



Universidad de Valparaíso
Facultad de Arquitectura
Carrera Gestión en Turismo y Cultura

“Plan Estratégico de Integración Turística en la Comuna de Chile Chico”

Alumna: Carolina Opazo Kunstmann
Profesor Guía: Fernando Antonio Salvo Núñez
Proyecto de Título para optar al Título de Administrador en Turismo y Cultura
2009

*Dedicado a mi abuelita Marta Medina
y a mi abuelo Gerardo Kunstmann.*

En primer lugar quiero agradecer a mi mamá, por todo el esfuerzo que ha hecho por mí, y el amor incondicional que me brinda, a mi papá y hermanos que me comprendieron y apoyaron en este periodo. A mis abuelos que con su cariño y enseñanzas han sido una gran motivación para superarme día a día.

En fin, a todo quien contribuyó a que pudiera realizar este proyecto, me enseñó a superar adversidades y me apoyó, Gracias.

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCCIÓN	ix
METODOLOGÍA DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO.....	xi
CAPITULO I PERFIL DEL PROYECTO.....	1
1.1. Resumen ejecutivo:	1
1.2. Nombre:.....	1
1.2.1. Visión	1
1.2.2. Misión.....	1
1.2.3. Objetivos	1
1.3. Definición del producto.....	2
1.4. Ventajas Competitivas del Producto	3
CAPITULO II ESTUDIO DE MERCADO	4
2.1. Investigación.....	4
2.1.1. Ubicación geográfica.....	4
2.1.2. Descripción general de la comuna	4
a) Chile Chico.....	5
b) Mallín Grande	6
c) Puerto Guadal.....	6
d) Puerto Bertrand	6
2.1.3. Historia.....	7
2.1.4. Modos de acceso a la comuna.....	8
2.1.5. Oportunidades y restricciones físicas de la zona.....	8
a) Oportunidades	8
b) Restricciones	9
2.1.6. Antecedentes demográficos y administrativos.....	9
2.1.7. Antecedentes económicos.....	11
2.1.8. Antecedentes Sociales	12
a) Cuadro resumen de servicios de la Comuna	13
b) Situación Educativa de la Comuna	14
c) Salud y Asistencia Médica en la Comuna.....	15
2.2. Descripción turística.....	15
2.2.1. Situación actual.....	15
a) Datos sobre la llegada de turistas:.....	16
b) Potencial turístico de la comuna:.....	22
c) Recursos turísticos potenciales	22
d) Oferta en la comuna:.....	30
2.3. Breve descripción de proyecto.....	36
2.4. Efectos sobre el medio físico:.....	38
CAPÍTULO III ANÁLISIS ESTRATÉGICO	38

3.1. Análisis del Entorno	38
3.1.1. Macroentorno:.....	38
3.1.2. Microentorno:	42
a) Análisis de las cinco fuerzas de Porter:	42
3.2. Análisis Interno de Recursos, Capacidades y Habilidades	45
CAPÍTULO IV MARKETING Y COMUNICACIONES	47
4.1. Determinación Mercado Objetivo y Target Group	47
4.1.1. Estimación Cualitativa y Cuantitativa del producto	47
4.1.2. Caracterización Mercado Objetivo.....	48
a) Segmentación de mercado:.....	48
b) Mercado Objetivo:.....	49
4.1.3. Estimación y supuestos de demanda	49
4.2. Marketing Mix	52
4.2.1. Producto:	52
4.2.2. Precios:	53
4.2.3. Distribución (plaza):.....	53
4.2.4. Comunicaciones (promoción):.....	54
CAPITULO V ESTUDIO TÉCNICO.....	55
5.1. Localización:.....	55
5.2. Plan de Acción del proyecto:	56
5.3. Beneficios:	62
5.4. Planificación turística territorial.....	67
5.4.1. Atractivos turísticos (principales descripción en el capítulo II).....	67
5.4.2. Ficheros	69
5.4.3. Ocupación y distribución del espacio.....	69
5.4.4. Planificación del territorio	70
5.4.5. Mapa y croquis del proyecto.....	70
5.4.6. Efectos económicos que producirá el proyecto.....	71
5.4.7. Otros beneficios	71
CAPITULO VI ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONES	72
6.1. Dirección	72
6.1.1. Recurso Humano.....	72
a) Características Especiales:	72
b) Conocimientos Requeridos:	72
c) Habilidades:.....	72
d) Funciones:	72
6.1.2 Estructura Organizaciones (Relaciones Funcionales)	72
a) Equipo de trabajo:.....	72
b) Remuneraciones:	72
6.2. “Capacitaciones Periódicas” Departamento de capacitaciones.....	73
6.2.1. Recurso Humano.....	73

a) Características Especiales:	73
b) Conocimientos Requeridos:	73
c) Habilidades:.....	73
d) Funciones:.....	73
6.2.2. Estructura Organizaciones (Relaciones Funcionales)	73
a) Equipo de trabajo:	73
b) Remuneraciones:	74
6.3. “Mejoras en Infraestructura” Departamento de infraestructura turística.....	74
6.3.1. Recurso Humano.....	74
a) Características Especiales:	74
b) Conocimientos Requeridos:	74
c) Habilidades:.....	74
d) Funciones:.....	74
6.3.2 Estructura Organizaciones (Relaciones Funcionales)	75
a) Equipo de trabajo:.....	75
b) Remuneraciones:	75
6.4. “Mejorar el marketing y las relaciones comerciales en la zona” departamento de Desarrollo económico local.....	75
6.4.1. Recurso Humano.....	75
a) Características Especiales:	75
b) Conocimientos Requeridos:	75
c) Habilidades:.....	75
d) Funciones:.....	76
6.4.2. Estructura Organizaciones (Relaciones Funcionales)	76
a) Equipo de trabajo:.....	76
b) Remuneraciones:	76
Organigrama:	76
CAPÍTULO VII MARCO LEGAL.....	77
7.1. Requerimientos legales.....	77
7.1.1. Ley General de Urbanismo y Construcciones.....	77
7.1.2. Legislación Vial	78
7.1.3. Patentes municipales:	79
7.1.4. Códigos de actividad:	80
7.1.5. Norma Chilena de Calidad turística:	82
CAPÍTULO VIII ESTUDIO FINANCIERO	84
8.1. Fuentes de financiamiento:	84
a) Fondo Común Municipal (FCM)	84
b) Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)	85
c) Programa de Mejoramiento Urbano y Equipamiento Comunal (PMU).....	86
d) Fondo de Protección Ambiental (FPA).....	86
8.2. Estimación de Costos del Plan:.....	88

8.2.1. Tabla Costos Recursos Humanos (proyectado con IPC).....	88
8.2.2. Tabla: Costos Fijos.....	88
8.2.3. Tabla: Costos de Inversión	89
CAPÍTULO IX: CONCLUSIÓN.....	90
CAPÍTULO X: PROPUESTA DE FUTURAS INVESTIGACIONES O PROYECTOS	91
BIBLIOGRAFÍA	92
ANEXO 1: CATASTRO COMUNAL RECURSOS TURÍSTICOS COMUNA CHILE CHICO, PROVINCIA GENERAL CARRERA XI REGIÓN – CHILE	95
Ficha N°1: Cascada Los Maquis	95
Ficha N° 2: Lago General Carrera	98
Ficha N° 3: Reserva Nacional Laguna Jeinimeni.....	101
Ficha N° 4: Piedra Clavada.....	104
Ficha N° 5: Cueva de las Manos	107
Ficha N° 6: Puerto Manolo	110
Ficha N° 7: Bahía Jara.....	113
Ficha N° 8: Laguna Verde	116
Ficha N° 9: Valle Lunar	119
Ficha N° 10: El Paso las Llaves	122
Ficha N° 11: Río Baker	125
ANEXO 2 Variación del IPC	128

RESUMEN

En Chile existe un gran potencial en el rubro del turismo, siendo este una herramienta provechosa para la superación de la pobreza y generar desarrollo económico en zonas necesitadas.

La comuna de Chile Chico tiene este tipo de características, cuenta con todo el potencial para ser un destino de primera calidad, pero necesita *planificación*, es por esto que nace la idea del Plan Estratégico de Integración Turística. Con el objetivo de ayudar a la comunidad a generar el mayor provecho de sus *recursos* turísticos, en forma sustentable con el medio ambiente. El plan consiste en *potenciar* áreas trascendentales, con capacitaciones y apoyos de gestión en temas como el marketing, comercialización, desarrollo económico, negociación y turismo sustentable.

Para generar el plan, en primera instancia se realiza un acabado estudio sobre los recursos de la comuna y actividades actuales, su posición con respecto a la posible competencia, la cantidad de turistas que la visitan y los que podrían llegar a visitarla, la cantidad de oferta en servicios turísticos, y la variedad de estos, y los nichos de futuros negocios que se podrían desarrollar. Así tener los fundamentos que reafirmen el potencial turístico de la comuna.

Uno de los principales objetivos es demostrar las posibilidades que tienen los oferentes de servicios turísticos, con respecto a organizarse, unirse y relacionarse más, generando en conjunto una visión común que los beneficie a todos.

Planificación, recursos, potenciar.

ABSTRACT

In Chile there is a huge tourism potential, which is one of the most important ways to delete the poverty improving the economy in the less developed zones.

The commune of Chile Chico has this kind of characteristic, it has all the *potential* to be a first class destination, but it's need *planning*, which is the idea of the Strategic Plan for Tourism Integration (SPTI). The principal objective of SPTI is to help the communities to generate benefit with the tourism *resources* in a sustainable way with the environment. The plan is to enhance important areas with training and management support in themes such as marketing, commercialization, economic development, negotiation and sustainable tourism.

To make this plan works, the first thing to do is a complete study of the community resource and the dailies activities, also it's important to know which is the position between a future competition, the number of visitors who had been there and those who will be there soon. By other hand, it is important to know how many offers are in the tourism serves, the kind of this offers and the possible business that could be developed in this zone. All this things reaffirm the tourism potential of the community.

Potential, planning, resources.

INTRODUCCIÓN

El turismo es una industria que mueve una gran cantidad de dinero y crece año a año, según la OMT el año 2008 las llegadas internacionales de turistas crecieron 2%, alcanzando 924 millones, 16 millones más que en año 2007. Esto ejemplifica el aumento de las ganas de querer viajar en la población, de vivir experiencias nuevas, conocer o simplemente relajarse y descansar.

Dentro de este aumento de desplazamientos, aumenta a la vez el turismo de intereses especiales. Este nuevo turista muestra deseos de desplazarse, hacia lugares más puros, de menos contaminación, prístinos y vírgenes, escapando de las grandes urbes y del ruido ciudadano. Chile cumple con todos estos requisitos, país al fin del mundo con reservas de aguas puras, bosques vírgenes y paisajes únicos, desde el desierto más árido del mundo, hasta las reservas de agua dulce de los campos de hielo en la Patagonia.

A pesar de la creciente demanda que existe en Chile por lugares de estas características, existen aún, muchos polos de desarrollo que no están considerados dentro de los destinos potenciados gubernamentalmente. Lugares que cumplen con todos los requisitos para ser destinos de primera motivación para el turista de intereses especiales, solo que falta planificación y demostrar que estos destinos pueden generar un servicio de primera calidad.

El turismo es un rubro que si se maneja bien, puede ser una herramienta para erradicar la pobreza, una fuente de trabajo segura, y que no es necesariamente invasiva, ni contraproducente. Al contrario si se maneja responsablemente el flujo de turistas, pensando en un turismo sustentable, este rubro puede tener un bajo impacto ambiental, y un gran beneficio para los agentes participantes, generando riquezas para una amplia mayoría de personas, y así ayudando al desarrollo de localidades necesitadas.

Es así como surge la idea de integrar la oferta turística de la comuna de Chile Chico, por un mayor desarrollo de esta misma, potenciando todos sus atributos a favor de la gente.

La comuna en cuestión, se encuentra en plena Patagonia chilena, cuenta con una diversidad de paisajes únicos: desde la pampa pura, hasta bosques nativos, ríos y glaciares. Está a la rivera del lago más grande y hermoso de Chile, con sus aguas turquesas, posee pinturas rupestres, una reserva nacional, y una serie más de atractivos que la posicionarían como un destino turístico de primera calidad. Su gente bien apegada a las tradiciones patagónicas, con sus fiestas costumbristas, el típico asado de cordero al palo y sus bailes bien arraigados. El único detalle es que no se ha fomentado el turismo como debe ser, falta organización y recursos para que este hermoso lugar desarrolle todos sus encantos y así beneficie a la mayor parte de su población. Es por esto que nace la idea de crear un Plan Estratégico de Integración turística para la comuna de Chile Chico. El cual se basa en organizar y potenciar las principales betas para generar un buen desarrollo del rubro. Primero partiendo la comuna en cuestión, y capacitando a todos los oferentes actuales de servicios turísticos, con los temas de contingencia. Luego mejorando la infraestructura básica para un buen desarrollo de los servicios ofrecidos, finalizando con potenciar la comercialización y los lazos entre los oferentes, agentes municipales y operadores

turísticos, fomentando los productos existentes y los posibles de crear, generando un trabajo en conjunto con una visión común.

Es decir entregar herramientas para poder desarrollar al máximo las cualidades de esta zona, que se le valore a nivel nacional e internacional, y que así mismo beneficie a los locales y turistas que buscan estos paisajes únicos.

METODOLOGÍA DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

El Plan Estratégico de Integración Turística en la Comuna de Chile Chico constituye un proceso de análisis, investigación, y estudio que se concreta a través de un proceso integral de labores esenciales para llevarlo a cabo. Ello, con la finalidad de generar una oferta integrada y bien relacionada del territorio en cuestión, bien relacionada, creando así un producto concreto vendible a todo tipo de operador turístico y al turista.

El proceso de ejecución contempla: una etapa inicial, la comuna sin la ejecución del plan estratégico, luego la etapa intermedia que es la ejecución del plan, y por último la etapa final, la comuna después de la ejecución del plan.

Etapa inicial:

La comuna de Chile Chico, rica en recursos turísticos, pero carente de una integración turística, carente de relaciones entre los oferentes, de una imagen comunal, de incentivos para el desarrollo turístico.

Etapa Intermedia:

Ejecución del Plan Estratégico de Integración Turística en la Comuna de Chile Chico.

Establecimiento de las bases teóricas para la ejecución del plan:

Estudio de mercado

Investigación

- Historia
- Investigación de antecedentes
- Ubicación geográfica
- Antecedentes demográficos
- Antecedentes culturales
- Antecedentes económicos
- Antecedentes sociales

Características

- Descripción turística
- Breve descripción de proyecto
- Efectos sobre el medio físico

Análisis estratégico

- Análisis del Entorno
- Análisis de Recursos, Capacidades y Habilidades
- Expectativas y Propósitos.

Marketing y comunicaciones

Determinación Mercado Objetivo y Target Group

- Estimación Cualitativa y Cuantitativa
- Caracterización Mercado Objetivo
- Estimación y supuestos de demanda

Marketing Mix

- Producto
- Precio
- Distribución (Plaza)
- Comunicaciones (promoción)

Establecimiento de los parámetros del plan, y sus acciones:

Perfil del proyecto

- Resumen ejecutivo de Productos o Servicios (Idea Central)
- Nombre o Marca
- Definición de los productos o Servicios
- Ventajas Competitivas del Producto o Servicio

Estudio técnico

- Localización Organización
- Descripción del Proceso Productivo
- Planificación turística territorial

Estructura organizacional y funciones

- Recurso Humano
- Estructura Organizaciones (Relaciones Funcionales)

Luego de sentar las bases y el plan de acción, la comuna podrá ejecutarlo, y beneficiarse con el mejor desarrollo del turismo en la comuna.

Etapa final:

La comuna, luego de aplicar correctamente el plan propuesto, se transformará en una zona cuya oferta turística está integrada y trabaja en conjunto. Donde los empresarios conocen la oferta existente en la comuna, mejoran su servicio de atención al visitante, crean nuevos productos, se mejora la infraestructura, se acceden a fondos concursables para nuevas iniciativas, se potencian los recursos existentes, etc. Es decir se desarrolla económicamente la comuna, en beneficio de la población, y del visitante, se concreta un producto vendible a los operadores turísticos, el cual identificará a la comuna con una personalidad propia y única.

CAPITULO I PERFIL DEL PROYECTO

1.1. Resumen ejecutivo:

El Plan Estratégico de Integración Turística en la Comuna de Chile Chico, pretende crear un producto turístico donde participen los diversos agentes involucrados los cuales son: los oferentes turísticos de diferentes rubros (hotelería, gastronomía, entretenimiento, agencias de turismo, guías, servicios y otros), los organismos públicos y la comunidad. Con el fin de implementar en la comuna una estrategia integradora y asociativa de la oferta turística para alcanzar objetivos comerciales y de desarrollo comunal.

1.2. Nombre:

“Plan Estratégico de Integración Turística en la Comuna de Chile Chico”

1.2.1. Visión

Consolidar a toda la comuna de Chile Chico como un destino turístico calificado y reconocido a nivel nacional e internacional.

1.2.2. Misión

Potenciar el turismo en la comuna, rescatar sus atractivos naturales y legado cultural mediante un producto turístico basado en una estrategia integradora de la oferta.

1.2.3. Objetivos

Objetivo General:

Hacer del turismo una herramienta viable para potenciar la comuna económicamente.

Objetivos específicos:

- Diversificar y variar la oferta turística de la comuna.
- Entregar un servicio turístico integrado.
- Integrar el territorio con el turismo.
- Aumentar el promedio de estadía de los turistas en la comuna.
- Generar desarrollo económico para la comunidad.
- Generar un reconocimiento de los atractivos de la comuna a nivel nacional e internacional.

- Fortalecimiento de asociaciones gremiales.
- Generar una visión estratégica común dentro de las diferentes localidades de la comuna.
- Fortalecimiento de la gestión local.
- Fortalecimiento de las estrategias de asociatividad empresarial para mejorar las cadenas de valor en cuanto a la oferta turística.

1.3. Definición del producto

El producto se basa en una oferta turística integrada entre los entes participantes de la zona, cuyo principal objetivo es ofrecer este producto total a los operadores turísticos y a los propios turistas, el cual se generaría después de las siguientes etapas:

- Capacitaciones periódicas que refuercen los siguientes temas:
 - Conocimiento del producto turístico en la zona.
 - Especialización en desarrollo económico local.
 - Herramientas para el desarrollo de habilidades de negociación para la cooperación. (Módulos en negociación y resolución de conflictos).
 - Reuniones y conversaciones efectivas.
 - Manejo del personal.
 - Fondos Concursables.
 - Turismo sustentable (beneficios).

- Mejoras en infraestructura:
 - Coordinación en la inversión de infraestructura básica para promover destinos turísticos sostenibles.

- Mejorar el marketing en la zona:
 - Incentivar la inversión privada en la actividad turística
 - Incremento de las acciones promocionales por destino
 - Creación de una red de información para cada destino
 - Fidelización de los visitantes del destino
 - Mejorar la comercialización de los operadores turísticos locales y nacionales

- Generar asociaciones gremiales entre los oferentes turísticos de la comuna como: Mesas de ayuda, juntas de vecinos, etc. Para crear una visión estratégica en común, y aunar los esfuerzos

- Diversificación de la oferta en diferentes paquetes turísticos, con actividades, y servicios incluidos.

- Generar relaciones entre los operadores turísticos:
 - Creación de un Ente Gestor por destino, que tenga la visión clara de como coordinar la oferta turística en favor de un mayor desarrollo económico comunal.
 - Efectuar un sistema operativo turístico integral, a través de mesas de trabajo, ferias de turismo locales y workshop.

1.4. Ventajas Competitivas del Producto

La comuna de Chile Chico tiene una gran variedad de atractivos turísticos, una cultura rica en cuanto a costumbres, tradiciones y gastronomía. El plan estratégico potenciaría estos recursos, aunándolos en una visión conjunta, generando un destino de calidad y único.

En primer lugar la comuna se encuentra dentro de una zona declarada ZOIT como es la cuenca del *lago General Carrera*, que posee las condiciones para el desarrollo y explotación de actividades turísticas de primer nivel. También por su ubicación estratégica, su cultura patagónica fuertemente marcada en la gastronomía, por ejemplo con el cordero y el salmón, su variedad de atractivos naturales. Oferta y servicios reúnen todas las condiciones para que junto a este plan estratégico generen un producto altamente competitivo a nivel regional, nacional e internacional.

CAPITULO II ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Investigación

2.1.1. Ubicación geográfica

La Comuna de Chile Chico está ubicada en la República de Chile, en la Undécima región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo.

Región de Aysén:

La XI Región de Aysén es una amplia región con un bajo nivel de población. Se extiende desde los 43° 38' hasta los 49° 16' de Latitud Sur, con más de 600 Km. de distancia en línea recta entre sus extremos norte y sur.

Su extenso y heterogéneo territorio se sitúa en la sección austral, parte en que el territorio se divide en innumerables islas. La capital regional es la ciudad de Coyhaique ubicada a 45° 32' de latitud sur y 72° 04' de longitud oeste, en las confluencias de los ríos Coyhaique y Simpson.

La región de Aysén cuenta con una superficie aproximada de 108.494 Km², que representa el 14,2% de Chile Continental e Insular, la tercera superficie del país, y alcanza una densidad de 0.8 habitantes por Km².(según el censo de 2002), lo cual genera una región muy extensa.

Comuna de Chile Chico:

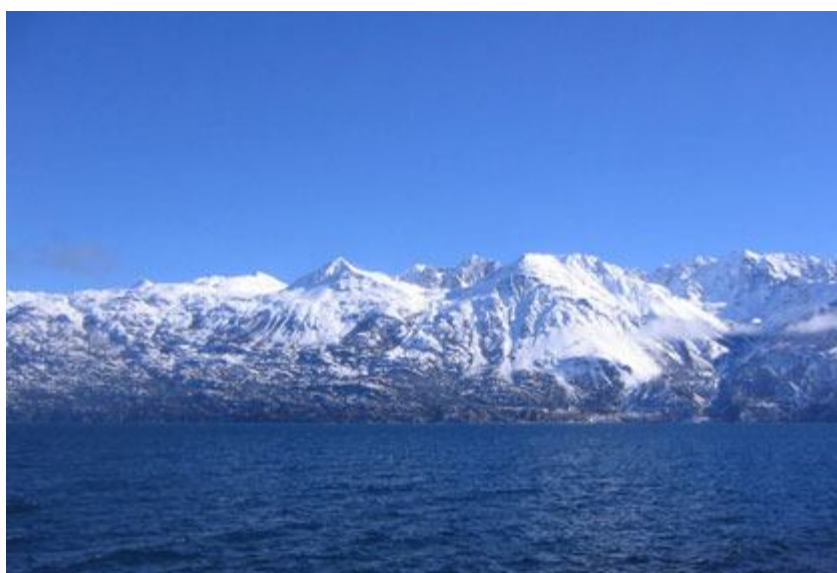
La Comuna de Chile Chico se ubica en la ribera sudeste del Lago General Carrera, tiene una superficie de 4.669 km. cuadrados. Su territorio se extiende desde la frontera con Argentina hasta el límite del Campo de Hielo Norte. La capital de la Comuna es la ciudad de Chile Chico. Esta, está ubicada hacia el sector oriental de la comuna, distante a sólo 9 kilómetros de la localidad argentina de Los Antiguos y a unos 400 kilómetros al sur de la ciudad de Coyhaique.

2.1.2. Descripción general de la comuna

La comuna rodea toda la parte sur del lago General Carrera, teniendo así una costa privilegiada, con vistas encantadoras. El lago se mantiene presente en casi toda la Comuna provocando un microclima con agradables temperaturas y una baja pluviosidad, cercana a los 250 mm anuales, es el más grande de Chile y segundo en América del Sur, luego del Titicaca. El lago es el recurso

integrador de la comuna, ya que casi todas las localidades tienen acceso a él. Esta enorme masa de agua, tiene una hermosura incomparable, sus aguas pasan del azul profundo al turquesa, esta rodeado de cerros nevados, acantilados, y pampa.

Imagen 2.1. Lago General Carrera



La comuna se caracteriza por los contrastes de su paisaje, lo árido de la pampa con los árboles frutales y alamedas de sus chacras en planos y fértiles valles, que hacen pensar que uno se encuentra en la zona central de Chile. El clima, el lago y las bondades de su agricultura le han dado a Chile Chico el nombre de "Ciudad del Sol". Las localidades de más población en la comuna son Chile Chico (la capital, comunal y provincial), Mallín Grande, Puerto Guadal y Puerto Bertrand, y entre las más pequeñas están Bahía Jara, Ceballos, Chacras, Fachinal, el Maitén, El león y Meseta Cosmelli.

a) Chile Chico

La ciudad del Sol, tiene todos los servicios básicos, desde banco a hospital, una variada oferta de alojamiento y restaurantes. Está a la ribera del lago con zonas especiales para el baño. Tiene variados atractivos, desde sus hermosas panorámicas al lago, hasta zonas de interés arqueológico, como la cueva de las manos, y de interés geológico como es la piedra Clavada. Y a su vez a 60 kilómetros al sur se encuentra la Reserva Nacional, llamada "Lago Jeinimeni. Esta reserva cuenta con variadas especies de flora y fauna nativa, lagos, con un potencial extraordinario.

b) Mallín Grande

A 80 km de la ciudad del Sol, se encuentra Mallín Grande una hermosa villa situada en una zona de bosques y campos, la zona de Mallin grande es habitada por abundante fauna silvestre, se pueden encontrar aves como caiquenes, faisanes silvestres y distintas especies de patos, es un lugar excelente para la pesca y para realizar cabalgatas. Puede también conocerse el muelle antiguo y dar paseos en bote, existen alojamientos en casas de habitantes de la zona, residenciales y cabañas, en donde puede disfrutar de variadas actividades y comidas. En el mes de febrero se realiza una hermosa Fiesta Costumbrista en la zona con asados al palo y bailes tradicionales.

c) Puerto Guadal

En el sector sudoeste del Lago General Carrera, a 115 kilómetros de Chile Chico, se encuentra la localidad de Puerto Guadal. Emplazada en una bahía Guadal se caracteriza por la agradable temperatura de sus aguas, su gran playa de arena y un excelente clima en la temporada primavera-verano, virtudes que le han dado el nombre de “la perla del lago”. El sector cuenta con una gran oferta de turismo, principalmente en lo que respecta a posibilidades de alojamiento. Además posee numerosos atractivos en sus alrededores, como la Mina “La Escondida”, hoy abandonada, y la Cascada Los Maquis con su gran salto de 25 metros, a sólo dos kilómetros de la localidad.

d) Puerto Bertrand

Ubicado a 137 Km. Al occidente de Chile Chico se emplaza el poblado Puerto Bertrand sobre la ribera oriental del Lago homónimo, el cual recibe sus aguas del lago Carrera dando este origen al río Baker, el más caudaloso de Chile. Es una zona de bastante vegetación ideal para la pesca con mosca y deportes acuáticos como el rafting o el kayak. Esta zona es una de las más potenciadas en el ámbito del turismo, en cuanto a Lodge, o deportes aventura.

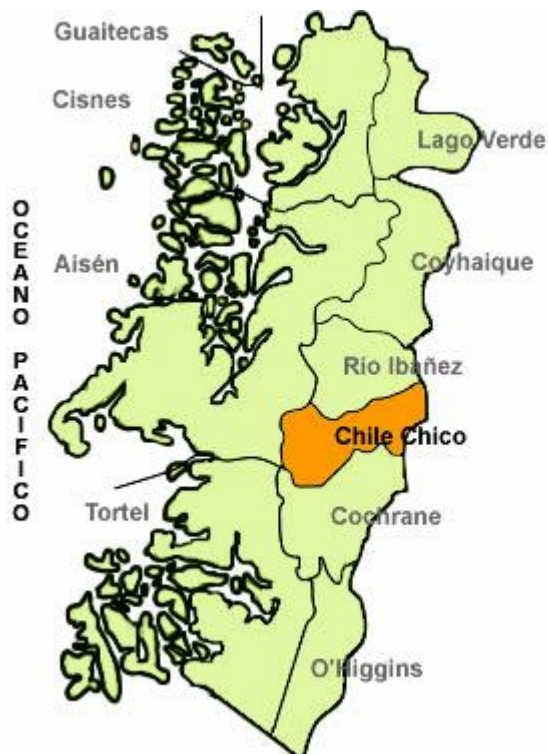


Figura 2.1. Región de Aysén

2.1.3. Historia

Milenios de presencia humana en Chile Chico han dejado huellas en todas partes. Aunque los indígenas prehistóricos que vivieron en el valle del Jeinimeni o el sector Bahía Jara no eran agricultores aldeanos, ni dejaron ruinas monumentales, el hecho mismo de que fueran cazadores nómades se tradujo en cantidades de desechos de talla y otros materiales dispersos por todas partes, desde las orillas del Lago, hasta los altos escoriales, pese a que las poblaciones debieron ser bastante pequeñas (nunca más de cien personas en un mismo momento en toda la zona). Otras evidencias de su presencia son las pinturas rupestres de más de 7000 años, las sepulturas tipo “chenque” y la huella de antiguos picaderos (puntas, lascas y láminas) y campamentos (ej. huesos de guanaco, carbones)

Luego de miles de años sin referencia de que paso por la zona llegan los colonos a Chile Chico, que es uno de los pueblos más antiguos de la XI Región de Aysén,. Sus primeros habitantes llegaron a la zona en el año 1905 en la búsqueda de tierras “orejanas” para ocupar. Los primeros en llegar son Manuel Jara, y Pedro Maldonado, luego al corto tiempo le siguen Juan Felix Avilés y Juan de la Cruz Avilés. Estos primeros colonos avisan a sus parientes y pronto llegan don Cantalicio Jara y su hijastro Santiago Fica , más tarde le seguirían Pedro Burgos, Rosario Sepúlveda , Miguel Araneda , Juan de Dios Jiménez y otros. Se establecen repartiéndose las tierras en forma armónica y según sus capitales. Luego de mucho esfuerzo y desazones con el

Estado, Chile Chico pudo surgir y ser fundado el 21 de Mayo de 1929, recibiendo este nombre por ser un pedazo chico de Chile, ubicado a espaldas de la cordillera de Los Andes, antes tenía el nombre de Lago Buenos Aires, ya que se encontraba a orillas de ese lago, que es como denominan los argentinos a la parte del Lago General Carrera que continúa en su territorio.

Pasaron muchos años de penurias y gran esfuerzo y recién en 1990 se instala, una pasarela sobre el Río Jeinimeni, lo que permite a Chile Chico salir del aislamiento y avizorar un nuevo despertar. Luego se abre el camino Paso Las Llaves, que significó el anexar a Chile Chico, vía terrestre al resto del territorio nacional.

2.1.4. Modos de acceso a la comuna

El acceso a la comuna y a la ciudad de Chile Chico, puede realizarse de diversas maneras. Por vía terrestre, se accede desde Argentina cruzando el Paso Fronterizo Jeinimeni; o por el territorio nacional, empleando la carretera austral hasta el cruce el Maitén y luego por la ruta CH-265, que bordea el lago hacia el oriente. Se puede llegar también por vía lacustre, embarcando en Puerto Ibáñez y navegando durante dos horas y media por el lago General Carrera, en motonave Pilchero. Además, existe la alternativa de la vía aérea hasta Balmaceda vía Sky Airline, Lan y Aerolíneas del Sur, desde distintos puntos del país. Luego existen vuelos privados desde Balmaceda hasta el aeródromo de Chile Chico en pequeñas avionetas, los Chárter, entregando una oportunidad para un nuevo nicho de turistas más cómodos y con mayor poder adquisitivo, dándole a este medio de acceso un gran potencial turístico.

2.1.5. Oportunidades y restricciones físicas de la zona

a) Oportunidades

La comuna de Chile Chico tiene un sin fin de oportunidades físicas con potencial turístico a desarrollar. Comenzando por su variedad de paisajes, desde la pampa estepárica hasta los frondosos bosques. Tiene el lago General Carrera presente en todo el ancho de la comuna, y una reserva nacional con lagos, bosques, montañas, glaciares, flora y fauna sorprendentes. Por otro lado están las formaciones geológicas como la Piedra Clavada, dignas de ser conocidas. El Clima en verano, sobre todo en el sector del pueblo de Chile Chico es bien amigable. Temperaturas altas, casi nada de precipitaciones, solo el viento es un pequeño problema.

b) Restricciones

En cuanto a las restricciones de la zona, se encuentran los accesos. Estos dependen del clima, como el oleaje y viento del lago, para el acceso norte en barcaza, y la nieve y precipitaciones para el acceso oeste por la ruta CH-265.

Por lo tanto una de las principales restricciones físicas en otoño, invierno y primavera es el clima de la comuna. Sobre todo en invierno, con fuertes precipitaciones y nevadas.

También es su difícil acceso, ya que la carretera Austral desde Villa el Castillo está en muy mal estado, y no cualquier vehículo está apto para realizar este recorrido. Al igual que la ruta CH 265, es de ripio, muy angosta, con muchas curvas y en un estado regular. El Lago también complica el acceso, ya que son 2 horas y media de viaje, y no siempre zarpa la barcaza, depende de las condiciones climáticas y atmosféricas. A la vez en esta comuna, principalmente en la zona de la localidad de Chile Chico, existe un viento muy fuerte, que impide hacer deportes acuáticos en el lago con regularidad. Vientos que impiden un desarrollo agradable para el turista en actividades al aire libre. En el invierno las temperaturas son muy bajas, a causa de la nieve, y en el verano pueden alcanzar los 40° C. de calor. Existe una marcada estacionalidad para la actividad turística de la comuna, ya que solamente por las restricciones físicas se imposibilita la realización de estas prácticas en temporada baja, (otoño-invierno).

2.1.6. Antecedentes demográficos y administrativos

El total de habitantes de la Comuna es 4.444 personas con una densidad de 0,8 habitantes por km. cuadrados (Datos censo 2002) y su población, mayormente rural, vive de la ganadería, y del turismo.

Existen 858 familias en la comuna, de estas un 44% posee sitio propio, sin deudas.

Además existen 752 viviendas en la comuna de estas un 63% de las viviendas tiene muros en buenas condiciones, un 96% posee pisos en sus viviendas y un 80% posee techos con cubierta interior.

Tabla 2.1. Población Región de Aysén

	Total	Mujeres	Hombres	Población Urbana	Población Rural
Población Región de Aysén	91.492	43.315	48.177	73.607	17.885
Población Provincia General Carrera	6.921	3.186	3.735	3.042	3.879
Comuna Chile Chico	4.444	2.066	2.378	3.042	1.402

Fuente: Censo 2002. (www.ine.cl)

La comuna de Chile Chico integra junto con las comunas de Coyhaique, Lago Verde, Aysén, Cisnes, Guaitecas, Río Ibáñez, O'Higgins, Cochrane, y Tortel el Distrito Electoral N° 59 y pertenece a la 18ª Circunscripción Senatorial (Aysén).

El lago Bertrand se encuentra al poniente de la comuna, en sus orillas se sitúa Puerto Bertrand. Entre Puerto Bertrand y Chile Chico, se localizan los poblados de Guadal, Mallín Grande y Fachinal.

