

UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL



“Desarrollo Económico Local, en base al Turismo de Intereses Especiales:
Aplicación a sector Bahía de Pichidangui – Valle de Quilimarí, IV región.”

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN
CIENCIAS EN LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y AL
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

Profesor Guía: SRTA. LESLIE CECILIA BRIDSHAW ARAYA

Alumno: SR. FRANCISCO REINOSO BRANTT

VIÑA DEL MAR, 2012

DEDICATORIA

Quisiera dedicar este trabajo a mi familia, especialmente a mi madre y mis queridos abuelos, pilares fundamentales en mi vida, para ustedes con mucho cariño.

También a Ricardo Lyon Cid, compañero de universidad que ya no está con nosotros, para ti amigo.

AGRADECIMIENTOS

Mis agradecimientos al cuerpo docente de la Escuela de Ingeniería comercial, por la dedicación puesta en mi formación profesional, en especial a Leslie Bridshaw Araya, mi profesora guía en esta memoria.

Agradezco a mi madre Gloria Brantt por estar siempre a mi lado de forma incondicional, al igual que Arsenio Pezoa y Rosa Guerrero que nunca han dejado de hacer sentir su cariño y apoyo hacia mí, sin ustedes nada de esto sería posible.

Finalmente, agradezco al resto de mi familia, tíos, primos, a mis hermanos y amigos, de sangre y de la vida, también a mis compañeros de universidad, gracias a todos por su apoyo, amistad y cariño.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN GENERAL	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	3
1.1. El turismo	3
1.2. Antecedentes sobre la historia y la actualidad del turismo	4
1.3. Componentes del sistema turístico	6
1.3.1. Oferta turística	6
1.3.2. Demanda turística.....	7
1.4. Turismo de Intereses Especiales (TIE)	9
1.5. Desarrollo Económico Local (DEL).....	9
1.5.1. El Desarrollo Económico Local como sistema.....	11
1.5.1.1. Las dimensiones del Desarrollo Económico Local	11
1.5.1.2. Los agentes territoriales que participan en el Desarrollo Económico Local.....	13
1.5.2. La planificación estratégica empresarial como herramienta para el Desarrollo Económico Local	15
1.5.2.1. La estrategia empresarial	15

1.5.2.2 La planificación estratégica en el Desarrollo Económico Local	16
1.6. Bahía de Pichidangui y Valle de Quilimarí	17
CAPÍTULO II: MARCO DE PRUEBA	20
2.1. Diagnóstico Turístico	20
2.1.1. Oferta Turística	23
2.1.2. Demanda Turística	33
2.2. Análisis estado DEL	35
2.2.1. Estado de las dimensiones del Desarrollo Económico Local.....	35
2.2.1.1. Dimensión territorial	35
2.2.1.2. Dimensión económica	36
2.2.1.3. Dimensión sociocultural.....	36
2.2.1.4. Dimensión ambiental	36
2.2.2. Estado de los agentes territoriales que participan del Desarrollo Económico Local	38
2.2.2.1. La sociedad civil	38
2.2.2.1. El tejido empresarial	39
2.2.2.2. El municipio	41
2.2.2.3. Las autoridades políticas	43
2.2.2.4. Las organizaciones públicas y privadas	44

2.2.2.5. El agente de desarrollo local (ADL).....	44
2.2.2.6. El capital social.....	45
2.3. Estudio etnográfico	46
2.3.1. Entrevistas.....	46
2.3.2. Encuestas.....	48
CAPÍTULO III: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA TERRITORIAL	52
3.1. Identificación de los Agentes Locales y Análisis de Intereses	53
3.2. Formación del Grupo de Gestión Local	55
3.3. Diagnostico territorial	55
3.4. La Construcción de la Visión Económica Territorial.....	57
3.5. Estrategias, Objetivos Estratégicos y Políticas	58
3.6. El Plan Operativo.....	61
3.7. La Dirección y Gestión Estratégica	66
IV. CONCLUSIONES GENERALES	68
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	71
ANEXOS	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Localidades existentes en el sector de la cuenca del río Quilimarí.	21
Tabla 2: Cantidad de Atractivos turísticos por tipo.	23
Tabla 3: Distribución Planta turística, categoría Alojamiento.	25
Tabla 4: Distribución Planta turística, categoría Alimentación.	26
Tabla 5: Distribución Planta turística, categoría Esparcimiento.	28
Tabla 6: Distribución Planta turística, categoría Otros Servicios.	28
Tabla 7: Tipo y estado de las calles principales.	30
Tabla 8: Empresas de transporte de pasajeros presentes en la comuna.	30
Tabla 9: Locales con servicio de comunicaciones.	31
Tabla 10: Distribución de establecimientos de salud por tipo.	31
Tabla 11: Instituciones de seguridad presentes en la zona.	32
Tabla 12: Dimensiones del Desarrollo Económico Local en la zona.	37
Tabla 13: Principales problemáticas detectadas en entrevistas realizadas a actores locales.	47
Tabla 14: Preguntas realizadas en encuesta y sus resultados.	49
Tabla 15: Análisis FODA, Escrutinio interno.	56
Tabla 16: Análisis FODA, Escrutinio externo.	56
Tabla 17: Estrategias, Objetivos y políticas para el desarrollo de la zona.	59
Tabla 18: Plan Operativo para el desarrollo local.	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Las dimensiones del Desarrollo Económico Local.....	11
Figura 2: Los agentes territoriales de desarrollo.	14
Figura 3: Aplicación de los elementos de la planificación estratégica tradicional al Desarrollo Económico Local.....	16
Figura 4: Imágenes de lugares típicos de Pichidangui y el valle de Quilimarí.....	19
Figura 5: Mapas de ubicación territorial Pichidangui y Valle de Quilimarí.....	22
Figura 6: Etapas de la Planificación Estratégica Territorial.	52
Figura 7: Agentes locales relevantes en la zona.....	53
Figura 8: Estructura del proceso de planificación estratégica territorial.	67

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Distribución de los atractivos turísticos según su tipo.....	24
Gráfico 2: Distribución Planta turística, categoría Alojamiento.....	25
Gráfico 3: Distribución Planta turística, categoría Alimentación.	27
Gráfico 4: Distribución de las Organizaciones comunitarias por tipo.	38

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Identificación y descripción de los atractivos turísticos de Pichidangui y el valle de Quilimarí.	74
Anexo 2: Detalle de la Planta turística de Pichidangui y el Valle de Quilimarí, categoría Alojamiento.	96
Anexo 3: Detalle de la Planta turística de Pichidangui y el Valle de Quilimarí, categoría Alimentación.....	97
Anexo 4: Detalle de la Planta turística de Pichidangui y el Valle de Quilimarí, categoría Esparcimiento.	98
Anexo 5: Detalle Locomoción interurbana y hacia otras regiones.....	99
Anexo 6: Establecimientos de salud presentes en la zona, según tipo.	100
Anexo 7: Detalle de las organizaciones comunitarias vigentes en el sector de Pichidangui y el Valle de Quilimarí.....	101
Anexo 8: Organizaciones públicas y privadas presentes en la Municipalidad de Los Vilos.	106
Anexo 9: Características y funciones del Agente de Desarrollo Local (ADL).	107
Anexo 10: Detalle resumido de la transcripción de entrevistas realizadas a actores locales.....	108

RESUMEN

La presente memoria busca realizar un diagnóstico del Desarrollo Económico Local y turístico del sector de Pichidanguí y la cuenca del Valle de Quilimarí, IV Región de Chile. En el desarrollo de esta investigación se utilizaron herramientas propias del estudio del desarrollo local, análisis de estado DEL en sus dimensiones y agentes territoriales, y caracterización de la oferta y demanda turística del sector, herramientas que se complementaron con la realización de encuestas y entrevistas a turistas y actores locales. La información obtenida pretende establecer los cimientos para una planificación estratégica que permita generar en el sector instancias de desarrollo económico territorial en base al fomento del turismo de intereses especiales.

ABSTRACT

This document is a diagnosis of the local touristic economic development in Pichidanguí and the Quilimarí Valley in the fourth region of Chile. In conducting this investigation, local development aspects, state analysis DEL in its dimensions and territorial agents, characterization and description of the touristic supply and demand of the zone were appropriately developed in accordance to a survey that was answered by tourists and local people. The collected information seeks to establish the foundation for a strategic planning that allows us to build up and to foster territorial economic development focused on special tourism concerns.

INTRODUCCIÓN GENERAL

El desarrollo de determinadas zonas habitualmente se intenta llevar a cabo en base a la inversión externa o las acciones provenientes de instituciones ajenas a lo local, desde hace un tiempo un nuevo concepto se ha sumado a las políticas convencionales de desarrollo, se trata de un nuevo enfoque basado en los recursos y potencialidades endógenas de los lugares. Este enfoque entiende estos elementos de la realidad territorial como el punto de partida para un nuevo tipo de desarrollo centrado en lo local, es así como nos encontramos con el concepto de Desarrollo Económico Local (DEL).

En el contexto del Desarrollo Económico Local es posible y conveniente determinar las capacidades endógenas de un territorio en determinada área económica, este análisis se concentra en la definición del potencial turístico de intereses especiales para transformarse en la actividad eje e impulsora del desarrollo local del territorio determinado, en este caso la investigación es aplicada al sector de Pichidangui y el Valle de Quilimarí, ubicado en la entrada sur de la cuarta región de Coquimbo.

