16.12.2012)

2. Dochody z turystyki przyjazdowej.

Brak dokładnych informacji na ten temat. Z raportu *UNWTO Tourism Highlights 2011* wynika, że wpływy z turystyki w Chile kształtują się w latach 2008-2010 na poziomie 1,6mld dolarów rocznie³².

Dodatkową informacją jest, że dochody z turystyki stanowią ok. 3,2% PKB Chile, natomiast aktualna strategia rozwoju turystyki w tym kraju prognozuje wzrost tego udziału do 6% do roku 2020³³.

3. Analiza profili konsumenckich turystów pochodzących z najważniejszych rynków emisyjnych.



Ryc. 8. Turystyka przyjazdowa do Chile w 2011r.

Źródło: *Informe Anual Turismo 2011*, www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=282, s.14, (17.12.2012r.)

Najwięcej turystów emitują do Chile kraje sąsiadujące (Argentyna, Boliwia i Peru) - pochodzi stamtąd prawie 60% turystów. Ponad 17% turystów przyjeżdża z pozostałych krajów Ameryki Pd (przede wszystkim Brazylia) oraz Ameryki Centralnej.

3. miejsce zajmuje Europa, z której pochodzi ok.12% turystów (głównie z Niemiec, Hiszpanii, Francji i Wielkiej Brytanii). 8% przyjazdów notuje się z Ameryki Pn, a tylko 1,3% turystów pochodzi z Azji.

³² *UNWTO Tourism Highlights 2011*, <http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enlr.pdf>

³³ *Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020*, <http://www.sernatur.cl/noticias/gobierno-lanza-estrategia-nacional-de-turismo>, s. 17, (12.01.2013)

Ranking najważniejszych krajów emisyjnych i analiza profili konsumenckich.

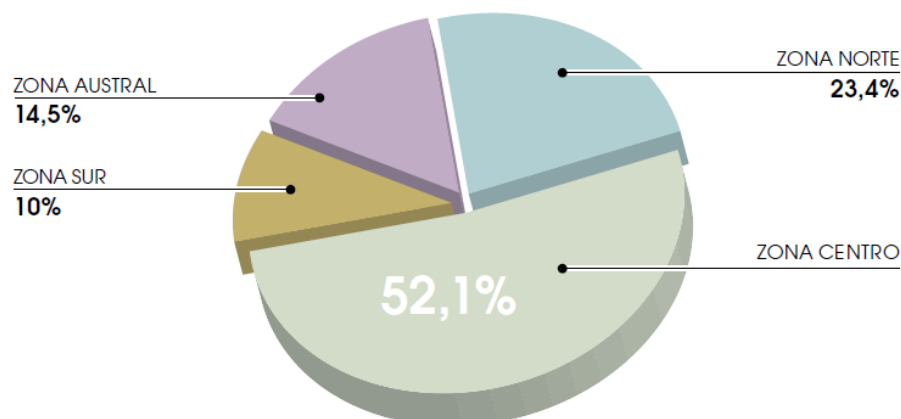
Tabela 1. Głównie kraje emisyjne-liczba turystów i charakterystyka.

Kraj	Liczba turystów	Wpływy z turystyki (mln dolarów)	Najważniejszy cel podróży	Średnia długość pobytu (dni)
1.Argentyzna	1.196.930	352	Wakacje	5,2
2.Brazylia	330.122	327,3	Wakacje	6,8
3.USA	174.523	188,9	Cele biznesowe, wakacje	13,6
4.Peru	342.592	74,6	Odwiedziny znajomych, rodziny	4,6
5.Boliwia	320.941	37,4	Cele biznesowe	3,1
6.Hiszpania	67.999	86,7	Wakacje	19,1
7.Niemcy	59.490	75,4	Wakacje	21,8
8.Francja	62.368	71,5	Wakacje	20,6
9.Wlk Brytania	42.582	50,1	Wakacje	13,7
10.Kanada	40.377	44,5	Wakacje	15,4
11.Meksyk	35.929	41,5	Cele biznesowe	12

Źródło: Opracowanie własne na podstawie *Comportamiento Turismo Receptivo 2011*, <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=291>, s.64, (17.12.2012).

Najważniejszymi krajem emisyjnym dla Chile jest Argentyna (ponad 1mln turystów). Turyści z tego kraju zostawiają również w Chile najwięcej pieniędzy, podróżują głównie w celach wakacyjnych, a ze względu na bliskość i dobre połączenia wyjazdy są dość krótkie (ok. 5dni). Pozostałe kraje Ameryki Płd, wysyłające najwięcej turystów do Chile (Peru, Brazylia i Boliwia) także charakteryzują się krótkim czasem pobytu, różne są natomiast motywy wyjazdu. Można zauważyć, że turyści z Brazylii, przyjeżdżający w celach urlopowych, wydają podczas pobytu nieco mniej niż Argentyńczycy. Turyści z USA zajmują 3 miejsce pod względem dewiz pozostawianych w Chile, podróżują w celach biznesowych oraz wakacyjnych, na przynajmniej 2 tygodnie. Turyści europejscy, przyjeżdżający przede wszystkim z Hiszpanii, Francji, Niemiec i Wlk Brytanii podróżują do Chile najczęściej w celach wakacyjnych, na średnio 20 dni pobytu. Najwięcej pieniędzy podczas pobytu zostawiają Hiszpanie.

4. Główne obszary koncentracji zagranicznego/przyjazdowego ruchu turystycznego.



Ryc.9. Wielkość ruchu turystycznego w ujęciu regionalnym w 2011r.

Źródło: *Informe Anual Turismo 2011*, www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=282, s.13,(16.12.2012r.)

Największą liczbą przyjazdów charakteryzuje się region centralny (Zona Centro), w skład którego wchodzi regiony: Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, Maule. Koncentruje się w nim ponad 52% przyjazdów turystów zagranicznych.

Drugie miejsce pod względem wielkości ruchu turystycznego zajmuje region północny (Zona Norte), na który składają się regiony: Arica i Parinacota, Tarapacá, Antofagasta i Atacama- zanotował on w 2011 r. 23,4% przyjazdów turystów zagranicznych.

Zona Austral obejmująca regiony: Aysén, Magallanes oraz chilijską część Antarktydy przyciągnęła 14,5% turystów.