El pueblo de Chile Chico es la capital de la comuna homónima y de la Provincia de General Carrera, posee 3.042 habitantes.

Imagen 2.2. Chile Chico.



Vista de Chile Chico, su calle Bernardo O'Higgins termina en el límite con Argentina

Por las características climáticas, pluviometría y condiciones de suelo se le divide en dos sectores:

- Sector Oriental: constituido por las localidades de Ceballos, Chacras, Chile Chico, Bahía Jara y Fachinal.
- Sector Occidental: constituido por las localidades de Pto. Guadal, Pto. Bertrand, el Maitén, El león, Meseta Cosmelli y Mallín Grande.

El emplazamiento de las distintas localidades en la comuna y el territorio que ocupa dentro de la región de Aysén, se aprecia en el siguiente mapa:

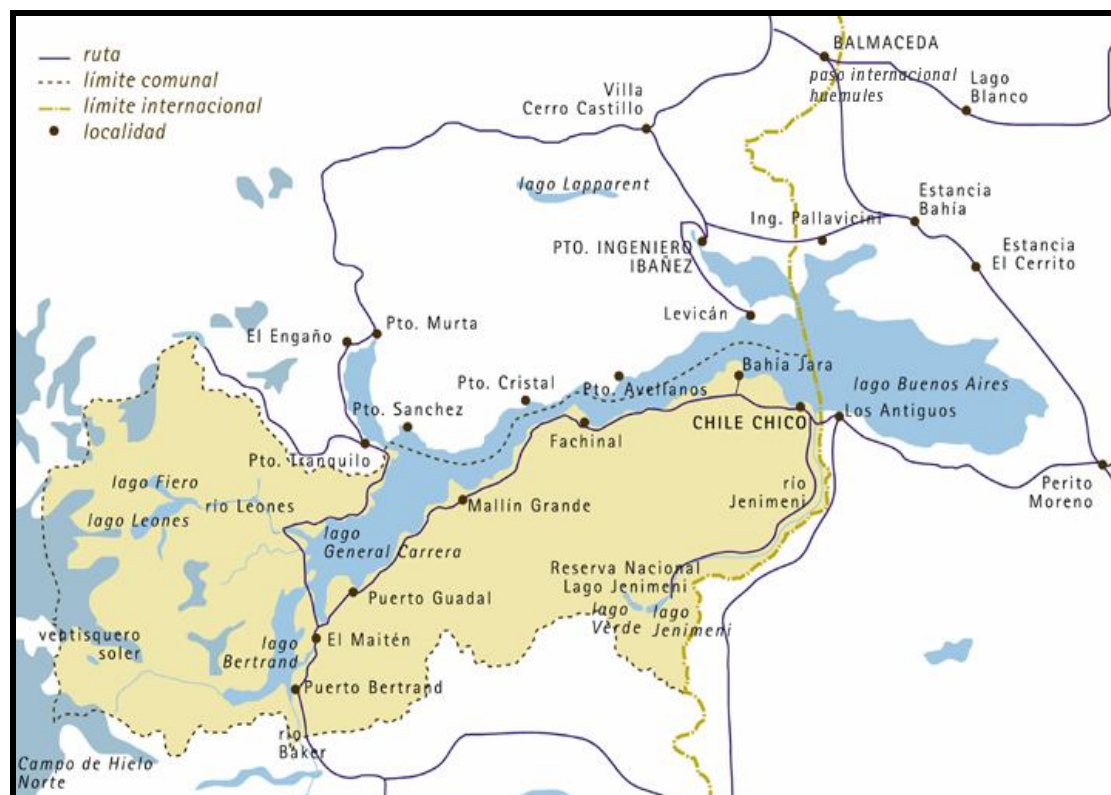


Figura 2.2. Mapa Provincia General Carrera

2.1.7. Antecedentes económicos

Las Actividades económicas principales de la comuna son las actividades silvoagropecuaria, la minería, servicios y turismo.

La presencia del lago General Carrera le proporciona a Chile Chico características microclimáticas exclusivas en la región austral, que permiten el cultivo de duraznos, manzanas, zapallos, sandías, maíz, porotos y otros productos propios de la agricultura de la zona central del país. La fruta característica de la ciudad es la cereza., que incluso se exporta. Estas condiciones naturales le han dado a la localidad, el nombre de "Ciudad del Sol" y a la vez la convierten en el punto de poblamiento más importante de la provincia, por la generación de empleo y las bondades climáticas .

El sector Oriental presenta características óptimas para el cultivo de hortalizas y frutales principalmente se ha desarrollado la producción de cerezas en la zona, así como la producción y manejo de ovinos en la localidad de Ceballos. El sector Occidental presenta rasgos de silvicultura y manejo de ovinos y bovinos.

La principal compañía minera corresponde a la Cia. Minera Cerro Bayo Ltda., la cual extrae Oro y Plata y el impacto de esta industria en la comuna permitió un desarrollo económico de la ciudad.

Esta empresa otorga 1700 empleos y otros 2100 empleos indirectos, dándole a la ciudad mejores oportunidades económicas que otras localidades de la comuna, es la principal fuente de empleos, lo cual genera un mejor estándar de vida, y mayor poder adquisitivo lo cual se visualiza al casi no existir pobreza en el sector. También en la zona de emplazamiento y fuera de ella, apoya en diversas actividades e infraestructura como la construcción del Gimnasio Polideportivo del Liceo Luisa Rabanal Palma en Chile Chico, realiza talleres de Aeróbica y Yoga para la comunidad, actividades culturales, entre otras.

2.1.8. Antecedentes Sociales

La comuna exhibe una notoria centralización en la cabecera comunal, Chile Chico, es considerada la tercera ciudad en importancia de acuerdo a la totalidad de servicios e infraestructura que posee, después de Coyhaique e Aysén.

En Chile Chico se concentra la totalidad de los servicios como es el banco (Banco Estado), hospital tipo IV, correo, servicios de alojamiento y restaurantes, estación de gasolina, centros comerciales, telefonía e Internet dentro de los principales, especificados en la tabla más abajo. La localidad de Pto. Guadal presenta la segunda mayoría de equipamiento, por la ubicación, esta localidad muestra una oportunidad para liberar o para descentralizar las funciones de los servicios públicos, comercio, instituciones y otros, como se puede ver en la siguiente representación gráfica:

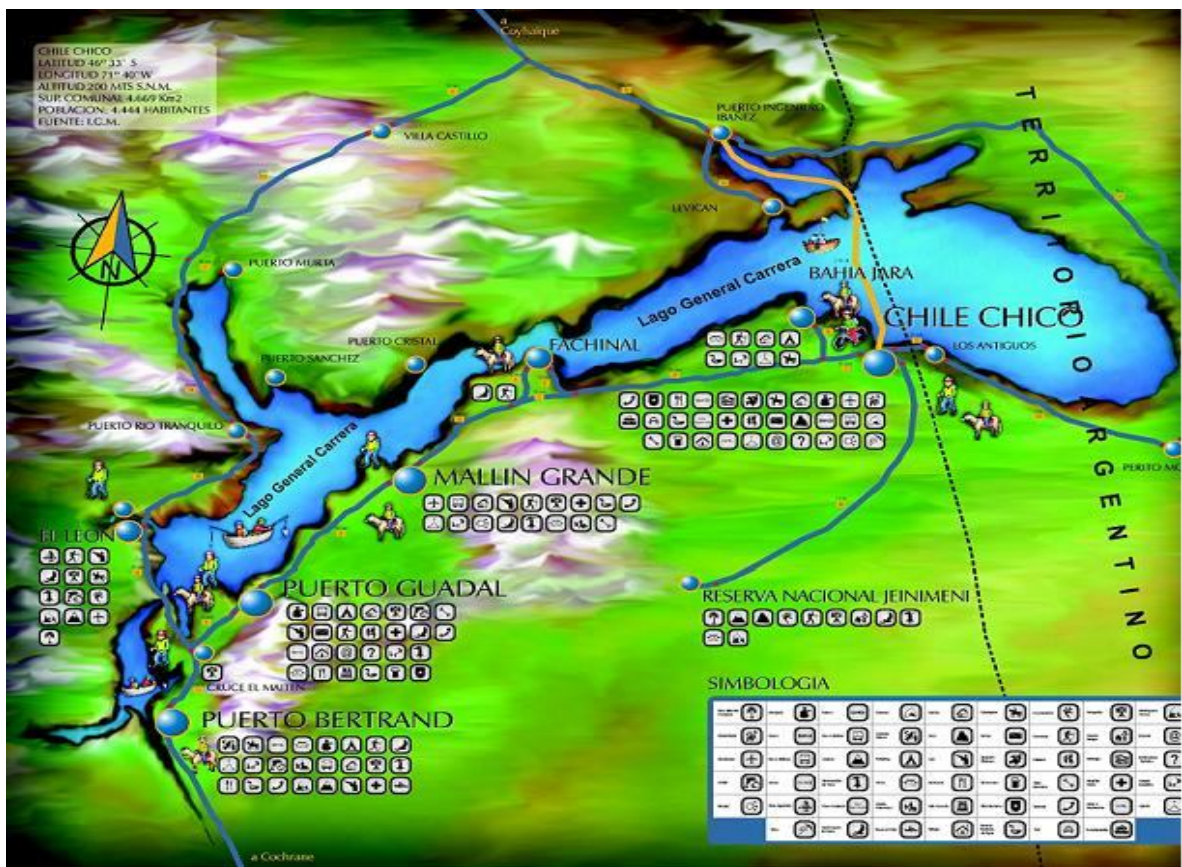


Figura 2.3. Mapa Lago General Carrera

a) Cuadro resumen de servicios de la Comuna

Tabla 2.2. Servicios comuna de Chile Chico

	Variable	LOCALIDAD			
		Chile Chico	Mallin Grande	Puerto Guadal	Puerto Bertrand
Servicio	Agua potable	•	•	•	•
	Alcantarillado	•	--	--	--
	Electricidad	•	•	•	•
	Teléfono	•	•	•	•
	Servicentro	•	--	•	--
	Correos	•	--	-	--
	Iglesias	•	•	•	•
	Carabineros	•	--	•	--
	Farmacia	•	--	•	--
	Bomberos	•	--	•	--
	Supermercado	•	•	•	--
	Juzgado	•	--	--	--
	Radio	•	--	--	--
	Internet	•	•	•	•
	Telefonía celular	•	--	--	--
Banco	•	--	--	--	
Municipal	Biblioteca	•	De la escuela	Colegio	Colegio
	Colegio	•	•	•	•
	Liceo	•	--	--	--
	Gimnasio	•	--	•	--
	Oficina	•	Delegado	•	Delegado
	Estadio	•	--	--	--
	Juntas Vecinales	•	•	•	•
	Casa de la Cultura	•	--	•	--
	Áreas verdes	•	•	•	•
Infraestruc	Red Caminera	Ripio	Ripio	Ripio	Ripio
	Posta	Hospital, tipo IV	•	•	•

	Aeródromo	•	--	•	•
	Transporte	Baja cobertura horaria	Baja cobertura horaria	Baja cobertura horaria	Baja cobertura horaria

Fuente: Elaboración propia.

Las localidades de bahía Jara y Fachinal cuentan con telefonía rural, programa convenido entre el estado y ENTEL S.A.

Con respecto al equipamiento Aeroportuario se cuenta con 5 pistas en: Chile Chico, Fachinal, Meseta Cosmelli, todas ellas de propiedad fiscal y dos privadas en Pto. Guadal y San José. El equipamiento aeroportuario es un gran beneficio para la comuna, como una nueva forma de acceso, que desde el punto de vista turístico se presenta como una oportunidad para un nicho de turistas más amplio.

El transporte marítimo se realiza entre las localidades de Puerto Ingeniero Ibáñez y Chile Chico, a través del trasbordador Pilchero con una capacidad aproximada de 50 pasajeros y 20 vehículos livianos.

b) Situación Educativa de la Comuna

Según los datos de la encuesta CAS II al menos al 60% de la población se encontraría en una situación de estudios inconclusos, en la comuna.

En la comuna existe los siguientes establecimientos educacionales:

Tabla 2.3. Escolaridad en Chile Chico

Establecimiento	Nombre	Ubicación
Liceo	L. Rabanal P.	Chile Chico
Escuela	Básica Chile Chico	Chile Chico
Escuela	Libertador Bernardo O' Higgins	Puerto Guadal
Escuela	Tulio Burgos Rivera	Mallín Grande
Escuela	G N° 45	Puerto Bertrand

Fuente: Departamento del DAEM, Municipalidad de Chile Chico

En el funcionamiento de los locales del sistema educacional se han detectado algunas variables, se mencionan los más importantes a continuación:

- Alto % de inasistencia en los meses de agosto a septiembre.

- Ausencias de profesionales en el medio que dificultan el reemplazo por motivos de licencias medicas del profesorado.
- Alto número de licencias médicas de docentes y no docentes.
- Las distancias y el costo que significa continuar el proceso de educación deriva en que los padres se inclinen por educar a sus hijos en otras comunas (Cochrane, Ibáñez y Coyhaique), establecimientos que ofrecen mayores beneficios a la hora de decidir (transporte para alumnos de localidades retiradas). Lo que implica una pérdida de alumnos y un alto índice de deserción escolar.

c) Salud y Asistencia Médica en la Comuna

Actualmente, la red asistencial esta constituida de la siguiente forma, la cual se ve altamente influida por la carencia de implementación para atender patologías graves, la lejanía de centros urbanos, además de la falta de profesionales en el área.

La red de salud está compuesta por:

Tabla 2.4. Salud

• Pto. Bertrand	Posta Rural.
• Pto. Guadal	Posta Rural
• Mallin Grande	Posta Rural.
• Fachinal	Estación médico rural.
• Bahía Jara	Estación médico rural.
• Chile Chico	Hospital tipo IV

Fuente: elaboración propia.

2.2. Descripción turística

2.2.1. Situación actual

La comuna en general tiene potencial de turismo, algunos sectores presentan características pecuarias y otras agrícolas, generando una oportunidad para el Agroturismo, además de una infinidad de atractivos de la geografía regional, la cual ofrece posibilidades diversas (montañas, planicies, valles, riachuelos, lagunas, glaciares, playas y otros), lo que representa un alto potencial para el desarrollo del ecoturismo.

El clima es favorable, la mayor parte del año; playas, prácticamente sin contaminación, montañas con flora y fauna únicas, alturas en la zona cordilleranas, glaciares aptos para caminar sobre ellos, valles inexplorados, explotaciones mineras, sitios arqueológicos, entre otros, pueden llegar a desarrollarse como un producto turístico.

En cuanto a las mejoras falta reparar las redes viales, la conectividad entre los centros poblados, como también desarrollar capacitaciones o educación turística en la comunidad para generar fuentes de empleos y crecimiento económico.

a) Datos sobre la llegada de turistas:

Información referencial sobre la llegada de turistas en la región de Aysen²:

Cantidad de llegadas el año 2006: 41.211 turistas.

Tasa de crecimiento promedio 1999-2006: 5,3%.

Edad Promedio: 38

Procedencia:

Extranjeros: 33%

Argentina: 19,2%

Estados Unidos: 18,2%

Israel: 13,1%

Chilenos: 67%

Región Metropolitana: 43,6%

Los Lagos: 15,7%

Valparaíso: 15,3%

Duración Promedio del Viaje: 13 días.

Información sobre la llegada de turistas específicamente en el pueblo de Chile Chico:

Tabla 2.5. Llegada de turistas

² Documento Oportunidades de inversión en turismo, Perfiles de demanda para Aysen, CORFO

Enero 2008		
Nacionalidades	Cantidad	Porcentaje
Israelitas	83	29,4%
Chilenos	60	21,27%
Argentinos	40	14,18%
Franceses	22	7,8%
Alemanes	22	7,8%
Otros europeos (austriacos, suecos, suizos, ingleses, belgas, españoles, etc)	25	8,8%
Sudamericanos (ecuatorianos, brasileños, etc)	12	4,25%
Norteamericanos (canadienses, estadounidenses)	18	6,38%

282 turistas registrados por la Oficina de Turismo Municipal, de la localidad de Chile Chico, enero 2008.

La ciudad de Chile Chico en particular y la Comuna del mismo nombre en general, reciben anualmente una gran cantidad de turistas que transitan por el territorio comunal, debido a que corresponde a una ciudad de paso entre Chile y Argentina y es una de las dos opciones terrestres para llegar a la región más austral de Chile, por ello se muestra como una comuna con gran potencial turístico, y que debe entregar servicios adecuados para cubrir esta demanda.

El cuadro resume el tránsito de pasajeros por el paso fronterizo Río Jeinimeni durante el 2007:³

Tabla 2.6. Paso fronterizo Río Jeinimeni

Paso Fronterizo	Chilenos	Extranjeros	Total Paso
Las Pampas	111	245	356
Appeleg	118	51	169
Pampa Alta	1.757	303	2.060
Coyhaique Alto	13.988	3.765	17.753
El Triana	1.937	1.710	3.647
Huemules	20.575	2.663	23.238
Palavicini	11.849	1.598	13.447
Jeinimeni	54.183	15.880	70.063
Roballos	333	681	1.014
Vuelta Río Mayer	86	11	97
Río Mosco	164	49	213
Ito IV-O-B Dos Lagunas	68	379	447
Lago O'Higgins	0	0	0
Marconi	0	43	43
Total Pasos Fronterizos	105.169	27.378	132.547

Cabe señalar, que estos valores no representan solo turistas, ya que los habitantes de Chile Chico, y asimismo de los Antiguos en Argentina, traspasan la frontera con gran frecuencia para la compra de distintos bienes y servicios, ya que ambas ciudades quedan a solo 8 km de distancia.

³ Fuente: Policía Internacional y Carabineros de Chile, Elaboración: Unidad de planificación Sernatur Aysen.

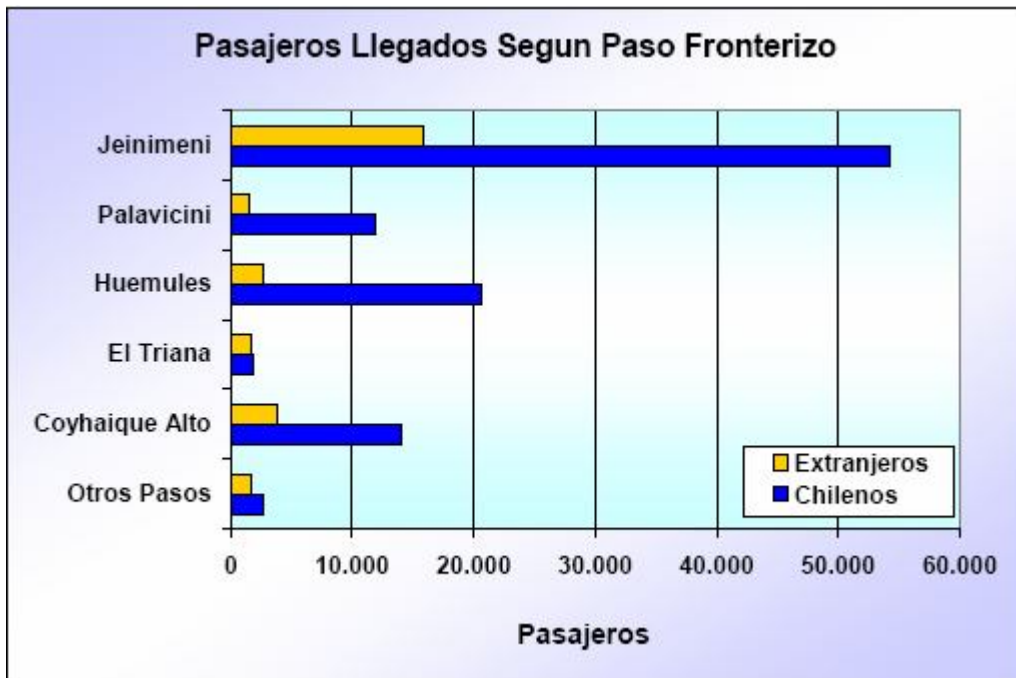
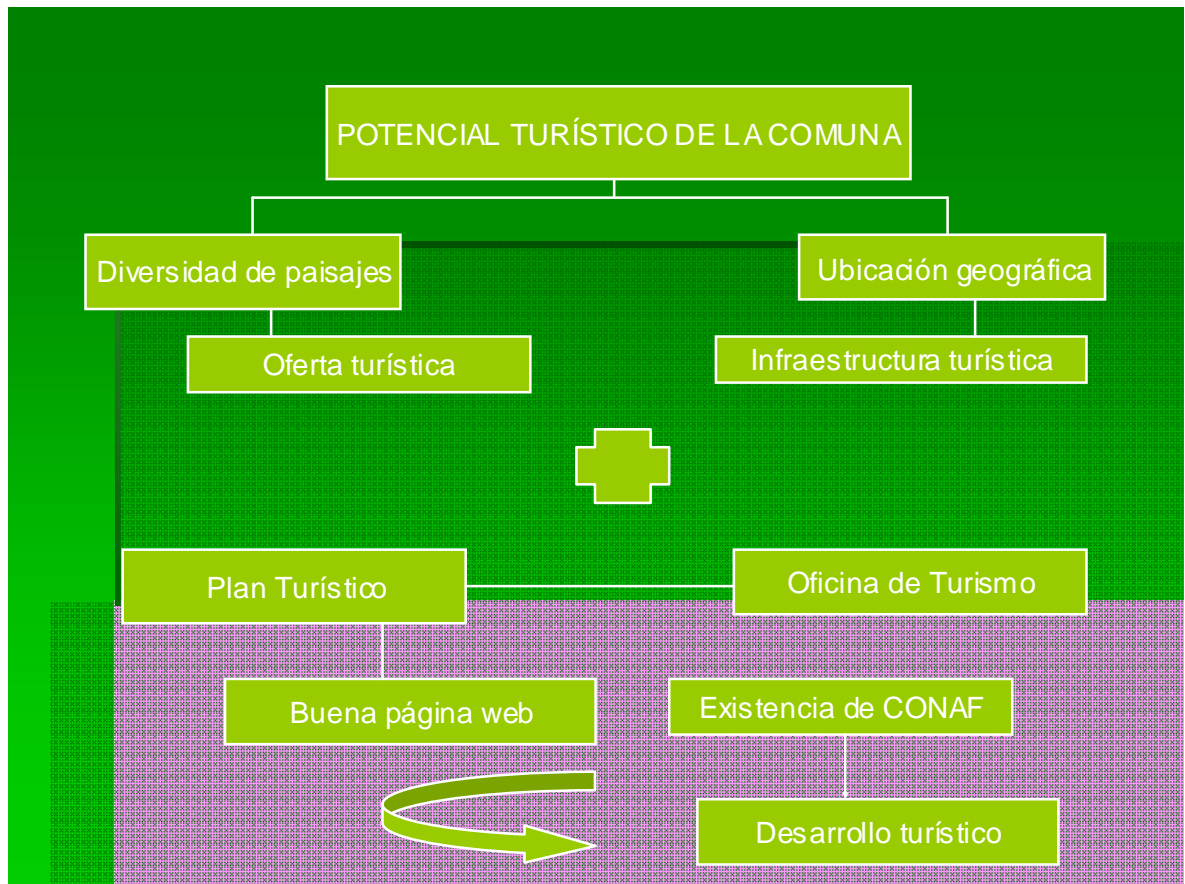


Figura 2.4. Gráfico “Llegados según paso fronterizo 2007”: ⁴

En relación a la información anteriormente expuesta, se observa que el paso de la ciudad de Chile Chico es uno de los principales de la región, por su estado y fácil acceso, pero a la vez considerando el fluido paso de los habitantes de las ciudades aledañas. La relación entre los turistas de la región y la comuna está marcada por el turista nacional y el favoritismo de los israelíes. Indicando que un porcentaje no menor del turista que viene a la región, pasa por la comuna.

De acuerdo, al análisis de la situación actual las principales potencialidad del turismo son:

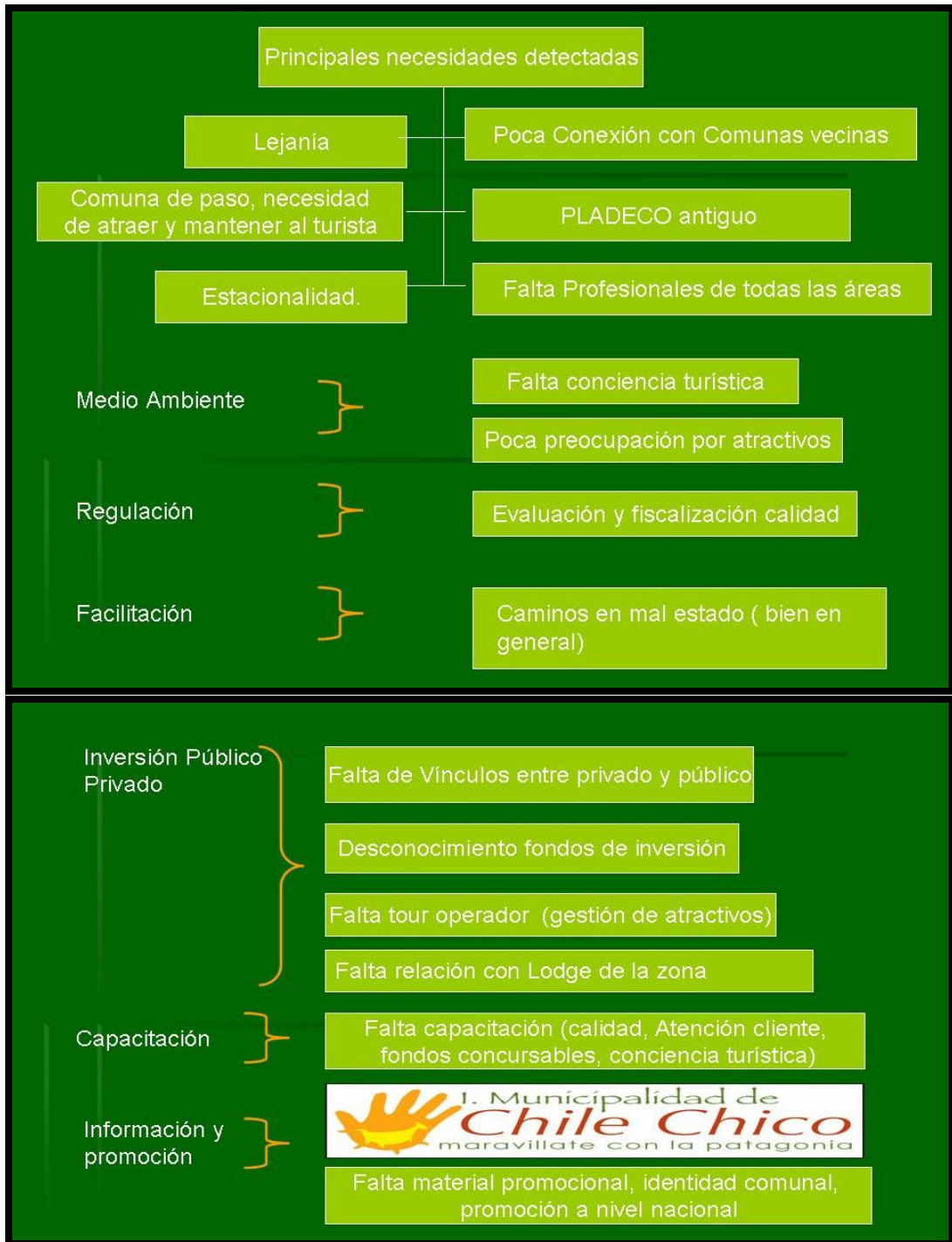
⁴ Fuente: Policía Internacional y Carabineros de Chile, Elaboración: Unidad de planificación Sernatur Aysen



Fuente: elaboración propia.

Figura 2.5. Cuadro resumen Fortalezas de la Actividad Turística de la Comuna.

Este cuadro resumen contiene las cualidades principales de la comuna, como son la diversidad de paisajes, recursos naturales y su ubicación. La existencia de una buena página web comunal, la cual informa sobre los atractivos y oferta turística, la nueva oficina de turismo, que junto al plan de desarrollo turístico tienen las herramientas para hacer surgir la comuna en este rubro.



Fuente: elaboración propia

Figura 2.6. Cuadro Resumen Debilidades de la Actividad Turística de la Comuna

En cuanto a las falencias en el ámbito turismo se encuentran las recurrentes en lugares apartados y extremos, como son la lejanía, el clima, los accesos y la estacionalidad. Todo en desmedro de un buen desarrollo turístico, y por estas razones el rubro es no es valorado por la comunidad como una fuente de ingresos rentable. Es decir falta conciencia turística, y un buen desarrollo del

rubro, gestión en cuanto al desarrollo de atractivos, crear lazos entre los empresarios del turismo, y mejorar la promoción.

b) Potencial turístico de la comuna:

La comuna como ya ha sido mencionado presenta recursos potenciales y no explotados para el desarrollo del turismo. A continuación algunas actividades que son posibles de potenciar, y luego los recursos turísticos descritos, que la comuna posee.

Tipos de turismo potenciales

Turismo de descanso y esparcimiento

CHILE CHICO posee gran variedad de atractivos, la geografía regional ofrece posibilidades diversas (montañas, planicies, valles, riachuelos, lagunas, glaciares, playas y otros), lo que representa un alto potencial.

El clima favorable, la mayor parte del año; playas, prácticamente sin contaminación, montañas con flora y fauna únicas, alturas en la zona cordilleranas, glaciares aptos para caminar sobre ellos, valles inexplorados, explotaciones mineras, sitios arqueológicos, entre otros, pueden llegar a desarrollarse turísticamente.

Ecoturismo

Esta forma de turismo entendida como el acercamiento con la naturaleza, privilegia ambientes naturales alejados de la población, de la destrucción, de la depredación, de la tala etc. El ecoturismo se ha transformado en un fenómeno de gran volumen, que puede ser aprovechado íntegramente por la Región y Comuna de Chile Chico.

Gastronomía y Folklore

La gastronomía y el folklore son elementos primordiales en el desenvolvimiento del turismo, pues constituyen las bases primarias para el turismo de esparcimiento y recreación, las especialidades culinarias del sitio a visitar son una de las inquietudes de los turistas, además de la cultura, la artesanía, música y costumbres. Los asados patagones, las fiestas costumbristas, son eventos en el cual toda la comunidad participa. Llenos de magia y colorido.

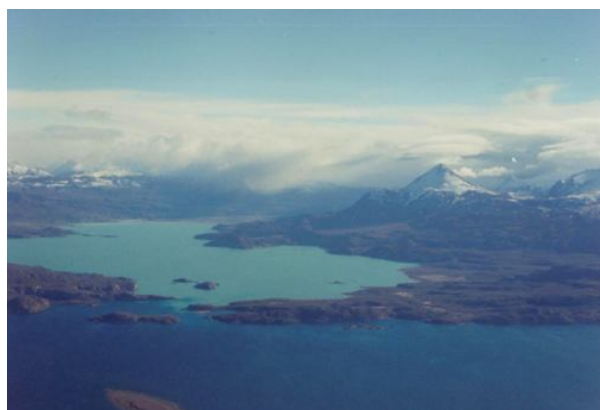
c) Recursos turísticos potenciales

La comuna cuenta con gran cantidad de atractivos naturales y culturales de interés para el visitante. Los principales son los siguientes:

1. **Cascada Los Maquis**, Ubicada 2 kilómetros al oriente de Puerto Guadal se encuentra la Cascada Los Maquis con varios saltos de agua escalonados. El salto más importante tiene una altura de 25 metros y está completamente rodeado de vegetación arbórea, coigüe y ñirre principalmente.



2. **Lago General Carrera** Es la cuenca lacustre más grande de Chile. Tiene una superficie de 178.000 hectáreas (224.000 hectáreas en total) y una longitud de 200 kilómetros. Está a 350 metros de altitud, y posee una profundidad máxima de 590 metros, lo cual lo posiciona como uno de los lagos más profundos de América.



3. **Reserva Nacional Laguna Jeinimeni** ubicada a 60 Km. de Chile Chico abarca una superficie de 161.000 hectáreas. Posee mucha vegetación nativa y lugar de reunión de numerosas aves, entre las que destacan flamencos y cisnes de cuello negro, también es posible observar distintas especies de lagartijas, viscacha, huairavo y carpinteros, la reserva cuenta con un sector de camping, miradores, senderos, se realizan tour por la zona que se pueden contactar en el centro de Chile Chico



4. **Piedra Clavada** La piedra, solitaria en medio de una pampa, desde lejos va mostrándose creciente en el avanzar hacia ella. Sólo rodeada por coirones, la piedra ha sido pulida por la erosión del viento durante los años y alcanza una altura de alrededor de 40 metros, Todo el lugar presenta formaciones rocosas muy extrañas y es común observar manadas de guanacos y otros animales estepáricos.



5. **Cueva de las Manos** Aquí encontramos la mayor cantidad de pinturas rupestres de la región, hechas por los antiguos indígenas llamados Aonikenk con impresiones de manos y animales como guanacos, se cree que el método que utilizaron fue el de el sopleteo y estarcido con una data aproximada de unos 6.000 a 8.000 años de antigüedad.



6. **Mirador Cerro las Banderas** ubicado en un costado de la Plaza de armas, desde donde se puede apreciar una panorámica completa de la ciudad y del gran Lago. Especial para la Fotografía y la Observación del Paisaje de este maravilloso Pueblo.



7. **Museo Barco Andes** ubicado en la calle principal, contiene muestras de paleontología, fotografías históricas de la navegación en el Lago Chelenko y de sus colonos, es un lugar muy interesante para conocer la historia de este pueblo, también se realizan diversas actividades culturales durante todo el año.



8. **Puerto Manolo** ubicado a un 1 Km. de Chile Chico, bordeando el Lago encontramos este precioso lugar, ideal para el balneario y para la actividad de pesca, posee aguas puras y cristalinas y un hermoso entorno Natural.



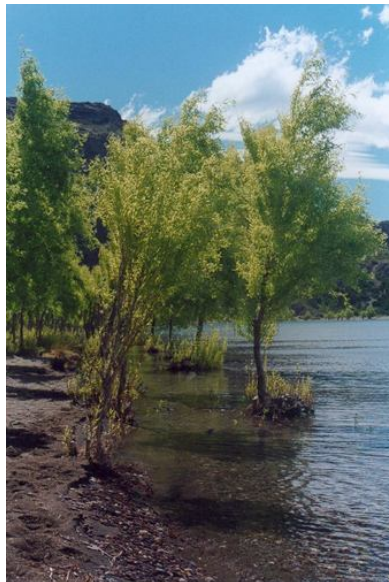
9. **La Puntilla** ubicada a unos 3 Km. desde el centro de la Ciudad , bordeando el lago hacia la frontera con Argentina, sector en el que se reúnen una gran variedad de aves silvestres ideal para la observación y fotografía, es un hermoso santuario natural, y una zona de pesca espectacular.



10. **La Cueva del Indio** Ubicado a unos 4 Km. desde el centro de la ciudad hacia las montañas, es una formación natural de rocas, refugio que era utilizado según la historia por los antiguos habitantes nómadas de la zona.