El objetivo general de esta memoria consiste en elaborar un plan de actividades territorial para fomentar el Desarrollo Económico Local a partir del Turismo de Intereses Especiales en el sector de Pichidangui - Quilimarí, IV Región. Para cumplir con el objetivo general se plantean tres objetivos específicos los cuales son: Primero, diagnosticar la situación actual en que se encuentran los distintos

actores locales del sector. Segundo, determinar las características y potencialidades de la zona en términos de desarrollo del turismo. Tercero, definir una planificación estratégica para el fomento del desarrollo económico local a partir del turismo de intereses especiales.

La presente investigación consta de tres capítulos, en el primero de ellos se pretende conocer los conceptos de Desarrollo Económico Local y Turismo, también conoceremos algo del área territorial de aplicación de esta investigación. En el segundo capítulo se aplican varias metodologías para diagnosticar al territorio en los ámbitos relevantes para el turismo y el desarrollo económico local. En el capítulo tercero se realiza una planificación estratégica territorial utilizando la información obtenida en los análisis previos, que permita coordinar, potenciar y complementar los esfuerzos de los distintos actores locales en el afán de aprovechar y explotar de forma óptima las capacidades endógenas del área para lograr el desarrollo local, basando este objetivo en el potencial turístico de intereses especiales. El estudio concluye con una reflexión acerca del nivel de desarrollo y progreso que podría alcanzarse en el territorio si se llevara a cabo una planificación territorial ordenada, eficiente y apoyada activamente por los actores locales, considerando y analizando los avances realizados en el desarrollo de la presente memoria.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

En este capítulo se pretende abordar el turismo en términos conceptuales, algo de su historia y actualidad además de conocer sus principales componentes, poniendo énfasis en el área del Turismo de Intereses Especiales, para conocer sus características y tipos.

También conoceremos el concepto de Desarrollo Económico Local (DEL), apuntando principalmente al abordaje de sus componentes, a su funcionamiento como sistema y los tipos de recursos y dimensiones que se pueden apreciar en su aplicación práctica en determinada localidad, por último se expone la forma en que se puede asociar el DEL con la planificación estratégica en pos de la implementación conjunta de estos dos tópicos en la realidad local.

1.1. El turismo

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), “el turismo como concepto comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos”¹.

El turismo conlleva una serie de actividades asociadas al consumo y desplazamiento de los turistas, lo que configura un entramado de elementos que componen esta actividad, elementos que están llamados a dar respuesta a los

¹ Introducción al turismo. OMT. [en línea] <<http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1128/9284402697.pdf>> [Consultado: 16 de junio de 2011]

requerimientos del turista que visita un determinado lugar en términos de transporte, infraestructura y hospedaje, distinto tipo de productos y servicios, etc.

1.2. Antecedentes sobre la historia y la actualidad del turismo

El turismo tiene su génesis en los movimientos migratorios generados principalmente a partir de propósitos bélicos, económicos y de sobrevivencia de algunos pueblos, esta situación permitió que se desarrollará una interacción entre distintas culturas que origino la apreciación de los variados lugares, contextos, características, atractivos culturales, naturales y territoriales que se podían encontrar en otras latitudes.

El turismo, tal como lo conocemos en la actualidad, nació en el siglo XIX como una consecuencia de la Revolución Industrial, que permitió los desplazamientos con la intención de descanso, ocio, motivos sociales o culturales.

Surge la llamada sociedad del bienestar en la que una vez cubiertas las necesidades básicas aparece el desarrollo del nivel de formación y el interés por viajar y conocer culturas.

A mediados del siglo XX ya se había estandarizado el producto turístico, con la existencia de una cantidad inmensa de paquetes turísticos ofrecidos por los grandes tour operadores de la época, el desarrollo de este sector siguió su curso con auges y caídas hacia su transformación en una industria madura en la década de los 90. El turismo se transforma en parte fundamental de la agenda política de numerosos países, que desarrollan políticas públicas que afectan la promoción,

planificación y comercialización del sector, lo que transforma al turismo en una pieza clave del desarrollo económico.

Esta nueva concepción del turismo lo ha transformado en una de las industrias más importantes a nivel mundial.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), “las llegadas de turistas internacionales en el mundo crecieron casi un 7% en 2010 a 940 millones, durante dicho año el turismo internacional generó 919 mil millones dólares EE.UU. (€ 693 mil millones) en ingresos por exportación”².

La OMT pronosticó un crecimiento en llegadas de turistas internacionales de entre 4% y 5% en 2011, y según la actualización provisional publicada en abril del Barómetro OMT del Turismo Mundial las llegadas de turistas internacionales crecieron casi un 5% durante los primeros meses de 2011, consolidándose así el repunte del 7% registrado en 2010³.

“El crecimiento fue positivo en todas las regiones y subregiones del mundo durante enero y febrero de 2011, con excepción de Oriente Medio y el Norte de África. América del Sur y Asia Meridional encabezaron el crecimiento (ambas con un +15%), seguidas del África Subsahariana (+13%) y la Europa Central y del Este (+12%)”⁴.

² Turismo internacional: los primeros resultados de 2011 confirman consolidación del crecimiento. OMT. [en línea] <http://media.unwto.org/es/press-release/2011-05-11/turismo-internacional-los-primeros-resultados-de-2011-confirman-la-consolid> [Consultado: 16 de junio de 2011]

³ Ibid.

⁴ Ibid.

1.3. Componentes del sistema turístico

1.3.1. Oferta turística

“Es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores (demanda), un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado. Los cuales pueden ser puestos en el mercado mediante procesos de gestión, desarrollados por los empresarios turísticos, por las propias municipalidades y por otros actores”⁵.

El producto turístico como conjunto de bienes y servicios puestos a disposición del usuario está compuesto por:

- Recursos turísticos: Aquellos elementos naturales, culturales y humanos que motivan la llegada de turistas tales como: Sitios naturales, manifestaciones culturales, folklore, etc.
- Atractivos Turísticos: Recursos turísticos que cumplen con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por los turistas, cuentan con la planta turística, servicios complementarios, medios de transporte e infraestructura básica adecuada.
- Planta Turística: Conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicios al turismo y fueron creados para este fin.

⁵ SERNATUR, Boletín N°1 Glosario de turismo, 2008, p 10.

- **Servicios Complementarios:** Son los servicios requeridos por el turista que no dependen del sector turismo, tales como: servicio bancario, comercio en general, servicios de salud, cabinas de internet, entre otros.
- **Medios de Transporte:** Los medios que permiten al turista acceder a los lugares elegidos.
- **Infraestructura Básica:** Principalmente son las obras y servicios que permiten el correcto desarrollo socioeconómico y facilitan el turismo de un lugar, se consideran en este aspecto las rutas de acceso (terminales, carreteras, aeropuertos, etc.) y el equipamiento urbano (servicio de agua potable, alcantarillado, luz eléctrica, etc.)

1.3.2. Demanda turística

Comprende el total de personas que viaja o desea viajar para usar las instalaciones y servicios turísticos ubicados en lugares distintos al de residencia y trabajo de los usuarios. Por lo tanto, está formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de servicios turísticos.

“Desde un punto de vista económico la demanda turística se define como un inventario de la cantidad de cualquier producto o servicio que la gente desea y es capaz de comprar, a cada costo específico en un conjunto de posibles precios durante un período determinado. Por tanto, existe en cualquier momento una relación definitiva entre el precio en el mercado y la cantidad demandada”⁶.

⁶ SERNATUR, Op. Cit. p 6.

Según OMT, los factores económicos que afectan a la demanda turística son⁷:

a) El nivel de renta disponible: es decir la cantidad de dinero disponible por el consumidor, tras haber pagado sus necesidades básicas. El nivel de renta se relaciona directamente con el tipo de empleo del individuo.

b) El nivel de precios: varía según se trate del lugar de origen o de destino. En el lugar de origen los precios altos restringen la demanda turística al deber ocupar el dinero en mayor proporción a las necesidades básicas. El aumento de precios en el destino, disminuye la demanda de ese individuo hacia el destino. El aumento de precios del destino lo puede llevar a optar por ir a otro lugar.

c) La política fiscal y controles del gasto en turismo: ante el aumento de la presión fiscal, el individuo tendrá menos renta disponible para hacer turismo.

d) Financiación: la posibilidad de financiación del viaje permite a la demanda viajar con mayor frecuencia.

d) Tipo de cambio: la relación explícita entre las monedas de los países emisores y receptores es un factor importante en la demanda turística internacional.

Otros factores que determinan la demanda de turismo son:

- Las modas: surgimiento temporario de los spa, playas, resorts.
- Imposición de gastos de bienes turísticos: factores que pueden desanimar compras como la inseguridad de líneas aéreas.

⁷ Dieckow, L.M. Turismo. Un abordaje micro y macroeconómico, 2010, p 20.

- Disponibilidad y tipo de tiempo libre: días feriados, vacaciones.
- Estacionalidad del destino y los factores que lo determinan: el clima, las fiestas, las vacaciones escolares, precios, reglas del mercado turístico.

1.4. Turismo de Intereses Especiales (TIE)

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), “Turismo de intereses especiales: Es una amplia categoría de turismo basado en intereses concretos de los turistas e incluye naturaleza, cultura, historia y otros campos de índole diversa ofrecidos en un entorno local. Comprende a los turistas que viajan para conocer rasgos específicos de una zona relacionados con sus intereses personales. Este tipo de turismo puede centrarse en una amplia gama de aspectos culturales, naturales relacionados con los intereses profesionales de esos turistas”⁸.

Existe una gran cantidad tipos de turismo que obedecen a intereses particulares y emergentes que emanan de las personas como el turismo aventura, gastronómico, cultural, deportivo, rural, de salud, moda, humanitario, de ferias de negocios, marítimo, ecoturismo, agroturismo, entre otros.