Najmniejszy procent turystów (10%) odwiedziło w 2011. region południowy (Zona Sur), do którego zalicza się regiony: Bio, Atacama, Los Ríos i Los Lagos.

III. Rynek emisji turystycznej (turystyka wyjazdowa).

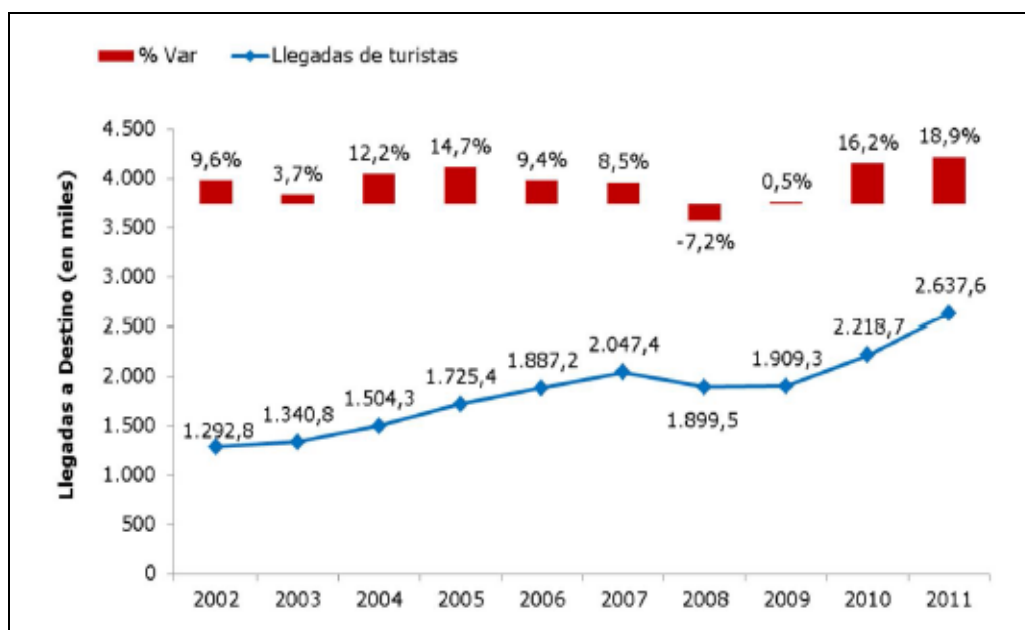
W tym rozdziale zostanie zanalizowany rynek emisyjny Chile i aktualna sytuacja wyjazdowa Chilijczyków za granicę.

1. Poziom aktywności turystycznej mieszkańców Chile w turystyce zagranicznej.

a) Wielkość i dynamika wyjazdów zagranicznych.

W ciągu 2011r. za granicę wyjechało **3.724.118** Chilijczyków (liczba obejmuje turystów i odwiedzających jednodniowych), oznacza to wzrost o 10,6% w stosunku do

roku poprzedniego). Jeśli chodzi o wyjazdy samych turystów to sytuacja przedstawia się następująco:



Ryc. 10. Wielkość i dynamika wyjazdów zagranicznych turystów chilijskich w latach 2002-2011.

Źródło: *Comportamiento del Turismo Emisivo año 2011*, <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=291>, s.7, (17.12.2012).

Od 2002-2007r. liczba wyjazdów zagranicznych turystów z Chile stale wzrastała, aż osiągnęła pułap ponad 2 mln wyjazdów. W 2008 r. liczba spadła do ok.1,9 mln wyjazdów (m.in. ze względu na niekorzystny kurs waluty), po roku znów zaczęła rosnąć w dość szybkim tempie, osiągając w roku 2011r. rozmiar 2,6 mln wyjazdów zagranicznych.

b) Cele wyjazdów.

Najważniejszym motywem wyjazdów Chilijczyków są wyjazdy wakacyjne, stanowiące w 2011r. ponad połowę wszystkich wyjazdów (51,2%, 1 373 356 turystów). Powodem, dla którego wyjeżdża za granicę 26,3% (693 363 osób) są cele biznesowe (konferencje, kongresy, seminaria, interesy). 378.118 Chilijczyków (14,3%) wyjeżdża za granicę w celu odwiedzenia rodziny, znajomych. Pozostali turyści (7,3%) podróżują w innych, niż już wymienione celach (zdrowotne, podjęcie studiów)³⁴.

c) Środki transportu (2011r.)

64,6% wyjazdów-transport drogowy

35% wyjazdów-transport lotniczy

³⁴ *Comportamiento del Turismo Emisivo año 2011*, <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=291>, s.10, (17.12.2012r.)

0,3% wyjazdów-transport morski

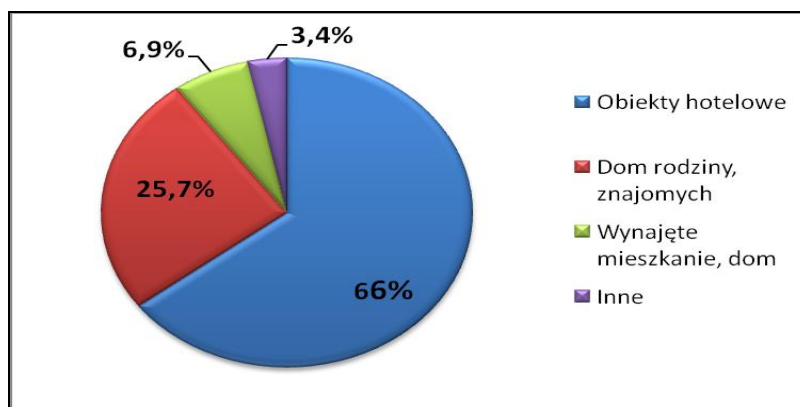
0,1% wyjazdów-transport kolejowy³⁵.

d) Długość pobytu.

Średnia długość pobytu Chilijczyków na wyjazdach zagranicznych wynosi:

- Ameryka Płd: od 3dni (Peru) - 9dni(Brazylia)
- Ameryka Pn: od 11dni (USA) - 35dni Kanada)
- Europa: od 13dni (Francja) - 21dni (Niemcy)
- Reszta świata: ok. 22dni³⁶

e) Preferowany typ zakwaterowania.