11. **Bahía jara:** ubicada a 18 Km. de Chile Chico se encuentra esta Playa, perfecta para el baño y actividades deportivas náuticas. Existe un camping emplazado en sus orillas con zonas de asados, juegos y almacén de provisiones, perfecto para disfrutar de varios días de relajo.



12. **Laguna Verde** está 25 kilómetros al oeste de Chile Chico por el camino que bordea el Lago General Carrera, lugar de belleza sugestiva y extraña. La escasez de vida vegetal y animal, se suma a la inusual topografía, propia de un cráter, y a lo altamente salobre de sus aguas, se le atribuyen propiedades medicinales.



13. **Valle Lunar** formación rocosa que asemeja un valle lunar, increíble manifestación de la naturaleza que nos invita a contemplar su creación, y a fotografiar para llevar esta aventura inolvidable en nuestros corazones.



14. **El Paso Las Llaves** es un hermoso camino de altura o montaña que permite maravillosas vistas del lago, las montañas e incluso el Campo de Hielo Norte, también es posible avistar Cóndores y Águilas, aquí encontramos una maravilla arqueológica, son Guanacas de Cuello Largo que datan de unos 10.000 mil años atrás.



15. **Río Baker** Con aguas caudalosas de color verde esmeralda, el río tiene su origen en Lago Bertrand. Con una extensión de 200 kilómetros, Río Baker es el indicado para las prácticas deportivas y de recreación, por la velocidad de sus aguas es el indicado para la pesca con mosca, el rafting y el kayak de río, a lo largo de toda su dimensión hasta que finaliza en Caleta Tortel. Catalogado como el río más caudaloso de Chile.



16. Fiesta del cantar juvenil.

Consiste en dos días de festival, al cual asiste la mayor parte del pueblo de Chile Chico. Es un festival en el cual participan intérpretes de canciones, por un premio, y también asisten artistas destacados, o populares del gusto de la comunidad. Es el evento más esperado por Chile Chico durante el año, dedicado a su comunidad en primer lugar. Se realiza en el gimnasio del pueblo.



d) Oferta en la comuna:

Tabla 2.7. Oferta turística

LOCALIDAD DE CHILE CHICO		
1.	Hotel Ventura	Servicios de alojamiento Cap. 16 p. Tarifas: Single 9.000. pp (baño comp.) Doble 18.000 (b.c.) Matrimonial (2pax) 20.000 (b.p) Matrimonial (1pax) 14.000.- (baño.priv.) Características: Todas Incluyen desayuno Eventos Especiales a delegaciones o grupos.
2.	Hotel Plaza	Cap. 20 p Tarifas: 8.000 p.p. Características: Habitaciones Singles, Doble y Matrimonial, No incluye desayuno
3.	Hostería de la Patagonia Agroturismo	Cap. 14 pax. Tarifas: Single 15.000, Doble 25.000, ambas baño privado. Single 10.000, Doble 20.000, ambas baño compartido. Características: Todas incluyen desayuno; Almuerzo, Cena 7.000 c/u, bebidas aparte.
4.	Hostería Jeinimeni	Cap. 10 pax. Servicio de Alojamiento y Alimentación. Tarifas: \$ 6.000 p.p. Características: Incluye Desayuno, Baño compartido, TV Cable
5.	Residencial Don Luis	Servicio De Alojamiento, Comidas, Lavandería Cap. 15 pax. Tarifas: . Habitaciones Singles, Dobles, Triples. 6.000 p.p (con desayuno) 5.000 p.p (sin desayuno) Almuerzos y Cenas 3.000 c/u 1 Cabaña 25.000-30.000 (6pax) Características: Alojamientos incluyen desayuno, TV Cable, Baño compartido.
6.	Residencial Brisas del Lago	Servicios de alojamiento Cap. 15 pax. Tarifas Single 9.000 pp. Doble 15.000 Triple 22.000 2 Cabañas (4-5pax) 30.000 diarios (2p) 35.000 (3p) 40.000 (4p) Características Alojamiento Incluye Desayuno, Baño Compartido; Cabañas con baño privado y T.V. Cable.
7.	Hostería Austral	Alojamiento 8 Hab. 2 Departamentos, 1 Cabaña, Arriendo de Vehiculos Tarifas: 20.000 p.p. Depto. y Cabaña depende de N° de pax, (min. 25.000) Características: Aloj. incluye desayuno, TV Cable, Calefacción.
8.	Residencial Aguas Azules	Cap. 7 Hab. Tarifas: 3 Hab. Matrimonial \$ 18.000, entrada independiente, baño privado, TV Cable 2 Hab. Single \$ 14.000, baño privado. TV Abierta 2 Hab. Single \$ 7.000, baño compartido. TV Abierta 1 Cabaña 10 pax, 2 baños, estacionamiento, \$ 40.000 diarios

		Características: Todas incluyen desayuno, Servicio de lavandería y arriendo de vehículo.
9.	Residencial Micaela	Servicio de Alojamiento (Cap. 10 pax), Comidas y Camping (6 carpas.) Excursiones a pedido en Camioneta 4x4. Tarifas: Alojamiento 5.000 p.p Almuerzos y Cenas 2.500 c/u Camping 5.000 x carpa Características: Alojamientos sin desayuno, baño compartido TV Cable. Camping con entrada independiente, derecho a fogón con leña.
10.	Hospedaje La Casona	Servicios de alojamiento y comidas Cap. 10 5.000 pp c d. 2.500 comidas tv y baño
11.	Hospedaje Sra. Norma Rivera	Cap. 10 pax. Tarifas: 6.000 p.p. Características: Habitaciones single, dobles, triples; baño compartido, T.V. cable, incluye desayuno. Almuerzo, Cena 2.500 c/u.
12.	Hospedaje Camping y Cabañas Kon Aiken	Cabañas: 2pax \$20.000, 3pax \$30.000, 4pax \$40.000, 7 y mas \$60.000.- Camping: \$3.000 p.p., Derecho a cocina \$4.000.- Depto. matrimonial: \$ 20.000.- Hospedaje: \$ 7.000.- p.p. Casa Chaparita: \$6.000 p.p., 7 ó más pax \$ 40.000.- Otros: Desayuno \$2.500, Almuerzo \$ 4.000, Asado Patagón \$ 80.000 (10-15 pax, incluye:cordero, tortas campesinas, pebre, ensalada, vino, bebidas).
13.	Hospedaje Jeim	Cap. 8 pax. Tarifa: Single 5.000 p.p. Matrimonial 12.000 Características: Desayuno 1.500 p.p. Almuerzo 3.000 p.p. Cena 2.500 p.p. Baño Compartido y T.V. Cable
14.	Hospedaje y Centro de Llamados OLICER	Alojamiento Cap. 7 pax, 3 Hab. Centro de Llamados e Internet. Tarifas: \$ 6.000.- p.p. Características: No incluye desayuno preparado, si se puede preparar cosas por los propios pax. TV Cable
15.	Casa Quinta No me Olvides	10 pax
16.	Sin Nombre	Alojamiento Cap. 7 pax \$ 6.000.- p.p. (con desayuno, almuerzo y cena) Sitio para carpas \$ 1.500.- x carpa. Incluye baño. Ducha se cancela aparte. Se hacen costuras, servicio de lavandería.
17.	Cabañas Don Manuel	3 Cabañas, Cap. 3-6 pax por cabaña Tarifas: 8.000. pp Características: Cabañas amobladas e implementadas

18.	Cabañas Miraluna	2 Cabañas, 15 pax Tarifas: Características: Amobladas, vista al lago
19.	Cabañas	5 Cabañas, 15 pax Tarifas: Directamente con el propietario (30.000) Características: Amobladas.
20.	Camping Reserva Jeinimeni	Entrada: Chilenos Adultos 800, Niños 300; Extranjeros Adul.1000, Niños 500.- Camping: 3.500.- x carpa Merienda: 3.000.- para 6 pax
21.	Parcela Doña Hilda	Zona de Camping, venta de mermeladas, asado patagón, venta de empanadas y huevos
22.	Parcela Piedra Azul	Zona de camping, venta de mermeladas, participación en faenas del campo
PUERTO GUADAL		
23.	Cabañas Antue	12 pax
24.	Cabañas Moisés Seguel	5 pax
25.	Complejo El Mirador Playa de Guadal	12 pax
26.	Hostería Huemules	15 pax
27.	Camping El Parque	8 sitios de camping, 2 quinchos, venta de productos y gastronomía típica, 2.000 pp. 5.000 x veh
28.	Cabañas La Rinconada	Una cabaña para 5 personas 25.000 diarios
29.	Residencial La Lomita	Alojamiento y comidas típicas de la zona, ambiente familiar, cap. 30 personas, 4.000 pp. 10.000 pc.
30.	Terra Luna Lodge	Cap. 30
PUERTO BERTRAND		
31.	Cabañas Rápidos del Baker	Cap. 30 3 pers: \$40000 4 pers: \$50000 6 y 5 pers: \$60000
32.	Hostería Campo Baker	15 pax
33.	Patagonia Baker Lodge	12 pax
34.	Hostería y Cabañas Puerto Bertrand	Servicios de alojamiento y alimentación. Cap. 14 Tarifas Alta 8.000 ppcd Baja 6.000 ppcd Cabañas 40.000 A y 25.000 B Servicios de asados al palo 60.000 para 12 personas. Minimarket
35.	Lodge Río Baker	8 pax
36.	Hospedaje y Cabañas Campo de Hielo	10 pax
37.	Residencial y Camping Los Coigues	Servicios de alojamiento, Cap. 7 pax, cabalgatas, pesca, paseos en bote y comidas Tarifas 6.000 pp. Incluye desayuno. Cabalgatas 2.500 la hora Pesca 5.000 la hora

38.	Hospedaje Doña Esther	7 pax
39.	Hacienda Tres Lagos	25 pax
40.	Corazón de Los Andes Lodge	60 pax
41.	Mallin Colorado	8 pax
42.	Bahía Catalina	14 pax
43.	Pasarela 2 Lodge	16 pax
44.	Bahía Cristi	10 pax

Fuente: elaboración propia

Nombre	Localidad	Descripción
Café Refer	Chile Chico	60 pax, Horario: lunes a Domingo 09:00 a 05:00 Hrs. Especialidad: Carnes, pescados, pollo, Pizzas.
Loly y Elizabeth	Chile Chico	80 pax, F Horario: lunes a Domingo 10:00 a 04:00 Hrs. Especialidad: Comida árabe, pastelería, helados artesanales.
Verde y Natural	Chile Chico	60 pax, Mixto F/NF Horario: Lunes a Domingo 07:00 – 02:00 am Hrs. Especialidad: Comidas Caseras, menú y a la carta.
El Fogón	Chile Chico	Especialidad: Comida al Paso Vegetariana
Puelche	Chile Chico	45 pax, F. Horario: lunes a Domingo 11:00 a 04:00 Hrs. Especialidad: Carnes, Pescados y Mariscos
Puerto Río Tranquilo	Chile Chico	40 pax, NF. Horario: lunes a Domingo 10:00 a 04:00 Hrs. Especialidad: Pescados, a la carta.
Cafetería y Heladería Antumapu	Chile Chico	20 pax, NF. Horario Lunes a Sábado 10:00 a 14:00 – 15:30 a 23:00 Hrs. Especialidad: Helados artesanales, Todo tipo de cafés, Sandwiches, Pizzas, Completos, Jugos Naturales.
Copa Cabana	Puerto Guadal	
Restaurant La Frontera	Puerto Guadal	

Fuente: elaboración propia

Nombre	Servicio	Capacidad
Blue Dance Discoteque	Bar y salón de baile	250 pax
The Reagal pub	Pool y música en vivo	40 pax
Pub Rancho Viejo	Centro de eventos, Restaurant, pub	200 pax
Loly y Elizabeth	Centro de eventos, pub	80 pax

Fuente: elaboración propia

Servicio	Actividad	Precios
Excursiones	Viajes a Jeinimeni	60.000 por 10 personas
Excursiones	Viajes a Jeinimeni, Lago Verde, Ventisqueros. Confección de rutas, coordinación de excursiones, cabalgatas, ciclismo.	110 dólares por persona
Excursiones Jorge Oliveros	Pesca Deportiva, Guía excursiones a Jeinimeni.	
Hacienda 3 Lagos	Rafting y Canopy (Pto Bertrand)	
Bicicletas	Arriendo de Bicicletas (localidad de Chile Chico)	3.000 la hr 12.000 al día
Excursiones Patricio Astudillo	Rafting 7 pax por Balsa Pesca con mosca	14.000 por persona

Fuente: elaboración propia

Dirección	Cantidad de transportes	itinerario
Chile Chico	2 empresas de transportes	Desde Chile Chico a Coyhaique por Argentina
Hacia el interior	3 líneas de transporte	Guadal - Chile chico viceversa
Hacia el interior	1 línea de transporte	Coyhaique - Chile Chico viceversa
Hacia el interior	1 línea de transporte	Chile Chico-Cochrane viceversa. Chile Chico-Rio Tranquilo viceversa Chile Chico-Coyhaique por Argentina
Hacia el interior	2 líneas de buses	Cochrane-Coyhaique viceversa
Hacia el interior	1 línea de buses	Cochrane-Tortel

Nombre	localidad	Servicios
Popul Vuh	Chile chico	Artesanía local y Alfarería
Artesanía en lana	Chile chico	Artesanía en lana cruda
Artesanía en madera	Chile chico	Artesanía en madera y fabrica de muebles
Souvenir Sebastopol	Chile chico	Postales y Souvenir
Artesania gastronómica	Chile chico	Fabrica de Mermeladas

Artesanías Frutos del sol	Chile chico	Mermeladas caceras de Calafate y mosqueta
Artesanía Nasita Aldea	Puerto Guadal	
Taller Artesanal Paula	Puerto Guadal	Artesanía en tallado de madera
Artesanía	Puerto Guadal	Artesanía en tallado de Madera
Artesanía en lana	Puerto Guadal	Tejidos artesanales en lana
Licores Artesanales	Puerto Guadal	Venta de licores de Frutas y hiervas

Fuente: elaboración propia

Tabla 2.8. Actividades:

Puerto Guadal	Visita a meseta Cosmelli, depósitos cuaternarios (fósiles)	Todo el Año	Actividades Vinculadas al patrimonio Histórico cultural
	Pesca con mosca en Lago General Carrera	Temporada Alta	Actividades vinculadas al ambiente natural
	Pesca con mosca en Mallín Grande	Temporada Alta	Actividad Deportiva
	Paseos a Caballo en Mallín	Temporada Alta	Actividad de Esparcimiento
	Semana Aniversario	Febrero	Eventos Programados
	Observación de Flora y Fauna	Todo el Año	Actividad de Esparcimiento
	Fotografía	Todo el Año	Actividad de Esparcimiento
Puerto Bertrand	Pesca con Mosca en Lago Bertrand	Temporada Alta	Actividad Deportiva
	Rafting en el Río Baker	Temporada Alta	Actividad Deportiva
	Paseos a Caballos en Pto. Bertrand	Temporada Alta	Actividad de Esparcimiento
	Observación de Flora y Fauna	Todo el Año	Actividad de Esparcimiento
	Fotografía	Todo el Año	Actividad de Esparcimiento
	Semana Aniversario	Febrero	Eventos Programados
	Campeonato de Pesca	Febrero	Eventos Programados
Chile Chico	Circuito Cueva de las Manos, Piedra Clavada y Valle Lunar	Temporada Alta	Actividades al Patrimonio Histórico Cultural
	Trekking en Reserva Nacional Jeinimeni	Temporada Alta	Actividades Deportivas
	Pesca con Mosca en Río Jeinimeni	Temporada alta	Actividades Deportivas

	Pesca con Mosca en Lago General Carrera	Temporada alta	Actividades Deportivas
	Cicloturismo en Chile Chico	Temporada alta	Esparcimiento
	Fotografía	Todo el Año	Actividad de Esparcimiento
	Observación Flora y Fauna	Todo el año	Actividad de Esparcimiento
	Picnic y Camping en Reserva Nacional Jeinimeni	Temporada alta	Actividad de Esparcimiento
	Semana Aniversario	Febrero	Eventos Programados
	Fiesta de la Primavera	Septiembre	Eventos Programados
	Festival de la Voz	Enero	Eventos Programados
	Festival de Domaduras	Septiembre	Eventos Programados

Fuente: elaboración propia

2.3. Breve descripción de proyecto

En la comuna de Chile Chico se hace necesario la creación de un de desarrollo turístico, con el fin de potenciar su producto turístico y hacer de este rubro una vía de sustento económico para la comunidad. La gran variedad de atractivos y servicios que se pueden visualizar en el punto anterior, reafirma que esta zona tiene las condiciones para un buen desarrollo y que con el plan se beneficiaran todos los agentes participantes. EL proyecto se divide en tres programas:

1.- Capacitación de los actores en la zona.

Consiste en una capacitación periódica de los temas contingentes relacionados con el desarrollo económico en función del turismo como son:

- La especialización en desarrollo económico local.
- Las herramientas para el desarrollo de habilidades de negociación para la cooperación. (módulos en negociación y resolución de conflictos).
- Generar reuniones y conversaciones efectivas.
- Como utilizar los fondos concursables y ayudas económicas públicas.
- Turismo sustentable, (beneficios).

Considerando la información que proporciona la Municipalidad de Chile Chico, y que se beneficiará a un representante de cada organización turística, sea alojamiento, restaurante, guías, transporte, el total de beneficiarios en esta índole es de 75 personas, sin considerar a 2 o 3 agentes de la municipalidad.

Las capacitaciones se realizaran en la tres zonas de la comuna, Occidental, Centro occidental y Oriental.

En el sector Oriental, localidad de Chile Chico son dos jornadas por semanas con grupos de 23 y 22 personas más 3 agentes de la municipalidad.

En el sector Centro occidental, localidad de Puerto Guadal es una jornada por semana con un grupo de 14 personas.

En el sector Occidental, localidad de Puerto Bertrand, es una jornada a la semana, con un grupo de 16 personas.

Será una sesión por semana con las temáticas predestinadas durante 12 meses.

2.- Infraestructura turística básica.

- La principal tarea de este programa es la coordinación en la inversión de infraestructura básica para promover destinos turísticos sostenibles. Visualizar las falencias y realizar acciones para mejorarlas.

3.- Marketing y desarrollo en las relaciones comerciales de la zona (Integración turística).

Difusión y promoción del destino y sus atractivos

- Incremento de las acciones promocionales por destino.
- Creación de una red de información para el destino.

A través de estas etapas se podrá crear un producto integrado de la oferta, que pueda ser bien gestionado y promocionado por los principales actores.

Esta etapa se realizará a través de un gestor que se encargará de efectuar las acciones correspondientes entre los agentes que promocionan la comuna, con el fin de coordinar mejor la información, gestionar mayor publicitación con folletos, paginas Web, y difusión en agencias de viajes y operadores turísticos nacionales.

Integración de la oferta turística, dentro de la comuna según áreas de interés. A través de:

- Asociaciones gremiales entre los oferentes turísticos de la comuna como: Mesas de ayuda, juntas de vecinos, etc. Para crear una visión estratégica en común, y aunar los esfuerzos.
- Buenas relaciones entre los operadores turísticos como puede ser la creación de un Ente Gestor por destino, que tenga la visión clara de como coordinar la oferta turística en favor de un mayor desarrollo económico comunal.

Creación de un ente gestor que se encargue de coordinar las acciones de los oferentes turísticos y la municipalidad, y por otro lado lo que se vende o entrega a los operadores turísticos sobre las actividades y atractivos de la zona. Para que todos trabajen en conjunto bajo una visión común, desarrollando recursos no explotados hasta el momento, generando así mayores ingresos ala comuna.

2.4. Efectos sobre el medio físico:

Si el plan logra sus objetivos, la comuna tendría un alza en la cantidad de visitantes, y actividades realizadas en la zona. Esto provocaría mayor impacto en el suelo y atractivos naturales, mayor uso de caminos, mayor uso de transporte terrestre, lacustre y aéreo. También generaría empleos relacionados al área, para atender este aumento de flujo de visitantes. La población aumentaría en la temporada alta. Posibles modificaciones en las carreteras, como que sean pavimentadas o mejoradas, mejoramiento en los hoteles y restaurantes, y todo tipo de servicio relacionado a las actividades proporcionadas en la zona.

CAPÍTULO III ANÁLISIS ESTRATÉGICO

El siguiente análisis estudia dos áreas; análisis del macro y microentorno que rodea al proyecto, y un análisis interno de recursos, capacidades y habilidades. Dichos estudios se muestran de forma más detallada a continuación;

3.1. Análisis del Entorno

3.1.1. Macroentorno:

Como el proyecto en cuestión se pretende desenvolver en un ambiente de múltiples y constantes cambios, se espera hacer un análisis de las variables que mayor incidencia puedan tener. Es así, como se realizará un Análisis PEST que estudia factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos. Para hacer aún más completo el estudio, se agregan las variables ambientales, y las tendencias turísticas, ambas con una participación importante sobre el actuar del proyecto.

Variables Políticas:

El país es considerado estable políticamente desde que se retornó a la democracia a comienzos de la década del 90.

El turismo por su parte, se considera como vinculaciones económicas, sociales y culturales, siendo un factor de desarrollo que genera empleos, aporta divisas y destina inversión. Recurriéndose generar en Chile una Política Nacional de Turismo, la cual fue elaborada por el Servicio Nacional de Turismo.

La elaboración de la Política Nacional de Turismo está basada en la incorporación de las potencialidades turísticas a la actividad productiva del país, en la reserva, cuidado y aprovechamiento del patrimonio natural e histórico cultural y en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

El objetivo de la Política Nacional de Turismo, es facilitar y estimular el desarrollo de la actividad turística, en forma armónica, planificada y sustentable, con especial énfasis en la competitividad y la transparencia del mercado, tratando de convertir el turismo en uno de los sectores de la economía más importantes del país. Para cumplir los objetivos de la Política Nacional de Turismo se dispuso que los Gobiernos regionales elaboraran sus propias políticas de turismo, de acuerdo con las estrategias de desarrollo regional.⁵

Variables Económicas:

El desarrollo económico del país durante la década del 90 mantuvo un crecimiento en un marco considerado de estabilidad, y con grados de integración a la economía mundial. El Fondo Monetario Internacional (FMI), señaló que en los pasados quince años, terminados en el 2005, el crecimiento económico de Chile fue de un promedio de 5,5% anual, mientras que las ganancias per capita se triplicaron, y la tasa de pobreza se redujo a la mitad, a casi el 18% de la población.

Otro aspecto importante es el tratado de libre comercio (TLC) ya que con este tratado se pueden lograr mayores beneficios y brindar oportunidades de desarrollo nacional.

Cabe señalar, que entre los puntos débiles que presenta la economía nacional es que aún se depende de gran manera del sector primario, o de productos de escaso nivel de elaboración, además el elevado volumen de inversiones directas extranjeras origina importantes salidas de divisas, por otra parte el endeudamiento externo de algunas empresas privadas es alto y el país sigue marcado por fuertes desigualdades sociales.

En cuanto a la política de desempleo, la desigualdad de ingresos en Chile sigue siendo alta, a pesar del crecimiento estable de empleos, la tasa de desempleo sigue siendo de casi un 8%.

Por estas razones, del desempleo y de la apertura económica de Chile respecto al mundo, se ve en el turismo una gran oportunidad de desarrollo.

Variables Sociales:

En el contexto nacional, Chile es un país de ingresos medios que ha logrado en términos de desarrollo social un importante progreso, el año 2004, se plantea que la esperanza de vida era de 75 años para el hombre y 81 para la mujer, estando a la par con los países más sanos del mundo, de niveles de renta más altos.

Según el último CENSO la población asciende a 15.116.435 de personas en el territorio nacional, donde más del 86% vive en zonas urbanas. La población chilena en su mayoría es alfabetizada, más del 95%, donde en la mayor parte de los casos los ciudadanos terminan la educación primaria y continúan su nivel secundario.

⁵ Documento: Turismo en Chile, BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL DE CHILE DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS, EXTENSIÓN Y PUBLICACIONES.

Tabla 3.1. Nivel de instrucción en Chile.

Nivel de Instrucción	Población de 5 años o más					
	Censo 1992			Censo 2002		
	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres
TOTAL PAIS						
Total	11.895.766	5.810.802	6.084.964	13.965.359	6.861.696	7.103.663
Prebásica	289.680	147.665	142.015	571.096	284.777	286.319
Básica (*)	5.990.503	2.928.840	3.061.663	5.714.400	2.792.181	2.922.219
Media	3.939.239	1.908.344	2.030.895	5.024.693	2.449.347	2.575.346
Superior	1.072.198	546.592	525.606	2.284.936	1.165.615	1.119.321
Nunca asistió	604.146	279.361	324.785	370.234	169.776	200.458

(*) Incluye educación especial/diferencial

Variables Tecnológicas:

Se considera que la tecnología, o avances tecnológicos son aquellos que benefician la calidad de vida de las personas, entregándoles facilidades, ahorro de tiempo y evitando burocracias.

En Chile las herramientas como el Internet y la telefonía celular han tenido un gran desarrollo en la última década. Las formas de pago, como “red compra” y redes comerciales, han facilitado al turista en general disfrutar de los servicios turísticos. La información es mucho más accesible, en cuanto a promoción, de destinos turísticos, sus atractivos y servicios, ampliando así el mercado y la oferta.

Variables Ambientales:

Cabe señalar que las razones por las que los viajeros escogen uno u otro destino son muchas, pero las tendencias del turismo han indicado que las variables ambientales toman cada día mayor relevancia. El producto turístico se percibe como una combinación de atributos: entorno, comodidad y precio. Destacándose que el turista está dispuesto a desembolsar mayor cantidad de dinero por un espacio con buena calidad ambiental, de igual forma depende del segmento e intereses primordiales del turista. Chile tiene un gran potencial en áreas naturales, la mayoría de ellas en buenas condiciones, y atractivas para el turistas de estas preferencias, siendo este punto una oportunidad para nuestro país.

Tendencias Turísticas:

De acuerdo a las cifras entregadas por la Organización Mundial del Turismo (OMT), Chile se encuentra entre los principales destinos turísticos de América, donde la oferta del país en lo que se refiere a espacios rurales es muy destacable, debido a que es uno de los cinco países con ecosistemas de latitud sur extremos junto a Sudáfrica, Nueva Zelanda, Australia y Argentina. Presentando los bosques más australes del planeta, campos de hielo, glaciares milenarios, reservas de agua dulce, la ciudad y el cabo más austral del mundo Puerto Williams y el Cabo de Hornos.

El creciente interés por disfrutar de actividades de recreación al aire libre ha facilitado el desarrollo de nuevos tipos y formas de turismo, en los que se busca el aprovechamiento del medio natural, principalmente en zonas que conservan un patrimonio paisajístico de gran importancia y que se localizan lejos de zonas urbanas. Esta nueva forma de turismo es actualmente denominada “turismo de intereses especiales”, INTEGRANDO EL TURISMO RURAL, turismo aventura, etnoturismo, ecoturismo, agroturismo, entre otros, actividades que representan una oportunidad para todo lugar que presente oferta de ruralidad y recursos naturales. El turismo de intereses especiales ha aumentado considerablemente a lo largo de los años, tanto a nivel nacional como internacional, y reporta ingresos por US 19.500 millones a nivel mundial y aumenta a un ritmo de 30% anual, se estima que solo el mercado para turismo de intereses especiales moviliza alrededor de 60 millones de personas en el mundo.⁶

En el país, el turismo de intereses especiales, ha experimentado una creciente importancia en los últimos cinco años, especialmente en los sectores de turismo de naturaleza y de cultura, distinguiéndose del turismo tradicional. En Chile el turismo de naturaleza representa alrededor del 7% de los ingresos totales por turismo, con una tasa anual de crecimiento del 10 al 30% durante la década de los 90, destacándose los destinos como el desierto, el altiplano, la Patagonia, Isla de Pascua y la Antártica.⁷

Conclusiones:

Respecto al macro entorno que rodea el proyecto de integración turística en la comuna de Chile Chico, se tiene buena referencia, la puerta de entrada que es Chile tiene muchos factores positivos que facilitan el desarrollo del proyecto. En primera instancia, es un país con estabilidad política, económica y social, que dentro del contexto de Sudamérica es una gran ventaja, ya que los países vecinos están en condiciones inferiores. Chile tiene tecnología de primer nivel, tiene los recursos para entregar el mejor servicio al turista. Por consiguiente como se visualizó en el punto “*Tendencias Turísticas*” el nicho en este momento es el turismo de intereses especiales, la preferencia por atractivos naturales y experiencias únicas con el medio natural, oportunidad que favorece a nuestra comuna por contar con atractivos de esta índole como su principal oferta. Por

⁶ Fundación empresarial Comunidad Europea Chile. EUROCHILE, Julio 2005

⁷ Fundación Chile, Área de bosque, industria y turismo sustentable.

lo tanto en el microentorno y acontecimiento mundial, las tendencias favorecen a nuestro país y al destino a potenciar en el proyecto.

3.1.2. Microentorno:

a) Análisis de las cinco fuerzas de Porter:

- *Amenaza de ingreso de nuevos competidores*

El sector industrial, turismo de intereses especiales, es atractivo ya que existe mercado, pero la principal barrera es contar con los atractivos turísticos de la calidad que tienen los pertenecientes a la comuna de Chile Chico. Otra barrera es contar con los servicios tanto básicos como complementarios para la actividad turística. En la región de Aysén existe gran variedad de atractivos que son potencial competencia para la comuna en cuestión, pero la principal barrera es la buena gestión de estos atractivos y destinos lo cual implica inyección de recursos económico y humanos.

Economías de escala: Generadas por los atractivos bien desarrollados como es por ejemplo la laguna San Rafael, que al estar bien posicionado como destino, genera una economía de escala difícil de superar.

Diferenciación del producto: La comuna de Chile Chico tiene recursos únicos, y con gran diferenciación, sobretodo en lo natural. Se encuentra a riveras del lago más grande de Chile, y del río más caudaloso. Clima beneficioso para el turista, al tener bajo nivel de lluvias, y una temperatura agradable en verano. En la comuna se encuentra unas de las pinturas rupestres más antiguas de la patagonia, y formaciones geológicas de gran potencial paisajístico. Tiene gran variedad de paisajes muy cerca unos de otros, desde la pampa patagónica a bosque nativo y glaciares, que dan la impresión de estar en varios lugares de Chile en una sola comuna.

Ubicación: La ubicación de la comuna es estratégica al estar al sur del lago y en la frontera con Argentina, teniendo el paso fronterizo más transitado de la región, generando ventajas sobre posibles competidores.

- *Amenaza de ingreso de productos sustitutos*

Según la amenaza de ingreso de productos sustitutos, el mercado no es muy atractivo, al existir gran variedad de oferta en la región con el mismo perfil, en relación al turismo de intereses especiales. Pero la comuna de Chile Chico tiene ventajas comparativas respecto a sus atractivos únicos, la localización, y los servicios que ofrece. Al reunir estas cualidades se reduce la amenaza de ingreso productos sustitutos, pero es un factor real presente en este rubro. También

hay que considerar que la demanda por este tipo de destino está aumentando en el país y sobretodo en la Patagonia Chilena –Argentina, lo cual es un incentivo para los oferentes mejorar sus servicios y crear nuevos. Es decir es una amenaza constante.

Propensión del turista a sustituir: Existe mucha oferta de destinos en la Patagonia Chilena-Argentina, el turista puede sustituir con mucha facilidad, sobretodo si se informa por los medios masivos, donde se promocionan solo los destinos fuertes. Por lo tanto al haber variada oferta el turista tiene más posibilidades de sustituir.

Precios relativos de los productos sustitutos: Los precios son relativamente similares, en toda la Patagonia chilena es más costoso el transporte, lo cuál aumenta los precios de variados productos, pero que al final son similares a los de sectores aledaños.

Grado de diferenciación de los productos: Por estos sectores existen variados atractivos cada uno con su diferenciación, al ser atractivos naturales e irrepetibles. Pero hay que considerar que la comuna de Chile Chico tiene este tipo de atractivos que no se encuentran en otros sectores.

- *Poder de negociación de los proveedores*

Los proveedores de este producto son los oferentes turísticos de la comuna, los que gestionan los atractivos, y los que proporcionan los servicios de alojamiento, alimentación, transporte, entretención, entre otros. Al ser ellos parte de este producto integrado, son fundamentales para que la idea de negocio, vender la comuna turísticamente. Por lo tanto tienen un alto poder de negociación, pero no lo desarrollan plenamente al no estar organizados.

- *Poder de negociación de los clientes*

Los clientes en este caso son los turistas de intereses especiales, que buscan naturaleza, deportes aventura, lugares únicos en el mundo. La comuna al tener estas cualidades se convierte en un producto diferenciado, ya que tiene atractivos que no se repiten, y la ubicación en conjunto a los servicios la potencian. El problema aquí, es que existe un alto número de productos sustitutos, con más difusión en las cercanías de la comuna. Por lo tanto el poder de negociación del cliente es medio, por un lado están los sustitutos y por el otro la alta diferenciación de la comuna.

Concentración de clientes: En general este tipo de turismo no es masivo, y los grupos de turistas son de promedio tres personas, por lo tanto el poder de negociación es limitado.

Volumen de clientes: Diversificado, volúmenes mayores en época estival.

Diferenciación del producto: La comuna como ya se ha dicho posee un alto nivel de diferenciación en cuanto a sus atractivos.

- *Rivalidad entre los competidores*

Para el producto integrado de la oferta turística de Chile Chico, sus competidores son los destinos bien posicionados en sus cercanías, que apuntan al mismo mercado. Según esta perspectiva es complejo competir en este ámbito ya que existen varios destinos fuertes en la región, y en la patagonia Argentina, los cuales cuentan con mayor difusión y promoción. Existe rivalidad entre los destinos más visitados, pero esta comuna está tan poco posicionada que no es vista como una posible competencia. Con un buen desarrollo y gestión la comuna de Chile Chico tendrá beneficios económicos ya que cuenta con todas las características para esto.