1.5. Desarrollo Económico Local (DEL)

“Se puede definir el Desarrollo Económico Local como un proceso reactivador y dinamizador de la economía local, que mediante el aprovechamiento eficiente de

⁸ Turismo de intereses especiales [en línea] <http://www.turismoempreendedor.cl/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=52%3Aeventos-y-seminarios&catid=36%3Awhat-is-new-here&Itemid=1> [Consultado: 18 de Junio de 2011]

los recursos existentes en una determinada zona es capaz de estimular el crecimiento económico, crear empleo y mejorar la calidad de vida”⁹.

El Desarrollo Económico Local como concepción implica un desarrollo endógeno y capacidad de endogenizar oportunidades exógenas, este debe ser capaz de aprovechar los recursos y capacidades existentes en el territorio en cuestión para poder extender de la mejor manera posible el progreso técnico a la totalidad del tejido productivo y empresarial del sector.

El cumplimiento de este desarrollo deberá conducir a contribuir al territorio en términos de generación de empleo e ingreso, además de un tipo de crecimiento económico que ofrezca equidad con respecto a la sociedad y el territorio, y que sea sustentable desde el punto de vista ambiental. Esto, sin embargo, no excluye la posibilidad de aprovechar oportunidades del medio externo por medio de la generación de condiciones internas que permitan el aprovechamiento de estas, como la proximidad a áreas geográficas de alto dinamismo, la atracción de inversiones externas, etc.

“El desarrollo Económico Local tiene como fin mejorar las condiciones de vida de las personas que habitan un territorio determinado”¹⁰.

Este propósito debe ser logrado bajo los principios de competitividad, equidad, integración e interdependencia, flexibilidad, sustentabilidad, concertación y cooperación.

⁹ Dirección de Desarrollo y Gestión Local - ILPES, Manual de desarrollo local, 1998, p 12.

¹⁰ FOSIS/GTZ-GFA, Guía para el Desarrollo Económico Local, 2002, p 17.

1.5.1. El Desarrollo Económico Local como sistema

Se puede reflejar el Desarrollo Económico Local como un sistema en el cual podemos ver relacionadas las distintas dimensiones que forman parte del entramado de un escenario local.

Cada una de estas dimensiones debe ser necesariamente abordada para estar en condiciones de llevar a cabo el Desarrollo Económico Local, por lo que es imprescindible el análisis de cada una de estas dimensiones y sus características particulares.

1.5.1.1. Las dimensiones del Desarrollo Económico Local

Figura 1: Las dimensiones del Desarrollo Económico Local.



Fuente: Guía para el Desarrollo Económico Local (Adaptación estudio preliminar DEL, FOSIS/GTZ-GFA, 2002)

Dimensión Territorial: El Desarrollo Económico Local tendrá aplicación y validez mientras este establecido en un espacio geográfico delimitado por características físicas, sociales y económicas particulares. La correcta implementación del Desarrollo Económico Local implica que se deben identificar territorios que ofrezcan alto grado de diferenciación, esto con el fin de definir acciones e iniciativas acordes con la naturaleza específica de los sectores que se estén considerando.

En este sentido toma real importancia la tarea de determinar de la mejor manera posible la vocación y el potencial económico del territorio analizado, tomando en cuenta sus recursos naturales existentes, empresas y su relación con las comunidades, las políticas públicas propias de la administración local, etc. Obedeciendo a premisas propias del concepto de DEL, como que el Desarrollo Económico Local no es posible desde una perspectiva centralizada y uniforme¹¹.

Dimensión Económica: Se refiere a las relaciones económicas que se den al interior del territorio, con este análisis se pretende obtener información importante acerca de las fortalezas, debilidades y oportunidades que pueden ser aprovechadas por los distintos agentes que forman parte del entramado de este territorio, se pretenderá que estas relaciones económicas funciones bajo una lógica de competitividad y eficiencia, que permitan por consiguiente la existencia de fuentes de empleo estables además de una eficiente distribución del ingreso a nivel territorial.

¹¹ FOSIS/GTZ-GFA, Op. Cit. p 18.

Dimensión Sociocultural: Esta dimensión debe ser tomada en cuenta a la hora de desarrollar políticas y acciones que involucren a los distintos elementos que forman parte del territorio, es así como los trabajadores, empresarios, profesionales y otros agentes identificables deben considerarse con respecto a sus patrones culturales, los modos de relacionarse, su nivel de disposición al cambio, capacidad de emprendimiento, etc.

La dimensión sociocultural presenta una importancia considerable en el contexto del Desarrollo Económico Local, por cuanto este concepto le otorga vital énfasis a los sujetos sociales que actúan en el territorio, por lo que estas características serán muy necesarias para poder configurar políticas que involucren su participación.

Dimensión Ambiental: El concepto de sustentabilidad ambiental es un elemento que el Desarrollo Económico Local tiene presente y promueve la idea de generar políticas de desarrollo conscientes y armónicas con el medioambiente. En este sentido se pretende lograr niveles de producción sustentables en el tiempo, para que en el territorio se logre compatibilizar la actividad económica con una mejor calidad de vida de los habitantes.

1.5.1.2. Los agentes territoriales que participan en el Desarrollo Económico Local

Los agentes territoriales que representan a grandes rasgos a los exponentes del mundo civil, del mundo público y del mundo privado que interactúan en el

territorio, deben configurar un estado de concertación que permita que el capital social conjunto funcione de manera eficiente para lograr el desarrollo económico local, por lo que cada agente territorial debe accionar de forma tal de otorgar armonía al entramado del desarrollo local.

La siguiente grafica presenta los distintos agentes de desarrollo que inciden a nivel territorial y que participan explícita o implícitamente en las estrategias e iniciativas que buscan el Desarrollo Económico Local.

Figura 2: Los agentes territoriales de desarrollo.



Fuente: Guía para el Desarrollo Económico Local (Adaptación estudio preliminar DEL, FOSIS/GTZ-GFA, 2002)

1.5.2. La planificación estratégica empresarial como herramienta para el Desarrollo Económico Local

1.5.2.1. La estrategia empresarial

La estrategia empresarial intenta lograr una ventaja sostenible a largo plazo, para cumplir este objetivo pretende responder a las fortalezas y debilidades internas de la organización y a las oportunidades y amenazas que surgen del entorno, este concepto es altamente dinámico y flexible en la persecución del diseño organizativo y de gestión orientado a las metas que se proponga la empresa.

Este concepto propone básicamente un proceso lógico o planificación que consiste en ciertas etapas que se describen a continuación¹²:

- Definición de la Misión
- Escrutinio Interno y Externo (Análisis FODA)
- Definición de la Estrategia de Negocios
- Definición de las Políticas y Normas
- Elaboración del plan operativo

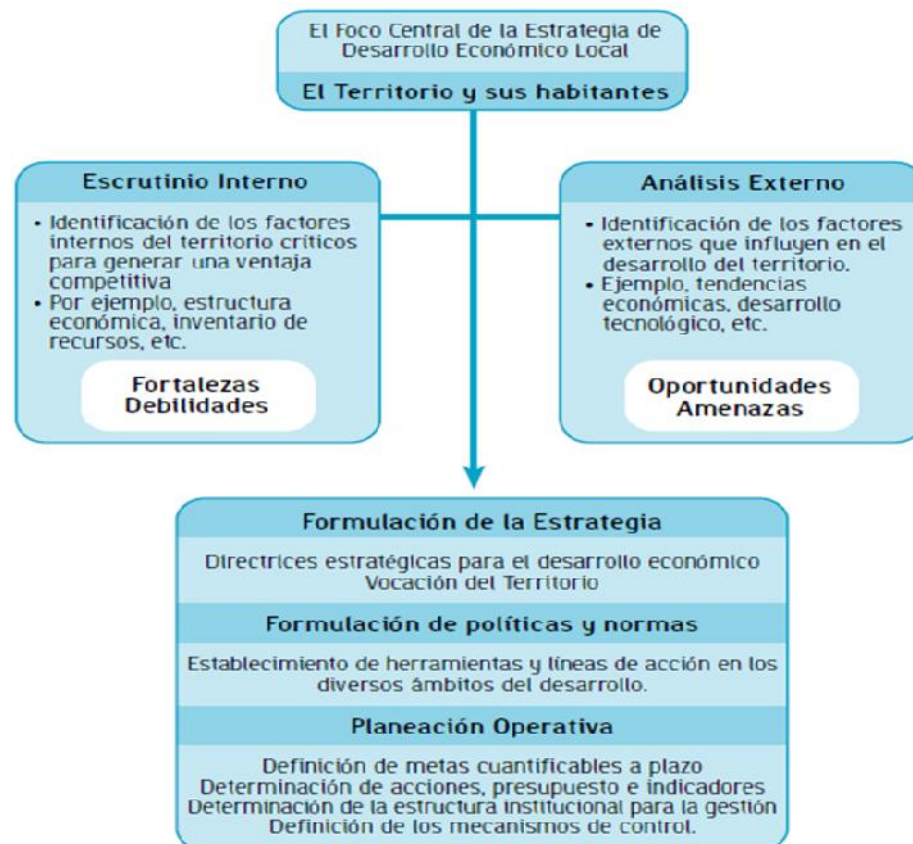
Otros conceptos que también se asocian al proceso de planificación estratégica empresarial, son la visión y los objetivos estratégicos, definidos por los dueños o directores de la empresa (por ejemplo, una visión del negocio a futuro y la definición de ciertos objetivos como rentabilidad o sostenibilidad).