Ryc. 11. Stosowany typ zakwaterowania Chilijczyków podczas wyjazdów zagranicznych w 2011r.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie *Comportamiento del Turismo Emisivo año 2011*, <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=291>, s.21, (17.12.2012)

³⁵ Informe Anual Turismo 2011, www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=282, s.21, (17.12.2012r.)

³⁶ *Comportamiento del Turismo Emisivo año 2011*, <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=291> s.49, (17.12.2012r.)

2. Wydatki na podróże zagraniczne (dokładne dane w tabeli nr.2)



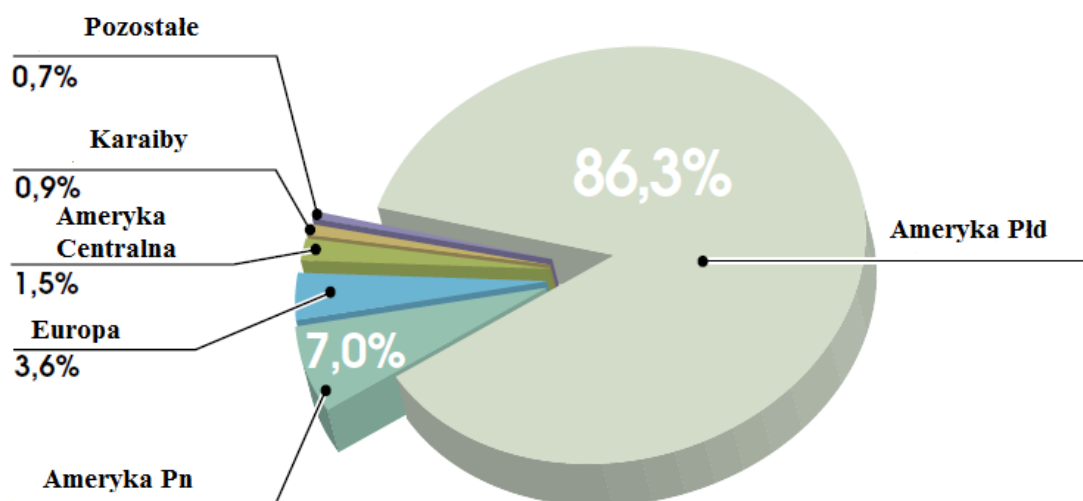
Ryc. 12. Wielkość i dynamika wydatków turystów chilijskich podczas wyjazdów zagranicznych w latach 2002-2011.

Źródło: *Comportamiento del Turismo Emisivo año 2011*, <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=291>, s.8, (22.12.2012).

Powyższy wykres pokazuje, że Chilijczycy podczas wyjazdów zagranicznych wydają coraz więcej (rok 2008- rok kryzysu gospodarczego, skutkowało obniżeniem wydatków na wyjazdy). W 2011 r. mieszkańcy Chile, podróżujący za granicę „wywieźli” do krajów destynacji ponad 2mld dolarów amerykańskich.

3. Ulubione destynacje mieszkańców Chile i charakterystyka wyjazdów.

Wyjazdy do poszczególnych regionów prezentują się następująco:



Ryc. 13. Wyjazdy Chilijczyków wg destynacji, 2011r.

Źródło: *Informe Anual Turismo 2011*, www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=282, s.22, (17.12.2012)

Najwięcej Chilijczyków wyjeżdża do krajów Ameryki Południowej (3.213.089 turystów, co stanowi ponad 86%), głównie do krajów sąsiedzkich-Argentyny i Peru. 7% turystów chilijskich wyjeżdża do Ameryki Północnej (260.093 turystów). Do Europy podróżuje tylko 3,6% (133.754) Chilijczyków.

Najważniejsze rynki recepcyjne.

Tabela 2. Główne kraje recepcyjne dla turystów z Chile oraz charakterystyka wyjazdów.

Kraj	Liczba turystów chilijskich	Wydatki turystów ogółem (mln US\$)	Najważniejszy cel podróży	Średnia długość pobytu (dni)
1.Argentyzna	1.136.947	401	Wakacje	5,5
2.Peru	727.119	188	Wakacje	3,4
3.USA	168.969	305	Cele biznesowe	11,7
4.Brazylia	155.853	170	Cele biznesowe	8,9
5.Hiszpania	56.076	83	Cele biznesowe	17,1
6.Francja	53.555	62	Wakacje	12,9
7.Meksyk	41.282	63	Cele biznesowe	13,1
8.Niemcy	20.393	35	Cele biznesowe	21,4
9.Kanada	8.368	22	Cele biznesowe	35,8

Źródło: Opracowanie własne na podstawie *Comportamiento del Turismo Emisivo año 2011*, <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=291>, s.49,53-55, (18.12.2012)

Największą liczbą turystów z Chile, niezmiennie od lat, cieszy się Argentyna oraz Peru, a wraz z Brazylią tworzą one rynek turystyczny najchętniej odwiedzany przez Chilijczyków (spowodowane bliskim położeniem-sąsiedztwo oraz dogodnością dojazdu). W tych krajach także Chilijczycy zostawiają najwięcej pieniędzy (łącznie ok. US\$ 760mln). Kolejnym krajem często odwiedzanym przez chilijskich turystów jest USA , gdzie ponoszą oni największe wydatki (ponad 300mln dolarów). Krajem Europy, do którego najczęściej podróżują Chilijczycy jest Hiszpania. Biorąc pod uwagę cel podróży można zauważyć, że cele typowo wakacyjne dotyczą krajów sąsiedzkich (Argentyna i Peru) oraz Francji, natomiast w pozostałych krajach, zaliczanych do najczęściej przez Chilijczyków odwiedzanych, przeważają cele biznesowe. Jeśli chodzi o długość pobytu zagranicznego to najkrótsze wyjazdy odbywają się do Peru (ok. 3dni) i pozostałe kraje Ameryki Płd, najdłuższe natomiast (związane z długością i kosztami podróży) dotyczą