Competencia directa: Destinos bien posicionados en las cercanías de la comuna de Chile Chico:

- Parque Nacional Queulat
- Isla Melinka
- Coyhaique
- Puerto Aysén
- P.N. Laguna San Rafael
- Caleta Tortel y Villa O'Higgins
- R. N Cerro Castillo
- Santuario de la naturaleza Capillas de Mármol
- La Junta
- Puyuhuapi
- Puerto Cisnes
- Puerto Ibañez
- Villa O'higgins

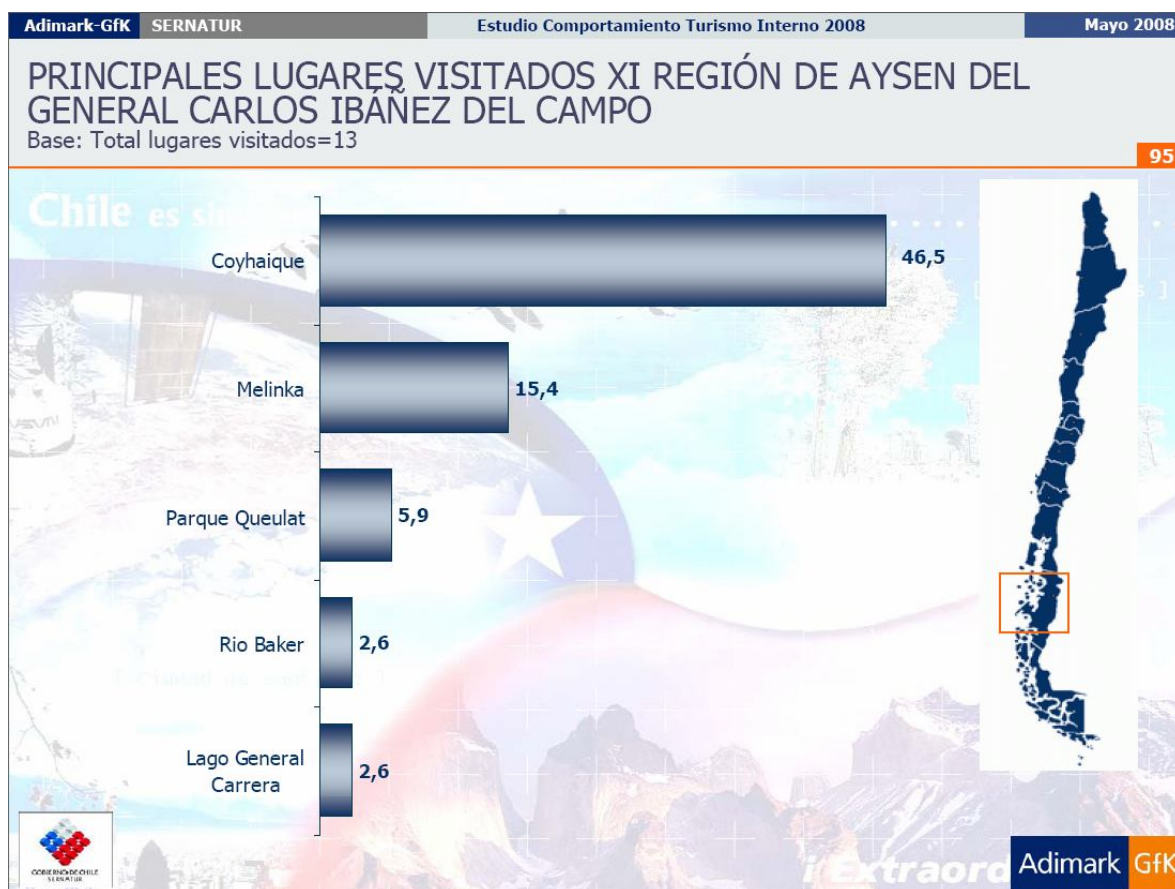


Figura 3.1. Principales lugares visitados en la XI Región

Conclusiones:

Al analizar el microentorno del proyecto, se denota las debilidades que tiene la comuna respecto a sus competencias y al poder de los turistas por elegir a sustitutos. Reafirma la situación de que falta organización y promoción a los atractivos de la comuna, y así desarrollar el valor que tienen, al ser la oferta que el turista de intereses especiales busca.

3.2. Análisis Interno de Recursos, Capacidades y Habilidades

Los recursos y capacidades dentro de este proyecto tienen un rol fundamental ya que al analizarlos se encuentra cuales son los estratégicos y fundamentales para el buen desarrollo del plan.

Recursos turísticos estratégicos:

Dentro de la comuna existen recursos que tienen la característica de ser estratégicos al generar una ventaja competitiva, respecto a la competencia, que vendría a ser los destinos turísticos bien posicionados en las cercanías. Estos recursos son los atractivos naturales, arqueológicos y culturales como:

Toda la costa sur del lago más grande de Chile, lago General Carrera.

El inicio del río más caudaloso de Chile, río Baker.

Las pinturas rupestres Tehuelches más antiguas de la Patagonia.

Playas aptas para el baño.

Zonas aptas para deportes de aventura, como es el Rafting, el kayak, la vela y el Canopi.

La reserva nacional Lago Jeinimeni, que cuenta con lagos, ríos, glaciares, bosque nativos, flora y fauna endémica.

Zonas de alto interés geológico y paisajístico como es la Piedra Clavada formación de 40 metros de altura, y el valle lunar.

La fuerte cultura patagónica que se vive en la comuna, manifestada intensamente en las fiestas costumbristas de cada localidad.

Estos atractivos acompañados de maravillosos paisajes, historia, amabilidad de su gente, y una localización estratégica dentro de lo que es la Patagonia chilena.

Los recursos mencionados tienen la característica de ser escasos y únicos, pertenecientes en su mayoría solo a la comuna de Chile Chico. Presentan demanda, al entrar en el perfil de turismo de intereses especiales, forma de turismo que ha aumentado dentro de los últimos años. Por lo tanto estos recursos son la clave del éxito del plan, son el eje central para el desarrollo del turismo en la comuna, son únicos, y pertenecientes solo a la zona en cuestión, por lo tanto son los causantes de una ventaja competitiva, a la hora de potenciar a Chile Chico como un destino de primera calidad dentro de los destinos de turismo de intereses especiales en la Patagonia chilena.

En segunda instancia está el desarrollo de estos recursos, para esto es necesario recursos humanos idóneos. Dentro del plan se consideran capacitaciones, esfuerzos en marketing, y en coordinación e integración de la oferta turística. Para estos tres el perfil de las personas es en primera instancia que sean preactivos, comprometidos, que sus objetivos sean congruentes con el objetivo del plan, que tengan conciencia turística, y conciencia sobre el medio natural en que se encuentran. Con estas personas se creará otro recurso estratégico del producto a concretar, ya que de ellas depende la buena gestión y desarrollo del plan.

a. Expectativas y Propósitos.

Luego de este análisis, se visualiza que la comuna tiene gran potencial de desarrollo, pero un difícil camino para concretarlo. En el microentorno tiene las ventajas de que Chile es la puerta de entrada, pero ya dentro de los destinos de la Patagonia chilena, no es considerada la comuna en cuestión. Por lo tanto las expectativas de este plan, es lograr que la comuna se desarrolle y potencie todos sus recursos, los cuales son escasos y existe demanda por ellos. Esto con mucho trabajo de los principales actores, como son los oferentes turísticos. El propósito a largo plazo es hacer del turismo, de bajo impacto ambiental y sustentable, una herramienta factible para la superación de la pobreza, que la comunidad se vea beneficiada por contar con tales maravillosos atractivos, y que favorezca la conservación de ellos.

CAPÍTULO IV MARKETING Y COMUNICACIONES

4.1. Determinación Mercado Objetivo y Target Group

4.1.1. Estimación Cualitativa y Cuantitativa del producto

Respecto al producto creado, una comuna coordinada respecto a sus servicios y ofertas, en la cual el turista puede beneficiarse en el sentido de poder acceder a lugares que antes era muy complejo, poder tener acceso a servicios relacionados de alimentación, alojamiento, transporte, y actividades de entretenimiento, proporcionan otra imagen comunal. Un servicio más expedito, sin tanta burocracia, con una oferta variada y de fácil acceso. Tener la posibilidad de recorrer la comuna en su máximo esplendor, desde el sector oriental con sus pampas, cueva de las manos, reserva nacional, hasta la zona occidental con bosques, naturaleza prístina y el río Baker, todo esto acompañado de la bahía del lago General Carrera. Un servicio de transporte integrado y dinámico, en conjunto a la gran variedad de establecimientos de alojamiento y alimentación. La atención de los oferentes será mejorada, teniendo una visión turística respecto al trato con el cliente, valorando los recursos de la comuna, y desarrollándolos sustentablemente. Al tener más difusión y promoción el turista estará más informado de la gran variedad de actividades que puede realizar en la zona, atractivos únicos, en conjunto con un excelente servicio, que transformarán a la comuna en un destino de alto estándar a nivel nacional e internacional.

Tabla 4.1. Atractivos turísticos de la comuna:

Lago General Carrera	Toda la costa sur del lago más grande de Chile.
Reserva Nacional Laguna Jeinimeni	Lagos, ríos, glaciares, bosque nativos, flora y fauna endémica.
Río Baker	El inicio del río más caudaloso de Chile
Cueva de las Manos	Las pinturas rupestres Tehuelches más antiguas de la Patagonia
Bahía Jara	Playas aptas para el baño.
Puerto Manolo	Playas aptas para el baño.
Laguna Verde	Zona de alto interés paisajístico
Valle Lunar	Zonas de alto interés geológico y paisajístico
Piedra Clavada	Zonas de alto interés geológico y paisajístico

El Paso Las Llaves	Zona de alto interés paisajístico
Cascada Los Maquis,	Zona de alto interés paisajístico
Fiestas costumbristas	La fuerte cultura patagona que se vive en la comuna.

Fuente: elaboración propia

En conjunto a la ubicación estratégica en el centro de la región de Aysén, con un tramo de la principal carretera de la zona, el “Camino Austral” y el principal paso fronterizo de la región y de toda la infraestructura y equipamiento turístico apto para un excelente desarrollo.

4.1.2. Caracterización Mercado Objetivo

a) Segmentación de mercado:

Con el fin de poder realizar una correcta segmentación de mercado se realiza un pequeño análisis de las variables que influyen y que llevan a realización del perfil del visitante de la comuna. Dicho análisis considera tres variables: demográficas, socioeconómicas y psicográficas las cuales se describen a continuación:

Considerando a la vez que parte del público objetivo del proyecto son los tour operadores de la zona.

Variables demográficas:

Condición física: En buenas condiciones, para realizar actividades al aire libre como senderismo, cabalgatas y deportes acuáticos.

Edad: La edad promedio del visitante de la zona es de 38 años.

Sexo: Tanto hombres como mujeres.

Nacionalidad: Mayoritariamente chilenos, pero otros mercados fuertes son los argentinos, estadounidenses, israelitas y europeos.

Variables socioeconómicas:

Educación: La mayoría es de alto nivel educacional.

Nivel socio económico: Clase media-alta. Turistas que tengan ingresos suficientes para cancelar pasajes de avión, o largos tramos en vehículo, y puedan permanecer mínimo dos semanas fuera de su lugar de trabajo.

Variables psicográficas:

Estilo de vida: Personas que gustan vivir sensaciones y experiencias nuevas, con carácter aventurero, deseosos de aprender sobre las culturas locales y de conocer lugares únicos en contacto con la naturaleza.

Personalidad: Por lo general son personas muy respetuosas de las costumbres y culturas de los lugares que visitan, dispuestas a compartir, aprender y disfrutar de las variadas actividades que realizan.

Intereses: Estar en contacto con la naturaleza prístina y culturas locales, gustan de las excursiones y aventura. Viajar por largos periodos de tiempo.

Inquietudes: Conservar la naturaleza, y el ecosistema, en conjunto con las costumbres de las culturas locales.

Valores: Respetar, compartir y compromiso con la naturaleza.

b) Mercado Objetivo:

El anterior análisis entrega los patrones que identifican el segmento de mercado que visita la comuna de Chile Chico, con lo cual se puede identificar el mercado objetivo para el producto en cuestión, el cual se describe a continuación:

Público objetivo: se identifica al turista chileno y extranjero con un nivel socioeconómico medio alto, que gustan por la naturaleza prístina, y por vivir experiencias diferentes, aventuras y excursiones. Gozan de compartir con la comunidad local, conocer sus costumbres y su gastronomía. No son cómodos, están dispuestos a dejar de lado la comodidad por conocer lugares únicos en el mundo, como los bosques de árboles nativos, los glaciares y campos de hielo, lagos y formaciones geológicas de alto interés paisajístico. Personas con alto nivel de educación, respetuosas, concientes del impacto ocasionado a la naturaleza, limpias. Disfrutan conociendo y aprendiendo de las zonas que visitan. En general son de un estado físico muy bueno, para realizar largas caminatas y excursiones, la edad promedio es de 38 años, y vienen tanto de Chile, Argentina, como Norte América y Europa.

4.1.3. Estimación y supuestos de demanda

Para hacer pronósticos sobre el entorno al cual está enfocado el producto, es necesario crearnos una noción con respecto a éste. Para ello se analizarán los datos de años pasados, para poder así tener una idea aproximada de cual es la demanda potencial y real.

El contexto más cercano a la comuna es la llegada de turistas a la región de Aysén, los cuales son un 33% de extranjeros y un 67% de chilenos. En el año 2007 llegaron un total de 140.583 turistas a la región, de los cuales un gran porcentaje entró por el paso fronterizo de la comuna, paso Lago Jeinimeni, considerado el paso más transitado de la región.

Tabla 4.2. Estimación de Turistas llegados a la región de Aysén.⁸

**Estimación de Turistas Llegados a la Región de Aysén
Según año y Vía de Acceso- Periodo 2000 – 2007**

AÑOS	Vía Aérea	Vía Terrestre	Vía Marítima	Total de Pasajeros	Turistas (*)
2001	81.634	63.902	55.758	201.294	100.647
2002	82.853	64.685	52.966	200.504	100.252
2003	87.406	80.903	46.140	214.449	107.224
2004	90.616	79.617	50.479	220.712	110.356
2005	91.305	102.358	60.914	254.577	127.288
2006	96.523	127.439	35.480	259.442	129.721
2007	114.975	132.547	33.645	281.167	140.583

Fuente: Policía Internacional, Capitania de Puerto, Puerto Chacabuco, Dirección General de Aeronáutica Civil.

(*) Estimación.

Elaboración: Unidad de Planificación Sernatur Aysén.

Gráfico 4.1. Pasajeros llegados por mes a la región de Aysén, año 2007.⁹



⁸ Documento: Comportamiento de la demanda turística Región de Aysén año 2007, SERNATUR.

⁹ Documento: Comportamiento de la demanda turística Región de Aysén año 2007, SERNATUR.

Tabla 4.3. Pasajeros y vehículos llegados según paso fronterizo.¹⁰

Pasajeros y Vehículos Llegados Según Paso Fronterizo, Año 2007

Paso Fronterizo	Total Pasajeros Ingresados	Total Vehículos Ingresados
Lago Verde	356	65
Appeleg	169	47
Pampa Alta	2.060	608
Coyhaique Alto	17.753	4.894
El Triana	3.647	1.180
Huemules	23.238	2.858
Palavicini	13.447	4.033
Jeinimeni	70.063	28.876
Roballos	1.014	409
Río Mayer (*)	97	
Río Mosco (*)	213	
Ito V-O-B Dos Lagunas (*)	447	
Lago O'Higgins (*)	0	
Marconi (*)	43	
Total Mes	132.547	42.970

Fuente: Policía Internacional, Carabineros de Chile, Dirección Regional de Aduanas.
 (*) Paso no apto para el tránsito de vehículos.
 Elaboración: Unidad de Planificación Sernatur Aysén.

Tabla 4.4. Turistas extranjeros entrados según lugar de entrada año 2007.¹¹

TURISTAS EXTRANJEROS ENTRADOS SEGUN LUGAR DE ENTRADA Año 2007

	TOTAL	2007											
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	20138	3934	2581	1616	1567	975	778	1141	929	1516	1374	1418	2309
AYSEN	20138	3934	2581	1616	1567	975	778	1141	929	1516	1374	1418	2309
RIO JEINEMENI	20138	3934	2581	1616	1567	975	778	1141	929	1516	1374	1418	2309

¹⁰ Documento: Comportamiento de la demanda turística Región de Aysén año 2007, SERNATUR.

¹¹ Pagina WEB: www.sernatur.cl

Tabla 4.5. Chilenos salidos según lugar de salida año 2007.¹²

SALIDAS DE CHILENOS SEGUN LUGAR DE SALIDA Año 2007

		2007											
	TOTAL	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	67810	9851	6970	4751	4356	4245	4033	5021	4534	6049	5507	5701	6792
AYSEH	67810	9851	6970	4751	4356	4245	4033	5021	4534	6049	5507	5701	6792
RIO JEINEMENI	67810	9851	6970	4751	4356	4245	4033	5021	4534	6049	5507	5701	6792

Considerando que los chilenos salidos por el paso fronterizo Río Jeinimeni tienen la obligación de pasar por la comuna, y la posibilidad de pernoctar y disfrutar de sus atractivos, esta cifra puede ser considerable para evaluar la posibilidad de turismo interno, dentro de la comuna. Lo que hay que considerar es que este paso es muy transitado por los mismos lugareños de las localidades de Chile Chico y alrededores, los cuales efectúan compras o diferentes actividades en la localidad más cercana argentina, que solo se encuentra a 9 kilómetros. Por lo tanto es una cifra algo inflada, y hay que considerar este factor.

Demanda Potencial

Se estima de los 140.000 turistas que visitan la región durante el año, siendo 20.000 los turistas extranjeros que entran por el paso fronterizo de la comuna, sin considerar a los que llegan en barcaza, y por la Carretera Austral.

El escenario optimista sería que todos los turistas que ingresan a la región (140 mil al año), pasen y utilicen servicios turísticos en la comuna de Chile Chico. Pero tomando en cuenta la capacidad actual de la comuna es otro el escenario.

Respecto a la capacidad hotelera de la comuna, según información de la municipalidad de Chile Chico, cuenta con 582 camas disponibles registradas, sin contar los sitios de camping.

Considerando que en enero del 2007 por el paso fronterizo ingresaron cerca de 4000 extranjeros, y salieron cerca de 9000 chilenos, que obligadamente pasaron por la comuna, y que es el mes en el cual circula más personas por la zona, ya que es un sector fuertemente marcado por la estacionalidad, se podría estimar que la demanda potencial para la comuna podría ser cercana a los 6000 turistas entre chilenos y extranjeros por mes en la temporada estival. Considerando una estadía de 2 a 3 noches promedio, utilizando al 100% las camas disponibles en la comuna.

4.2. Marketing Mix

4.2.1. Producto:

El producto se basa en una oferta turística integrada, la cual se generaría después de las siguientes etapas:

¹² Pagina WEB: www.sernatur.cl

- Capacitaciones periódicas
- Mejoras en infraestructura
- Mejorar el marketing en la zona
- Generar asociaciones gremiales entre los oferentes turísticos de la comuna
- Diversificación de la oferta en diferentes paquetes turísticos, con actividades, y servicios incluidos
- Generar relaciones entre los operadores turísticos

Todas estas etapas en conjunto con la oferta y atractivos ya existentes en la comuna, generan un producto único, con variadas posibilidades en cuanto a actividades por realizar, y lugares que conocer. Interiorizado por sus entes participantes, que al relacionarse y potenciar los recursos ya existentes obtendrán beneficios considerables para ellos y toda la comunidad.

En el capítulo II, Estudio de Mercado, están especificados los:

Recursos turísticos potenciales

Oferta en la comuna en: Alojamiento, alimentación, entretenimiento, excursiones y transporte.

4.2.2. Precios:

Para el consumidor final en este caso el turista, la variación de precios en cuanto a los servicios básicos utilizados es la siguiente, (especificación en el capítulo II, Oferta Turística):

Alojamiento: Desde \$3000 pp., el camping hasta \$77000 pp., el lodge.

Restaurantes: Desde \$2500 pp., el menú hasta \$20000 pp., una cena completa.

Excursiones: desde \$3000 pp., paseos en bicicleta, hasta \$66000 pp. Excursiones a la reserva Jeinimeni.

Transporte: Depende del tramo, \$6000 pp., de Chile Chico a Puerto Guadal, y \$12000 a las localidades más alejadas.

La estimación del precio para el consumidor del producto final, una oferta integrada por los servicios entregados, reduce el valor al estar relacionado los oferentes, entregándole al turista facilidades para conocer los atractivos y disfrutar de las actividades.

4.2.3. Distribución (plaza):

Considerando que la distribución es el medio óptimo y rentable de llevar el producto al consumidor, y que el producto consiste en la oferta integrada de la comuna de Chile Chico, este medio es principalmente operadores turísticos.

4.2.4. Comunicaciones (promoción):

La comuna de Chile Chico tiene un logo propio, con su eslogan:



El cual identifica a la comuna, con una marca, representativa de la patagonia. Considerando que la imagen no caracteriza a la totalidad de atractivos de la comuna, sino solo al sector de la localidad de Chile Chico.

Los atractivos de la comuna se publicitan principalmente por páginas WEB como:

www.chilechico.com

www.chilechico.cl

<http://www.goreaysen.gov.cl/goreaysenwebneo/index.aspx?channel=6093>

www.welcomechile.com

www.turismochile.com

www.turistel.cl

www.casaturismorural.cl/noticias.html

www.guiadecabanas.com/chile-chico/tours-and-activities/reserva-nacional-laguna-jeinimeni.html

www.todocalafate.com/chilechico_ciudad.php

También por folletos informativos de la comuna y región. En conjunto con el plan, se potenciará esta área de promoción, para dar a conocer a mayor cantidad de público los atractivos de la comuna.

CAPITULO V ESTUDIO TÉCNICO

5.1. Localización:

La comuna de Chile Chico se encuentra en el centro oeste de la región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo. Al sur del lago General Carrera. Dentro de la comuna las principales ubicaciones del proceso productivo son las localidades de: Chile Chico, Mallín Grande, Puerto Guadal y Puerto Bertrand. En el siguiente mapa se pueden visualizar en su ubicación geográfica:



Figura 5.1. Mapa Comuna de Chile Chico.

5.2. Plan de Acción del proyecto:

Tabla 5.1. Plan de acción.

Área de acción	Líneas de acción	Acción
<p style="text-align: center;">1° programa (16 meses)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del producto existente en la zona. • Manejo del personal • Generación de reuniones efectivas • Desarrollo económico local 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 sesiones, en las cuales se efectuará una presentación y explicación de todos los productos y servicios turísticos existentes en la zona. Cada empresa u organización debe presentar en que consiste su negocio y sus características, con el fin de conocer a cabalidad lo ofrecido en la zona. • 3 sesiones, en las cuales se instruyera sobre como transferir el conocimiento aprendido en las capacitaciones al personal de las diversas empresas, optimizar el manejo de este y sus operaciones, con el fin de abaratar costos y mejorar el servicio. • 4 sesiones, en las cuales se esquematizara el proceso para llegar a buenos acuerdos y generar conversaciones que lleguen a acuerdos efectivos, utilizando el tiempo eficientemente. • 20 sesiones de oyentes y practicas, en las cuales se dictara una cátedra y se propondrán nuevos proyectos de desarrollo, dentro de

	<ul style="list-style-type: none"> • Fondos concursables • Turismo Sustentable • Negociación y resolución de conflictos • Periodo de evaluación de las capacitaciones 	<p>los cuales se seleccionaran los mejores para ponerlos en marcha.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 6 sesiones en las cuales se explicará todo tipo de ayuda de fondos económicos para realizar proyectos, o continuación de proyectos en el ámbito de desarrollo económico y turístico. • 6 sesiones sobre como realizar actividades turísticas con el mínimo impacto en el entorno natural que nos rodea y sus beneficios. • 12 sesiones, en las cuales se enseñará las habilidades para negociar, para poder llegar a buenos acuerdos y tener mejores relaciones con los colegas del rubro. • 2 meses de evaluación de resultados, y propuestas de mejoras y futuras acciones.
<p>2° programa (12 meses)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura turística 	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación en la inversión en infraestructura básica 	<ul style="list-style-type: none"> • En primer lugar este programa tiene que visualizar las principales necesidades en

	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación del proceso 	<p>infraestructuras para un buen desarrollo de un turismo sostenible en la zona. Comenzando por mejorar los accesos de las carreteras como son la ruta CH-265 y la carretera hacia la reserva L. Jeinimeni.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de las obras realizadas, reparadas o modificadas, sus resultados, y propuestas futuras.
<p>3° programa (36 meses)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivar la inversión privada en la actividad turística • Incremento de las acciones promocionales por destino 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer un llamado a los inversionistas, promocionando la comuna con todos sus atributos y características, que la posicionan como una zona con mucho potencial turístico. A través de una imagen comunal bien posicionada, y acciones promocionales. • Dentro de las tres grandes zonas turísticas de la comuna, generar en gran cantidad folletos, donde se explica y presenta la diversidad de actividades y atractivos turísticos y difundirlos. Aumentar esfuerzos en las paginas Web, y en la relación con agencias y tour operadores de la región y nacionales. Hacer participe, a la vez a agentes públicos como

	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una red de información para el destino • Fidelización de los visitantes del destino • Mejorar la comercialización de los operadores 	<p>PROCHILE, SERNATUR.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La principal acción en este ítem, es mejorar el servicio del centro de información turística de Chile Chico, e implementarlo en las otras zonas, uno en la localidad de Puerto Guadal y otro en Puerto Bertrand. Generar que estos centros estén coordinados y comunicados, que compartan la información eficientemente, en cuanto a las actualizaciones principalmente. • La principal tarea, es hacer que los visitantes se sientan satisfechos con el lugar y con deseos de retornar. Esto se genera luego de varias acciones, principalmente entregar un excelente servicio al visitante. Por lo tanto la tarea es supervisar el servicio entregado. Tener una marca registrada por destino, realizar una posventa por ejemplo un mail de saludo o una encuesta sobre su experiencia en la zona, para generar retroalimentación, y una buena impresión en el visitante. • Coordinar y potenciar las relaciones con los operadores turísticos
--	---	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de las mejoras en marketing, y propuestas. 	<p>que venden atractivos de la comuna. Reforzar y mejorar la comercialización turística.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Luego de los esfuerzos en marketing, se generara una evaluación de los resultados, de los logros y las falencias por mejorar.
<ul style="list-style-type: none"> • Mejoras en las relaciones comerciales (Integración turística) 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar asociaciones gremiales • Diversificación de la oferta 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar una unión y coordinación dentro de los oferentes turísticos. De las diferentes zonas, y rubros, que interactúen y tengan una visión común. Que generen peticiones e ideas para el desarrollo en conjunto. • Se refiere a potenciar atractivos que no están bien desarrollados e incluirlos en tours, ni paquetes turísticos. Como por ejemplo la Reserva Nacional Lago Jeinimeni, la Piedra Clavada, la Cueva de las Manos y el Valle Lunar, atractivos que se encuentran en una misma ruta, son de primera jerarquía, y no están desarrollados turísticamente. Otro atractivo que no se potencia es el lago, sus costas, y deportes náuticos también podrían incluirse en la diversificación de la oferta, potenciar la pesca deportiva y el senderismo. Son una de las tantas tareas a realizar en este ítem, integrando nuevas

	<ul style="list-style-type: none"> • Generar relaciones entre los operadores turísticos • Efectuar un sistema operativo turístico integral • Evaluación del proceso 	<p>ideas de los propios empresarios de la zona.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de un Ente Gestor por destino, que tenga la visión clara de como coordinar la oferta turística. La principal tarea es relacionar la diversidad de atractivos y actividades con lo que ofrecen los operadores, informarles, y proporcionarles nuevas rutas y circuitos, innovadores y acorde a las cualidades de la comuna. • Para llevar a cabo una integración total de los entes relacionados al turismo en la comuna, se efectuarán mesas de trabajo, ferias de turismo locales y workshop, en los cuales estos interactuaran y se relacionarán más profundamente. • Evaluación de los logros alcanzados, control de objetivos logrados, detección de falencias y mejoras futuras.
--	--	--

Fuente: elaboración propia

5.3. Beneficios:

Beneficios de las “Capacitaciones Periódicas”

Conocimiento del producto existente en la zona.

Beneficios después del periodo de capacitación:

El principal beneficio de este proceso es que la mayoría de los oferentes turísticos conozcan su entorno empresarial, la oferta que tiene la comuna, las diferencias, las falencias, las carencias, y tengan claro que es lo que está ofreciendo actualmente y comiencen una relación de negocios, trabajando en conjunto en beneficio de todos.

Beneficiarios directos:

Oferentes turísticos.

Beneficiarios indirectos:

El visitante.

Manejo del personal.

Beneficios después del periodo de capacitación:

Los beneficiados con las capacitaciones, van a poder transferir de manera óptima los conocimientos adquiridos, a su personal, dentro de la empresa. También mejorar el sistema de operatividad beneficiando las gestiones dentro de la organización utilizando los recursos más eficientemente.

Beneficiarios directos:

Oferentes turísticos.

Beneficiarios indirectos:

Personal de las empresas, el visitante.

Reuniones y conversaciones efectivas.

Beneficios después del periodo de capacitación:

Esta etapa es muy importante, ya que favorece la buena coordinación de los entes relacionados con los servicios turísticos. Al tener una buena coordinación, e ideas claras y precisas, conciliar una visión en conjunto, se logrará avanzar de forma progresiva en todo lo respectivo a integración de la oferta turística de la comuna. Esta capacitación está enfocada a lograr acuerdos

efectivos, lo que es necesario para generar una asociatividad y coordinación entre los agentes participantes del proceso.

Beneficiarios directos:

Los principales oferentes turísticos de la comuna, en el área del alojamiento, alimentación, transporte y actividades anexas como las excursiones. Agentes municipales, como el coordinador de turismo.

Beneficiarios indirectos:

Toda la comunidad, y el visitante.

Especialización en desarrollo económico local.

Beneficios después del periodo de capacitación:

Visión de las posibilidades de desarrollo económico si se trabaja en forma conjunta, aplicación de lo aprendido a favor al desarrollo comunal.

Beneficiarios directos:

Los principales oferentes turísticos de la comuna, en el área del alojamiento, alimentación, transporte y actividades anexas como las excursiones.

Beneficiarios indirectos:

Toda la comunidad, y el visitante.

Fondos Concursables.

Beneficios después del periodo de capacitación:

Los beneficiarios directos tendrán las herramientas para poder acceder a fondos concursables públicos, que les permitirán poder avanzar con sus proyectos turísticos, darles una base para después poder continuar generando recursos. Excelente herramienta para poder desarrollar mejor la oferta turística, y entregar un mejor servicio al visitante, lo cual aumenta la posibilidad de su retorno.

Beneficiarios directos:

Los principales oferentes turísticos de la comuna, en el área del alojamiento, alimentación, transporte y actividades anexas como las excursiones. Agentes municipales, como el coordinador de turismo.

Beneficiarios indirectos:

Toda la comunidad, y el visitante.

Turismo sustentable

Beneficios después del periodo de capacitación:

Que todos los involucrados en este rubro estén concientes de lo importante que es el ambiente natural, como manejarse en el para generar el mínimo impacto. Estar concientes de que es un recurso limitado, que necesita de cuidado y buen uso. Por lo tanto el mayor beneficio es el

conocimiento de los riesgos de un mal uso del medio natural, como generar menor impacto, y respetar el medio.

Beneficiarios directos:

Los principales oferentes turísticos de la comuna, en el área del alojamiento, alimentación, transporte y actividades anexas como las excursiones. Agentes municipales, como el coordinador de turismo.

Beneficiarios indirectos:

Toda la comunidad, y el visitante.

Herramientas para el desarrollo de habilidades de negociación para la cooperación.

Beneficios después del periodo de capacitación:

Los diferentes actores de la comuna, al presentárseles problemas de negocios van a tener el conocimiento de cómo afrontarlos, y poder sacar mayor provecho de aquellas situaciones. Logrando un acuerdo que beneficie a las dos partes. Por lo tanto será más fácil crear un ambiente asociativo entre los oferentes, ya que con estas herramientas se logran tratos más justos para todos, que privilegian una mejor convivencia.

Beneficiarios directos:

Los principales oferentes turísticos de la comuna, en el área del alojamiento, alimentación, transporte y actividades anexas como las excursiones. Agentes municipales, como el coordinador de turismo.

Beneficiarios indirectos:

Toda la comunidad, y el visitante.

Beneficios de las “mejoras en infraestructura”

Coordinación en la inversión de infraestructura básica para promover destinos turísticos sostenibles.

Beneficios después de las mejoras en infraestructura:

Mejora en el servicio turístico entregado, una mejora en la imagen comunal, y en la visión que tienen los turistas de la zona. Beneficiando el incentivo a invertir y viajar hacia la comuna.

Beneficiarios directos:

Los visitantes, en primer lugar.

Beneficiarios indirectos:

Los principales oferentes turísticos de la comuna, en el área del alojamiento, alimentación, y transporte principalmente. Luego la comunidad en general.

Beneficios de “mejorar el marketing en la zona”

Incentivar la inversión privada en la actividad turística

Beneficios después de incentivar la inversión privada:

Incentivar la inversión, incentiva a mejorar los servicios entregados, y proporcionar más facilidades a los visitantes. A que ingresen recursos económicos a la comuna y exista un desarrollo integral.

Beneficiarios directos:

Inversionistas, visitantes.

Beneficiarios indirectos:

Los oferentes turísticos de la comuna, en el área del alojamiento, alimentación, y transporte principalmente. Luego la comunidad en general.

Incremento de las acciones promocionales por destino

Beneficios después de incrementar la promoción:

El principal objetivo de incrementar la promoción de los atractivos de la comuna es hacer más conocida la zona, sus atractivos, sus actividades para que ingresen una mayor cantidad de turistas y permanezcan más tiempo, dejando mayor cantidad de divisas en la comuna y recursos económicos para la comunidad.

Beneficiarios directos:

Los oferentes turísticos de la comuna.

Beneficiarios indirectos:

La comunidad.

Creación de una red de información para el destino

Beneficios después de la creación de una red de información:

Esto se refiere a que las diferentes zonas de la comuna tengan una red de información actualizada, respecto a los servicios turísticos de cada localidad. Esto beneficia la transparencia de datos, beneficia al visitante ya que se le podrá entregar la información idónea, sin perjuicio de que esté errónea o no actualizada. Al existir una red, se facilita la difusión y acceso de nueva información.

Beneficiarios directos:

Los oferentes turísticos de la comuna y el visitante.

Beneficiarios indirectos:

La comunidad.

Fidelización de los visitantes del destino

Beneficios:

Crear una grata experiencia para los visitantes los cuales queden con deseos de volver, y así se genera poco a poco una demanda estable, que asegure ingresos y posicione a la comuna como un destino de alto nivel.

Beneficiarios directos:

Los oferentes turísticos de la comuna.

Beneficiarios indirectos:

La comunidad.

Mejorar la comercialización de los operadores turísticos locales y nacionales

Beneficios:

Mejorar la comercialización de la comuna abre las puertas a que nuevos turistas la conozcan y se sientan atraídos por visitarla, entregándoles a ellos la gran variedad de actividades y atractivos que pueden conocer. Es una herramienta de difusión que tiene que ser desarrollada para que la comuna tenga más visitantes y se potencie turística y económicamente.

Beneficiarios directos:

Los oferentes turísticos de la comuna.

Beneficiarios indirectos:

La comunidad.

Beneficios de generar asociaciones gremiales entre los oferentes turísticos de la comuna

Beneficios:

Las asociaciones entre oferentes, son muy importantes y con una buena gestión pueden ayudar a una coordinación eficiente entre los agentes participantes. Para crear una visión estratégica en común, y aunar los esfuerzos. Esto se traduce a un mejor nivel de servicio, facilidades para el visitante, coordinación entre los oferentes relacionados.

Beneficiarios directos:

El visitante.

Beneficiarios indirectos:

Los oferentes turísticos de la comuna y la comunidad.

Beneficios de diversificación de la oferta en diferentes paquetes turísticos, con actividades, y servicios incluidos.

Beneficios:

La diversificación de la oferta, crea para el visitante un atractivo mayor de la zona. Más facilidades para acceder a los atractivos y actividades, y una mejor coordinación de los oferentes.

Beneficiarios directos:

El visitante.