¹² FOSIS/GTZ-GFA, Op. Cit. p 20.

1.5.2.2 La planificación estratégica en el Desarrollo Económico Local

A continuación se presenta la aplicación de los elementos de la planificación estratégica tradicional al Desarrollo Económico Local:

Figura 3: Aplicación de los elementos de la planificación estratégica tradicional al Desarrollo Económico Local.



Fuente: Guía para el Desarrollo Económico Local (Adaptación estudio preliminar DEL, FOSIS/GTZ-GFA, 2002)

Como se observa en el esquema anterior, se aplican elementos recogidos de la planificación tradicional al foco central que es el Desarrollo Económico Local y por consiguiente el desarrollo del territorio y sus habitantes.

Para la aplicación del pensamiento estratégico al Desarrollo Económico Local se deben considerar ciertos principios¹³:

Voluntad y concertación: se debe generar la concertación de los agentes territoriales, estos tienen que evidenciar su convicción y voluntad de perseguir un objetivo y una imagen futuro en común. Con el cumplimiento de esta condición se permitirá la difusión a lo largo del territorio de las estrategias de desarrollo local.

Libertad y adaptabilidad: El Desarrollo Económico Local debe generarse a partir de estructuras flexibles y adaptables, ya que en el proceso de desarrollo local regularmente aparecen dificultades que deben ser sorteadas de manera ágil y eficiente.

Ejecución: Se debe tener efectivamente la capacidad de llevar a cabo aquellas acciones que se pretenden implementar para lograr el Desarrollo Económico Local, es decir contar con la capacidad de organizar los medios y disponer de los recursos del territorio para que los objetivos se puedan alcanzar.

1.6. Bahía de Pichidangui y Valle de Quilimarí

El pueblo de Pichidangui se encuentra a 197 kilómetros al norte de Santiago y tiene aproximadamente 1300 habitantes estables, los que en verano se triplican.

Pichidangui posee un clima subtropical de vientos aliseos con un paisaje de textura semidesértica, se puede apreciar mucho bosque esclerófilo costero.

¹³ FOSIS/GTZ-GFA, Op. Cit. p 21.

Es muy concurrido en verano por su bella bahía de 5 Km. de extensión, de tranquilas aguas y que se encuentra rodeada por una playa de arena blanca. Además, es centro de actividades náuticas como el windsurf, parapente, paseos en bote, lanchas y veleros¹⁴.

Pichidanguí posee una buena infraestructura hotelera y gastronómica con hoteles, moteles, cabañas, residenciales, camping y hosterías. La tranquilidad de sus aguas y su extensa playa lo transforman en un balneario ideal para familias por presentar un escenario ideal para paseos peatonales y a caballo.

Entre los atractivos turísticos de la localidad se encuentran: la Iglesia de Pichidanguí, la Caleta de Pescadores, la Cueva de la Quintrala, la Isla de los Locos, el Durazno, el Centro Artesanal y el cerro Santa Inés que en su cima y parte posterior presenta un ecosistema similar al parque Fray Jorge (IV Región) con un bosque tipo valdiviano.

Contiguo a Pichidanguí se encuentra el Valle de Quilimarí, inmediatamente entrando hacia el valle se encuentra el pueblo de Quilimarí que se destaca como un lugar de construcciones antiguas como la iglesia tipo colonial que data de 1789, además se celebra una fiesta religiosa ampliamente conocida, el 16 de julio se venera a la Virgen del Carmen de Palo Colorado, celebración llena de misticismo a la que acude gente de todo el país a pagar mandas y en la que se llevan a cabo múltiples actividades de peregrinación, bailes chinos, cantos a lo divino, ferias, etc.

¹⁴ Pichidanguí – Puerta de entrada a la IV Región de Chile. [en línea] <<http://www.pichidanguí.com/>> [Consultado: 21 de septiembre de 2011]

El valle de Quilimarí se destaca por ser proveedor de verdura y fruta fresca libre de contaminantes, el valle se interna hasta la Cordillera de Los Andes trayecto en el cual aparecen múltiples poblados como Guanguali, Los Cóndores, Tilama, El Sifón, etc., encontrando en ellos artesanías zonales, minas de cuarzo, petroglifos y diversos patrimonios culturales. Por otra parte el Río Quilimarí aparece como un elemento importante por cuanto abastece de agua potable a toda la zona, elemento de vital importancia tomando en cuenta el clima semiárido del sector.

Figura 4: Imágenes de lugares típicos de Pichidangui y el valle de Quilimarí.



Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO II: MARCO DE PRUEBA

En este capítulo se pretenden diagnosticar y analizar, desde los distintos puntos de vista relevantes para la investigación, las características de desarrollo local y turístico de los sectores de Pichidangui y el Valle de Quilimarí.

Este procedimiento se llevara a cabo en tres etapas: diagnostico turístico, análisis estado DEL y estudio etnográfico.

La información recabada en este proceso será utilizada para generar las acciones necesarias que nos permitan configurar en la última parte de esta memoria una planificación estratégica territorial que fomente el desarrollo económico local a partir del turismo de intereses especiales.

2.1. Diagnóstico Turístico

Determinaremos el estado de desarrollo del turismo en el sector, cuantificar la oferta turística que presenta en los ámbitos relevantes como cantidad y tipo de atractivos turísticos, planta turística e infraestructura.

Definiremos algunas características de la demanda turística de la región de Coquimbo y la Provincia del Choapa, información que será complementada con un posterior estudio etnográfico para analizar las características del visitante específico de Pichidangui y Quilimarí.

Con esta información se podrá definir la forma en que están comportándose estas variables y establecer algunos mecanismos o acciones que optimicen el funcionamiento turístico de la localidad.

Para comenzar nos ubicaremos geográficamente, las localidades que son tomadas en cuenta para esta investigación corresponden a las que se ubican en la entrada sur de la IV región de Coquimbo, en la provincia del Choapa y más particularmente en la cuenca del río Quilimarí, comuna de Los Vilos.

La cuenca del río Quilimarí esta compuesta por las siguientes localidades, algunas representan poblados y otras sectores geográficos con pocos hogares.

Tabla 1: Localidades existentes en el sector de la cuenca del río Quilimarí.

1. CAIMANES	19. MUNDO NUEVO
2. PALO COLORADO	20. EL MANZANO
3. PICHIDANGUI	21. PANGALILLO
4. QUILIMARÍ	22. INFIERNILLO
5. EL TEJAR	23. FDO ST ELVIRA
6. LOS LOROS	24. CULIMO
7. EL AJIAL	25. EL NARANJO
8. LA PALMA	26. EL QUELÓN
9. EL SANDIAL	27. TILAMA.
10. EL ARRAYÁN	28. LA VIÑA
11. EL DURAZNO	29. LO CLAUDIO
12. LOS MAQUIS	30. PALO NEGRO
13. CERRO BLANCO	31. MAIMALICÁN
14. GUANGUALÍ	32. LOS CERRILLOS
15. EL SIFÓN	33. LAS HIJUELAS
16. LO MUÑOZ	34. EL DURAZNO
17. LOS CÓNDORES	35. LA ANGOSTURA
18. EL LLANO	

Fuente: Elaboración propia adaptada del Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO) Municipalidad de Los Vilos.

A continuación se presentan mapas de ubicación territorial del sector de la cuenca del río Quilimarí y la bahía de Pichidangui:

Figura 5: Mapas de ubicación territorial Pichidangui y Valle de Quilimarí.



Fuente: Elaboración propia adaptada del PLADECO, Municipalidad de Los Vilos.

2.1.1. Oferta Turística

“Corresponde al conjunto integrado por diversos componentes ofertados al turista, los cuales pueden ser puestos en el mercado mediante procesos de gestión, desarrollados por los empresarios turísticos, por las propias municipalidades y por otros actores”¹⁵.

Para llevar a cabo el análisis de la oferta turística del sector de Pichidangui y Quilimarí, se tomaran en cuenta los siguientes componentes básicos:

- a) Atractivos turísticos,
- b) Planta turística e
- c) Infraestructura.

a) Identificación y análisis de los atractivos turísticos

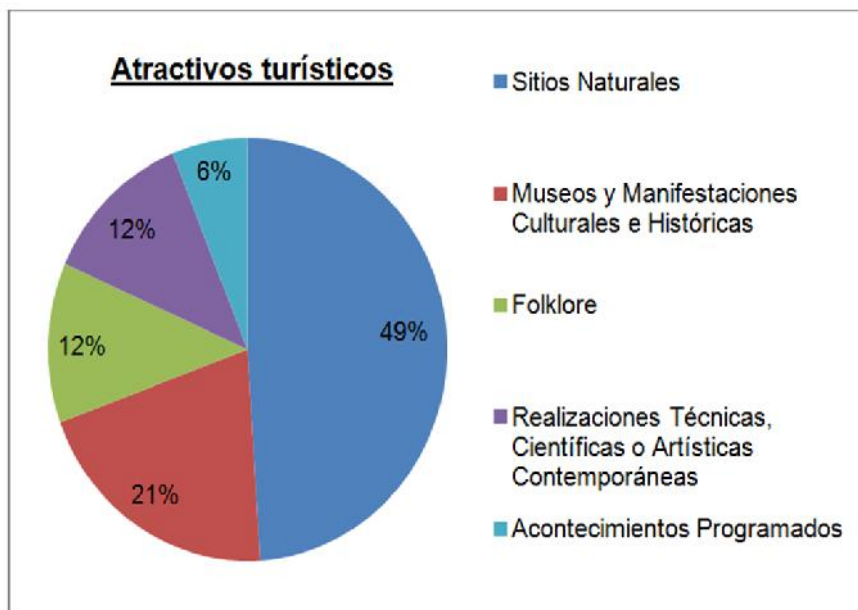
Tabla 2: Cantidad de Atractivos turísticos por tipo.