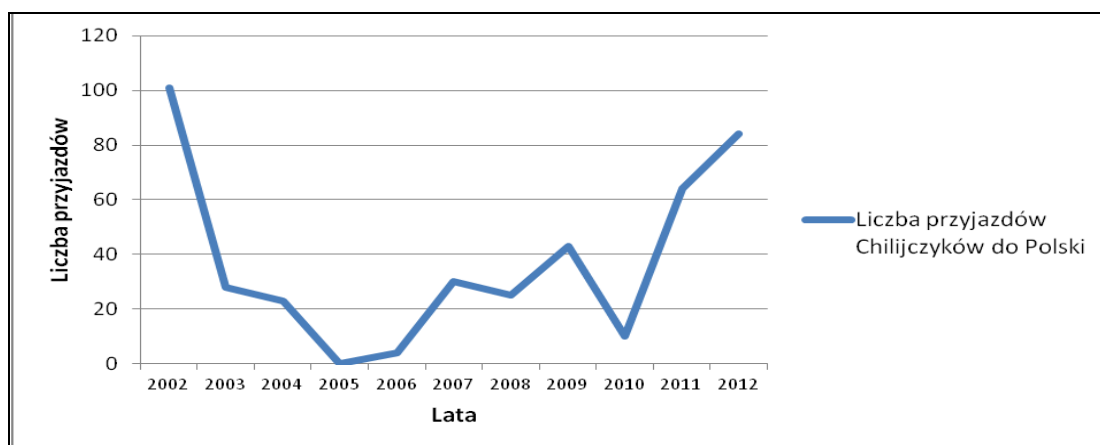
krajów europejskich (średnio 2 tygodnie) oraz Ameryki Pn (od 2 tygodni do ponad miesiąca w przypadku Kanady).

IV. Znaczenie rynku Chile dla Polski.

1. Analiza przyjazdów do Polski.

Niestety rynek polski pod względem turystycznym jest dla turystów z Chile mało znany i wciąż zbyt odległy, dlatego też nie notuje się znaczących liczb przyjazdów. Chile jako kraj emisyjny na rynek polski nie jest ujmowany w polskich raportach na temat wielkości przyjazdów i nie jest określany jako istotny.

Dane na temat liczby przyjazdów Chilijczyków do Polski znalazłam w statystykach SERNATUR. Przedstawiają się one następująco:



Ryc. 14. Wielkość i dynamika przyjazdów Chilijczyków do Polski.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie *Salidas de Chilenos al exterior*,
<http://www.sernatur.cl/estadisticas-sernatur>, (22.12.2012)

Jak pokazuje powyższy wykres do Polski przyjeżdża nieliczna grupa Chilijczyków. Na podstawie tych danych nie można stwierdzić, czy osoby te przyjechały w celach turystycznych czy w innych. Na przestrzeni 10 lat można zauważyć, że od 2002r., gdzie liczba przyjazdów obywateli Chile do Polski przekroczyła 100 osób nastąpił drastyczny spadek, sięgający w 2005r. nawet zera. W kolejnych latach liczba przyjazdów zaczęła wzrastać (spadki w 2008 i 2010r.) osiągając w 2011r. 64 przyjazdy, a jak na dotychczasowe dane na rok 2012 wzrosła do 84 przyjazdów. Tak mała liczba przyjazdów mieszkańców Chile do Polski świadczy o znikomym zainteresowaniu naszym krajem, zwłaszcza pod względem turystycznym, co wynika przede wszystkim z dużej odległości

między tymi krajami, braku promocji Polski jako atrakcyjnej turystycznie na rynku chilijskim i braku dostatecznych informacji na temat naszego kraju w Chile.

2. WUTZ (Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej) dla Polski analizowanego rynku.

Wskaźnik ten nie jest określony dla rynku Chile. „*Marketingowa Strategia Polski w Sektorze Turystyki na lata 2012-2020*”, sporządzona przez POT wymienia 3 grupy krajów pod względem potencjału emisyjnego: rynki o największym znaczeniu, znaczeniu drugoplanowym oraz znaczeniu najmniejszym. Chile nie zostało ujęte w tym zestawieniu, można jedynie domniemywać, że zaliczane jest do ostatniej grupy³⁷. Znaczenie tego kraju jako rynku wysyłającego turystów do Polski jest jednak tak znikome w porównaniu do innych krajów, że nie jest w ogóle wymieniany w dokumencie.

3. Zaangażowanie marketingowe Polski na rynku Chile i zaangażowanie marketingowe Chile na rynku polskim.

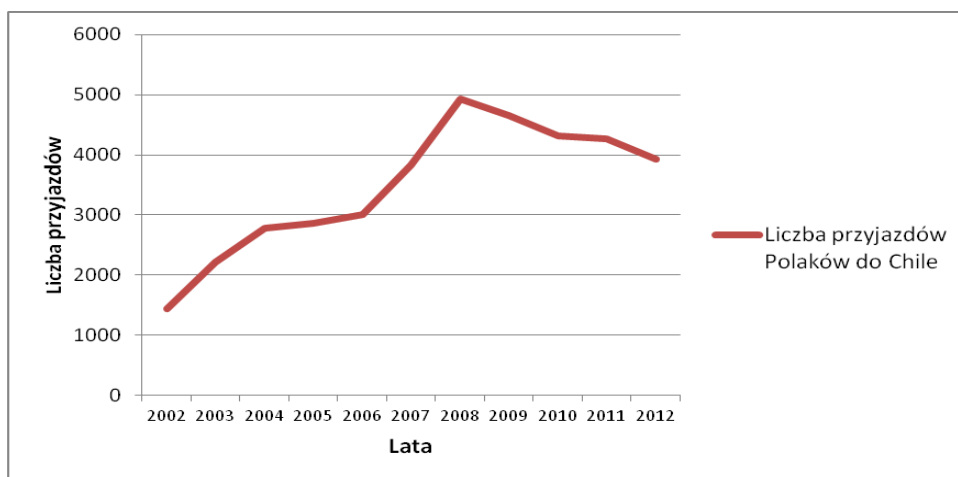
Promocja Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie w Chile i na odwrót nie jest prowadzona. Oba rynki turystyczne nie są dla siebie nawzajem na tyle istotne, by organizować działania marketingowe, zachęcające do odwiedzenia Polski bądź Chile. Jak wspomniano w poprzednim punkcie aktualna *Strategia Marketingowa Polski w Sektorze Turystyki na lata 2012-2020* nie przewiduje prowadzenia działań marketingowych na rynku chilijskim.