Beneficiarios indirectos:

Los oferentes turísticos de la comuna y la comunidad.

Beneficios de generar relaciones entre los operadores turísticos

Creación de un Ente Gestor por destino

Beneficios:

La creación de este gestor beneficia a la oferta para su buena coordinación, y poder desarrollar mejor los esfuerzos que aúnan a los oferentes de la comuna. La visión clara, objetivos en común entre las localidades, para poder sacar el mayor provecho a los recursos de la comuna. Este ente generará un mayor desarrollo económico.

Beneficiarios directos:

El visitante.

Beneficiarios indirectos:

Los oferentes turísticos de la comuna y la comunidad.

Efectuar un sistema operativo turístico integral

Beneficios:

El beneficio de generar una instancia concreta de reunión de los agentes participantes del rubro del turismo en la comuna, es potenciar sus relaciones, e integración.

Beneficiarios directos:

Oferentes turísticos.

Beneficiarios indirectos:

El visitante.

5.4. Planificación turística territorial

5.4.1. Atractivos turísticos (principales descripción en el capítulo II)

Tabla 5.2. Atractivos.

TIPO DE CLASIFICACIÓN	CATEGORÍAS	CÓDIGO	CARACTERÍSTICA
CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVOS	Sitios Naturales	SN	Interés como paisaje
	Museos y manifestaciones culturales e históricas	MC	Asociado a acontecimientos de la historia

	Folclore	FL	Expresiones populares
	Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	RT	Excepcionales con interés turístico y actual
	Acontecimientos programados	AP	Eventos organizados, actuales y tradicionales
JERARQUÍA	Jerarquía 0	0	Atractivos sin mérito Tco. Potencial
	Jerarquía 1	1	Locales
	Jerarquía 2	2	Nacional/internacional
	Jerarquía 3	3	Internacional
	Uso Potencial	P	No visitados, sin equipamiento.

Fuente: elaboración propia

Localidad	Nombre del Atractivo	Clasificación					Jerarquía			
		SN	MC	FL	RT	AP	III	II	I	0

Chile Chico	Lago General Carrera / Bahía Jara	x							x	
	Localidad de Chile Chico		x						x	
	R. N Lago Jeinimeni	x						x		
	Pinturas Rupestres "Cueva de las Manos"	X						x		
	Piedra Clavada	X						x		
	Valle Lunar	X						x		
	Borde Costero Chile Chico	X							x	
	Puerto Manolo									
	Mirador Cerro Las Banderas	X							x	
	Museo Histórico Municipal		x						x	
	La Puntilla	x							x	
	La Cueva del Indio	x							x	
	Laguna Verde	x							x	
	El Paso Las Llaves	x							x	
	Fiesta del cantar juvenil.			x					x	
	Fiestas costumbristas			x					x	

Fuente: elaboración propia

5.4.2. Ficheros

Principales fichas de los atractivos de la comuna con su respectiva descripción y antecedentes en el ANEXO N°1.

Puerto Bertrand	Río Baker	x						X		
	Lago Bertrand	x							X	
	Fiestas costumbristas			x					x	
Puerto Guadal	Fósiles de Guadal		x						X	
	Meseta Cosmelli		x						x	
	Camino Guadal, Paso las Llaves	x							X	
	Paso Fachinal	x							x	
	Lago General Carrera / Puerto Guadal	x							x	
	Cascada Los Maquis	x							x	
	Fiestas costumbristas			x					x	

5.4.3. Ocupación y distribución del espacio

En la comuna de Chile Chico el principal asentamiento humano estable, con 3042 habitantes, es la localidad del mismo nombre. Provocándose una centralización en el sector oriente. Los 1402 habitantes restantes, se distribuyen entre las principales localidades Puerto Guadal 600 habitantes aproximadamente, luego Puerto Bertrand con una población cerca de los 300 habitantes, terminando con el último centro más poblado que es Mallín Grande bordeando los 200 habitantes. El resto de la población vive en sectores rurales, y en pequeñas localidades como Fachinal y Bahía Jara. En cuanto a planificación de nuevos asentamientos humanos en la comuna no existe, pero al estar centralizados la mayoría de los servicios en la localidad de Chile Chico es la zona de mayor crecimiento en cuanto a población.

Los turistas proyectados para el periodo estival son de 6000 al mes, estos se distribuirían según los atractivos y actividades turísticas del sector, y capacidad de alojamiento.

La distribución de los turistas respecto a los atractivos y actividades turísticas son tres grandes sectores, primero la zona oriental: (258 camas aproximadamente)

Donde se ubica la localidad de Chile Chico, Bahía Jara, y Fachinal, en donde los principales atractivos son la reserva Nacional Lago Jeinimeni, con la Cueva de las Manos, Piedra Clavada y el Valle Lunar. En conjunto con las panorámicas del lago y playas que se encuentran en Bahía Jara. Actividades de pesca, cabalgatas y bicicleta. En conjunto con lo cultural propio de las localidades y el museo municipal.

Zona centro occidental: (89 camas aproximadamente)

Mallín Grande y Puerto Guadal, donde la gran variedad de flora y fauna cautivan al turista, al ser muy diferente los paisajes al sector oriental. Aquí se encuentra la cascada Los Maquis, lugares especiales para el baño en el lago, senderismo, miradores, cabalgatas y pesca. Creándose otro foco para el asentamiento temporal del turista.

Zona Occidental: (236 camas aproximadamente)

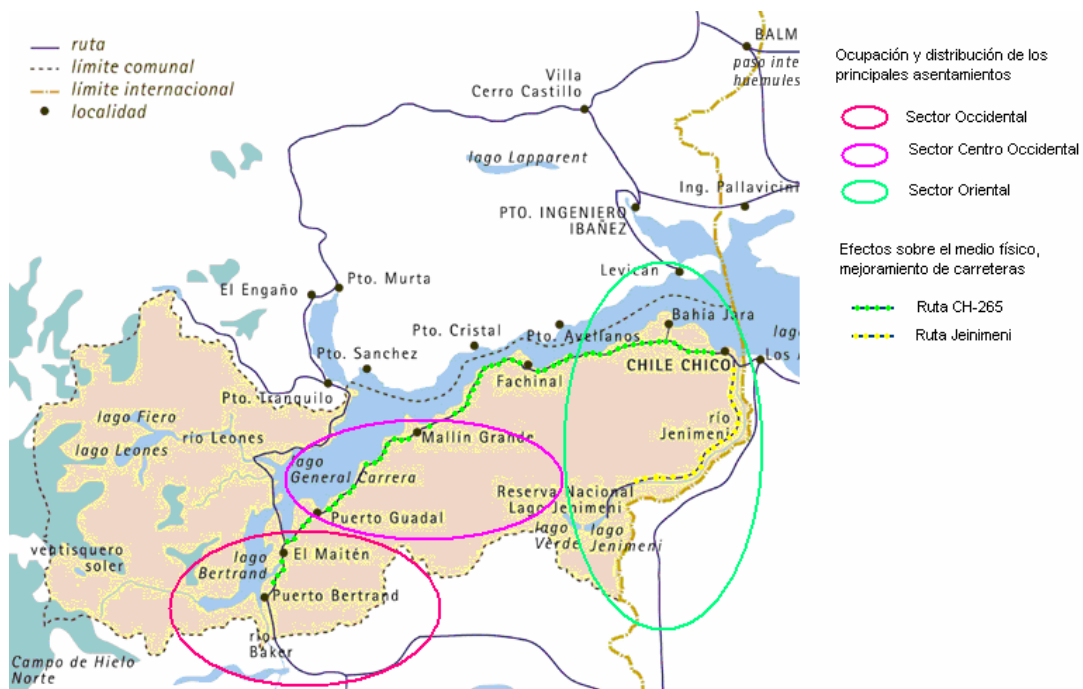
Puerto Bertrand y Río Baker:

Este es otro foco turístico, por la belleza del lugar y la diferencia de atractivos, como lo es el río Baker y las actividades realizables en el (Rafting y Kayak), El cambio de vegetación, bosques más densos, el color del Lago Bertrand, un esmeralda intenso. En esta zona se encuentran gran cantidad de Lodges.

5.4.4. Planificación del territorio

Uno de los principales efectos sobre el medio físico es la mayor utilización de las rutas, sobretodo la ruta CH-265, que une a puerto guadal con Chile Chico. Esta ruta tiene que ser mejorada, ya que se encuentra en estado regular, y no es apta para cualquier vehículo. Aplanada, y con barreras de seguridad en zonas de posible peligro. Este es el principal cambio, ya que los accesos ya están. Otra ruta que tiene que ser mejorada es la que se dirige hacia la Reserva Nacional Lago Jeinimeni.

5.4.5. Mapa y croquis del proyecto



Fuente: elaboración propia

Figura 5.2. Croquis del proyecto.

5.4.6. Efectos económicos que producirá el proyecto

Este proyecto tendrá efectos económicos en distintos sectores. En primera instancia los oferentes turísticos estarán más capacitados para atender mejor al visitante, habrá más facilidades para este y mayor diversidad de actividades por realizar. Por lo tanto al estar mejor coordinados los oferentes, se utilizarán en mayor cantidad los servicios, ya que el turista tendrá un mejor acceso a ellos. Esto se traduce a mayores ingresos económicos para los prestadores de servicios. Al estar mejor atendidos los turistas, y con más facilidades el flujo de estos va a tender a aumentar, por lo tanto todos los servicios serán más utilizados, traducándose en mayores ingresos para los prestadores de servicios turísticos y complementarios, se trata de los hoteles o todo tipo de alojamiento, los restaurantes o almacenes de comida, el transporte, mayor adquisición de excursiones, y paseos, tiendas de artículos relacionados y artesanía, etc. Por lo tanto se amplía el abanico de beneficiados con este proyecto, mejorando la calidad de vida al fin y al cabo de toda la comunidad. Beneficiará a todo el comercio que existe en la zona y a la vez potenciará la inversión de privados y públicos. Al municipio también ingresarán más recursos, al haber más consumo dentro de la comuna. Es decir es un beneficio integral, que potencia el desarrollo de la comuna, que da esperanzas a la gente de que se puede vivir mejor, con un trabajo que no es agresivo con el medio ambiente y es grato de realizar.

5.4.7. Otros beneficios

Otros beneficios puede ser el aumento de calidad de las personas que habitan esta comuna, mayores posibilidades de trabajo. Mejoramiento del ornato de las localidades, y mejoramiento de las vías de acceso. Todo esto puede ayudar a que la gente no se sienta tan aislada del resto de Chile, que se sientan valorados por el resto del país. Reconocidos por los magníficos atractivos que cuenta la comuna. Esto puede ayudar a tener un mejor desarrollo en la educación de la comuna, al tener más ingresos el municipio, y a la vez al acceso de una buena atención de salud, para las localidades alejadas de la capital comunal. Puede que se produzca una descentralización de la comuna beneficiando a las localidades más alejadas.

CAPITULO VI ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONES

6.1. Dirección

6.1.1. Recurso Humano

Requerimientos y Competencias

a) Características Especiales:

Ser un profesional del área de turismo. Ser proactivo, responsable, comprometido, asertivo.

b) Conocimientos Requeridos:

Conocimientos en gestión, planificación y actividades turísticas.

c) Habilidades:

Liderazgo, iniciativa y proactividad. Capacidad de autogestión. Planificación y control de gestión. Rigurosidad y responsabilidad en el trabajo. Cumplimiento y mejoramiento de metas y objetivos. Buenas relaciones interpersonales. Pensamiento estratégico.

d) Funciones:

Coordinar a los tres departamentos, relacionarlos, tomar decisiones y evaluar lo propuesto.

6.1.2 Estructura Organizaciones (Relaciones Funcionales)

a) Equipo de trabajo:

Es un Director experto en turismo, como un Administrador en Turismo y Cultura o profesión afín. Este compartirá esta función con la función realizada en el departamento de desarrollo local.

b) Remuneraciones:¹³

El periodo de duración de la dirección es de 36 meses, trabajando 40 horas semanales, con un sueldo bruto de \$1.290.000 al mes.

¹³ Fuente de referencia: <http://cl.trabajando.com/noticia.cfm?noticiaid=3757>

6.2. “Capacitaciones Periódicas” Departamento de capacitaciones.

6.2.1. Recurso Humano

Requerimientos y Competencias

a) Características Especiales:

Las principales características con las cuales debe contar el personal de capacitaciones es ser un profesional del área de turismo, proactivo y responsable en el cumplimiento de metas.

b) Conocimientos Requeridos:

Conocimientos sobre todo lo que se refiera a turismo, integración turística, manejo de variables de oferta, operaciones, desarrollo económico local, métodos de negociación, al igual que sobre conceptos como fondos concursables y turismo sustentable.

c) Habilidades:

Debe tener una buena llegada con los oyentes, tener buena pedagogía y un buen lenguaje para hacer llegar los mensajes claros. Capacidad de oratoria en público. Orientación al logro y resultados. Buenas relaciones interpersonales. Dirección de equipos.

d) Funciones:

Realizar capacitaciones periódicas hacia los principales oferentes de servicios turísticos. Evaluar al final del proceso, los logros alcanzados, y proponer mejoras.

6.2.2. Estructura Organizaciones (Relaciones Funcionales)

a) Equipo de trabajo:

El equipo de trabajo consiste en dos relatores de las temáticas abordadas. Un gestor en turismo experto en operatividad turística, manejo de personal en organizaciones, fondos concursables y turismo sustentable. A la vez un administrador en turismo y cultura, que se especialice en desarrollo económico y marketing.

b) Remuneraciones:¹⁴

El periodo de duración de las capacitaciones es de 16 meses, trabajando 40 horas a la semana con un sueldo mensual bruto de \$767.000.

6.3. “Mejoras en Infraestructura” Departamento de infraestructura turística.

6.3.1. Recurso Humano

Requerimientos y Competencias

a) Características Especiales:

Ser un profesional del área de construcción y gestión. Ser proactivo, responsable, comprometido, asertivo.

b) Conocimientos Requeridos:

Conocimientos en gestión, en inversiones de infraestructuras para el turismo sostenible, en construcciones viales, de inmuebles, etc.

c) Habilidades:

Tener buenas decisiones, e ideas para mejorar la infraestructura. Tener iniciativas productivas. Pensamiento estratégico y capacidad de venta. Orientación al logro y resultados. Capacidad de autogestión. Capacidad analítica.

d) Funciones:

Coordinar las posibles inversiones en infraestructura básica para promover destinos turísticos sostenibles. Reconocer en que sectores, carreteras, o inmuebles es necesario la inversión. Gestionar la puesta en marcha de dichas mejoras. Evaluar al final de las mejoras realizadas, los logros y proponer futuras acciones.

¹⁴ Fuente de referencia: <http://cl.trabajando.com/noticia.cfm?noticiaid=3757>

6.3.2 Estructura Organizaciones (Relaciones Funcionales)

a) Equipo de trabajo:

Es un Gestor Coordinador relacionado a la infraestructura, el cual puede ser un Ingeniero civil, en construcción o profesión afín.

b) Remuneraciones:

El periodo de duración de las mejoras y nuevos proyectos de mejoras en infraestructuras es de 12 meses, trabajando 40 horas semanales, con un sueldo bruto de \$767.000 al mes.

6.4. “Mejorar el marketing y las relaciones comerciales en la zona” departamento de Desarrollo económico local.

6.4.1. Recurso Humano

Requerimientos y Competencias

a) Características Especiales:

Ser un profesional del área de turismo experto en marketing, negocios, evaluación de proyectos, gestión y planificación. Ser proactivo, responsable, comprometido y con iniciativa.

b) Conocimientos Requeridos:

Conocimientos sobre gestión, marketing, promoción y comercialización de destinos turísticos.

c) Habilidades:

Ser capaz de gestionar y promocionar destinos, capacidad de negociar e interactuar con los oferentes y operadores turísticos. Orientación de servicio a clientes. Iniciativa y proactividad. Capacidad de autogestión. Planificación y control de gestión. Rigurosidad y responsabilidad en el trabajo. Cumplimiento y mejoramiento de metas y objetivos. Buenas relaciones interpersonales. Pensamiento estratégico y capacidad de venta.

d) Funciones:

Incentivar la inversión privada en la actividad turística. Incrementar de las acciones promocionales por destino. Crear una red de información para cada destino. Fidelizar los visitantes del destino. Mejorar la comercialización de los operadores turísticos locales y nacionales.

Generar asociaciones gremiales entre los oferentes turísticos de la comuna. Generar relaciones entre los operadores turísticos. Crear un ente gestor por destino. Diversificar la oferta en diferentes paquetes turísticos, con actividades, y servicios incluidos.

Evaluar al final del proceso cuales fueron los avances, y hacer propuestas de acciones futuras para continuar con el desarrollo comunal.

6.4.2. Estructura Organizaciones (Relaciones Funcionales)

a) Equipo de trabajo:

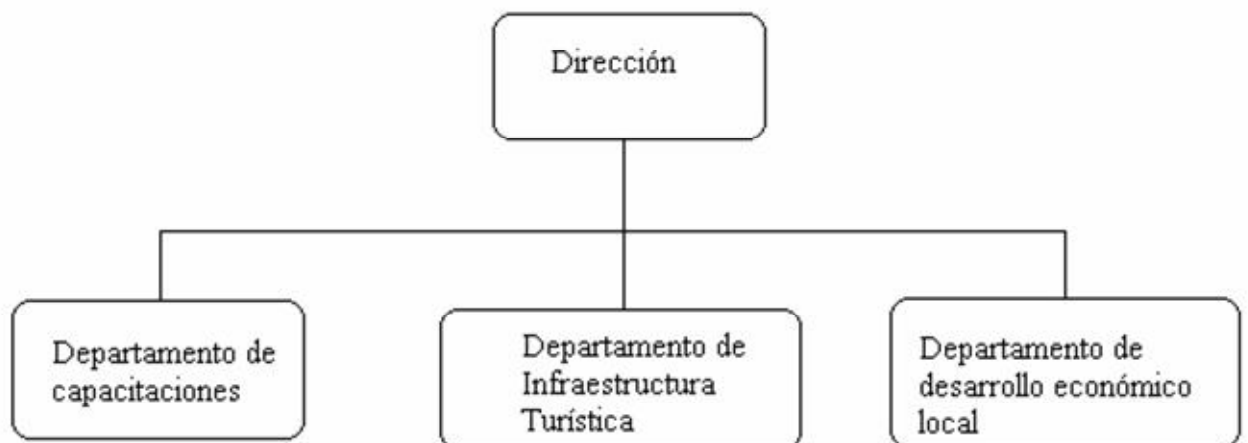
Dos profesionales del área del turismo o negocios especializados en marketing y gestión, como un Administrador en turismo (este compartirá esta función con la de dirección) y Cultura o un Ingeniero Comercial.

b) Remuneraciones:

Las funciones encomendadas tienen una duración de 36 meses, trabajando 40 horas a la semana, con un sueldo bruto de \$767.000 al mes.

Organigrama:

.



Fuente: elaboración propia

Figura 6.1. Organigrama

CAPÍTULO VII MARCO LEGAL

7.1. Requerimientos legales

Dentro de los aspectos legales que tienen que ser considerados en este proyecto, están las normas de construcción, de modificación y reparación del uso suelo y carreteras. Estas se encuentran dentro de la Ley General de Urbanismo y Construcciones¹⁵, y dentro de la Legislación Vial¹⁶.

Hay que considerar que la comuna de Chile Chico no posee plan regulador, ya que la ley no se lo exige por tener una población inferior a los 7000 habitantes. Por lo tanto esta exenta de varias regulaciones en el ámbito urbanístico.

7.1.1. Ley General de Urbanismo y Construcciones

Los principales artículos que hay que considerar dicen lo siguiente:

TITULO III De la construcción

CAPITULO I Normas de diseño

PARRAFO 1°.- Del diseño de obras de urbanización y edificación

Artículo 105°.- El diseño de las obras de urbanización y edificación deberá cumplir con los standard que establezca la Ordenanza General en lo relativo a:

- a) Trazados viales urbanos;
- b) Areas verdes y equipamiento;
- c) Líneas de edificación, rasantes, alturas, salientes, cierros, etc.;
- d) Dimensionamiento mínimo de los espacios, según su uso específico (habitación, comercio, oficina, escolar, asistencial, circulación, etc.);
- e) Condiciones de estabilidad y asismicidad;
- f) Condiciones de incombustibilidad;
- g) Condiciones de salubridad, iluminación y ventilación, y
- h) Dotación de servicios sanitarios y energéticos, y otras materias que señale la Ordenanza General.

Artículo 106°.- Para alcanzar la finalidad prevista en el artículo anterior, los materiales y sistemas

a usar en las urbanizaciones y construcciones deberán cumplir con las "Normas Técnicas"

¹⁵ Fuente: <http://www.mop.cl/documentacion.htm>

¹⁶ Fuente: http://www.vialidad.cl/normativas/legislacion_vial/legislacionvial.asp?Regiones=16

preparadas por el Ministerio de la Vivienda y Urbanismo, sus servicios dependientes o el Instituto Nacional de Normalización.

CAPITULO II

De la ejecución de obras de urbanización y de edificación

PARRAFO 1º.- De los permisos

Artículo 116º.- La construcción, reconstrucción, reparación, alteración, ampliación y demolición de edificios y obras de urbanización de cualquier naturaleza, sean urbanas o rurales, requerirán permiso de la Dirección de Obras Municipales, a petición del propietario, con las excepciones que señale la Ordenanza General.

PARRAFO 3º.- De los Derechos Municipales y Garantías

Artículo 126º.- Los permisos de urbanización, subdivisión, loteo y construcción se otorgarán previo pago de los derechos municipales correspondientes.

Los permisos de subdivisión y loteos de terrenos pagarán solamente el derecho de subdivisión, que se calculará sobre el avalúo fiscal del total del terreno a subdividir. Los permisos de urbanización estarán exentos de derechos.

7.1.2. Legislación Vial

Lo principal es lo siguiente:

D.F.L. N° 850 DE 1997

Artículo 18.-

A la Dirección de Vialidad le corresponde la realización del estudio, proyección, construcción, mejoramiento, defensa, reparación, conservación y señalización de los caminos, puentes rurales y sus obras complementarias que se ejecuten con fondos fiscales, o con aportes del Estado.

Por lo tanto es a la Dirección de Vialidad a la cual hay que dirigirse para reparar las rutas en cuestión en la comuna.

Artículo 42.-

Las obras a cargo de la Dirección de Vialidad se financiarán, entre otros recursos contemplados en el Título VI de esta ley, con fondos provenientes de la aplicación de multas y del arriendo de las maquinarias del Servicio.

7.1.3. Patentes municipales:¹⁷

En el Decreto Ley N° 3.063 de 1979 sobre rentas municipales se encuentra la ley que regula este impuesto.

Principales requisitos:

- Escritura de constitución de sociedad, protocolización del extracto y publicación en Diario Oficial, si la solicitud corresponde a una persona jurídica.
- Inicio de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos (SII), que lo autoriza a iniciar cualquier emprendimiento comercial, si es que pide patente por primera vez.
- Documento que acredite el título por el que se ocupa el local: contrato de arriendo, certificado de dominio, etc.
- Si la solicitud corresponde a una sucursal o cambio de domicilio, presente el documento emitido por el SII que así lo acredite.
- Si la solicitud corresponde a una sucursal, deberá presentar el certificado de distribución de capital propio emitido por la municipalidad donde opera la casa matriz.
- Si es un cambio de domicilio desde otra comuna, hay que presentar también el balance del último año, la determinación del capital propio y de los trabajadores que laboren en el establecimiento comercial.
- Informe de factibilidad, permiso de edificación y recepción final del inmueble donde se desarrollará el negocio, otorgados por la Dirección de Obras de la Municipalidad.

Valor de la patente:

El pago de la patente es anual y su precio varía en cada municipalidad. El monto a pagar es entre el 2,5 por mil y el 5 por mil del capital propio del negocio, declarado ante Impuestos Internos, con un mínimo de 1 UTM y un máximo de 8 mil UTM al año.

Si bien el pago es anual, las municipalidades permiten el pago en dos cuotas semestrales.

El pago anual de la patente debe hacerse obligatoriamente si quiere que su negocio siga funcionando, no puede usarse como excusa el tener deudas o el no haber obtenido ganancias.

Duración del trámite de la patente:

Este factor también varía dependiendo de las municipalidades, pero se maneja un plazo de cinco días hábiles.

¹⁷ Fuente: <http://www.bcn.cl/guias/patentes-municipales>

Vigencia de la patente:

Las patentes tienen una vigencia anual. Las municipalidades dan la posibilidad de pagar esta patente en dos cuotas semestrales.

7.1.4. Códigos de actividad:

Para la inscripción en el Servicio de Impuestos internos es necesario tener el código de actividad y saber si esta afecto de IVA. En la tabla siguiente se encuentran los códigos de actividades relacionadas con el proyecto:

Tabla 7.1. Códigos de actividad¹⁸

	HOTELES Y RESTAURANTES	Afecto a IVA	Categoría
	HOTELES; CAMPAMENTOS Y OTROS TIPOS DE HOSPEDAJE TEMPORAL		
551010	HOTELES	SI	1
551020	MOTELES	SI	1
551030	RESIDENCIALES	SI	1
551090	OTROS TIPOS DE HOSPEDAJE TEMPORAL COMO CAMPING, ALBERGUES, POSADAS, REFUGIOS Y SIMILARES	SI	1
	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS		
552010	RESTAURANTES	SI	1
552020	ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA RAPIDA (BARES, FUENTES DE SODA, GELATERIAS, PIZZERIAS Y SIMILARES)	SI	1
552030	CASINOS Y CLUBES SOCIALES	SI	1
552040	SERVICIOS DE COMIDA PREPARADA EN FORMA INDUSTRIAL	SI	1
552050	SERVICIOS DE BANQUETES, BODAS Y OTRAS CELEBRACIONES	SI	1
552090	SERVICIOS DE OTROS ESTABLECIMIENTOS QUE EXPENDEN COMIDAS Y BEBIDAS	SI	1
	TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES		
	TRANSPORTE POR FERROCARRILES		
601001	TRANSPORTE INTERURBANO DE PASAJEROS POR FERROCARRILES	SI	1
601002	TRANSPORTE DE CARGA POR FERROCARRILES	SI	1
	OTROS TIPOS DE TRANSPORTE POR VÍA TERRESTRE		
602110	TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS VIA FERROCARRIL (INCLUYE METRO)	NO	1
602120	TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS VIA AUTOBUS (LOCOMOCION COLECTIVA)	NO	1
602130	TRANSPORTE INTERURBANO DE PASAJEROS VIA AUTOBUS	NO	1
602140	TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS VIA TAXI COLECTIVO	NO	1
602150	SERVICIOS DE TRANSPORTE ESCOLAR	NO	1
602160	SERVICIOS DE TRANSPORTE DE TRABAJADORES	NO	1
602190	OTROS TIPOS DE TRANSPORTE REGULAR DE PASAJEROS POR VIA TERRESTRE N.C.P.	NO	1
602210	TRANSPORTES POR TAXIS LIBRES Y RADIOTAXIS	NO	1
602220	SERVICIOS DE TRANSPORTE A TURISTAS	NO	1
602230	TRANSPORTE DE PASAJEROS EN VEHICULOS DE TRACCION HUMANA Y ANIMAL	NO	1

¹⁸ Fuente: <http://www.sii.cl/catastro/codigos.htm#16>

602290	OTROS TIPOS DE TRANSPORTE NO REGULAR DE PASAJEROS N.C.P.	NO	1
602300	TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA	SI	1
	TRANSPORTE POR TUBERÍAS		
603000	TRANSPORTE POR TUBERIAS	SI	1
	TRANSPORTE MARÍTIMO Y DE CABOTAJE		
611001	TRANSPORTE MARITIMO Y DE CABOTAJE DE PASAJEROS	SI	1
611002	TRANSPORTE MARITIMO Y DE CABOTAJE DE CARGA	SI	1
	TRANSPORTE POR VÍAS DE NAVEGACIÓN INTERIORES		
612001	TRANSPORTE DE PASAJEROS POR VIAS DE NAVEGACION INTERIORES	SI	1
612002	TRANSPORTE DE CARGA POR VIAS DE NAVEGACION INTERIORES	SI	1
	TRANSPORTE POR VÍA AÉREA		
621010	TRANSPORTE REGULAR POR VIA AEREA DE PASAJEROS	SI	1
621020	TRANSPORTE REGULAR POR VIA AEREA DE CARGA	SI	1
622001	TRANSPORTE NO REGULAR POR VIA AEREA DE PASAJEROS	SI	1
622002	TRANSPORTE NO REGULAR POR VIA AEREA DE CARGA	SI	1
	ACT. DE TRANSPORTE COMPLEMENTARIAS Y AUXILIARES; AGENCIAS DE VIAJE		
630100	MANIPULACION DE LA CARGA	SI	1
630200	SERVICIOS DE ALMACENAMIENTO Y DEPOSITO	SI	1
630310	TERMINALES TERRESTRES DE PASAJEROS	SI	1
630320	ESTACIONAMIENTO DE VEHICULOS Y PARQUIMETROS	SI	1
630330	PUERTOS Y AEROPUERTOS	SI	1
630340	SERVICIOS PRESTADOS POR CONCESIONARIOS DE CARRETERAS	SI	1
630390	OTRAS ACTIVIDADES CONEXAS AL TRANSPORTE N.C.P.	SI	1
630400	AGENCIAS Y ORGANIZADORES DE VIAJES; ACTIVIDADES DE ASISTENCIA A TURISTAS N.C.P.	SI	1
630910	AGENCIAS DE ADUANAS	ND	1
630920	AGENCIAS DE TRANSPORTE	ND	1

NCP: No Clasificado Previamente

ND: NO DETERMINADO (La categoría tributaria, y su calidad de Afecto a IVA, se determinará por características propias de la actividad)

7.1.5. Norma Chilena de Calidad turística:

Con respecto a las normas que deben guiar a los prestadores de servicios turísticos en Chile, está el Sistema Normativo para la Calidad en Turismo el cual rige a 50 normas, 15 de las cuales orientadas a los alojamientos turísticos, 33 a las empresas de turismo aventura y dos a guías de turismo y que ha requerido el esfuerzo conjunto de los sectores público y privado de todo el país. Con el objetivo de regular y certificar la calidad de los servicios prestados en Chile.

Las normas oficiales que contempla el Programa Servicios Turísticos de Calidad CORFO-SERNATUR, que son útiles al proyecto, son las siguientes:¹⁹

Turismo aventura:

Desplazamiento por Cables: Canopy, Tirolesa y Arborismo(NCh3025.Of2006)

Paseos Nauticos(NCh3016.Of2006)

Buceo en apnea (NCh3012.Of2006)

Cabalgatas(NCh3001.Of2006)

Barranquismo, exploración de cañones o canyoning (NCh2998.Of2006)

Cicloturismo (NCh3050.Of2007)

Servicios de alojamiento turístico:

Clasificación, calificación y terminología de los establecimientos de alojamiento turístico (NCh2760.Of2007)

Alojamiento familiar o Bed&Breakfast (NCh2941-Of2005)

Apart Hoteles Requisitos (NCh2980-Of2005)

Camping o recinto de campamento (NCh2948-Of2006)

Complejos Turisticos o Resort (NCh2949-Of2005)

Hostales y Residenciales (NCh2960-Of2006)

Hosterías (NCh2963-Of2006)

Hoteles (NCh2912-Of2005)

Moteles o Cabañas (NCh2964-Of2005)

Hospedaje Rural (Nh3015-Of2006)

Centro de Naturaleza o Lodge (NCh3009-Of2006)

Albergues o refugios (NCh2971-Of2006)

Haciendas o Estancias (NCh3002 Of.2007)

Departamentos Turísticos, suites ejecutivas y departamentos ejecutivos (NCh3027 Of.2007)

Agencias de viajes y tour operadores:

Agencias de viajes (NCh3068.Of2007)

Tour operadores o Mayoristas (NCh3067.Of2007)

¹⁹ Fuente: <http://www.calidadturistica.cl/>

Guías de turismo:

Guía de turismo local y guía de turismo de sitio - Requisitos (NCh3092.Of2007)

Guías de Turismo especializado (NCh2950-Of2005)

Guías de Turismo NCh2961-Of2006

Requisitos comunes de cada norma de calidad turística:

Requisitos de Organización

Organigrama y Descripción de Cargos

Políticas

Requisitos específicos para la realización de la actividad

Prevención y Manejo de Riesgos

Archivo de incidentes y/o accidentes

Formulario de aceptación de riesgos por parte del turista

Plan de Respuesta a Emergencias

Requisitos de personal

Requisitos de equipamiento

Requisitos de procedimientos

Límites y obligaciones de la actividad

Criterios de competencia de la actividad

Conformidad del Cliente

Calidad de los servicios de otro personal de la misma empresa

Calidad de los servicios de los prestadores de servicio y transporte

CAPÍTULO VIII ESTUDIO FINANCIERO

8.1. Fuentes de financiamiento:

Para la realización de este plan estratégico es necesario que la Ilustre Municipalidad de Chile Chico, financie la mayor parte del plan, encontrando la fuente de financiamiento en diversas ayudas que entrega el Estado, como los siguientes:

a) Fondo Común Municipal (FCM)

En relación a los gastos efectuados por la municipalidad el porcentaje tentativo que aportaría el FCM respecto al costo de la gestión del proyecto, en sus tres años de ejecución es de un 70%, alrededor de \$84.000.000. El 30% restante se financiaría con los otros fondos gubernamentales, nombrados a continuación.

El Fondo Común Municipal: es un mecanismo de redistribución solidaria de recursos financieros entre las municipalidades del país. El cual estará integrado por los siguientes recursos:

- 1.- Un 60% del impuesto territorial que resulte de aplicar la tasa a que se refiere el inciso primero del artículo 15 de la Ley sobre Impuesto Territorial;
- 2.- Un 62,5% del derecho por el permiso de circulación de vehículos que establece la Ley de Rentas Municipales;
- 3.- Un 55% de lo que recaude la Municipalidad de Santiago y un 65% de lo que recauden las Municipalidades de Providencia, Las Condes y Vitacura, por el pago de las patentes a que se refieren los artículos 23 y 32 de la Ley de Rentas Municipales y 140 de la Ley de Alcoholes, Bebidas Alcohólicas y Vinagres;
- 4.- Un 50% del derecho establecido en el número 7 del artículo 41 del Decreto Ley N° 3.063, de 1979, Ley de Rentas Municipales;
- 5.- El aporte fiscal que conceda para este efecto la Ley de Presupuestos de la Nación. La distribución de este Fondo se sujetará a los criterios y normas establecidas en la Ley de Rentas Municipales.

Para la comuna de Chile Chico el total FCM estimado al cierre del 2008 fue de \$516.253.417.²⁰

²⁰ Fuente: www.sinim.cl

b) Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)²¹

El FNDR es el principal instrumento financiero, mediante el cual el Gobierno Central transfiere recursos fiscales a cada una de las regiones, para la materialización de proyectos y obras de desarrollo e impacto regional, provincial y local. Su administración corresponde principalmente a los Gobiernos Regionales y a la Subsecretaría de Desarrollo regional y Administrativo.