Tipo de Atractivo	Cantidad
Sitios Naturales	24
Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas	10
Folklore	6
Realizaciones Técnicas, Científicas o Artísticas Contemporáneas	7
Acontecimientos Programados	3
TOTAL	50

Fuente: Elaboración propia en base a Diagnostico Oferta Turística. Víctor Leiva, 1997.

¹⁵ SERNATUR, Op. Cit. p. 10.

Gráfico 1: Distribución de los atractivos turísticos según su tipo.



Fuente: Elaboración propia.

La mayor cantidad de atractivos son clasificados como Sitios Naturales (49%), seguidos muy de lejos por Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas con un 21%, Realizaciones Técnicas, Científicas o Artísticas Contemporáneas y Folklore representan el 12% cada una y los acontecimientos programados un 6%.

Claramente los sitios naturales son el atractivo más importante de la zona, pero se aprecia una deficiencia evidente en la explotación de estos, lo que genera la expectativa de que se puedan gestionar las instancias para aprovechar este potencial turístico y desarrollarlo en beneficio de la economía local.

Para detalle y descripción de los atractivos turísticos ver Anexo 1 (página 74).

b) Identificación y análisis de la Planta turística

La planta turística comprende el conjunto de equipamientos e instalaciones que hacen posible la permanencia del turista en una localidad, en esta categoría incluiremos alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios.

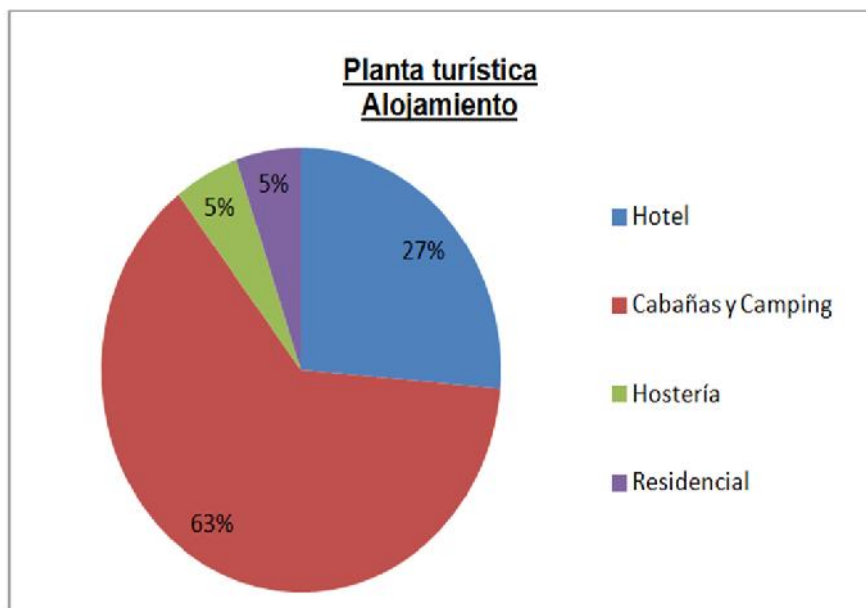
b.1) Categoría Alojamiento Bahía de Pichidangui y Valle de Quilimarí:

Tabla 3: Distribución Planta turística, categoría Alojamiento.

Tipo de Alojamiento	Cantidad
Hotel	5
Cabañas y Camping	13
Hostería	1
Residencial	1
TOTAL	20

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 2: Distribución Planta turística, categoría Alojamiento.



Fuente: Elaboración propia.

La mayor cantidad de Planta Turística está compuesta por Cabañas y Camping con un 63%, son seguidas por los hoteles con un 27%, el resto está compuesto por Hosterías y Residenciales.

Al abanico de posibilidades de alojamiento enunciadas en el cuadro anterior se debe sumar un gran número de ofertas de alojamiento derivadas del ofrecimiento de particulares, en el sector bajo de Pichidangui así como en el sector de El esfuerzo subiendo por el cruce de la Ruta 5 norte. En el sector de La estación, Quilimarí y el valle también es posible encontrar arriendo de casas, habitaciones y cabañas particulares.

Detalle de la Planta Turística categoría Alojamiento en Anexo 2 (página 96).

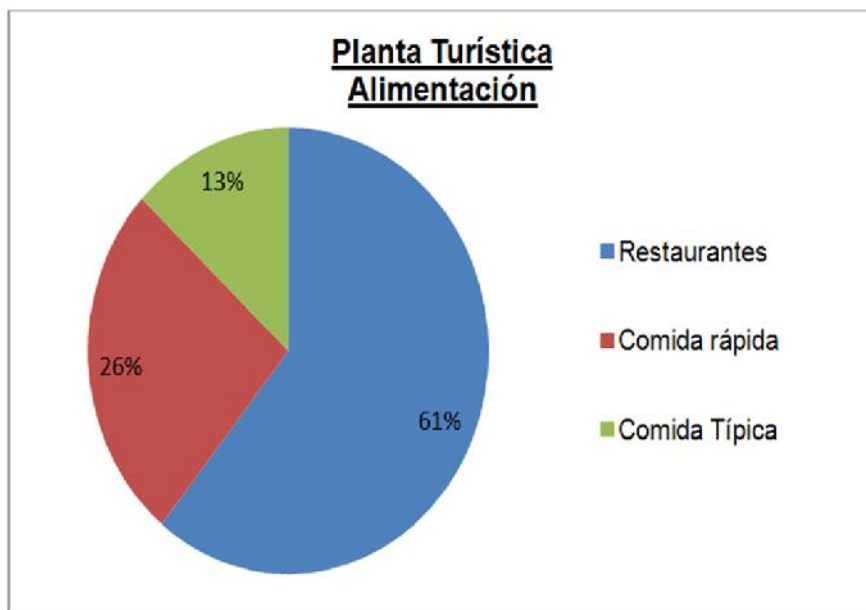
b.2) Categoría Alimentación Bahía de Pichidangui y Valle de Quilimarí:

Tabla 4: Distribución Planta turística, categoría Alimentación.

Tipo de Establecimiento	Cantidad
Restaurantes	14
Comida rápida	6
Comida Típica	3
TOTAL	23

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3: Distribución Planta turística, categoría Alimentación.



Fuente: Elaboración propia.

El 61% de la oferta de la categoría alimentación corresponde a Restaurantes, el 26% a locales de Comida rápida y un 13% a locales de comida típica. Los restaurantes de la zona se encuentran principalmente en el área de la playa y al costado de la carretera, estos últimos dirigidos a camioneros y turistas de paso, por lo que ofrecen precios bastante convenientes.

Detalles de la Planta Turística categoría Alimentación en Anexo 3 (pág. 97).

b.3) Categoría Esparcimiento Bahía de Pichidangui y Valle de Quilimarí:

Se considera como Esparcimiento los locales u agrupaciones dirigidas a la entretención de distinto tipo, por lo que se consideran en esta clasificación los locales nocturnos, los locales de entretención y los clubes deportivos.

Tabla 5: Distribución Planta turística, categoría Esparcimiento.

Tipo de Establecimiento	Cantidad
Discoteca/pub	4
Entretenimiento	2
Clubes deportivos	6
TOTAL	12

Fuente: Elaboración propia.

El esparcimiento en la zona se resume principalmente a las actividades playeras, la vida nocturna también se expresa mayoritariamente en la playa y se evidencia la falta de desarrollo de esta categoría en cuanto a locales especializados que aporten al área esparcimiento.

Detalle de la categoría Esparcimiento en Anexo 4 (pág. 98).

b.4) Categoría Otros servicios Bahía de Pichidangui y Valle de Quilimarí:

Tabla 6: Distribución Planta turística, categoría Otros Servicios.

Categoría	Tipo	Nombre	Dirección	Teléfono
Otros servicios	Venta de pasajes	Tur bus	Av. Costanera s/n	531091
		Expreso norte	Cap. Edwards David	531160
	Centros de eventos y convenciones	Hotel Regata	Av. Costanera #301	531105
		Hotel Pichidangui	Francis Drake s/n	531114
		Hacienda Los Cóndores	Los Cóndores km.25 desde Panamericana	56-2-219 10 90
	Acceso a dinero	Caja vecina La higuera	Acceso sur, El Esfuerzo #196	
		Caja vecina El juanca	Av. Renán Fuentealba #170	
		Caja vecina Quilimarí	Los aromos #21	
		Caja vecina Quilimarí	Amador Iglesias #6	
		Caja vecina El tejar	El tejar s/n	
		Cajero automático Copec	Panamericana norte Km.196	

Fuente: Elaboración propia en base a Diagnostico Oferta Turística. Víctor Leiva, 1997.

En la zona se cuenta con los servicios básicos requeridos por los turistas, pero claramente hace falta desarrollar esta categoría de planta turística para estar en condiciones de ofrecer al turista una calidad de servicios más completa.

c) Identificación y análisis de la infraestructura turística:

“Es la dotación de bienes y servicios básicos con que cuenta un lugar y permite que el viaje sea cómodo y agradable, se puede clasificar en Red de transportes (red ferroviaria y vial), Terminales terrestres (aeropuertos, terminales de buses, puertos, etc.), Redes de servicios básicos (agua potable, electricidad, etc.), Redes de comunicaciones (correo, teléfonos fijos, equipos celulares, fax, Internet, etc.)”¹⁶.