Współpraca Polski i Chile skupia się jedynie na gospodarce i handlu. W 2003r. reaktywowano Chilijsko-Polską Izbę Handlową oraz zawarto umowę między Państwową Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości i Fundacją EUROCHILE, przewidującej m.in. wspólne uczestnictwo polskich i chilijskich firm w programach UE promujących udział w targach, poszukiwanie partnerów biznesowych i wymianę informacji handlowych. W 2007r. podpisano również umowę o współpracy celnej, a w 2010r. otwarto Biuro Handlowe Chile w Warszawie (Biuro w Polsce to pierwsze tego typu przedstawicielstwo w Europie Wschodniej), mające na celu promocję Chile w regionie i rozwój współpracy gospodarczej. Nowym elementem współpracy polsko-chilijskiej może być obszar

³⁷ *Marketingowa Strategia Polski w Sektorze Turystyki na lata 2012-2020*
<http://storage.pot.potsite.pl/data/PDF/marketingowa-strategia-polski-w-sektorze-turystyki-na-lata-2012-2020.pdf>, (12.01.2013r.)

związany z poszukiwaniem i wykorzystywaniem na większą skalę nowych, niekonwencjonalnych nośników i źródeł energii, w tym energii odnawialnej³⁸.

4. Analiza wyjazdów Polaków do Chile.



Ryc. 15. Wielkość i dynamika przyjazdów Polaków do Chile w latach 2002-2012.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie *Llegadas de Turistas extranjeros a Chile*, <http://www.sernatur.cl/estadisticas-sernatur>, (22.12.2012).

Powyższy wykres pokazuje, że liczba Polaków wyjeżdżających do Chile jest zdecydowanie większa (liczona w tysiącach) niż liczba Chilijczyków przyjeżdżających do Polski (nie przekraczająca 100 przyjazdów). Zauważamy, że liczba Polaków odwiedzających Chile rosła sukcesywnie (w 2002 r. zanotowano 1440 przyjazdów) aż do roku 2008, gdzie osiągnęła wartość blisko 5tys. przyjazdów. Po roku 2008 obserwujemy spadek tej liczby, co może być spowodowane zarysowującym się w Polsce kryzysem gospodarczym. Dotychczasowe dane z 2012r. wykazują liczbę 3 929 przyjazdów, co oznacza spadek przez ostatnie 4 lata o ok. 1 000 przyjazdów. Mimo tego taka liczba Polaków, wyjeżdżających do Chile, świadczy o tym, że kraj ten jest o wiele bardziej znany dla nas, niż Polska dla Chilijczyków. Od lat Polacy zainteresowani są kulturą Ameryki Południowej, jej historią i odkrywaniem jej zakątków; organizowane są wyprawy oraz coraz tańsze, lecz wciąż nie dla wszystkich dostępne oferty wyjazdów zorganizowanych.

³⁸<http://www.mg.gov.pl/Wspolpraca+z+zagranica/Wspolpraca+gospodarcza+Polski+z+krajami+wschodnimi+i+pozaeuropejskimi/Chile.htm>

V. Analiza SWOT dla Chile.

Mocne strony: • Różnorodność i unikatowość walorów turystycznych: krajobraz, przyroda, kultura, zabytki • Możliwości uprawiania różnego typu turystyki, w tym kwalifikowanej • Różnorodność klimatu • Dobrze rozwinięta infrastruktura lotnicza i lądowa • Stabilna sytuacja polityczna i gospodarcza	Szanse: • Tworzenie nowych programów rozwoju turystyki przez SERNATUR i inne organizacje • Tworzenie nowych połączeń komunikacyjnych • Tańsze loty • Tworzenie ofert wyjazdowych do Chile przez touroperatorów (np. w Polsce) i coraz niższe koszty wycieczki
Słabe strony: • Wciąż słabo rozwinięta infrastruktura turystyczna • Brak lub słaba promocja na zagranicznych rynkach turystycznych • Wysokie koszty przejazdu (ceny lotów) • Zagrożenia trzęsieniem ziemi, wybuchem wulkanów	Zagrożenia: • Konkurencyjność innych krajów Ameryki Płd (Brazylia, Peru) • Światowy kryzys gospodarczy • Zmienne kursy dolara i peso

VI. Prezentacja przykładowej oferty dla danego segmentu demograficzno-społecznego.

W Polsce możemy znaleźć stosunkowo dużo ofert wyjazdów do Chile. Są to przeważnie wyjazdy 2-tygodniowe o charakterze objazdowym. Taki produkt turystyczny oferują w Polsce m.in. tacy touroperatorzy jak: ITAKA, RainbowTours, LogosTour.

Przykładowa oferta została znaleziona na portalu www.treveligo.pl i jest organizowana przez biuro podróży ITAKA. Nazwa produktu brzmi ” **Dwa kraje, cztery żywioły**”, gdyż obejmuje ona także pobyt w Argentynie. Wycieczka ma charakter objazdowy i będzie trwała 16dni. Cena obejmuje noclegi w hotelach ***gwiazdkowych, wyżywienie, przeloty międzynarodowe, opiekę pilota, klimatyzowany bus, ubezpieczenie KL i NW oraz lokalnych przewodników. Minusem są dodatkowe opłaty: za przeloty wewnętrzne, bilety wstępu i napiwki dla przewodników, opłaty fakultatywne. Moim zdaniem oferta skierowana jest do ludzi aktywnych, nastawionych na przygodę i konieczność dostosowania się do różnorodnych warunków oraz bycia w ciągłym ruchu ze względu na dość napięty plan i dużą ilość atrakcji każdego dnia, a także konieczność

podróżowania różnymi środkami transportu. Myślę, że dobór miejsc docelowych do oferty jest dobry, gdyż oferowane atrakcje należą do najciekawszych i najczęściej odwiedzanych (co zostało zanalizowane i przedstawione w I rozdziale pracy).