La Constitución Política de la República y, específicamente, la ley Orgánica Constitucional sobre Gobierno y Administración Regional, lo definen como: "un programa de inversiones públicas, con fines de compensación territorial, destinado al financiamiento de acciones en los distintos ámbitos de infraestructura social y económica de la región, con el objetivo de obtener un desarrollo territorial armónico y equitativo". Al mismo tiempo, debe procurar mantener un desarrollo compatible con la preservación y mejoramiento del medio ambiente, lo que obliga a los proyectos financiados a través del FNDR a someterse a una evaluación de impacto ambiental. Por lo anterior, su distribución opera considerando dos conjuntos de variables: las de orden socio-económico y las territoriales. Se asigna el 90% de los recursos a comienzos del año presupuestario, y el 10% restante se destina en igual proporción, a cubrir situaciones de emergencias y estímulos a la eficiencia, en cada ejercicio presupuestario. Dos son las fuentes de recursos de este instrumento. Por una parte, recursos fiscales o propios, que dan origen al FNDR - Tradicional y, por otra, el préstamo 853/OC-CH del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) o FNDR - BID.

Por otra parte, el FNDR incluye un conjunto de provisiones, las cuales se generan con el objeto de dar orientación de políticas nacionales sectoriales desde una perspectiva regional. La distribución de éstas, la ejecuta la SUBDERE durante el año presupuestario vigente obedeciendo a metodologías particulares de distribución interregional. En la actualidad existen las siguientes provisiones:

- Eficiencia y Emergencia
- Infraestructura Educacional
- Electrificación Rural
- Preinversión
- Ley de Drogas
- Fomento Productivo
- Patentes Mineras

²¹ Fuente: <http://www.subdere.cl/paginas/programas/fndr.html#re>

c) Programa de Mejoramiento Urbano y Equipamiento Comunal (PMU)²²

Es una fuente de financiamiento del Ministerio del Interior, administrado por la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo, para programas y proyectos de inversión en infraestructura menor urbana y equipamiento comunal, que se crea con la idea de colaborar en la generación de empleo y en el mejoramiento de la calidad de vida de la población más pobre del país.

Objetivos del Programa: Implementar proyectos y programas de inversión que generen empleo y mejoren la calidad de vida de la población más pobre del país, a través de proyectos de infraestructura menor urbana y equipamiento comunitario, según las diversas realidades comunales.

Se caracteriza por ser flexible en la aplicación de las diferentes iniciativas y áreas de intervención, financiando proyectos que no estén cubiertos por otras líneas de apoyo estatal.

d) Fondo de Protección Ambiental (FPA)²³

El Fondo de Protección Ambiental (FPA) es un instrumento creado por la Ley 19.300 y administrado por la CONAMA. Es un fondo concursable cuyo propósito es financiar total o parcialmente proyectos o actividades orientados a la protección o reparación del medio ambiente, la preservación de la naturaleza o la conservación del patrimonio ambiental.

El FPA está definido como un instrumento de participación esencialmente dirigido a organizaciones de base (territoriales y funcionales), de carácter demostrativo, que promueven nuevas y mejores relaciones entre distintos actores y su medio ambiente.

Se busca contribuir con ello a la responsabilidad ambiental a través del desarrollo de iniciativas ideadas por las propias organizaciones comunitarias.

El FPA ha contribuido a mejorar condiciones ambientales de numerosas comunidades, apoyando la calidad de vida de las organizaciones y grupos involucrados.

Las líneas temáticas son tres y son las siguientes:

Línea Temática N° 1: Cambio Climático

Objetivo: Apoyar, promover e impulsar iniciativas y acciones que contribuyan a la prevención, disminución y reducción de gases de efecto invernadero; la adaptación a los efectos del cambio climático y la creación de capacidades y conciencia en torno al tema.

²² Fuente: www.sinim.cl

²³ Fuente: <http://www.conama.cl/ciudadaniaambiental/1312/article-41943.html>

Ámbitos de los proyectos

1. Uso eficiente de la energía
2. Energías renovables
3. Manejo de residuos sólidos
4. Reforestación
5. Uso sustentable recurso hídrico
6. Riesgos naturales

Línea Temática N° 2: Conservación de la Biodiversidad

Objetivo: impulsar proyectos específicos e innovadores, cuyos propósitos se concentren en torno a la obtención de resultados de conservación y uso sustentable del patrimonio natural de sitios con valor para la conservación de la biodiversidad.

Ámbitos de los proyectos

1. Protección de sitios prioritarios, humedales y otras áreas con valores de patrimonio natural.
2. Protección de poblaciones de especies nativas amenazadas
3. Gestión de especies exóticas invasoras

Línea Temática N° 3: Educación Ambiental y Eficiencia Energética

Objetivo: promover e incentivar proyectos que contribuyan a difundir y generar acciones de educación ambiental y eficiencia energética que fortalezcan la relación comunidad-escuela a través del proceso de certificación ambiental de establecimientos educativos.

Ámbitos de los proyectos

1. Uso eficiente de la energía
2. Uso sustentable del agua
3. Manejo de residuos sólidos
4. Protección de los recursos naturales y biodiversidad.

Con este fondo se pueden financiar las capacitaciones sobre turismo sustentable, y el desarrollo de lugares naturales con el menor impacto como es la Reserva Nacional Lago Jeinimeni, el río Baker, el lago General Carrera, la Cascada Los maquis, etc.

8.2. Estimación de Costos del Plan:

8.2.1. Tabla Costos Recursos Humanos (proyectado con IPC)²⁴

Item	Detalle	Unidades	Costo mensual unitario	Costo total
Recursos Humanos				
Dirección				
Administrador en Turismo y Cultura	40 hrs.semanales x 36 meses	1	\$1.290.000 (bruto)	\$46.709.196
Dep. de capacitaciones				
Administrador en Turismo y Cultura	40 hrs.semanales x 16 meses	1	\$760.000 (bruto)	\$12.190.142
Gestor en turismo	40 hrs.semanales x 16 meses	1	\$760.000 (bruto)	\$12.190.142
Dep de Infraestructura				
Ingeniero en construcción	40 hrs.semanales x 12 meses	1	\$760.000 (bruto)	\$9.139.586
Dep de desarrollo económico				
Ingeniero comercial	40 hrs.semanales x 36 meses	1	\$760.000 (bruto)	\$27.518.596
Costo total				\$107.747.662

8.2.2. Tabla: Costos Fijos²⁵

Item	Detalle	Unidades	Costo mensual unitario	Costo total
Costos fijos				
Gastos de administración	Articulos de oficina y otros	3 (1x12 m., 1x 16m., 1 x36m)	\$20.000	\$1.285.402
Arriendo de salas	Salas de capacitaciones	3 (x 16 meses)	\$20.000	\$962.379
Arriendo de oficinas	Para los departamentos	2 (1 x 16 m, 1x 36 m.)	\$100.000	\$5.224.833
Consumos básicos	Teléfono, internet, etc.	3(1x 12m, 1x 16m, 1x 36m)	\$30.000	\$1.928.103
Costo total				\$9.400.717

²⁴ Proyección con IPC, Anexo 2.

²⁵ Proyección con IPC, Anexo 2.

8.2.3. Tabla: Costos de Inversión

Item	Detalle	Unidades	Costo mensual unitario	Costo total
Inversión				
Computadores	Compra	5	\$314.990	\$1.574.950
Escritorio	Compra	5	\$29.990	\$149.000
Sillas	Compra	7	\$6.990	\$48.930
Impresora	Compra	1	\$39.990	\$39.990
Costo total				\$1.813.820
Financiamiento total requerido para la gestión del Proyecto				\$118.962.199

Considerando que en los costos solo se calcula el valor de la gestión de las acciones, no incluyendo los proyectos que se efectuaran dentro de los programas, como reparación de carreteras, o difusión y publicidad de la comuna. Estos financiándose con los fondos concursables afines a tales acciones.

CAPÍTULO IX: CONCLUSIÓN

En el trabajo realizado, existen variadas conclusiones y aprendizajes. Este proyecto nació con un fin social, de ayudar al desarrollo económico de la comuna de Chile Chico, utilizando al turismo como principal herramienta. A través de los diversos estudios se pudo comprobar el potencial intrínseco que posee la comuna, sus maravillosos recursos naturales, su gente y ubicación. Los servicios que cuenta actualmente, que están en buen estado y capacitados para recibir un mayor flujo de turistas, pero se puede desarrollar más aún, y hacer del turismo una herramienta constante de desarrollo económico. En cuanto a la cantidad de turistas que están llegando, ha habido un aumento, considerando que el turismo de intereses especiales está en pleno auge, la búsqueda de paisajes remotos, prístinos y no invadidos por el hombre. Esta es la tendencia mundial, por lo tanto posiciona a la comuna dentro de los destinos más solicitados por este tipo de turistas, remarcando las cualidades no explotadas de la zona. Desde el punto de vista macro Chile es un país con estabilidad política, económica y social, que dentro del contexto de Sudamérica es una gran ventaja valorada por el turista extranjero. Dentro de los destinos posicionados en nuestro país, la comuna de Chile Chico no tiene mucho auge, pero al realizar este estudio se comprueba que tiene los recursos para posicionarse como un destino de primer nivel para Chile.

El plan propuesto para desarrollar el sector turístico de esta zona, abarca la mayoría de las aristas para una integración integral, comenzando por el mismo microempresario que ya tiene sus servicios instalados, y que debe relacionarse con su competencia, con capacitaciones, y gestiones que son la base para un buen desarrollo.

La integración de los oferentes turísticos y agentes municipales, es la clave de este plan, hacerlos participes del acontecimiento comunal, relacionarlos, informarlos de todo lo que posee la comuna, en cuanto a servicios turísticos, que se sientan integrados y trabajando en conjunto, bajo una misma imagen comunal. Este factor es clave para el desarrollo, y en el proyecto se proponen formas viables de llevarlo a cabo.

En cuanto al aprendizaje logrado, es significativo como influye la planificación en el desarrollo de una zona, la gestión y el trabajo en conjunto. Los logros que se pueden realizar si es que una comuna está organizada y asociada, ahorrando recursos y obteniendo mayores ganancias. Por lo mismo debería ser primordial en el turismo nacional la planificación de territorios, y así muchas comunas tendrían un desarrollo económico considerable, y no invasivo para la vida cotidiana. Es una herramienta muy útil, y necesaria para que Chile surja económicamente con este rubro que beneficia integralmente a la sociedad.

CAPÍTULO X: PROPUESTA DE FUTURAS INVESTIGACIONES O PROYECTOS

Se propone ideas o nombres de futuras investigaciones o proyectos para que sean desarrolladas en el futuro.

- Planes de Marketing Comunales
- Sistema de control de resultados, objetivos y metas de la gestión municipal en relación al desarrollo turístico y cultural de la comuna.
- Proyectos relacionados con la potencialidad de los recursos de la zona:

Ejemplos:

- Planes de negocios en relación a deportes náuticos en el lago General Carrera.
- Desarrollo de rutas innovadoras, senderismo relacionado con el tramo de Sendero de Chile que atraviesa la comuna por la reserva Nacional.
- Desarrollo de mayor actividad turística en el río Baker.
- Desarrollo del patrimonio intangible de la comuna, con respecto a sus costumbres, fiestas, y comidas, relacionado con el turismo.
- Proyectos relacionados con zonas temáticas, entre la comuna de Río Ibáñez y la patagonia argentina, pueblo Los Antiguos. Relacionar estas zonas a favor del turismo.

BIBLIOGRAFÍA

- 1.- Diego López Olivares: “La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos”. Publicaciones de la Universidad Jaume, 1998.
- 2.- Departamento de planificación, SERNATUR: *ESTADÍSTICAS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO SEGÚN COMUNAS AÑO 2007* [en línea]. Santiago, SERNATUR, 2008 [fecha de consulta: enero 2009]. Disponible en:
<http://www.sernatur.cl/institucional/htm_intit/estadisticas-de-alojamiento.html>
- 3.- Cegestur: *CONSULTORÍA EXPERTA EN TURISMO PARA APOYAR EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE INVERSIÓN EN TURISMO EN LAS ZONAS EXTREMAS MÁS LA REGIÓN DE LOS RÍOS* [en línea]. Chile, Corporación de Fomento, 09 Julio 2008 [fecha de consulta: diciembre 2008]. Disponible en: URL:
http://www.corfo.cl/regiones/magallanes_y_antartica_chilena
- 4.- Dr. Mario César Elgue: *TECNOLOGIAS ORGANIZACIONALES ASOCIATIVAS. EL CASO DE CATAMARCA Y MISIONES* [en línea]. Buenos aires, Argentina, ASET, Institución argentina de especialistas en el estudio del trabajo [fecha de consulta: diciembre 2008]. Disponible en: URL: <http://www.aset.org.ar/congresos/7/15013.pdf>
- 5.- SERNATUR: *DESARROLLO DE LA OFERTA TURISTICA DE LA REGION DE AYSÉN PERIODO 2008 – 2009* [en línea]. Chile, SERNATUR, 2008 [fecha de consulta: diciembre 2008]. Disponible en: URL:
http://www.patagoniachile.net/components/com_doc/docs/desarrollo_oferta_tca.pdf
- 6.- Rodrigo Hormazábal Lama: *TERRITORIO CUENCA LAGO GENERAL CARRERA XI REGIÓN DE AYSÉN, CHILE APRENDIZAJES Y APORTES PARA UNA ESTRATEGIA DE DESARROLLO ECONÓMICO TERRITORIA* [en línea]. Chile, GTZ, 2006 [fecha de consulta: noviembre 2008]. Disponible en: URL:
http://www.regionactiva.cl/reg_act2008/documentos/desarrollo/desarrollo_03.pdf
- 7.- SERNATUR: *COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA REGION DE AYSÉN AÑO 2007 y TEMPORADA 2007- 2008* [en línea]. Chile, SERNATUR, 2008 [fecha de consulta: diciembre 2008]. Disponible en: URL:
<http://www.aysenpatagoniachile.com/deutsch/index.php?menu=Bibliothek>
- 8.- SERNATUR: *COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA REGION DE AYSÉN AÑO 2005 y TEMPORADA 2005-2006* [en línea]. Chile, SERNATUR, 2007 [fecha de consulta: diciembre 2008]. Disponible en: URL: http://www.subdere.gov.cl/1510/articles-66691_recurso_1.pdf
- 9.- Manuel Vivar Águila: *ESTRATEGIA DESARROLLO TURÍSTICO PUERTO AYSÉN - CHACABUCO* [en línea]. Chile, SERCOTEC [fecha de consulta: noviembre 2008]. Disponible en: URL: <http://www.sercotec.gob.cl/transparencia/2006/transferencias.html>
- 10.- Adimark, DFK: *ESTUDIO COMPORTAMIENTO TURISMO INTERNO 2008* [en línea]. Chile, SERNATUR, Mayo 2008 [fecha de consulta: diciembre 2008]. Disponible en: UL:
http://www.sernatur.cl/institucional/PDF/estadisticas/turismo-interno/estudio_turismo_interno_2008.pdf
- 11.- Cecilia Arias De Pol: *MECANISMOS ACTUALES DE INCENTIVO A LA INVERSIÓN TURISTICA* [en línea]. Santiago, Chile, Departamento de planificación, SERNATUR, Diciembre 2002 [fecha de consulta: diciembre 2008]. Disponible en: URL:
<http://www.sernatur.cl/institucional/PDF/estadisticas/incentivo-inversion/005.pdf>
- 12.- Ignacio Sariego López, Carlos García Santillán: *PENTUR, PLAN ESTRATÉGICO NACIONAL DE TURISMO 2008-2018* [en línea]. Perú, Viceministerio de Turismo, Septiembre

2008 [fecha de consulta: noviembre 2008]. Disponible en: URL: http://www.diariolaregion.com/index.php?option=com_content&task=view&id=11284

13.- Luis Gabriel Amaya: *EXPERIENCIAS EN PLANIFICACIÓN TERRITORIAL A NIVEL REGIONAL* [en línea]. Chile, Ministerio de Planificación (MIDEPLAN) Ministerio del Interior - Subsecretaría de Desarrollo Regional (SUBDERE) Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), Octubre de 2008. [fecha de consulta: diciembre 2008]. Disponible en URL: http://www.regionactiva.cl/reg_act2008/documentos/planificacion/plan_05.pdf

14.- Patricio Gálvez Bertin: *PLAN REGIONAL DE ORDENAMIENTO TERRITORIA REGIÓN DE AYSÉN 2005* [en línea]. Chile, SERNATUR, Mayo 2008 [fecha de consulta: diciembre 2008]. Disponible en: URL: http://www.ecosistemas.cl/1776/articulos-71694_documento_pdf.pdf

15.- Cámara dos oficios Lugo UPD: *PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL TERRITORIO TURÍSTICO* [en línea]. España, UPD, Agosto 2007 [fecha de consulta: noviembre 2008]. Disponible en: URL: <http://upd.camaralugo.com/documentos/Planificacion%20y%20Gestion%20del%20Territorio%20Turistico.pdf>

16.- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile: *TURISMO EN CHILE* [en línea]. Santiago, Chile, Departamento de estudios, extensión y publicaciones, Octubre de 2002 [fecha de consulta: noviembre 2008]. Disponible en: URL: <http://www.bcn.cl>

17.- Victor Leiva: *TURISMO Y GESTIÓN MUNICIPAL ASOCIACIÓN CHILENA DE MUNICIPALIDADES* [en línea]. Santiago, Chile, SERNATUR, Abril 1997 [fecha de consulta: noviembre 2008]. Disponible en: URL: <http://www.sernatur.cl/institucional/PDF/estadisticas/planes-y-politicas-006.pdf>

18.- Raúl Acevedo Molina, Macarena Morgado Oliva: *INFORME ECONÓMICO REGIONAL, INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS* [en línea]. Santiago, Chile, INE, 29 de mayo [fecha de consulta: noviembre 2008]. Disponible en URL: <http://www.ine.cl>

19.- Peter Müffeler Vergara: *GESTIÓN INTEGRAL DEL DESTINO TURÍSTICO ARICA Y PARINACOTA* [en línea]. Chile, Corporación de Desarrollo de Arica y Parinacota, 18 Diciembre de 2006 [fecha de consulta: noviembre 2008]. Disponible en: URL: <http://www.aricaparinacota.cl/informes/turismo/GESTION%20INTEGRAL%20DEL%20DESTINO%20TURISTICO.pdf>

20.- CORFO: *OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EN TURISMO PERFILES DE DEMANDA PARA AYSÉN*, CORFO [en línea]. Chile, CORFO, Enero 2008. Disponible en: URL www.corfo.cl/incjs/download.aspx?glb_cod_nodo=20071001121555&hdd_nom_archivo=Folletto_Invest_Turismo_Aysen

21.- Humberto Rivas Ortega: *CHILE TURÍSTICO LLEGADAS INTERNACIONALES SEGÚN PASOS FRONTERIZOS AÑO 2006* [en línea]. Santiago, Chile, Servicio Nacional de Turismo, Departamento de Planificación, 2007. Disponible en URL: <http://www.sernatur.cl/institucional/PDF/estadisticas/merc-turisticos/brasil.pdf>

22.- Dharmo Rojas Díaz: *MEDIO AMBIENTE INFORME ANUAL 2005* [en línea]. Santiago, Chile, Instituto Nacional de Estadísticas, 30 de septiembre de 2006. Disponible en URL: <http://www.ine.cl>

23.- Juan José Troncoso, Gustavo Baltierra, Juan Oltremari: *OPTIMIZANDO LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL* [en línea]. Chile, PUC. Disponible en: URL: http://www-dev.puc.cl/agronomia/c_extension/Revista/Ediciones/30/planificacion.pdf

24.- SERNATUR: *ANTECEDENTES BÁSICOS PARA INVERTIR EN ÁREAS Y DESTINOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN DE AYSÉN COYHAIQUE*, 2008 [en línea]. Chile, 2008. Disponible en: URL

<http://www.aysenpatagoniachile.com/deutsch/index.php?menu=Bibliothek>

25.- SERNATUR: *AREAS TURISTICAS REGION DE AYSEN* [en línea]. Chile. Disponible en: URL: <http://www.aysenpatagoniachile.com/deutsch/index.php?menu=Bibliothek>

26.- SERNATUR: *PLAN INTEGRAL DE TURISMO REGION DE AYSEN* [en línea]. Chile 2008. Disponible en URL:

<http://www.aysenpatagoniachile.com/deutsch/index.php?menu=Bibliothek>

27.- SERNATUR: *ZONAS CON VALOR TURÍSTICO Y PAISAJÍSTICO EN EL MARCO DEL SEIA REGIÓN DE AYSÉN COYHAIQUE* [en línea]. Chile, Junio de 2007. Disponible en: URL:

<http://www.aysenpatagoniachile.com/deutsch/index.php?menu=Bibliothek>

ANEXO 1: CATASTRO COMUNAL RECURSOS TURÍSTICOS COMUNA CHILE CHICO, PROVINCIA GENERAL CARRERA XI REGIÓN – CHILE

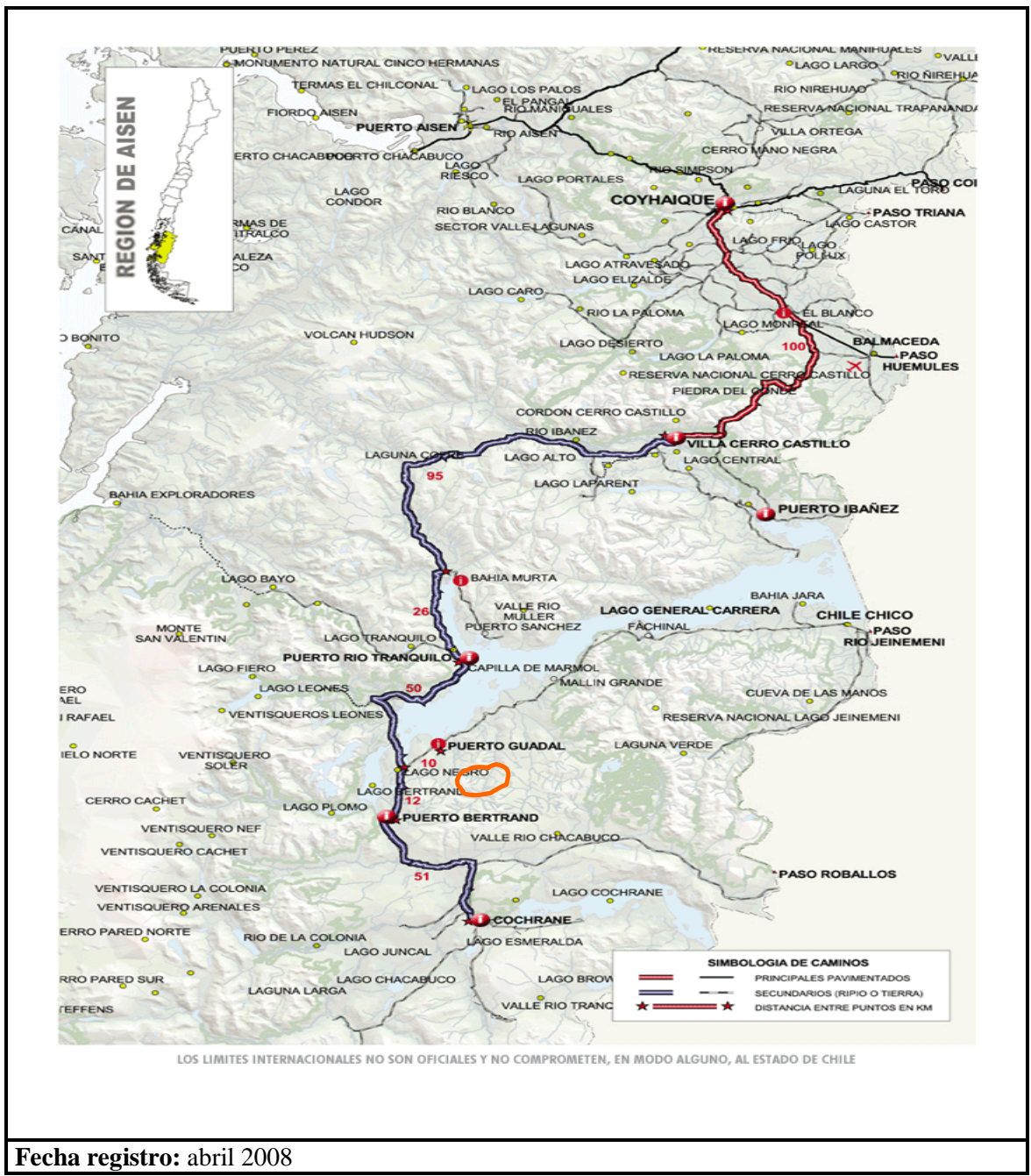
Atractivos naturales y culturales

Ficha N°1: Cascada Los Maquis

<input type="checkbox"/> FICHA N: 1					
1.- IDENTIFICACIÓN DEL ATRACTIVO					
1.1 Nombre: Cascada Los Maquis					
1.2 Categoría: Sitios naturales					
1.3 Tipo: Caídas de agua				1.4 Subtipo:	
1.5 Tipo de propiedad:					
<input type="checkbox"/> Privada	<input type="checkbox"/> Municipal:	<input type="checkbox"/> Pública:	<input checked="" type="checkbox"/> x	<input type="checkbox"/> Otra:	¿Cuál?: _____
1.6 Propietario: No tiene					
Teléfono:		<input type="checkbox"/> Mail:		<input type="checkbox"/> Fax:	
2.- UBICACIÓN Y ACCESIBILIDAD					
2.1 Provincia: General Carrera			2.1 Comuna: Chile Chico		
2.3 Localidad: Puerto Guadal					
2.4 Distancia: Modo de acceso					
2.5 Condición del camino:		<input type="checkbox"/> Pavimento:	<input checked="" type="checkbox"/> x	<input type="checkbox"/> Ripio	<input type="checkbox"/> Tierra
2.6 Medio de transporte:		<input type="checkbox"/> Privado	<input checked="" type="checkbox"/> x	<input type="checkbox"/> Público	<input checked="" type="checkbox"/> x
Observaciones:					
3.- CALIFICACIÓN DEL RECURSO					
3.1 Jerarquía		<input type="checkbox"/> Baja	<input type="checkbox"/> Media	<input checked="" type="checkbox"/> x	<input type="checkbox"/> Buena
3.2 Mercado Interno:		<input type="checkbox"/> Loc al	<input type="checkbox"/> Regional	<input checked="" type="checkbox"/> x	<input type="checkbox"/> Reg. vecin.
3.3 Mercado Externo:		<input type="checkbox"/> Limítrofe	<input type="checkbox"/> Regional	<input type="checkbox"/> Internacional	
3.4 Situación de Uso:		<input type="checkbox"/> Ocasional	<input type="checkbox"/> Espontán	<input checked="" type="checkbox"/> x	<input type="checkbox"/> Organiz.
3.5 Tipo de Demanda		<input type="checkbox"/> Masiva	<input type="checkbox"/> Selectiva	<input checked="" type="checkbox"/> x	<input type="checkbox"/> Especiali z
4.- CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA ACTUAL					
4.1 Estacionalidad: Todo el año.			4.2 N de visitantes / año: -----		
4.3 Procedencia: Local-regional-nacional					
4.4 Capacidad Máxima:					
4.5 Segmento de Mercado: personas que disfruta con el ecoturismo y la naturaleza					
5.- ACTIVIDADES POSIBLES					
<input type="checkbox"/> Actuales: trekking, apreciación del paisaje. Flora y fauna <input type="checkbox"/> Futuras: Realizar visitas con guías que entreguen información mas completa del lugar, datos de flora y fauna, y además de excursiones					
6.- EQUIPAMIENTO TURÍSTICO COMPLEMENTARIO					
6.1 Infraestructura Básica:					
<input type="checkbox"/> Agua Potable	<input checked="" type="checkbox"/> x	<input type="checkbox"/> Electricidad	<input checked="" type="checkbox"/> x	<input type="checkbox"/> Teléfono . fax	<input checked="" type="checkbox"/> x
<input type="checkbox"/> Salud	<input checked="" type="checkbox"/> X	<input type="checkbox"/> Seguridad	<input checked="" type="checkbox"/> x	<input type="checkbox"/> Comercio Básico	<input checked="" type="checkbox"/> x
<input type="checkbox"/> Banco	<input checked="" type="checkbox"/> x	<input type="checkbox"/> Combustible	<input checked="" type="checkbox"/> X	<input type="checkbox"/> Correos	<input checked="" type="checkbox"/> x
<input type="checkbox"/> Otro:		¿Cuál?:			
6.2 Servicio Turístico					
<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/> x	<input type="checkbox"/> Alimentación	<input checked="" type="checkbox"/> X	<input type="checkbox"/> Recreación	<input checked="" type="checkbox"/> x
<input type="checkbox"/> Transporte Local	<input checked="" type="checkbox"/> x	<input type="checkbox"/> Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/> X	<input type="checkbox"/> Guía Turística	<input checked="" type="checkbox"/> x

7.- OPERACIÓN ACTUAL:
7.1 Época de Funcionamiento: Todo el año
7.2 Gerente administrador:
7.3 Horario: no existe horario
7.4 n de empleador: no tiene
8.- OTROS ANTECEDENTES Y OBSERVACIONES
<p>Cascada Los Maquis, Ubicada 2 kilómetros al oriente de Puerto Guadal se encuentra la Cascada Los Maquis con varios saltos de agua escalonados. El salto más importante tiene una altura de 25 metros y está completamente rodeado de vegetación arbórea, coigüe y ñirre principalmente.</p> <p>La cascada, en cuanto a acceso, tiene una posición privilegiada. Se encuentra a sólo dos kilómetros de Guadal y está muy próxima al camino.</p>
9.- FOTOGRAFIAS

10.- PLANO



Fecha registro: abril 2008

Fuente: elaboración propia

Ficha N° 2: Lago General Carrera

FICHA N: 2					
1.- IDENTIFICACIÓN DEL ATRACTIVO					
1.1 Nombre: Lago General Carrera					
1.2 Categoría: Sitios Naturales					
1.3 Tipo: Lagos y lagunas				1.4 Subtipo:	
1.5 Tipo de propiedad:					
Privada:	Municipal:	Pública:	x	Otra:	¿Cuál?: _____
1.6 Propietario:					
Teléfono:		Mail:		Fax:	
2.- UBICACIÓN Y ACCESIBILIDAD					
2.1 Provincia: General Carrera			2.1 Comuna: Chile Chico		
2.3 Localidad: Comuna Río Ibáñez y Chile Chico					
2.4 Distancia: Respecto a Coyhaique el lago se encuentra a 128 kilómetros hacia el sur. La mayoría de las localidades están a orillas del lago. <u>Modo de acceso</u> Por Chile Chico, Pto. Guadal, Pto. Ibáñez, Pto. Tranquilo, son las principales localidades costeras.					
2.5 Condición del camino:		Pavimento:	x	Ripio	x
2.6 Medio de transporte:		Privado	x	Público	x
				Turístico:	x
Observaciones: es el lago más extenso de Chile, apto para la pesca y deportes acuáticos.					
3.- CALIFICACIÓN DEL RECURSO					
3.1 Jerarquía		Baja		Media	
				Buena	
				Excelente	x
3.2 Mercado Interno:		Loca		Regional	x
		1		Reg. vecin.	
				Nacional	x
3.3 Mercado Externo:		Limítrofe	x	Regional	x
				Internacional	x
3.4 Situación de Uso:		Ocasional		Espontán	x
				Organiz.	x
				Potencial:	x
3.5 Tipo de Demanda		Masiva		Selectiva	x
				Especializ	
				Otra:	
4.- CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA ACTUAL					
4.1 Estacionalidad: Todo el año.			4.2 N de visitantes / año: -----		
4.3 Procedencia: Local – regional - Internacional					
4.4 Capacidad Máxima:					
4.5 Segmento de Mercado:					
5.- ACTIVIDADES POSIBLES					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actuales: Pesca, recorridos en lancha. ▪ Futuras: Deportes acuáticos, paseos turísticos. 					
6.- EQUIPAMIENTO TURÍSTICO COMPLEMENTARIO					
6.1 Infraestructura Básica:					
Agua Potable		x	Electricidad	x	Teléfono . fax
Salud		X	Seguridad	x	Comercio Básico
Banco		x	Combustible	X	Correos
Otro:			¿Cuál?:		
6.2 Servicio Turístico					
Alojamiento		x	Alimentación	X	Recreación
Transporte Local		x	Información Turística	X	Guía Turística
7.- OPERACIÓN ACTUAL:					
7.1 Época de Funcionamiento: Todo el año					
7.2 Gerente administrador: Capitán de Puerto					
7.3 Horario:					
7.4 n de empleador:					
8.- OTROS ANTECEDENTES Y OBSERVACIONES					

Es la cuenca lacustre más grande de Chile. Tiene una superficie de 178.000 hectáreas (224.000 hectáreas en total) y una longitud de 200 kilómetros. Está a 350 metros de altitud, y posee una profundidad máxima de 590 metros, lo cual lo posiciona como uno de los lagos más profundos de América.