Para efectos de análisis de la infraestructura turística de Pichidangui y el Valle de Quilimarí tomaremos en cuenta los siguientes tipos de infraestructura: transportes, comunicaciones, sanidad, seguridad y energía.

c.1) Transportes

Se realiza un análisis de las principales redes viales de las localidades estudiadas y su estado, además de un registro de los distintos tipos de locomoción interurbana y hacia otras regiones que permiten la conexión y desplazamiento en el sector, y de este con el resto del país y el mundo.

¹⁶ SERNATUR, Op. Cit. p 11.

Tipo y estado de las calles principales:

Tabla 7: Tipo y estado de las calles principales.

Nombre calle	Estado	Tipo
Av. Costanera Pichidanguí	Bueno	Pavimento
Acceso sur Pichidanguí	Malo	Pavimento
Acceso norte Pichidanguí	Bueno	Pavimento
Av. El esfuerzo Pichidanguí	Regular	Tierra
Calle central La estación-Quilimarí	Bueno	Pavimento
Calle principal Valle de Quilimarí	Bueno	Pavimento-Tierra

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas de percepción de la comunidad.

En el sector de Pichidanguí la Costanera se encuentra en perfectas condiciones al igual que la entrada norte, el camino central que recorre el valle se encuentra en buenas condiciones hasta Guanguali pero desde ahí el camino es de tierra y en determinados sectores no se encuentra en muy buen estado. La entrada sur a Pichidanguí presenta su pavimento en muy mal estado al igual que algunas calles de tierra que se encuentran en el sector bajo del balneario.

Locomoción interurbana y hacia otras regiones:

Tabla 8: Empresas de transporte de pasajeros presentes en la comuna.

Locomoción interurbana	Locomoción hacia otras regiones
Buses Menita	Expreso norte
Buses Aroli	Pullman Bus
Taxis colectivos	Tur Bus
	Buses Intercomunal
	Buses La Porteña
	Buses Libuca

Fuente: Elaboración propia.

Para detalle de los recorridos y horarios ver Anexo 5 (pág. 99).

c.2) Comunicaciones

Los locales que ofrecen servicios de telefonía e internet en Pichidangui, Quilimarí y el valle se detallan a continuación:

Tabla 9: Locales con servicio de comunicaciones.

Nombre	Dirección	Observación
Los Puntitos	Mariana Latín N°50 Población San Miguel	Minimarket e internet
Gaby	Entrada sur a pasos de Ruta 5 norte	Bazar e internet
Ciber-café	Avda. Costanera	Cafetería e internet
El Toño	Calle central Guanguali	Almacén e internet

Fuente: Elaboración propia

De igual manera la mayoría de los almacenes de la zona ofrecen servicios telefónicos, para llamadas y para recargas de teléfono.

c.3) Sanidad

La disponibilidad de establecimientos de salud en la zona es la siguiente:

Tabla 10: Distribución de establecimientos de salud por tipo.

Tipo de Establecimiento	Cantidad
Hospitales	1
Postas	4
Estaciones medico rurales	12
TOTAL	17

Fuente: Elaboración propia.

Existe sólo un hospital en la comuna y se encuentra en la ciudad de Los Vilos distante a unos 30 kilómetros al norte de Pichidangui, 20 minutos en vehículo.

Para detalle de los establecimientos de salud ver Anexo 6 (pág. 100).

c.4) Seguridad

En el ámbito de la seguridad Pichidangui y Quilimarí cuenta con las siguientes instituciones presentes:

Tabla 11: Instituciones de seguridad presentes en la zona.

Nombre	Dirección	Teléfono
Retén de Carabineros Pichidangui	La raya s/n	531109
2ª Cía. de Bomberos Pichidangui	Av. Costanera sur/La raya s/n	531278

Fuente: Elaboración propia

Cabe resaltar que Pichidangui es reconocido por su tranquilidad, por lo que se considera bastante seguro y no es muy frecuente identificar hechos de violencia o delitos de diverso orden.

c.5) Energía

En lo que respecta a energía eléctrica podemos apreciar que esta está presente en Pichidangui completo, igualmente en el sector de Quilimarí. El Valle de Quilimarí también ofrece estas condiciones de disponibilidad energética en la mayor parte de su territorio habitado. Las instalaciones que fueron identificadas y nombradas como de orden turístico, es decir los hoteles, residenciales, restaurantes, camping, cabañas, etc. presentan en su totalidad energía eléctrica para el servicio al visitante y la comodidad de su estadía.

2.1.2. Demanda Turística

El análisis de la demanda turística del sector de Pichidangui y Quilimarí se realizara en base al “Estudio demanda turística del Choapa”, consultoría realizada por Saúl Osorio Vargas del año 2009 y al “Diagnóstico del turismo en la Región de Coquimbo 2009/2012” ambos documentos del Servicio Nacional de Turismo SERNATUR.

La Región de Coquimbo es una de las regiones del país que en los últimos años, ha alcanzado un alto nivel de desarrollo turístico, logrando captar significativas inversiones y proyectos en este campo, recibiendo importantes flujos de turistas provenientes del mercado nacional e internacional limitrofe.¹⁷

La región de Coquimbo es visitada por más de un millón de personas al año como flujo total, en promedio según los establecimientos de alojamiento turístico. En los meses de enero y febrero se concentra el 43,29% del total de llegadas, de estas el 92% se concentra en la intercomuna de La Serena/Coquimbo y el Valle de Elqui, mientras que solo el 8% se reparte en el resto de la región, principalmente en el sector costero de la Provincia del Choapa y en la Provincia del Limarí.¹⁸

El desarrollo turístico de la región se ha concentrado en la localidades ubicadas en el borde costero, preferentemente en la intercomuna La Serena-Coquimbo y en menor medida en Los Vilos y Pichidangui, de esta manera se

¹⁷ Saúl Osorio Vargas SERNATUR, Estudio demanda turística Provincia del Choapa, 2009, p 1.

¹⁸ SERNATUR, Diagnóstico del turismo en la Región de Coquimbo 2009/2010, p 1.

siguen desaprovechando las posibilidades turísticas y recreacionales que existen en los sectores interiores, como los valles y la pre cordillera.

Esta situación afecta la diversidad de la oferta turística regional y provoca una excesiva concentración geográfica y estacional de la demanda.

Es importante destacar que, tanto para el visitante nacional como el extranjero, los atractivos turísticos y el clima se constituyen en los principales motivos para visitar la Región de Coquimbo; 41,9% y 33,4% respectivamente.¹⁹

Entre los visitantes nacionales, un 71,02 % procede de la Región Metropolitana, mientras que un 28,98% procede de otras Regiones. El visitante extranjero está compuesto mayoritariamente por turistas argentinos, representando un 30,5% del total de extranjeros.²⁰

Haciendo mención a lo expuesto sobre la centralización de la actividad turística, estacionalidad de la demanda y desaprovechamiento de las potencialidades del resto del territorio regional, se está buscando implementar el desarrollo de un proceso de diversificación de la oferta turística, fomentando otros tipos de turismo distintos al tradicional producto sol y playa. Es esta posición como región y la necesidad de diversificación de la oferta que hace que estén apareciendo nuevas formas de turismo como el producto rural y ecoturismo, gastronómico, cultural y de manera destacada el turismo astronómico, entre otros.

¹⁹ SERNATUR, Op. Cit, p 1.

²⁰ Ibid, p 2.

Con esto se busca aumentar los flujos de llegada de visitantes, principalmente en temporada baja.

Información más detallada sobre las características del visitante, es decir sobre la demanda turística del sector de Pichidangui y Quilimarí fue recabada y analizada más adelante en esta investigación, por medio de encuestas y entrevistas realizadas en el marco de esta memoria.

2.2. Análisis estado DEL

Se analiza el estado del desarrollo económico local que presenta la zona, para esto se ocuparan varias herramientas esquemáticas de análisis que nos permitan establecer distintas aristas y niveles de desarrollo de las dimensiones del desarrollo local (territorial, económica, sociocultural y ambiental) y los agentes territoriales (mundo civil, mundo público y privado). Estos análisis ponen énfasis en el fomento del turismo de intereses especiales.

2.2.1. Estado de las dimensiones del Desarrollo Económico Local

Se estudian las condiciones territoriales, económicas, socioculturales y ambientales que presenta el área, para comprender mejor la realidad y el contexto apreciable en el sector, para ir formando y definiendo el potencial de desarrollo del ámbito turístico de la zona, que pretende lograr desarrollo económico local.

2.2.1.1. Dimensión territorial

La delimitación del espacio que pretende ser objeto del desarrollo económico local y el fomento del turismo de intereses especiales esta acotado a tres áreas

territoriales colindantes: Pichidangui, Quilimarí y el Valle de Quilimarí, estas se presentan distintas entre sí por su configuración y naturaleza, pero perfectamente pueden crear un nivel de complementariedad bastante significativo en el afán de alcanzar el desarrollo económico local conjunto en base al turismo.

2.2.1.2. Dimensión económica

Es importante identificar los focos de actividad económica de la zona, conocer las áreas en que trabaja la gente de cada espacio territorial, las características del empleo y el nivel de la mano de obra, buscando así obtener una primera impresión respecto del estado y desarrollo de este sector.

2.2.1.3. Dimensión sociocultural

Esta dimensión dice relación con las características propias de cada sector en lo que respecta a sus valores y patrones culturales, buscamos recoger elementos que nos brinden información sobre la naturaleza de cada área territorial.