Program wycieczki:

SANTIAGO – DOLINA MAIPO – VINA DEL MAR – VALAPRAISO – LA SERENA – DOLINA ELQUI – SAN PEDRO DE ATACAMA – DOLINA ŚMIERCI – DOLINA KSIĘŻYCOWA – SALAR DE ATACAMA – TOCONAO – NARODOWY REZERWAT LOS FLAMINGOS – GEJZERY EL TATIO – PUERTO VARAS – PUERTO MONTT - WYSPA CHILOE – ANCUD – CASTRO – KOLONIA PINGWINÓW W ZATOCE OTWAY – PUERTO NATALES – PARK NARODOWY TORRES DEL PAINE – EL CALAFATE – PARK NARODOWY LOS GLACIARES – LODOWIEC PERITO MORENO - BUENOS AIRES

1. Dzień:

Zbiórka uczestników na lotnisko. Wylot do Santiago.

2. Dzień:

Przylot do SANTIAGO, stolicy Chile. Przejazd do centrum, zwiedzanie miasta: Plac Konstytucji, gdzie znajduje się Pałac La Moneda, siedziba rządu; Mercado Central - targ owocowo-rybny. Wjazd na wzgórze San Cristobal, z ogrodem botanicznym i zoologicznym, skąd rozciąga się imponująca panorama miasta z majestatycznymi szczytami Andów w tle. Przejazd do winnicy w DOLINIE MAIPO - najstarszego regionu winiarskiego Chile. Dolina została uznana przez ekspertów za idealne miejsce do uprawy najszlachetniejszych czerwonych winorośli: Cabernet Sauvignon, Merlot i Carmenere. Degustacja wyśmienitego chiliskiego wina. Przejazd do hotelu, zakwaterowanie, nocleg.

3. Dzień:

Śniadanie. Przejazd na wybrzeże Oceanu Spokojnego do VINA DEL MAR. Spacer głównymi ulicami miasta i nadmorską promenadą, zwiedzanie amfiteatru Quinta Vergara, gdzie corocznie odbywa się Festiwal Piosenki. Przejazd do VALPARAISO, jednego z najważniejszych miast portowych kraju, gdzie przypływają statki pasażerskie z całego świata. Historyczne centrum miasta jest wpisane na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO. Zwiedzanie: stara część miasta z Placem Sotomayor, Muzeum La Sebastiana - dawna rezydencja Pabla Nerudy, laureata Nagrody Nobla. Wjazd kolejką linową El Peral na promenadę Yugoslava. Powrót do hotelu i nocleg.

4. Dzień:

Śniadanie. Transfer na stację autobusową. Przejazd publicznym autokarem komunikacji międzymiastowej do LA SERENA. Transfer do hotelu, zakwaterowanie. Wieczorna

wizyta w obserwatorium Mamalluca, skąd można podziwiać najczystsze niebo na ziemi. Powrót do hotelu i nocleg.

5. Dzień:

Śniadanie. Całodniowa wycieczka do najbardziej słonecznego miejsca na ziemi, DOLINY ELQUI. Przejazd przez malownicze miasta regionu. Zwiedzanie muzeum znanej poetki Gabrieli Mistral i Fabryki Pisco, gdzie produkowana jest słynna chilijska brandy. Powrót do hotelu i nocleg.

6. Dzień:

Śniadanie. Transfer na lotnisko. Przelot do Calama. Przejazd do miasta-oazy SAN PEDRO DE ATACAMA, popularnej bazy wypadowej wycieczek. Zakwaterowanie w hotelu. Wyjazd do DOLINY KSIĘŻYCOWEJ w Górach Solnych, miejscu gdzie powstało wiele pięknych form wyerodowanych w kolorowym gipsie, glinie i soli. Przejazd przez DOLINĘ ŚMIERCI, zwaną również Doliną Marsową ze względu na kosmiczny wygląd otaczających ją form skalnych. Krótki postój obok ciekawego tworu skalnego „Trzy Marie”, który wydaje się być posągiem. O zmierzchu podziwianie z Wielkiej Wydmy wspaniałego widowiska, tańca barw zachodzącego słońca odbijającego się w kryształkach soli. Powrót do San Pedro, nocleg.

7. Dzień:

Śniadanie. Wyjazd do wyschniętego słonego jeziora SALAR DI ATACAMA na wysokości 2305 m n.p.m., największego obszaru solnego w Chile o powierzchni ponad 3000 km². W oddali widać ośnieżone wulkany, wśród nich jeden z najwyższych Licancabur. Przejazd nad laguny Miscanti i Miniques, na wysokości ponad 4000 m n.p.m., u podnóża wygasłych wulkanów. Przejazd do miasteczka TOCONAO, oazy na pustyni, z uprawą wielu gatunków owoców. Spacer uliczkami miasteczka, z domkami zbudowanymi z kamienia – liparytu. Przejazd nad lagunę Chaxa na terenie NARODOWEGO REZERWATU LOS FLAMENCOS, gdzie można podziwiać trzy z sześciu istniejących gatunków flamingów. Powrót do hotelu i nocleg.

8. Dzień:

Wczesny wyjazd (ok. 4 rano) do GEJZERÓW DEL TATIO, na wysokości 4320 m n.p.m., otoczonych wulkanami. O świcie widok jest jedyny w swoim rodzaju: pióropusze wody i pary z gejzerów dochodzą nawet do 10 m wysokości. Śniadanie w scenerii oparów

wydobywających się z gejzerów. Możliwość kąpieli w naturalnym basenie z gorącą wodą. Przejazd na lotnisko Calama i przelot do Santiago. Zakwaterowanie w hotelu i nocleg.

9. Dzień:

Śniadanie. Transfer na lotnisko. Przelot do PUERTO MONTT. Panoramiczny objazd miasta z widokiem na zatokę i Wyspę Tenglo. Przejazd do centrum, wizyta na targu Angelmo. Przejazd do PUERTO VARAS, Miasta Róż. Zwiedzanie: Kościół świętego Serca Jezusowego, główny plac miasta. Z miasta rozciągają się fantastyczne widoki na dominujące w pejzażu wulkany Osorno (2652 m n.p.m.) i Puntagudo (2190 m n.p.m.). Przejazd nad Jezioro Llanquihue, czwarte pod względem wielkości w Ameryce Południowej. Zakwaterowanie w hotelu, nocleg.