9.- FOTOGRAFIAS




10.- PLANO



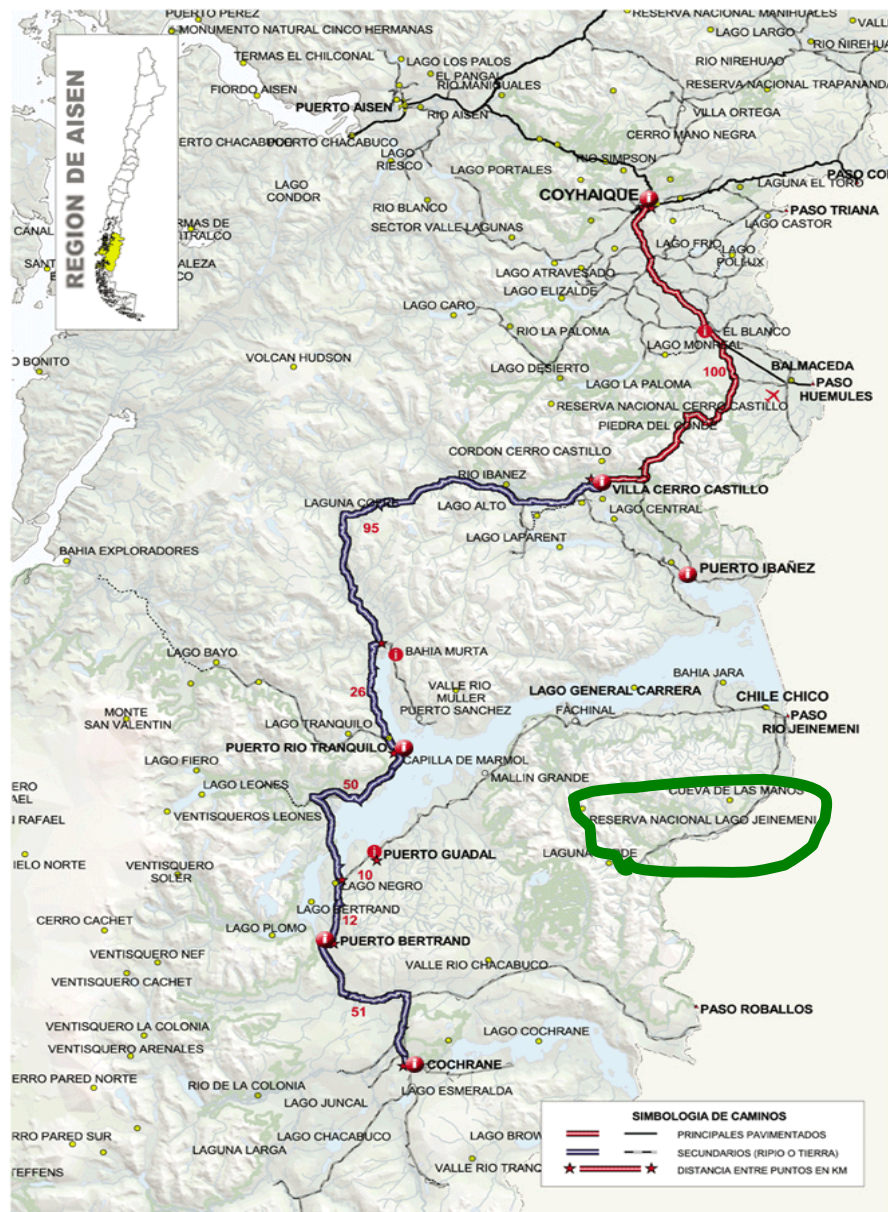
Fuente: elaboración propia

Ficha N° 3: Reserva Nacional Laguna Jeinimeni

<input type="checkbox"/> FICHA N°: 3					
1.- IDENTIFICACIÓN DEL ATRACTIVO					
1.1 Nombre: Reserva Nacional Laguna Jeinimeni					
1.2 Categoría: Sitios Naturales					
1.3 Tipo: Áreas Silvestres Protegidas y Reservas de Flora y Fauna				1.4 Subtipo: Áreas Silvestres Protegidas	
1.5 Tipo de propiedad:					
<input type="checkbox"/> Privada:	<input type="checkbox"/> Municipal:	<input type="checkbox"/> Pública:	<input checked="" type="checkbox"/> X	<input type="checkbox"/> Otra:	¿Cuál?: _____
1.6 Propietario: El Estado. 1.7 Administrado por: Corporación Nacional Forestal					
<input type="checkbox"/> Teléfono: (56) 67-411325		<input type="checkbox"/> Mail: jp_abello@yahoo.es		<input type="checkbox"/> Fax: 67-411325	
2.- UBICACIÓN Y ACCESIBILIDAD					
2.1 Provincia: General Carrera			2.1 Comuna: Chile Chico		
2.3 Localidad: Al Sur de Chile Chico					
2.4 Distancia:					
: Santiago – Chile Chico KMS: 1.777 km TIEMPO: hrs.					
: Chile Chico - Reserva KMS : 65 km al Sur de la Comuna TIEMPO: hrs					
<u>Modo de acceso</u> Camino a Jeinimeni. Para llegar, debe tomarse la ruta internacional desde Chile Chico y desviarse en el kilómetro 3 por el camino que lleva al aeródromo.					
2.5 Condición del camino:		<input type="checkbox"/> Pavimento:	<input checked="" type="checkbox"/> x	<input type="checkbox"/> Ripio	<input type="checkbox"/> Tierra <input checked="" type="checkbox"/> x
2.6 Medio de transporte:		<input type="checkbox"/> Privado	<input checked="" type="checkbox"/> x	<input type="checkbox"/> Público	<input checked="" type="checkbox"/> x <input type="checkbox"/> Turístico <input type="checkbox"/> o: <input type="checkbox"/> x
Observaciones:					
3.- CALIFICACIÓN DEL RECURSO					
3.1 Jerarquía		<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input checked="" type="checkbox"/> x <input type="checkbox"/> 3
3.2 Mercado Interno:		<input type="checkbox"/> Local	<input type="checkbox"/> Regional	<input type="checkbox"/> Reg. vecin	<input type="checkbox"/> Nacional <input checked="" type="checkbox"/> x
3.3 Mercado Externo:		<input type="checkbox"/> Limítrofe	<input type="checkbox"/> Regional	<input type="checkbox"/> Internacional	<input checked="" type="checkbox"/> x
3.4 Situación de Uso:		<input type="checkbox"/> Ocasional	<input type="checkbox"/> Espontáneo	<input checked="" type="checkbox"/> x <input type="checkbox"/> Organiz.	<input type="checkbox"/> Potencial: <input type="checkbox"/>
3.5 Tipo de Demanda		<input type="checkbox"/> Masiva	<input type="checkbox"/> Selectiva	<input checked="" type="checkbox"/> x <input type="checkbox"/> Especial	<input type="checkbox"/> Otra: <input type="checkbox"/>
4.- CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA ACTUAL					
4.1 Estacionalidad: Todo el año.			4.2 N de visitantes / año: -----		
4.3 Procedencia: Local – nacional - internacional.					
4.4 Capacidad Máxima:					
4.5 Segmento de Mercado: Personas amantes de la naturaleza, que gusten del ecoturismo, el deporte y el relaxo.					
5.- ACTIVIDADES POSIBLES					
<input type="checkbox"/> Actuales: Pesca, excursiones, camping, observación de flora y fauna silvestre <input type="checkbox"/> Futuras: Actividades deportivas acuáticas como kayak y escalada en roca y hielo. Excursiones guiadas y rutas complementarias con otros lugares cercanos.					
6.- EQUIPAMIENTO TURÍSTICO COMPLEMENTARIO					
6.1 Infraestructura Básica:					

▪ Agua Potable	x	▪ Electricidad		▪ Teléfono. fax	
▪ Salud		▪ Seguridad	x	▪ Comercio Básico	
▪ Banco		▪ Combustible		▪ Correos	
▪ Otro:	x	¿Cuál?: sitios de merienda, refugios, fogones, juegos infantiles, áreas de picnic y senderos.			
6.2 Servicio Turístico					
▪ Alojamiento		▪ Alimentación		▪ Recreación	x
▪ Transporte Local	x	▪ Información Turística		▪ Guía Turística	
7.- OPERACIÓN ACTUAL:					
7.1 Época de Funcionamiento: Todo el año					
7.2 Gerente administrador: Jorge Abello					
7.3 Horario:					
7.4 N° de empleador:					
8.- OTROS ANTECEDENTES Y OBSERVACIONES					
<p>La reserva fue creada en 1998, luego de su redelimitación e incorporación de parte de la ex Reserva Nacional Lago General Carrera. Comprende parte de las comunas de Chile Chico y Cochran y tiene una superficie de 161.000 has. Tiene como propósito proteger las nacientes de los ríos Jenimeni, Ventisquero, Verde, Claudio Vicuña y Avilés; manejar el bosque, especialmente para producción de leña; proteger e investigar la formación vegetal Estepa Patagónica de Aysén y la fauna nativa; así como proporcionar posibilidades de protección ambiental, recreación y turismo. Cuenta con guardaparques, áreas de picnic, áreas de acampe y numerosos senderos. En cuanto a la fauna, el grupo más abundante lo constituyen las aves como el Cóndor, el Águila, el Cernícalo, el Martín Pescador, el Chucao, el Tordo y la Cachaña. Entre los mamíferos es posible hallar Huemules, Guanacos, Zorros Grises, Piches, Chingues Patagónicos, Pumas, Gatos de Geofroy, Ratones Colilargas y Ratitas de pie sedoso. La vegetación va variando desde el oriente, donde es más esteparia, has el sector oriental, más húmedo. Así es posible reconocer dos formaciones vegetacionales: Estepa Patagónica de Aysén y el Bosque Caducifolio de Aysén.</p> <p>El río Jeinimeni que bordea el camino, avanza entre extrañas formaciones rocosas y transita por la zona de frontera entre Chile y Argentina. En su recorrido, podemos encontrar el río de Las Nieves; la Laguna de Flamencos, con una gran colonia de estas aves; bosque propio del lugar, hasta llegar al desagüe de la laguna, un gigantesco espejo calypso rodeado por alcantarillados rocosos y una playa arenosa mezclada con gravilla. De los milenarios glaciares existentes en el interior de la reserva, el más accesible es el Ventisquero, al que se llega siguiendo un sendero de 30 Km., cruzando por valles, quebradas, bosques ríos y escarpadas laderas sobre las aguas esmeraldas del Lago Verde.</p>					
9.- FOTOGRAFIAS					
					

10.- PLANO



Fecha registro: Abril de 2008

Fuente: elaboración propia

Ficha N° 4: Piedra Clavada

▪ FICHA N: 4					
1.- IDENTIFICACIÓN DEL ATRACTIVO					
1.1 Nombre: Piedra Clavada					
1.2 Categoría: Sitios Naturales					
1.3 Tipo: Montañas altas montañas				1.4 Subtipo: formaciones rocosas	
1.5 Tipo de propiedad:					
▪ Privada:	▪ Municipal:	▪ Pública:	▪ Otra:	x	¿Cuál?:__Conaf: -
1.6 Propietario: Conaf					
Teléfono: 56-67 411325		▪ Mail: jp_abello@yahoo.es		▪ Fax:	
2.- UBICACIÓN Y ACCESIBILIDAD					
2.1 Provincia: General Carrera			2.1 Comuna: Chile Chico		
2.3 Localidad: Chile Chico					
2.4 Distancia: Se encuentra a 30 kilómetros hacia el sur del pueblo de Chile Chico. <u>Modo de acceso</u> Se accede por la ruta hacia la Reserva Nacional Lago Jeinimeni, a la salida este del pueblo.					
2.5 Condición del camino:		▪ Pavimento:	▪ Ripio	x	▪ Tierra
2.6 Medio de transporte:		▪ Privado	x	▪ Público	▪ Turístico:
					x
<u>Observaciones:</u>					
3.- CALIFICACIÓN DEL RECURSO					
3.1 Jerarquía		▪ Baja	▪ Media	▪ Buena	x
					▪ Excelente
3.2 Mercado Interno:		▪ Local	x	▪ Regional	x
				▪ Reg. vecin.	x
3.3 Mercado Externo:		▪ Limítrofe	x	▪ Regional	▪ Internacional
					x
3.4 Situación de Uso:		▪ Ocasional	▪ Espontáneo	x	▪ Organiz.:
					x
3.5 Tipo de Demanda		▪ Masiva	▪ Selectiva	x	▪ Especial:
					▪ Otra:
4.- CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA ACTUAL					
4.1 Estacionalidad: Todo el año.			4.2 N de visitantes / año: -----		
4.3 Procedencia: Local – regional - Internacional					
4.4 Capacidad Máxima:					
4.5 Segmento de Mercado:					
5.- ACTIVIDADES POSIBLES					
▪ Actuales:					
▪ Futuras:					
6.- EQUIPAMIENTO TURÍSTICO COMPLEMENTARIO (se encuentran a 30 kilómetros en el pueblo de Chile Chico.)					
6.1 Infraestructura Básica:					
▪ Agua Potable	x	▪ Electricidad	x	▪ Teléfono . fax	x
▪ Salud	x	▪ Seguridad	x	▪ Comercio Básico	x
▪ Banco	x	▪ Combustible	x	▪ Correos	x
▪ Otro:		¿Cuál?:			

6.2 Servicio Turístico					
▪ Alojamiento	x	▪ Alimentación	x	▪ Recreación	x
▪ Transporte Local	x	▪ Información Turística	x	▪ Guía Turística	x

7.- OPERACIÓN ACTUAL:

7.1 Época de Funcionamiento: Todo el año

7.2 Gerente administrador: Jorge Abello

7.3 Horario:

7.4 n de empleador:

8.- OTROS ANTECEDENTES Y OBSERVACIONES

La piedra, solitaria en medio de una pampa, desde lejos va mostrándose creciente en el avanzar hacia ella. Sólo rodeada por coirones, la piedra ha sido pulida por la erosión del viento durante los años y alcanza una altura de alrededor de 40 metros, Todo el lugar presenta formaciones rocosas muy extrañas y es común observar manadas de guanacos y otros animales estepáricos.

9.- FOTOGRAFIAS




10.- PLANO

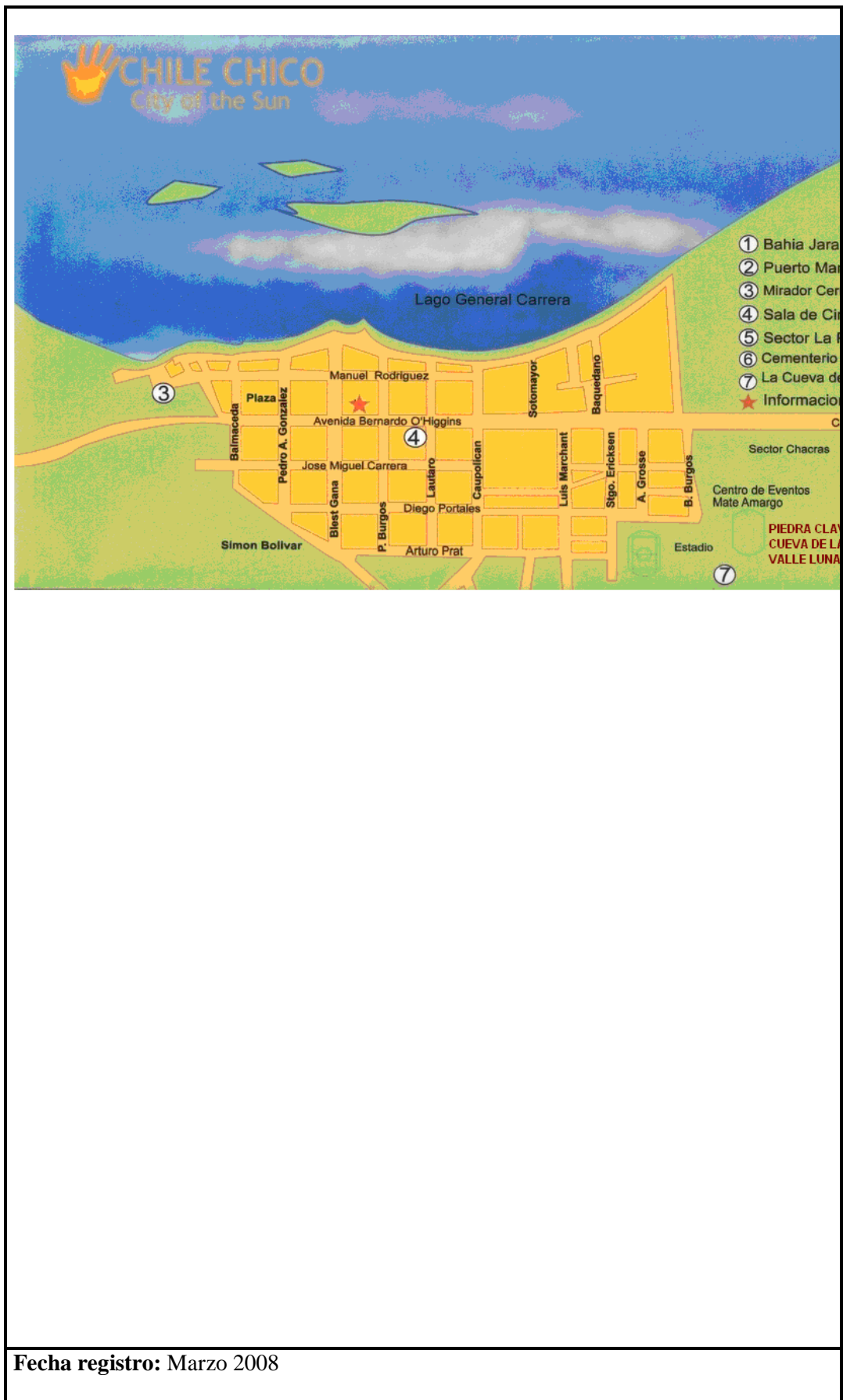


Fuente: elaboración propia

Ficha N° 5: Cueva de las Manos

FICHA N: 5					
1.- IDENTIFICACIÓN DEL ATRACTIVO					
1.1 Nombre: Cueva de la manos					
1.2 Categoría: Ruinas y lugares arqueológicos					
1.3 Tipo: pinturas rupestres				1.4 Subtipo:	
1.5 Tipo de propiedad:					
Privada:	<input type="checkbox"/>	Municipal:	<input type="checkbox"/>	Pública:	<input checked="" type="checkbox"/>
				Otra:	<input type="checkbox"/>
¿Cuál?: _____					
1.6 Propietario: Conaf					
Teléfono: 56-67 411325		Mail: jp_abello@yahoo.es		Fax:	
2.- UBICACIÓN Y ACCESIBILIDAD					
2.1 Provincia: General Carrera			2.1 Comuna: Chile Chico		
2.3 Localidad: Chile Chico					
2.4 Distancia: Se encuentra a 30 kilómetros hacia el sur del pueblo de Chile Chico. <u>Modo de acceso</u> Se accede por la ruta hacia la Reserva Nacional Lago Jeinimeni, a la salida este del pueblo.					
2.5 Condición del camino:		Pavimento:	<input type="checkbox"/>	Ripio:	<input checked="" type="checkbox"/>
				Tierra:	<input type="checkbox"/>
2.6 Medio de transporte:		Privado:	<input checked="" type="checkbox"/>	Público:	<input type="checkbox"/>
				Turístico:	<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones:					
3.- CALIFICACIÓN DEL RECURSO					
3.1 Jerarquía		Baja:	<input type="checkbox"/>	Media:	<input type="checkbox"/>
				Buena:	<input checked="" type="checkbox"/>
				Excelente:	<input type="checkbox"/>
3.2 Mercado Interno:		Local:	<input checked="" type="checkbox"/>	Regional:	<input checked="" type="checkbox"/>
				Reg. vecin.:	<input checked="" type="checkbox"/>
				Nacional:	<input checked="" type="checkbox"/>
3.3 Mercado Externo:		Limítrofe:	<input checked="" type="checkbox"/>	Regional:	<input type="checkbox"/>
				Internacional:	<input checked="" type="checkbox"/>
3.4 Situación de Uso:		Ocasional:	<input type="checkbox"/>	Espontáneo:	<input checked="" type="checkbox"/>
				Organiz.:	<input checked="" type="checkbox"/>
				Potencial:	<input type="checkbox"/>
3.5 Tipo de Demanda		Masiva:	<input type="checkbox"/>	Selectiva:	<input checked="" type="checkbox"/>
				Especializ.:	<input type="checkbox"/>
				Otra:	<input type="checkbox"/>
4.- CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA ACTUAL					
4.1 Estacionalidad: Todo el año.			4.2 N de visitantes / año: -----		
4.3 Procedencia: Local – regional - Internacional					
4.4 Capacidad Máxima:					
4.5 Segmento de Mercado:					
5.- ACTIVIDADES POSIBLES					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actuales: Sendero hacia esta cueva, alrededor de 4 horas caminando ▪ Futuras: Visitas organizadas y controladas, a este lugar. 					
6.- EQUIPAMIENTO TURÍSTICO COMPLEMENTARIO (a 30 km, encuentra todos estos servicios, en el pueblo de Chile Chico.)					
6.1 Infraestructura Básica:					
Agua Potable:	<input checked="" type="checkbox"/>	Electricidad:	<input checked="" type="checkbox"/>	Teléfono . fax:	<input checked="" type="checkbox"/>


▪ Salud	x	▪ Seguridad	x	▪ Comercio Básico	x
▪ Banco	x	▪ Combustible	x	▪ Correos	x
▪ Otro:		¿Cuál?:			
6.2 Servicio Turístico					
▪ Alojamiento	x	▪ Alimentación	x	▪ Recreación	x
▪ Transporte Local	x	▪ Información Turística	x	▪ Guía Turística	x
7.- OPERACIÓN ACTUAL:					
7.1 Época de Funcionamiento: Todo el año					
7.2 Gerente administrador: Jorge Abello					
7.3 Horario:					
7.4 n de empleador:					
8.- OTROS ANTECEDENTES Y OBSERVACIONES					
Aquí encontramos la mayor cantidad de pinturas rupestres de la región, hechas por los antiguos indígenas llamados Aonikenk o Tehuelches con impresiones de manos y animales como guanacos, se cree que el método que utilizaron fue el del soplete y estarcido con una data aproximada de unos 6.000 a 8.000 años de antigüedad.					
9.- FOTOGRAFIAS					
					
10.- PLANO					

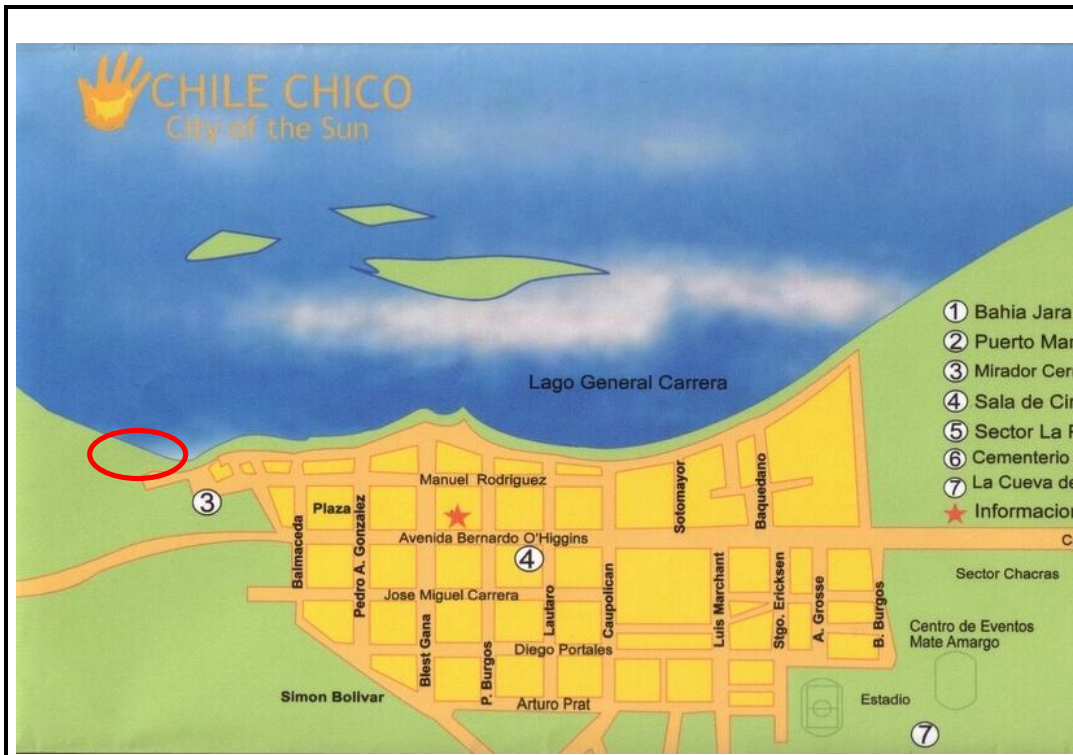


Fuente: elaboración propia

Ficha N° 6: Puerto Manolo

FICHA N: 6					
1.- IDENTIFICACIÓN DEL ATRACTIVO					
1.1 Nombre: Puerto Manolo					
1.2 Categoría: Sitios naturales					
1.3 Tipo: Costas				1.4 Subtipo: Playas	
1.5 Tipo de propiedad:					
Privada:	Municipal:	Pública:	x	Otra:	¿Cuál?: _____
1.6 Propietario: No tiene					
Teléfono:		Mail:		Fax:	
2.- UBICACIÓN Y ACCESIBILIDAD					
2.1 Provincia: General Carrera			2.1 Comuna: Chile Chico		
2.3 Localidad: Chile Chico					
2.4 Distancia:					
DISTANCIA A : Chile Chico a Puerto Manolo KMS : 1					
<u>Modo de acceso</u> Como se encuentra cerca de Chile Chico cualquier locomoción colectiva sirve para llegar la lugar: taxis					
2.5 Condición del camino:	Pavimento:	x	Ripio	Tierra	
2.6 Medio de transporte:	Privado	x	Público	Turístico:	x
Observaciones:					
3.- CALIFICACIÓN DEL RECURSO					
3.1 Jerarquía	Baja	Media	x	Buena	Excelente
3.2 Mercado Interno:	Local	Regional	x	Reg. vecin.	Nacional
3.3 Mercado Externo:	Limítrofe	Regional		Internacional	
3.4 Situación de Uso:	Ocasional	Espontáneo	x	Organiz.	Potencial:
3.5 Tipo de Demanda	Masiva	Selectiva	x	Especializ	Otra:
4.- CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA ACTUAL					
4.1 Estacionalidad: Todo el año.			4.2 N de visitantes / año: -----		
4.3 Procedencia: Local-regional-nacional					
4.4 Capacidad Máxima:					
4.5 Segmento de Mercado: Personas que disfrutan de una playa libre de contaminación con cualidades únicas porque posee aguas cristalinas y en entorno natural inigualable. Personas que desean disfrutar con actividades como la pesca la cual esta autorizada en el lugar					
5.- ACTIVIDADES POSIBLES					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actuales: admirar el paisaje natural, pasear y practicar la pesca ▪ Futuras: Realizar visitas con guías que entreguen información mas completa de la historia del lugar, y además acondicionar infraestructura para la realización de la pesca. 					
6.- EQUIPAMIENTO TURÍSTICO COMPLEMENTARIO					

6.1 Infraestructura Básica:					
▪ Agua Potable	x	▪ Electricidad	x	▪ Teléfono . fax	x
▪ Salud	X	▪ Seguridad	x	▪ Comercio Básico	x
▪ Banco	x	▪ Combustible	X	▪ Correos	x
▪ Otro:		¿Cuál?:			
6.2 Servicio Turístico					
▪ Alojamiento	x	▪ Alimentación	X	▪ Recreación	x
▪ Transporte Local	x	▪ Información Turística	X	▪ Guía Turística	
7.- OPERACIÓN ACTUAL:					
7.1 Época de Funcionamiento: Todo el año					
7.2 Gerente administrador:					
7.3 Horario: no existe horario					
7.4 n de empleador: no tiene					
8.- OTROS ANTECEDENTES Y OBSERVACIONES					
<p>Puerto Manolo: Bahía natural a un kilómetro del cerro de las banderas. Es un sitio ideal para acampar o pescar y sus playas, de blancas arenas, son excelentes para el baño.</p> <p>Puerto Manolo ubicado a un 1 Km. de Chile Chico, bordeando el Lago encontramos este precioso lugar, ideal para el balneario y para la actividad de pesca, posee aguas puras y cristalinas y un hermoso entorno Natural.</p>					
9.- FOTOGRAFIAS					
					
10.- PLANO					



Fecha registro: abril 2008

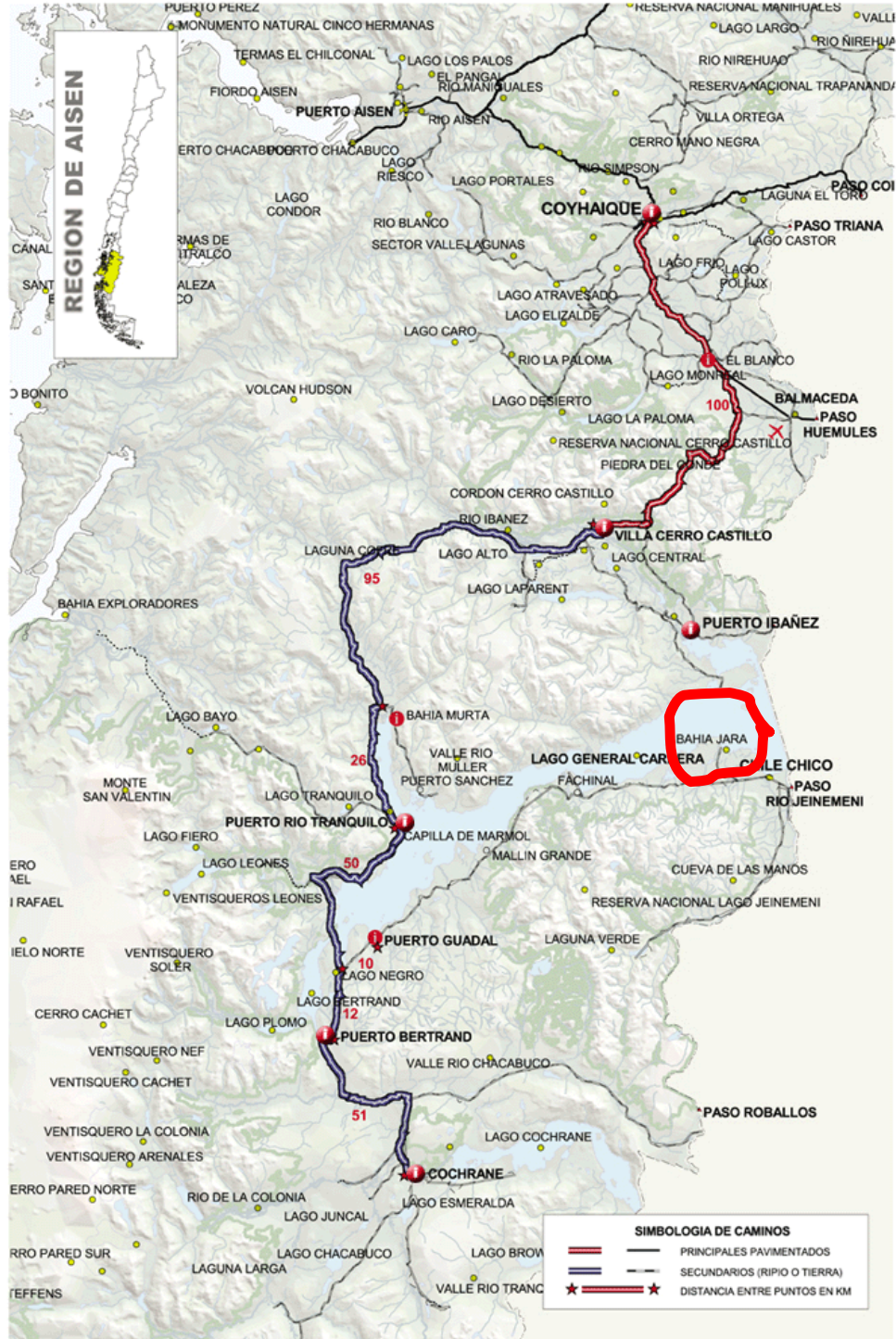
Fuente: elaboración propia

Ficha N° 7: Bahía Jara

FICHA N°: 7					
1.- IDENTIFICACIÓN DEL ATRACTIVO					
1.1 Nombre: Bahía Jara					
1.2 Categoría: Sitios Naturales					
1.3 Tipo: Costas			1.4 Subtipo: Bahías y Caletas		
1.5 Tipo de propiedad:					
Privada:	Municipal:	Pública:	X	Otra:	¿Cuál?: _____
1.6 Propietario: El Estado.			1.7 Administrado por: Corporación Nacional Forestal		
Teléfono: (56) 67-411325		Mail:		Fax: 67-411325	
2.- UBICACIÓN Y ACCESIBILIDAD					
2.1 Provincia: General Carrera			2.1 Comuna: Chile Chico		
2.3 Localidad: Al Oeste de Chile Chico					
2.4 Distancia:					
: Santiago – Chile Chico KMS: 1.777 km.					
TIEMPO: hrs.					
: Chile Chico – Bahía Jara KMS :16 Km. al Oeste de la Comuna					
TIEMPO: hrs					
<u>Modo de acceso</u>					
Desvío de ruta CH-265 a Bahía Jara, frente a la Península de Levicán.					
2.5 Condición del camino:		Pavimento:	x	Ripio	
2.6 Medio de transporte:		Privado	x	Público	x
				Tierra	x
				Turístico	
Observaciones:					
3.- CALIFICACIÓN DEL RECURSO					
3.1 Jerarquía		0		1	x
				2	
				3	
3.2 Mercado Interno:		Local	x	Regional	
				Reg. vecin.	
				Nacional	
3.3 Mercado Externo:		Limítrofe		Regional	x
				Internacional	
3.4 Situación de Uso:		Ocasional		Espontáneo	x
				Organiz.	
				Potencial	
3.5 Tipo de Demanda		Masiva	x	Selectiva	
				Especializ.	
				Otra:	
4.- CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA ACTUAL					
4.1 Estacionalidad: Todo el año.			4.2 N de visitantes / año: -----		
4.3 Procedencia: local - regional					
4.4 Capacidad Máxima:					
4.5 Segmento de Mercado: Personas que busquen un lugar apto para el baño, en contacto con la naturaleza y propicio para los deportes náuticos.					
5.- ACTIVIDADES POSIBLES					
Actuales: Deportes náuticos, baños de lago y baños de sol.					
Futuras:					
6.- EQUIPAMIENTO TURÍSTICO COMPLEMENTARIO					
6.1 Infraestructura Básica:					
Agua Potable		x	Electricidad		Teléfono. fax
Salud			Seguridad		Comercio Básico
Banco			Combustible		Correos
Otro:		x	¿Cuál?: Baños, camping, bancas, quinchos y un portal con una garita.		