2.2.1.4. Dimensión ambiental

El fomento de la actividad turística, entendido como el desarrollo de los atractivos de la zona, conlleva el cuidado, limpieza y uso responsable de estos en pos de la búsqueda de una identidad turística sustentable en el tiempo y el establecimiento de una “cultura turística” en el subconsciente de los habitantes de Pichidangui, Quilimarí y el valle que nos permita alcanzar el desarrollo económico local basado en parámetros de sustentabilidad y por sobre todo de responsabilidad ambiental de parte de todos los actores locales.

Tabla 12: Dimensiones del Desarrollo Económico Local en la zona.

Dimensión Territorial	Dimensión Sociocultural	Dimensión Económica	Dimensión Ambiental
<p><u>Pichidangui</u></p> <p>Sus playas y paisajes ofrecen un potencial de desarrollo bastante amplio en la explotación del turismo de sol y playa, turismo gastronómico, ecoturismo, turismo aventura y turismo de deportes náuticos.</p>	<p>En Pichidangui la gente se dedica principalmente a la pesca, cuidado de casas y jardines de veraneantes, en hoteles, campings, almacenes y restaurantes del sector, se observa un auge de empleo en periodo estival, claramente estacional. Pichidangui es conocido generalmente como un lugar de descanso al que acuden principalmente familias de estrato socioeconómico alto.</p>	<p>El área económica se encuentra poco desarrollada, la actividad económica es mínima y el escenario industrial casi inexistente.</p>	<p>Hasta el momento no se observa un escenario de fomento del turismo y reconocimiento de los atractivos por parte de los habitantes.</p>
<p><u>Quilimarí</u></p> <p>Ofrece potencial de desarrollo principalmente en el ámbito del turismo rural y el turismo cultural y religioso.</p>	<p>En el caso de Quilimarí, sus habitantes se dedican principalmente a actividades agrícolas, a las que se suman una gran cantidad de viveros de plantas. En este pueblo se aprecia un gran nivel de apego entre sus habitantes, todos se conocen y son solidarios cuando se requiere. El diario vivir es bastante tradicional en el corazón de Quilimarí y da la sensación de encontrarse en tiempos de la colonia, en un ambiente eminentemente religioso y típico.</p>	<p>Se observa una evidente falta de especialización de la mano de obra y empleo eminentemente estacional.</p>	<p>Este contexto ha generado cierto nivel de irresponsabilidad por parte de la población que se aprecia en determinadas conductas o hechos, por ejemplo la existencia de algunos sectores usados como verdaderos vertederos de basura y residuos o la instalación de antenas telefónicas en la cima del cerro Santa Inés producto de una negociación privada sin participación de la comunidad, estos elementos atentan contra la salubridad y la belleza de los paisajes y caminos.</p>
<p><u>Valle de Quilimarí</u></p> <p>El área territorial del valle brinda condiciones bastante llamativas para el desarrollo de actividad turística de diversos ámbitos, tales como: turismo arqueológico, turismo rural, ecoturismo, aventura y minero.</p>	<p>En el valle de Quilimarí la mayor cantidad de habitantes son campesinos, que enfocan sus actividades principalmente al sector agrícola como fuente de ingresos. La densidad poblacional es baja, se observan algunos poblados más numerosos como Guanguali o Caimanes pero por lo general los grupos de gente son pequeños y viven relativamente lejos entre unos y otros. Los pueblos del valle también presentan características coloniales.</p>	<p>La actividad económica está supeditada casi totalmente a restaurantes, hoteles y campings (en Pichidangui) o a explotaciones artesanales de pesca y minería, solo se presentan relevantes en este aspecto las actividades agrícolas del valle, la producción de aceite de oliva y la explotación y procesamiento del huiro para exportación.</p>	<p>Se observa además una escasa preocupación por parte de las autoridades y privados al respecto lo que se suma al bajo nivel de poder ciudadano que se ejerce en la defensa de los lugares que son objeto de malas prácticas.</p>

Fuente: Elaboración Propia.

2.2.2. Estado de los agentes territoriales que participan del DEL

Se analizan los agentes que actúan en el sector, actores del mundo civil, del mundo privado y público, poniendo atención al nivel de desarrollo que se observa en cada uno y como aportan, o pudiesen aportar, al desarrollo económico local.

2.2.2.1. La sociedad civil

Se refiere a un espacio diferenciado del Estado y del Mercado (como productor de bienes y servicios), en donde confluyen una serie de fuerzas sociales de carácter diverso (religioso, cultural, social, étnico, laboral, etc.)²¹. El accionar de estos entes es independiente del mercado y del estado, pero se relaciona con estos regularmente en diversos ámbitos de acción.

La Dirección de Desarrollo Comunitario (DIDECO) de la Municipalidad de Los Vilos, tiene registradas y clasificadas las siguientes OO.CC.

Gráfico 4: Distribución de las Organizaciones comunitarias por tipo.



Fuente: Elaboración propia en base a información obtenida de la Dirección de Desarrollo Comunitario (DIDECO) de Los Vilos.

²¹ FOSIS/GTZ-GFA, Op. Cit. p 27.

Existe un total de 122 organizaciones presentes en la zona, 38 son comités (31%), 25 corresponden a juntas de vecinos (21%), existen 19 clubes deportivos (16%) y 9 clubes de adultos mayores (7%). Para observar detalle de las organizaciones comunitarias que existen en la zona ver Anexo 7 (pág. 101).

Ciertamente en el contexto del desarrollo económico local las organizaciones presentes en la comunidad deben jugar un rol protagónico y son de gran relevancia para potenciar el logro de este objetivo de progreso territorial. Como podemos apreciar en el sector, existen numerosas organizaciones comunitarias de diverso tipo, el problema de la mayoría de estas agrupaciones es que carecen de una estructura y orden en pos de el logro de objetivos, son más bien organizaciones estáticas que no se desarrollan, por lo que tienden a transformarse en entes incapaces de gestar cambios, una de las causas de esta situación es la inexistencia de funcionamiento del área de organizaciones comunitarias de la Municipalidad de Los Vilos, sección del municipio que recién este año está mostrando señales de reactivación. Estos aspectos son profundizados más adelante en las entrevistas realizadas en el marco de esta memoria.

2.2.2.1. El tejido empresarial

Los principales rubros productivos que encontramos en la comuna de Los Vilos son: Comercio: 20,13 %, Agricultura: 10,81%, Pesca: 9,49%, Transporte: 7,22% y Hoteles y restaurantes: 6,17%²².

²² Municipalidad de Los Vilos, Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO) 2008-2012. p. 11.

El tejido empresarial está compuesto por las distintas empresas con fines de lucro, productoras de bienes y servicios, de un territorio determinado, que se constituyen en las fuentes de empleo e ingresos de él. El concepto de tejido se asocia a las redes económicas que se dan entre las unidades empresariales en dicho territorio, donde el nivel de desarrollo de estas redes favorecerá el progreso económico²³.

Esta área presenta un escaso desarrollo en el sector estudiado, existe poca actividad empresarial, la que se concentra principalmente en actividades agrícolas del valle, artesanía y turismo en Pichidangui. Con respecto al turismo, se trata de los distintos hoteles, cabañas, camping y restaurantes que existen en el sector, los que constituyen la principal fuente de empleo para los habitantes de Pichidangui pero que claramente están condicionados por una marcada estacionalidad.

Las iniciativas del desarrollo económico local deben armonizar con los intereses privados para no poner en riesgo el logro de objetivos relativos al empleo y puesta en valor de la riqueza territorial, esto tomando en cuenta que en la actualidad los empresarios privados son uno de los principales agentes que contribuyen en materia de desarrollo económico local, por lo que es aconsejable apoyar el emprendimiento en términos de financiamiento, administración, asociatividad, tecnología, información de mercado, etc..

En este sentido, las acciones tendientes al desarrollo territorial deberán contar con matices claros de beneficio para los empresarios, el desarrollo de una imagen

²³ FOSIS/GTZ-GFA, Op. Cit. p 28.

positiva del sector, la capacitación y por ende calificación de la mano de obra para disposición de las empresas o el aporte a la infraestructura productiva de estas pueden ser algunas de las iniciativas a tomar en cuenta en la zona para el fomento de la actividad empresarial que aporte al desarrollo económico local.

2.2.2.2. El municipio

El sector de Pichidangui, Quilimarí y el valle se ubican en el territorio correspondiente a la Municipalidad de Los Vilos, “las municipalidades son corporaciones autónomas de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuya finalidad es satisfacer las necesidades de la comunidad local y asegurar su participación en el progreso económico, social y cultural de las respectivas comunas”²⁴.

El rol del municipio se reconoce como fundamental en el contexto del desarrollo económico local, dado que tiene características tales como: opera en un territorio determinado y delimitado política-administrativamente, es una institución legitimada por la elección democrática de sus participantes, es la institución política más cercana a las personas por actuar en un nivel local y tiene como vocación el desarrollo de la comuna, puesto que su normativa así lo indica.

Este rol en el ámbito del Desarrollo Económico Local se podría denominar “Rol de Promoción Económica” en la perspectiva de “facilitar inversiones privadas y apoyar a todos los agentes económicos privados que tengan propuestas de

²⁴ Ministerio del Interior - Subsecretaría de Desarrollo de Desarrollo Regional y Administrativo, Ley orgánica constitucional de Municipalidades, 2002, p 11.

negocios”²⁵. Para este fin se espera que el municipio articule las dependencias y departamentos con los que cuenta y tienen incidencia en el desarrollo económico local (DIDECO, SECPLAC, educación, obras públicas, ODP, Turismo, etc.) para lograr la coordinación de los esfuerzos de estas áreas para el desarrollo óptimo del progreso comunal, también es necesario que la municipalidad entienda la importancia del fomento del emprendimiento económico como una oportunidad de desarrollo para el territorio, lo fomente y facilite las iniciativas de esta índole, además el municipio debe pretender transformarse en el ente articulador de los distintos agentes locales, para lograr el más alto nivel de complementariedad positiva que sea posible.