10. Dzień:

Śniadanie. Wycieczka na Isla Grande de Chiloe, drugą co do wielkości wyspę Ameryki Łacińskiej. WYSPA CHILOE to region kulturowo odrębny, z własną muzyką, rzemiosłem i tańcami. Przejazd do Pargua i promowanie do Chacao. Zwiedzanie największych atrakcji wyspy: Fort San Antonio w ANCUD, do 1982 r. stolicy Chiloe, z międzynarodowym portem morskim z początku XX w; kościół świętego Franciszka i palafity - domy na palach w wodzie w CASTRO, stolicy wyspy od 1982 r. Powrót do hotelu i nocleg.

11. Dzień:

Śniadanie. Transfer na lotnisko. Przelot do PUNTA ARENAS, największego miasta chilijskiej Patagonii, położonego nad Cieśniną Magellana. Zwiedzanie: plac główny Plaza de Armas, góra Cerro La Cruz z widokiem na Ziemię Ognistą. Obserwacja kolonii pingwinów Magellana w ZATOCE OTWAY. Przejazd do PUERTO NATALES. Zakwaterowanie i nocleg.

12. Dzień:

Śniadanie. Przejazd do PARKU NARODOWEGO TORRES DEL PAINE, który należy do Światowego Rezerwatu Biosfery Narodów Zjednoczonych i jest uważany za najpiękniejszy park narodowy w Chile. Granitowe słupy Torres del Paine, wznoszące się prawie pionowo nad patagońskim stepem, to zaledwie jedna z atrakcji tej krainy, zachwycającej mieniącymi się turkusowymi jeziorami, rwącymi potokami górskimi, kaskadami wodospadów, rozległymi lodowcami bogactwem flory i fauny. Przejazd do Jaskini Milodon, gdzie odkryto szczątki ogromnego leniwca sprzed tysięcy lat. Dalej trasa

wiedzie przez jezioro Sarmiento, wodospady Rio Paine, jezioro Nordenskjold, wodospady Salto Grande, Jezioro Pehoe. Powrót do Puerto Natales, nocleg.

13. Dzień:

Śniadanie. Przejazd do miejsca gdzie dominuje Szary Lodowiec, którego zbocze osuwa się wprost do Jeziora Szarego. Przekroczenie granicy z Argentyną. Przejazd do EL CALAFATE położonego na brzegach Jeziora Argentino. Zakwaterowanie. Nocleg.

14. Dzień:

Śniadanie. Przejazd do wpisanego na Listę UNESCO PARKU NARODOWEGO LOS GLACIARES, jednego z najpiękniejszych w kraju, gdzie znajduje się 47 lodowców. Przejazd do miejsca skąd wiodą ścieżki do punktów widokowych na najsłynniejszy, majestatyczny lodowiec PERITO MORENO, którego powierzchnia zajmuje 195 km². Powrót do El Calafate, nocleg.

15. Dzień:

Śniadanie. Transfer na lotnisko. Przelot do Buenos Aires. Fakultatywnie (za dodatkową opłatą na miejscu) kolacja z pokazem argentyńskiego tanga. Nocleg.

16. Dzień:

Śniadanie. Transfer na lotnisko. Wylot do Polski³⁹.

³⁹ <http://www.traveligo.pl/hotel/Chile/Dwa-Kraje,-Cztery-Zywioly-214297.html>, (22.12.2012r.)

Podsumowanie

Wyniki pracy potwierdzają atrakcyjność Chile pod względem turystycznym. Niewątpliwie jest to kraj o dużym potencjale do rozwoju różnorodnych form turystyki: od biznesowej i wypoczynkowej w kurortach po kwalifikowaną, czy kulturową. Ze względu na swoje liczne walory może być krajem konkurencyjnym w regionie.

Chile nie ma dużego znaczenia na rynku globalnym. Liczba przyjazdów do Chile to 0,3% w ogóle przyjazdów światowych, natomiast dochody z turystyki w Chile stanowią 0,2% ogółu dochodów z turystyki na świecie⁴⁰. Kraj ten zajmuje natomiast 3 miejsce pod względem przyjazdów w Ameryce Południowej (za Brazylią i Argentyną), natomiast biorąc pod uwagę region Ameryk to przyjazdy do tego kraju stanowią w 2010r. 1,8% ogółu przyjazdów do tego regionu⁴¹.

Największe znaczenie turystyczne ze względu na liczbę odwiedzin i wyjazdów posiada Chile w stosunku do krajów sąsiedzkich (Argentyna, Peru, Boliwia) i reszty krajów Ameryki Płd. Niebywałe znaczenie na rynku chilijskim ma też Ameryka Pn. z USA na czele. Należy podkreślić, że kraje takie jak Argentyna, Brazylia i USA mają największe znaczenie dla turystyki Chile ze względu na liczbę generowanych dochodów, dlatego też strategia marketingowa powinna przede wszystkim uwzględniać te rynki emisyjne jako rynki priorytetowe. Jak na razie mniejsze, lecz także ważne znaczenie w przyjazdach i wyjazdach Chilijczyków ma Europa, głównie Hiszpania, Niemcy, Francja i Wlk Brytania. Liczba przyjazdów turystów do Chile stale wzrasta, jednak wciąż jeszcze przed tym krajem długa droga, aby osiągnąć sukces pod względem rozwoju turystyki.

Jeśli chodzi o Polskę, niestety rynek chilijski nie odgrywa dużej roli (mało znacząca liczba wyjazdów Polaków do Chile oraz bardzo mała ilość przyjazdów Chilijczyków do Polski). W tym wypadku musiałaby zaistnieć współpraca na poziomie krajowych organizacji turystycznych, mająca na celu wzajemną promocję i działania marketingowe. Z tego co zostało przedstawione w pracy, widzimy, że współpraca między Polską a Chile ogranicza się póki co do współpracy gospodarczej i handlu.

⁴⁰ *Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020*, <http://www.sernatur.cl/noticias/gobierno-lanza-estrategia-nacional-de-turismo>, s. 23, (12.01.2013)

⁴¹ *UNWTO Tourism Highlights 2011*, <http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enlr.pdf>

Analiza wykazała, że Chile może stać się ważnym rynkiem pod względem turystyki biznesowej (m.in. USA). Jako kraj bardzo dobrze rozwinięty gospodarczo i nawiązujący nowe umowy międzynarodowe staje się polem do rozwoju międzynarodowych inwestycji, co sprzyja przyjazdom służbowym do Chile.