6.2 Servicio Turístico			
▪ Alojamiento		▪ Alimentación	▪ Recreación
▪ Transporte Local	x	▪ Información Turística	▪ Guía Turística
			x
7.- OPERACIÓN ACTUAL:			
7.1 Época de Funcionamiento: Todo el año			
7.2 Gerente administrador:			
7.3 Horario:			
7.4 N° de empleador:			
8.- OTROS ANTECEDENTES Y OBSERVACIONES			
Bahía Jara es una hermosa playa lacustre. Probablemente sea el lugar de la comuna más apto para el baño y la práctica de deportes náuticos por su ubicación protegida del viento. Para llegar a Bahía Jara deben cruzarse numerosas chacras y parcelas. Es una playa de arena fina y clara, extraña para la comúnmente rocosa ribera del Lago General Carrera. Esto, sumado al escaso viento del lugar, convierte al balneario en un lugar ideal para acampar y visitarlo en familia. Así ha ocurrido históricamente, desde mucho antes que existiera camino hasta el lugar era visitado en barco por los pobladores de Chile Chico			
9.- FOTOGRAFIAS			
			

10.- PLANO



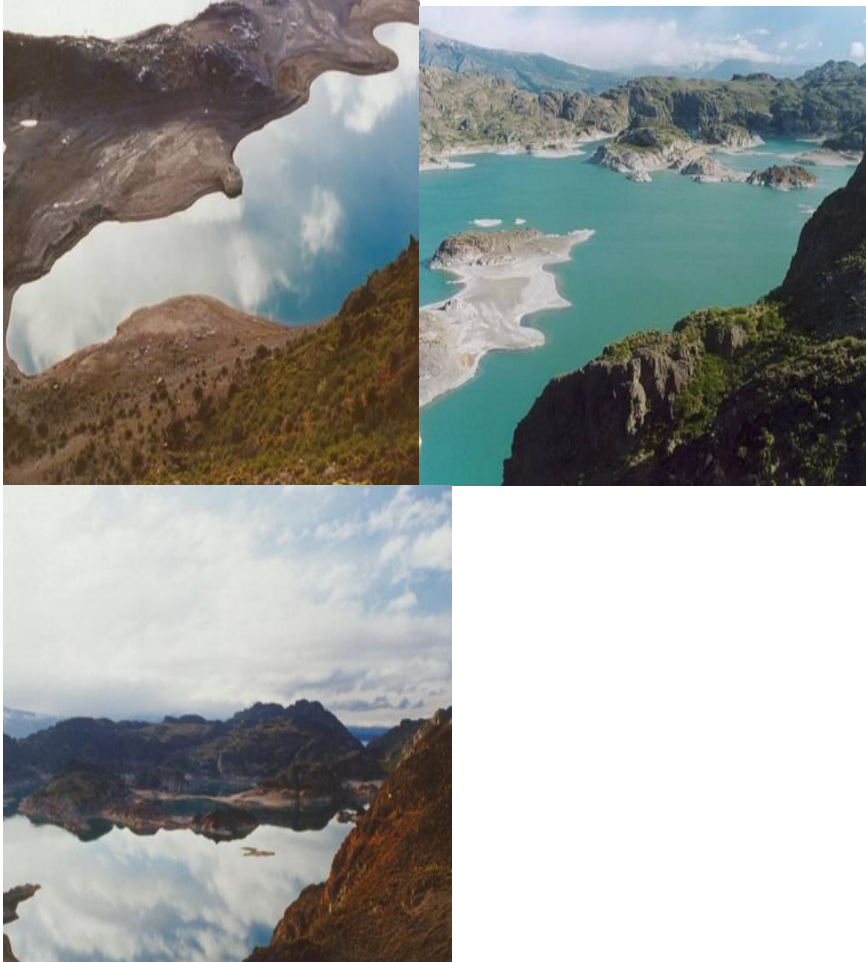
LOS LÍMITES INTERNACIONALES NO SON OFICIALES Y NO COMPROMETEN, EN MODO ALGUNO, AL ESTADO DE CHILE

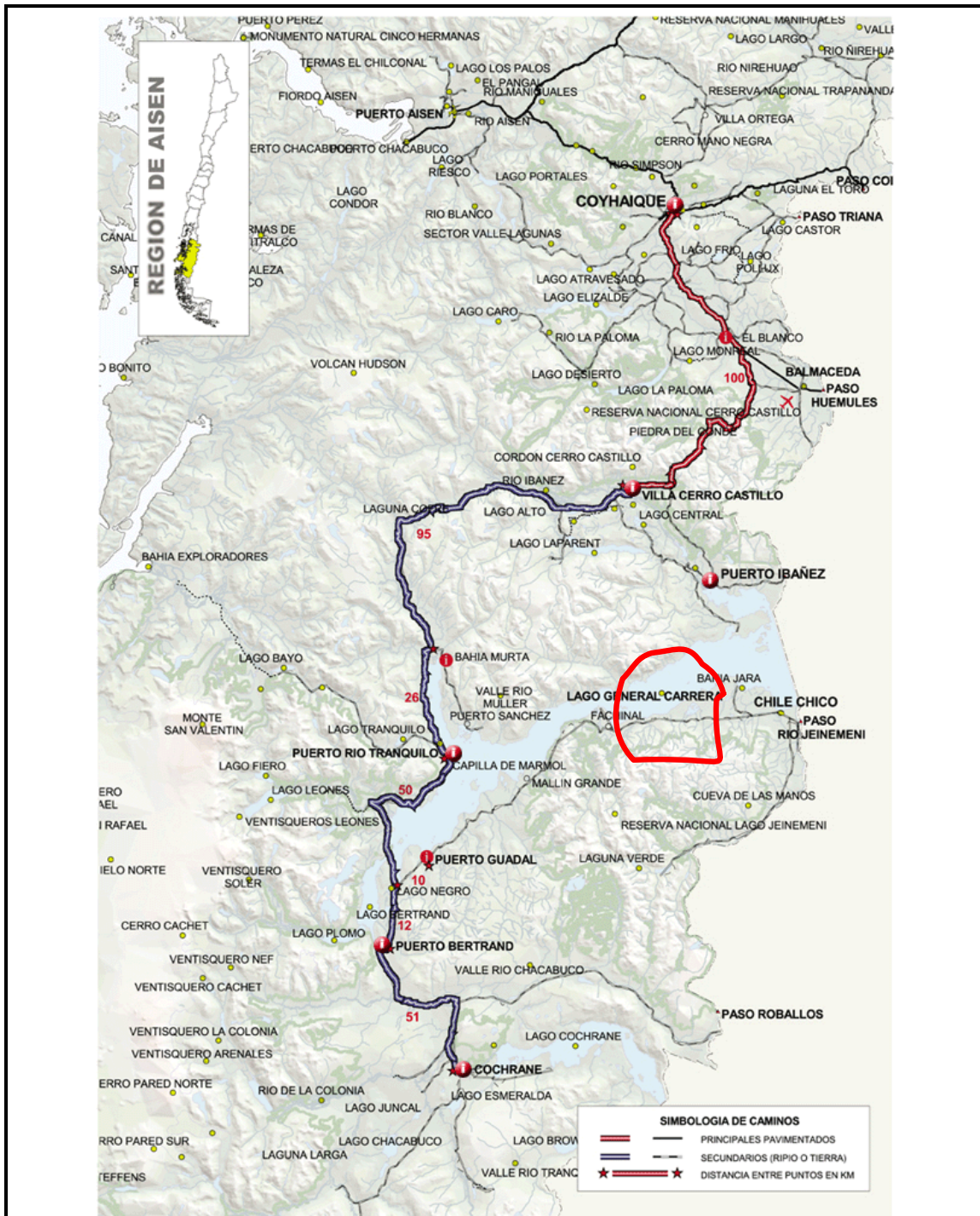
Fecha registro: Abril de 2008

Fuente: elaboración propia

Ficha N° 8: Laguna Verde

FICHA N°: 8					
1.- IDENTIFICACIÓN DEL ATRACTIVO					
1.1 Nombre: Laguna Verde					
1.2 Categoría: Sitios Naturales					
1.3 Tipo: Lagos, Lagunas, Humedales			1.4 Subtipo: Lagos, Lagunas, Humedales		
1.5 Tipo de propiedad:					
Privada:	Municipal:	Pública:	X	Otra:	¿Cuál?: _____
1.6 Propietario: El Estado.			1.7 Administrado por: Corporación Nacional Forestal		
Teléfono: (56) 67-411325		Mail: jp_abello@yahoo.es		Fax: 67-411325	
2.- UBICACIÓN Y ACCESIBILIDAD					
2.1 Provincia: General Carrera			2.1 Comuna: Chile Chico		
2.3 Localidad: Al Oeste de Chile Chico					
2.4 Distancia:					
: Santiago – Chile Chico KMS: 1.777 km.					
TIEMPO: hrs.					
: Chile Chico – Laguna Verde KMS : 25 Km. al Oeste de la Comuna					
TIEMPO: hrs					
Modo de acceso					
Ruta CH-265, por el camino que bordea el Lago General Carrera.					
2.5 Condición del camino:		Pavimento:	x	Ripio	
2.6 Medio de transporte:		Privado	x	Público	x
				Tierra	x
				Turístico	x
				:	
Observaciones:					
3.- CALIFICACIÓN DEL RECURSO					
3.1 Jerarquía		0	x	1	
3.2 Mercado Interno:		Local		Regional	
				Reg. vecin.	x
				Nacional	
3.3 Mercado Externo:		Limítrofe		Regional	
				Internacional	x
3.4 Situación de Uso:		Ocasional	x	Espontáneo	
				Organiz.	
				Potencial	
3.5 Tipo de Demanda		Masiva		Selectiva	x
				Especializada	
				Otra:	
4.- CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA ACTUAL					
4.1 Estacionalidad: Todo el año.			4.2 N de visitantes / año: -----		
4.3 Procedencia: local - regional - internacional					
4.4 Capacidad Máxima:					
4.5 Segmento de Mercado: Personas amantes de la naturaleza, que gusten del ecoturismo y aguas medicinales.					
5.- ACTIVIDADES POSIBLES					
Actuales: Excursiones, observación de la flora					
Futuras:					
6.- EQUIPAMIENTO TURÍSTICO COMPLEMENTARIO					
6.1 Infraestructura Básica:					
Agua Potable		Electricidad		Teléfono. fax	
Salud		Seguridad		Comercio Básico	
Banco		Combustible		Correos	
Otro:		¿Cuál?:			

6.2 Servicio Turístico					
▪ Alojamiento		▪ Alimentación		▪ Recreación	
▪ Transporte Local	x	▪ Información Turística		▪ Guía Turística	
7.- OPERACIÓN ACTUAL:					
7.1 Época de Funcionamiento: Todo el año					
7.2 Gerente administrador: Jorge Abello					
7.3 Horario:					
7.4 N° de empleador:					
8.- OTROS ANTECEDENTES Y OBSERVACIONES					
<p>Diversos factores hacen de éste un lugar de belleza sugestiva y extraña. La escasez de vida vegetal y animal, se suma a la inusual topografía, propia de un cráter, y a lo altamente salobre de sus aguas y color turquesa. La laguna está salpicada de pequeñas islas rocosas y a sus aguas se le atribuyen propiedades medicinales.</p> <p>Este lugar fue testigo además del enfrentamiento entre pobladores y los Carabineros del Ejército durante la Guerra de Chile Chico, en 1918.</p>					
9.- FOTOGRAFIAS					
					
10.- PLANO					



Fecha registro: Abril de 2008

Fuente: elaboración propia

Ficha N° 9: Valle Lunar

FICHA N°: 9					
1.- IDENTIFICACIÓN DEL ATRACTIVO					
1.1 Nombre: Valle Lunar					
1.2 Categoría: Sitios Naturales					
1.3 Tipo: Lugares de interés geológico y paleontológico			1.4 Subtipo: Lugares de interés geológico		
1.5 Tipo de propiedad:					
Privada:	Municipal:	Pública:	X	Otra:	¿Cuál?: _____
1.6 Propietario: El Estado		1.7 Administrado por:			
Teléfono:		Mail:		Fax:	
2.- UBICACIÓN Y ACCESIBILIDAD					
2.1 Provincia: General Carrera			2.1 Comuna: Chile Chico		
2.3 Localidad: Al Sur de Chile Chico					
2.4 Distancia:					
: Santiago – Chile Chico KMS: 1.777 km. TIEMPO: hrs.					
: Chile Chico – Valle Lunar KMS: 25 Km. al Sur de la Comuna TIEMPO: hrs					
<u>Modo de acceso</u> Aproximadamente a veinticinco kilómetros por el camino que lleva a la Reserva Nacional Lago Jeinimeni. Desde el cruce del camino con el Río Pedregoso, se debe subir unos quinientos metros (senda algo desorientadora para quien no conoce perfectamente el lugar).					
2.5 Condición del camino:		Pavimento:	x	Ripio	x
2.6 Medio de transporte:		Privado	x	Público	
				Tierra	
				Turístico	x
				:	
<u>Observaciones:</u>					
3.- CALIFICACIÓN DEL RECURSO					
3.1 Jerarquía		0		1	x
				2	
				3	
3.2 Mercado Interno:		Local	x	Regional	x
				Reg. vecin.	x
				Nacional	x
3.3 Mercado Externo:		Limítrofe	x	Regional	
				Internacional	x
3.4 Situación de Uso:		Ocasional	x	Espontáneo	
				Organiz.	
				Potencial	
3.5 Tipo de Demanda		Masiva		Selectiva	
				Especializ.	x
				Otra:	
4.- CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA ACTUAL					
4.1 Estacionalidad: Todo el año.			4.2 N de visitantes / año: -----		
4.3 Procedencia:					
4.4 Capacidad Máxima:					
4.5 Segmento de Mercado: Personas que busquen un lugar con característica geológicas únicas y una vista panorámica de los cordones montañosos.					
5.- ACTIVIDADES POSIBLES					
Actuales: Observación, fotografías, excursión					
Futuras:					
6.- EQUIPAMIENTO TURÍSTICO COMPLEMENTARIO					
6.1 Infraestructura Básica:					
Agua Potable		Electricidad		Teléfono. fax	
Salud		Seguridad		Comercio Básico	
Banco		Combustible		Correos	
Otro:		¿Cuál?:			

6.2 Servicio Turístico					
▪ Alojamiento		▪ Alimentación		▪ Recreación	
▪ Transporte Local		▪ Información Turística		▪ Guía Turística	

7.- OPERACIÓN ACTUAL:

7.1 Época de Funcionamiento: Todo el año

7.2 Gerente administrador:

7.3 Horario:

7.4 N° de empleador:

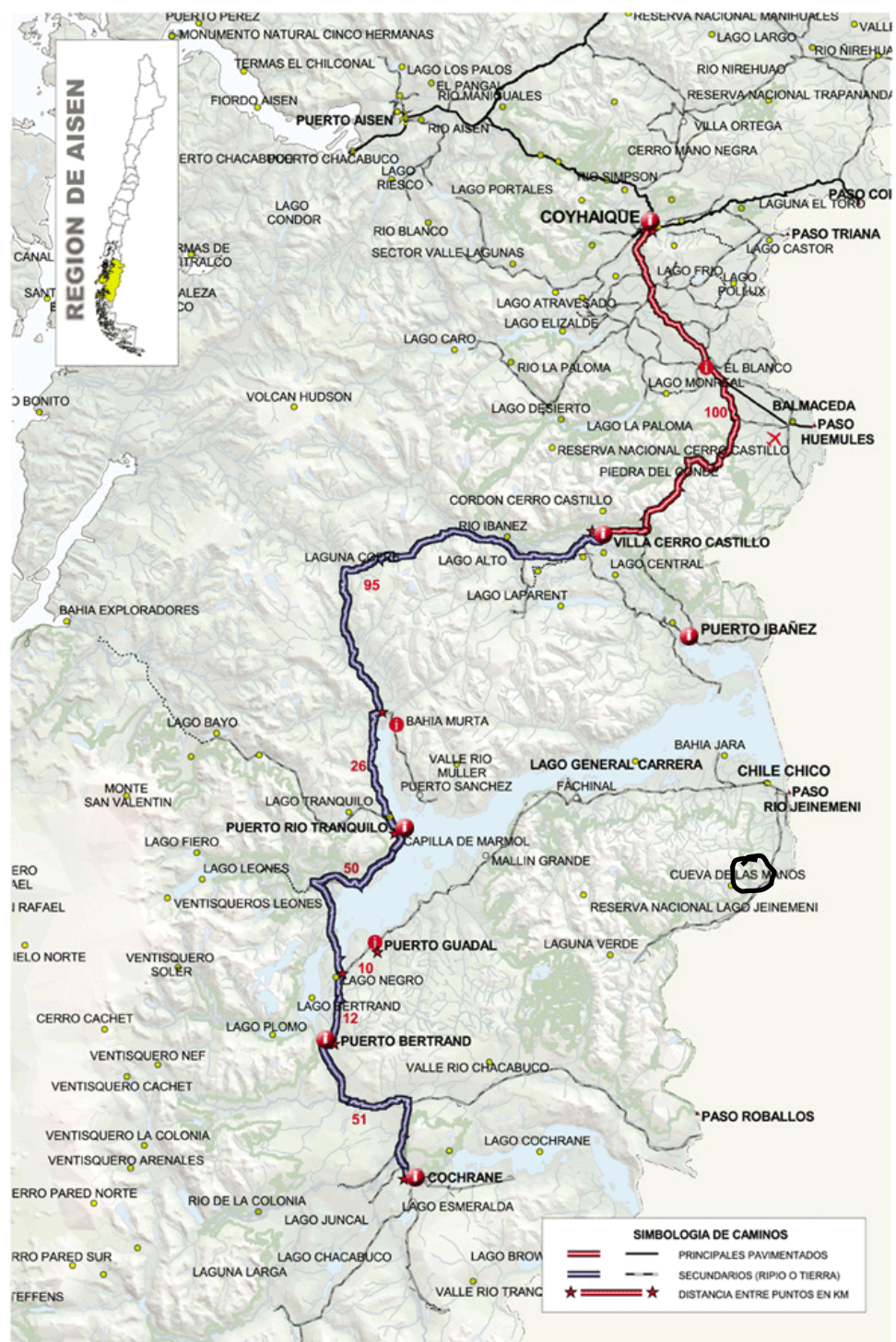
8.- OTROS ANTECEDENTES Y OBSERVACIONES

El Valle Lunar es una formación rocosa que asemeja un valle lunar. Una vez arriba, aproximadamente a 1500 metros sobre el nivel del mar, puede realizarse una impresionante observación panorámica de un cordón montañoso, la quebrada del Río Pedregoso, el Río Jenimeni y al fondo el gran Lago General Carrera. Es una increíble manifestación de la naturaleza que nos invita a contemplar su creación y a fotografiar para llevar esta aventura inolvidable en nuestros corazones.

9.- FOTOGRAFIAS



10.- PLANO




LOS LIMITES INTERNACIONALES NO SON OFICIALES Y NO COMPROMETEN, EN MODO ALGUNO, AL ESTADO DE CHILE

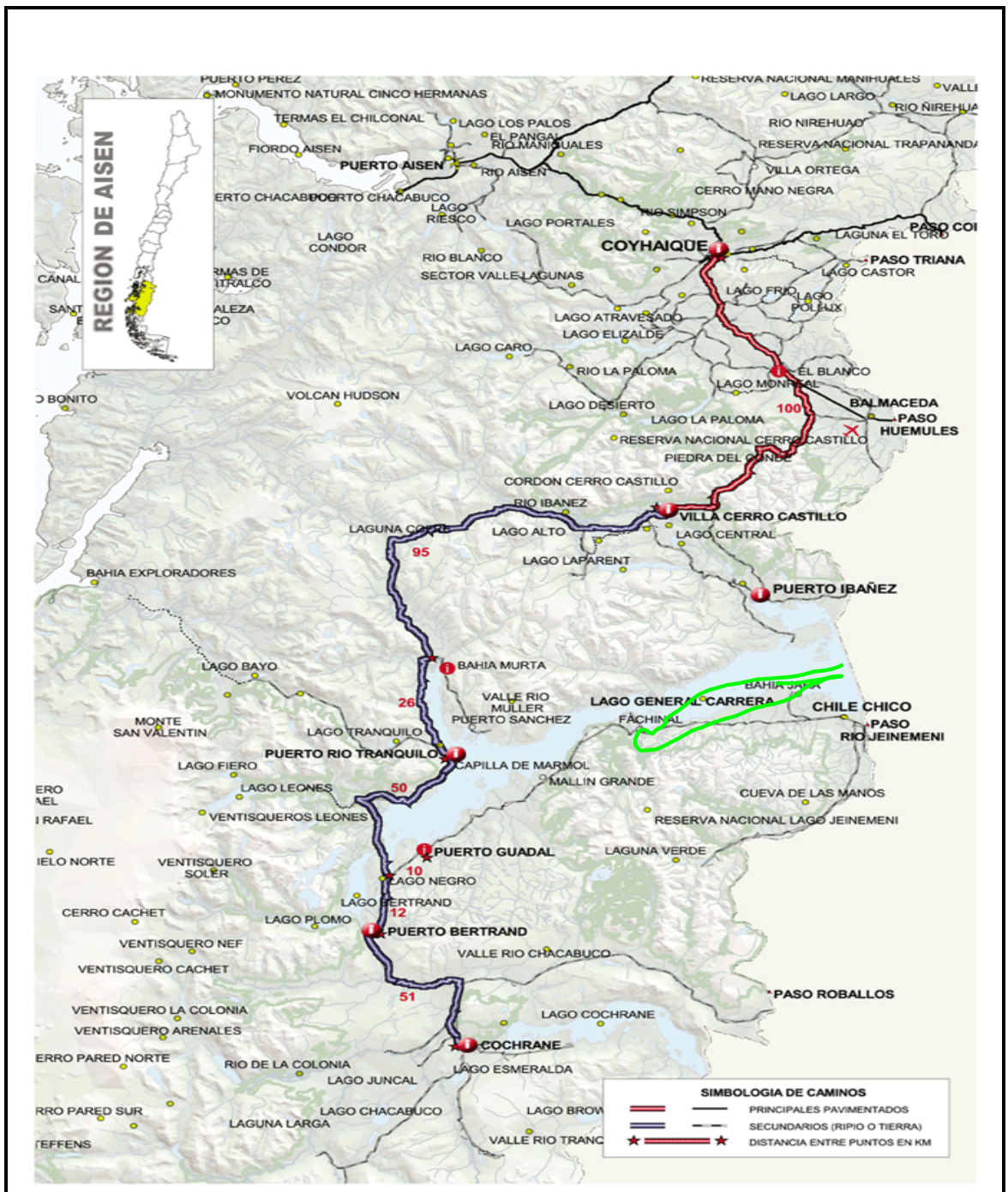
Fecha registro: Abril de 2008

Fuente: elaboración propia

Ficha N° 10: El Paso las Llaves

FICHA N: 10					
1.- IDENTIFICACIÓN DEL ATRACTIVO					
1.1 Nombre: Paso las llaves					
1.2 Categoría: Sitios naturales					
1.3 Tipo: Costas				1.4 Subtipo: Playas	
1.5 Tipo de propiedad:					
Privada	Municipal:	Pública:	x	Otra:	¿Cuál?: _____
1.6 Propietario: No tiene					
Teléfono:		Mail:		Fax:	
2.- UBICACIÓN Y ACCESIBILIDAD					
2.1 Provincia: General Carrera			2.1 Comuna: Chile Chico		
2.3 Localidad: Chile Chico					
2.4 Distancia: Modo de acceso					
2.5 Condición del camino:		Pavimento:	x	Ripio	Tierra
2.6 Medio de transporte:		Privado	x	Público	Turístico
					x
Observaciones:					
3.- CALIFICACIÓN DEL RECURSO					
3.1 Jerarquía		Baja	Media	x	Buena
					Excelente
3.2 Mercado Interno:		Loc	Regional	x	Reg. vecin.
		al			Nacional
3.3 Mercado Externo:		Limítrofe	Regional		Internacional
3.4 Situación de Uso:		Ocasional	Espontán	x	Organiz.
					Potencial
3.5 Tipo de Demanda		Masiva	Selectiva	x	Especiali
				z	Otra:
4.- CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA ACTUAL					
4.1 Estacionalidad: Todo el año.			4.2 N de visitantes / año: -----		
4.3 Procedencia: Local-regional-nacional					
4.4 Capacidad Máxima:					
4.5 Segmento de Mercado: Personas que disfrutan de recorrer los únicos y maravillosos paisajes como por ejemplo montañas y el Campo de Hielo Norte. Conocer la fauna del lugar y además apreciar el vuelos de aves como el cóndor y águilas					
5.- ACTIVIDADES POSIBLES					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actuales: trekking, apreciación del paisaje. Flora y fauna ▪ Futuras: Realizar visitas con guías que entreguen información mas completa del lugar, datos de flora y fauna, y además de excursiones, cabalgatas. 					
6.- EQUIPAMIENTO TURÍSTICO COMPLEMENTARIO					
6.1 Infraestructura Básica:					
Agua Potable	x	Electricidad	x	Teléfono . fax	x
Salud	X	Seguridad	x	Comercio Básico	x
Banco	x	Combustible	X	Correos	x
Otro:		¿Cuál?:			
6.2 Servicio Turístico					
Alojamiento	x	Alimentación	X	Recreación	x
Transporte Local	x	Información Turística	X	Guía Turística	
7.- OPERACIÓN ACTUAL:					
7.1 Época de Funcionamiento: Todo el año					
7.2 Gerente administrador:					

7.3 Horario: no existe horario
7.4 n de empleador: no tiene
8.- OTROS ANTECEDENTES Y OBSERVACIONES
<p>El Paso Las Llaves es un hermoso camino de altura o montaña que permite maravillosas vistas del lago, las montañas e incluso el Campo de Hielo Norte, también es posible avistar Cóndores y Águilas, aquí encontramos una maravilla arqueológica, son Guanacas de Cuello Largo que datan de unos 10.000 mil años atrás.</p> <p>El paso de las llaves fue por décadas la frontera natural de comunicación terrestre hacia el interior de la rívera sur del lago Chelenco. desde la colonización sólo se podía acceder en complicadas expediciones por las montañas durante el verano y ,posteriormente, en la década del setenta con la ayuda de los militares se abrió una huella a media montaña que era posible cruzar con caballos en travesías de varios días, llevando interminables filas de las tropas de ganado en donde se perdían animales. Esta huella se ocupó muy poco o sólo en casos se emergencia pues unos años más tarde comenzó a operar una barcaza la que se encuentra activa hasta nuestros días. Sólo a principios de la década del noventa se construyó el camino para vehículos que opera actualmente.</p>
9.- FOTOGRAFIAS

10.- PLANO



Fecha registro: abril 2008

Fuente: elaboración propia

Ficha N° 11: Río Baker

FICHA N: 11

1.- IDENTIFICACIÓN DEL ATRACTIVO								
1.1 Nombre: Río Baker								
1.2 Categoría: Sitios naturales								
1.3 Tipo: Ríos y Esteros					1.4 Subtipo:			
1.5 Tipo de propiedad:								
<input type="checkbox"/> Privada	<input type="checkbox"/> Municipal:	<input type="checkbox"/> Pública:	x	<input type="checkbox"/> Otra:	¿Cuál?: _____			
1.6 Propietario: No tiene								
Teléfono:			<input type="checkbox"/> Mail:			<input type="checkbox"/> Fax:		
2.- UBICACIÓN Y ACCESIBILIDAD								
2.1 Provincia: General Carrera				2.1 Comuna: Chile Chico				
2.3 Localidad:								
2.4 Distancia:								
Modo de acceso								
Santiago-Coyhaique: vía terrestre y aérea.								
Coyhaique-Teniente Vidal, Balmaceda, Chile Chico y Cochran: vía aérea a aeropuerto y aeródromos.								
Cochrane-Tortel: vía aérea.								
Coyhaique-Puerto Ibáñez Murta, Puerto Tranquilo, Puerto Bertrand y Cochran: vía terrestre por camino de ripio y asfalto. Cochran-Tortel: vía terrestre. Coyhaique-Chile Chico: vía terrestre por Argentina								
2.5 Condición del camino:		<input type="checkbox"/> Pavimento:	x	<input type="checkbox"/> Ripio	x	<input type="checkbox"/> Tierra		
2.6 Medio de transporte:		<input type="checkbox"/> Privado	x	<input type="checkbox"/> Público	x	<input type="checkbox"/> Turístico:	x	
<u>Observaciones:</u>								
3.- CALIFICACIÓN DEL RECURSO								
3.1 Jerarquía		<input type="checkbox"/> Baja	<input type="checkbox"/> Media	x	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Excelente		
3.2 Mercado Interno:		<input type="checkbox"/> Local	<input type="checkbox"/> Regional	x	<input type="checkbox"/> Reg. vecin.	<input type="checkbox"/> Nacional		
3.3 Mercado Externo:		<input type="checkbox"/> Limítrofe	<input type="checkbox"/> Regional		<input type="checkbox"/> Internacional			
3.4 Situación de Uso:		<input type="checkbox"/> Ocasional	<input type="checkbox"/> Espontán	x	<input type="checkbox"/> Organiz.	<input type="checkbox"/> Potencial		
3.5 Tipo de Demanda		<input type="checkbox"/> Masiva	<input type="checkbox"/> Selectiva	x	<input type="checkbox"/> Especializ	<input type="checkbox"/> Otra:		
4.- CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA ACTUAL								
4.1 Estacionalidad: Todo el año.				4.2 N de visitantes / año: -----				
4.3 Procedencia: Local-regional-nacional								
4.4 Capacidad Máxima:								
4.5 Segmento de Mercado: personas que disfruta con el ecoturismo y la naturaleza								
5.- ACTIVIDADES POSIBLES								
<input type="checkbox"/> Actuales: Hiking, montañismo, alta montaña, cabalgata, paseos en bicicleta, pesca con mosca, remo, navegación, picnic, contemplación de la flora y fauna, fotografía.								
<input type="checkbox"/> Futuras:								
6.- EQUIPAMIENTO TURÍSTICO COMPLEMENTARIO								
6.1 Infraestructura Básica:								
<input type="checkbox"/> Agua Potable		x	<input type="checkbox"/> Electricidad		x	<input type="checkbox"/> Teléfono . fax		x
<input type="checkbox"/> Salud		X	<input type="checkbox"/> Seguridad		x	<input type="checkbox"/> Comercio Básico		x
<input type="checkbox"/> Banco		x	<input type="checkbox"/> Combustible		X	<input type="checkbox"/> Correos		x
<input type="checkbox"/> Otro:		¿Cuál?:						
6.2 Servicio Turístico								
<input type="checkbox"/> Alojamiento		x	<input type="checkbox"/> Alimentación		X	<input type="checkbox"/> Recreación		x
<input type="checkbox"/> Transporte Local		x	<input type="checkbox"/> Información Turística		X	<input type="checkbox"/> Guía Turística		x
7.- OPERACIÓN ACTUAL:								
7.1 Época de Funcionamiento: Todo el año								

7.2 Gerente administrador:

7.3 Horario: no existe horario

7.4 n de empleador: no tiene

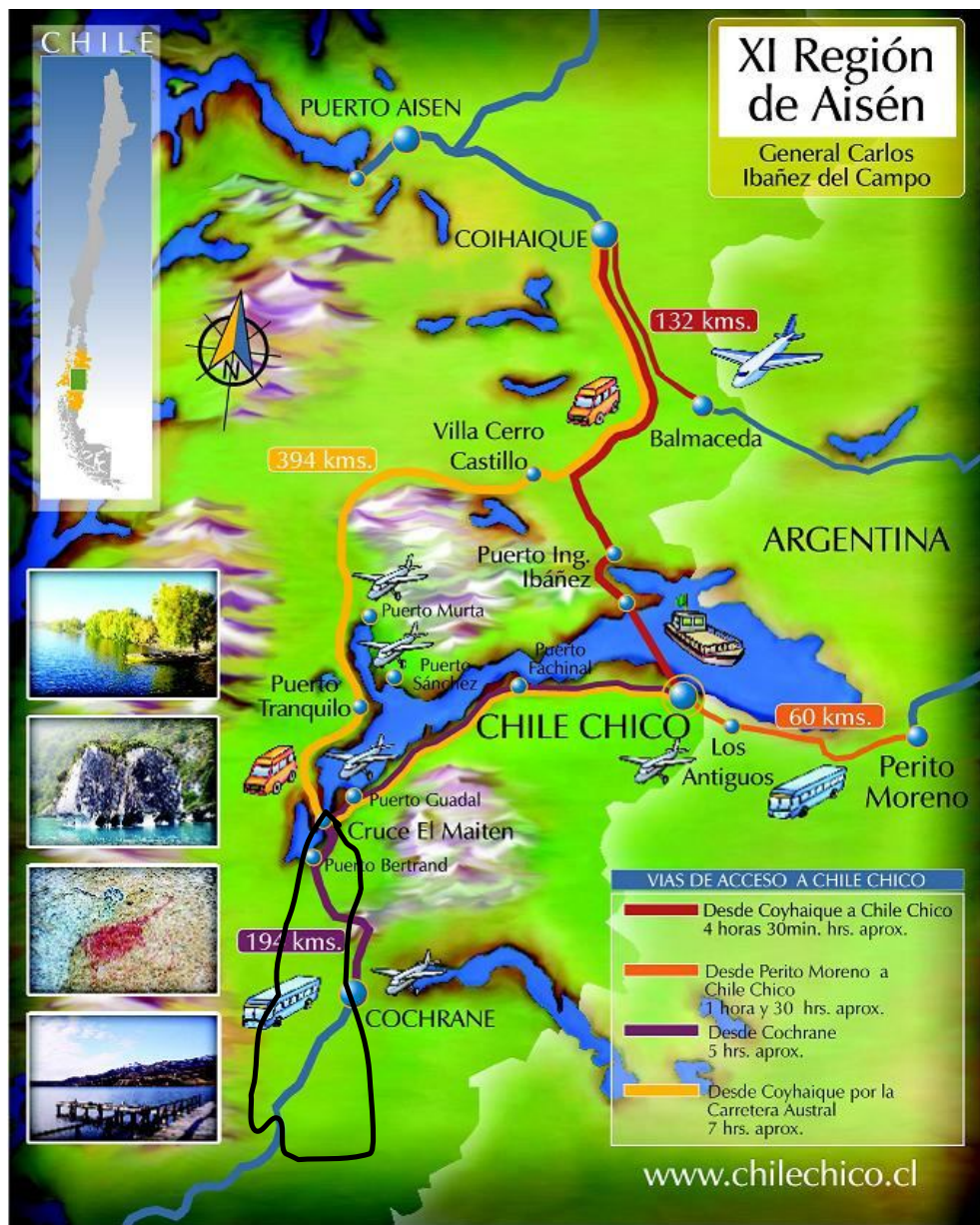
8.- OTROS ANTECEDENTES Y OBSERVACIONES

A sus atractivos ventisqueros, se le suma una pintoresca vegetación y una asombrosa fauna austral. Pese a ello las condiciones naturales del paisaje permiten la realización del ecoturismo en la armonía de áreas resguardadas por reservas nacionales, tales como Cerro Castillo, Lago Jeinimeni y Tamango.

9.- FOTOGRAFIAS



10.- PLANO



Fecha registro: abril 2008

Fuente: elaboración propia

ANEXO 2 Variación del IPC²⁶

Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
2004	-0,2	0,0	0,4	0,4	0,5	0,4	0,2	0,4	0,1	0,3	0,3	-0,4
2005	-0,3	-0,1	0,6	0,9	0,3	0,4	0,6	0,3	1,0	0,5	-0,2	-0,3
2006	0,1	-0,1	0,6	0,6	0,2	0,6	0,5	0,3	0,0	-0,3	-0,2	0,1
2007	0,3	-0,2	0,4	0,6	0,6	0,9	1,1	1,1	1,1	0,3	0,8	0,5
2008	0,0	0,4	0,8	0,4	1,2	1,5	1,1	0,9	1,1	0,9	-0,1	-1,2

														Promedio anual
2004	-0,2	0	0,4	0,4	0,5	0,4	0,2	0,4	0,1	0,3	0,3	-0,4	2,4	0,2
2005	-0,3	-0,1	0,6	0,9	0,3	0,4	0,6	0,3	1	0,5	-0,2	-0,3	3,7	0,308333333
2006	0,1	-0,1	0,6	0,6	0,2	0,6	0,5	0,3	0	-0,3	-0,2	0,1	2,4	0,2
2007	0,3	-0,2	0,4	0,6	0,6	0,9	1,1	1,1	1,1	0,3	0,8	0,5	7,5	0,625
2008	0	0,4	0,8	0,4	1,2	1,5	1,1	0,9	1,1	0,9	-0,1	-1,2	7	0,583333333
														0,4
													IPC	0,004

Fuente: elaboración propia

Promedio anual: $0,004 = 0,4\%$

Promedio mensual: $(1+0,4\%)^{12} = (1+im)^{12} =$

$$\sqrt[12]{1 + 0,004} - 1$$

$= 0,00033$

$0,033\%$

Ejemplo:

Mes 1: \$760.000

Mes 12: \$762.763

Mes 1: \$1.290.000

Mes 36: \$1.304.983

Mes 1: \$20.000

Mes 12: \$20.072

²⁶ Fuente: http://si2.bcentral.cl/Basededatoseconomicos/951_455.asp?f=M&s=IPCG-Vr%25M-m