Uważam, że Chile jako kraj powinien jeszcze bardziej postawić na swoje walory i turystykę, gdyż może stać się ona znaczącą gałęzią tamtejszej gospodarki. Kraj powinien skupić się przede wszystkim na promocji turystycznej na rynku globalnym, spróbować odkryć nowe rynki emisyjne oraz wykreować nowe produkty na najważniejszych rynkach, wysyłających turystów do Chile, przy zachowaniu zasad zrównoważonego rozwoju, gdyż niezaprzeczalnym walorem Chile jest przyroda, piękno krajobrazu i wciąż nieodkryte miejsca. Aktualna strategia turystyki Chile zawiera większość tych aspektów. Natomiast w przeciągu kilku najbliższych lat przekonamy się, czy przedstawiona tam wizja Chile jako „kraju, który do 2020r. będzie rozpoznawany jako destynacja turystyczna światowej klasy, podziwiany i znany ze względu na atrakcyjną, zróżnicowaną, zrównoważoną i wysokiej jakości ofertę turystyczną”⁴² stanie się rzeczywistością, czy tylko nierealnym życzeniem.

⁴² Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020, <http://www.sernatur.cl/noticias/gobierno-lanza-estrategia-nacional-de-turismo>, s. 13, (12.01.2013)

BIBLIOGRAFIA

1. <http://es.wikipedia.org/wiki/Chile>, (1.11.2012r.).
2. http://pl.wikipedia.org/wiki/Geografia_Chile, (2.11.2012r.)
3. <http://www.travelplanet.pl/przewodnik/chile/geografia.html>, (2.11.2012r.)
4. <http://www.travelplanet.pl/przewodnik/chile/historia.html>, (2.11.2012r.)
5. <http://pl.wikipedia.org/wiki/Chile>, (2.11.2012r.)
6. <http://www.traveligo.pl/x.php/1,1336/Wiza-przepisy-wjazdowe-i-celne.html>, (2.11.2012r.)
7. <http://www.conaf.cl/parques/index.html>, (14.11.2012r.)
8. <http://www.conaf.cl/parques/index.html>, (14.11.2012r.)
9. <http://pl.wikipedia.org/wiki/Magallanes>, (15.11.2012r.)
10. http://en.wikipedia.org/wiki/Los_Flamencos_National_Reserve, (15.11.2012r.)
11. http://es.wikipedia.org/wiki/Reserva_Nacional_Los_Flamencos, (15.11.2012r.)
12. http://es.wikipedia.org/wiki/Regi%C3%B3n_de_Valpara%C3%ADso, (20.11.2012r.)
13. <http://www.welcomechile.com/santiago/>, (20.11.2012r.)
14. <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=282>, (20.11.2012r.)
15. <http://www.sernatur.cl/que-hacemos>, (24.11.2012r.)
16. <http://chiletourism.travel>, (24.11.2012r.)
17. <http://www.fedetur.org>, (24.11.2012r.)
18. *Balance Enero-Septiembre 2012. Turismo receptivo.*
<http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=301>
19. *Comportamiento Turismo Receptivo 2011*, <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=291>
20. *Comportamiento del Turismo Emisivo año 2011*, <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=291>
21. *Educación del Turismo en Chile 2011*, <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=104>, (24.11.2012r.)
22. *Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020*,
<http://www.sernatur.cl/noticias/gobierno-lanza-estrategia-nacional-de-turismo>
23. *Marketingowa Strategia Polski w Sektorze Turystyki na Lata 2012-2020*,
<http://storage.pot.potsite.pl/data/PDF/marketingowa-strategia-polski-w-sektorze-turystyki-na-lata-2012-2020.pdf>
24. *Turismo Informe Anual 2011*, www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=282
25. *UNWTO Tourism Highlights 2011*,
<http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enlr.pdf>

Spis rycin

Ryc. 1. Położenie Chile.....	3
Ryc. 2. Podział administracyjny Chile.....	5
Ryc. 3. Najczęściej odwiedzane regiony Chile w 2011 r.....	6
Ryc. 4. Wielkość i dynamika przyjazdów turystów do Chile w latach 2001-2011.....	13
Ryc. 5. Główne motywy przyjazdów turystów do Chile w 2011r.....	14
Ryc. 6. Główne rodzaje transportu, używane w przyjazdach turystów zagranicznych do Chile w 2011r.....	14
Ryc. 7. Preferowane rodzaje obiektów zakwaterowania wg liczby przyjazdów turystów krajowych zagranicznych w 2011r.....	15
Ryc. 8. Turystyka przyjazdowa do Chile w 2011r.....	16
Ryc. 9. Wielkość ruchu turystycznego w ujęciu regionalnym w 2011r.....	18
Ryc. 10. Wielkość i dynamika wyjazdów zagranicznych turystów chilijskich w latach 2002-2011.....	19
Ryc. 11. Stosowany typ zakwaterowania Chilijczyków podczas wyjazdów zagranicznych w 2011r.....	20
Ryc. 12. Wielkość i dynamika wydatków turystów chilijskich podczas wyjazdów zagranicznych w latach 2002-2011.....	21
Ryc. 13. Wyjazdy Chilijczyków wg destynacji, 2011r.....	21
Ryc. 14. Wielkość i dynamika przyjazdów Chilijczyków do Polski.....	23
Ryc. 15. Wielkość i dynamika przyjazdów Polaków do Chile w latach 2002-2012.....	25

Spis tabel

Tabela 1. Główne kraje emisyjne-liczba turystów i charakterystyka.....	17
Tabela 2. Główne kraje recepcyjne dla turystów z Chile oraz charakterystyka wyjazdów.....	22

Wyrażam zgodę na opublikowanie wykonanego przeze mnie projektu na stronie AWF Kraków poświęconej realizacji przedmiotu „Rynki turystyczne i rekreacyjne”. Oświadczam, że został on wykonany zgodnie z obowiązującymi zasadami i nie narusza niczyich praw autorskich