La principal complicación que enfrenta la zona de la cuenca del río Quilimarí con respecto al tema del municipio en su rol dentro del desarrollo económico local es que este estamento, en opinión de los habitantes del sector²⁶, presenta un desconocimiento de la realidad local porque privilegia el desarrollo y enfoca sus esfuerzos en el sector urbano de la comuna, lo que desemboca en una baja presencia municipal y un escaso vínculo con las personas de Pichidangui y Quilimarí, esta situación hace que estas localidades tiendan a presentar escaso sentimiento de pertenencia. Las dependencias municipales que ofrecen mayor relación con la comunidad en el área de desarrollo económico local son la Dirección de Desarrollo Comunitario (DIDECO) y la Oficina de Desarrollo Productivo ODP, aunque ciertamente les falta mucho desarrollo en su gestión ya

²⁵ FOSIS/GTZ-GFA, Op. Cit. p 30.

²⁶ Municipalidad de Los Vilos, Op. Cit. p. 85.

que DIDECO actuaba principalmente en el área asistencial y solo recientemente ha comenzado a reactivar el área de desarrollo de organizaciones comunitarias, por su parte la ODP realiza como tarea principal establecer el puente entre la comunidad y sus emprendedores con entes de financiamiento de proyectos como FOSIS, SERCOTEC, FONDEPROC de Minera Los Pelambres, etc.

En el área de turismo, que es de nuestro interés, existe la oficina de turismo que en el último tiempo se ha encargado de comenzar a desarrollarla en forma más seria y estructurada, registrando la oferta turística y creando proyectos enfocados en el progreso del turismo de la cuenca del río Quilimarí, pero aún esta acción esta en fases preliminares lejos de poder alcanzar resultados en el corto plazo.

2.2.2.3. Las autoridades políticas

“Se entiende por autoridades políticas aquellos agentes que constituyen el gobierno a nivel nacional, regional y local. En Chile, la mayoría son elegidas por votación popular (presidente, alcaldes, senadores y diputados), sin embargo, existen otras que son designadas por el presidente de la república (ministros, intendentes)”²⁷.

La tendencia política tiene importancia para el desarrollo económico local en el sentido de representar, en el ámbito de las autoridades y la administración, determinadas actitudes hacia el desarrollo económico, en el contexto de la comuna de Los Vilos podemos apreciar que este ítem no es demasiado

²⁷ FOSIS/GTZ-GFA, Op. Cit. p. 31.

significativo, en la actualidad existe un alcalde de tendencia política de derecha puesto que es parte de Renovación nacional, los periodos anteriores a este mandato estuvieron marcados por un predominio de la izquierda, a la luz de lo observado, este cambio en la autoridad municipal no significo un cambio relevante en cuanto al enfoque y énfasis de lo relacionado al desarrollo económico local.

2.2.2.4. Las organizaciones públicas y privadas

“Para diferenciarlas de aquellas manifestaciones organizacionales propias de la sociedad civil (como se ha mencionado anteriormente), diremos que son instituciones que no persiguen representar ningún grupo específico, pero que sí persiguen el bien común, algún objetivo social superior al grupo que las conforma”²⁸. Estas organizaciones pueden ser creadas por el estado o privados y abordar diversos ámbitos tales como: fomento productivo, formación y capacitación de recursos humanos, investigación y desarrollo, desarrollo tecnológico, desarrollo social y humano, etc.

Este tipo de agente se encuentra presente e influencia al territorio principalmente por medio de la canalización de programas a través del municipio, es así como podemos encontrar en la municipalidad de Los Vilos a varias organizaciones como estas (Ver anexo 8, pág. 106).

2.2.2.5. El agente de desarrollo local (ADL)

Tal como su nombre lo indica, se trata de una persona que promueve, desarrolla, concerta, coordina acciones para el Desarrollo Económico Local.

²⁸ FOSIS/GTZ-GFA, Op. Cit. p. 31.

Independientemente de donde trabaje, “se trata de un consultor local que se diferencia del consultor privado en que desarrolla funciones a través de iniciativas con un claro carácter público”²⁹. La condición para ser un agente de desarrollo local es que se debe accionar en pos de una vocación claramente pública, sin importar el lugar en donde se desempeñe, es así que el ADL puede ser encontrado en instituciones tanto públicas como privadas.

Para ser un Agente de Desarrollo Local se debe contar con ciertas características y llevar a cabo determinadas funciones (ver Anexo 9, pág. 107), en este sentido no podemos identificar un agente de este tipo en el sector de Pichidangui y Quilimarí, ni siquiera en el resto de la comuna, ciertamente sería muy beneficioso para el territorio contar con un ADL que aporte de forma activa y dedicada al desarrollo económico local.

2.2.2.6. El capital social

La CEPAL define este concepto como “el conjunto de normas, instituciones y organizaciones que promueven la confianza y la cooperación entre las personas, las comunidades y la sociedad en su conjunto”³⁰.

El capital social representa un activo importante con el que cuentan los territorios, en él se aprecia el sistema de relaciones socioculturales que se dan en el contexto territorial entre los distintos agentes de la sociedad, el nivel de acumulación de este ítem permitirá, sobre una base de confianza y cooperación,

²⁹ Albuquerque, Francisco. Manual del Agente de Desarrollo Local, 1999, p 26.

³⁰ División de Desarrollo Social, CEPAL. Construyendo capital social comunitario, 1999, p 103.

generar procesos de desarrollo económico local que sean armónicos y sustentables.

Es en el capital social donde se debe poner énfasis para desarrollar el territorio en base al turismo, buscar la asociatividad y el trabajo conjunto en pos del progreso territorial y la oferta llamativa al visitante, aunando los esfuerzos para generar el escenario de desarrollo económico local que se pretende lograr.

2.3. Estudio etnográfico

“El término etnografía significa la descripción del estilo de vida de grupos de personas habituadas a vivir juntas. La etnografía es un método de estudio utilizado por los antropólogos para describir las costumbres y tradiciones de un grupo humano. Este estudio ayuda a conocer la identidad de una comunidad humana que se desenvuelve en un ámbito sociocultural concreto”³¹.

Con el fin de conocer las características de algunos actores relevantes y del visitante que demanda servicios turísticos, se aplicaron herramientas etnográficas que nos permiten comprender de mejor manera el contexto territorial y así vislumbrar posibles acciones que permitan generar desarrollo. Las herramientas etnográficas utilizadas son: entrevistas y encuestas.

2.3.1. Entrevistas

Se llevan a cabo entrevistas, a modo de conversación con personas que tienen que ver con el desarrollo económico local y el turismo del territorio, en

³¹ Definición de etnografía. [en línea] <<http://definicion.de/etnografia/>> [Consultado: 7 de noviembre de 2011]

busca de información que pueda resultar relevante para la investigación. En el marco de esta memoria se realizaron entrevistas a representantes de secciones de la Municipalidad de Los Vilos, los entrevistados fueron Ana Yañez (DIDECO), Mario Valencia (ODP) y Jocelyn Pérez (Turismo), además se entrevisto a María Inés Brantt presidenta de la junta de vecinos del sector El Esfuerzo de Pichidangui.

De la información obtenida en estas entrevistas podemos apreciar matices sobre la condición de funcionamiento y aporte que brindan o están dejando de brindar algunas entidades relacionadas al desarrollo económico local y el turismo, de lo expuesto por representantes de departamentos u oficinas municipales y la representante vecinal que fueron objeto de entrevistas podemos desprender algunas problemáticas que merman el desarrollo local y también el desarrollo turístico, tales como:

Tabla 13: Principales problemáticas detectadas en entrevistas realizadas a actores locales.

Problema	Detalle
Estancamiento del desarrollo de las organizaciones comunitarias	Se aprecia un carácter asistencialista en las políticas de la Municipalidad, lo que ha repercutido en la naturaleza de la comunidad, este escenario ha mermado el desarrollo de las organizaciones de la comuna y el progreso conjunto de estas.
Desgaste del componente humano y de relaciones al interior de las organizaciones comunitarias	Las organizaciones comunitarias enfrentan grandes complicaciones por las personas que participan en ellas, regularmente se trata de individuos socialmente desgastados y las rencillas personales abundan en el funcionamiento organizacional, lo que limita su potencial de gestión.
Falta de fluidez de información entre los departamentos de la Municipalidad	No existe un concepto arraigado de desarrollar la localidad por medio de la unión y coordinación de esfuerzos de las distintas áreas, por el contrario existe más bien un trabajo individual que solo se interrumpe en ocasiones puntuales y contingentes.

Escasa cantidad, capacitación y especialización del personal de las áreas entrevistadas	DIDECO cuenta con más personal, pero carece de capacitación y dinámica en la realización de sus tareas, en ODP el personal es escaso por lo que se limita su potencial de gestión, lo mismo sucede en la oficina de turismo, la que también presenta inexistencia de profesionales de áreas relacionadas con el turismo como diseñadores o publicistas que aporten al desarrollo de la propuesta y puesta en valor de los atractivos turísticos.
Presupuestos acotados de las áreas municipales	La ODP y la oficina de turismo principalmente cuentan con un bajo porcentaje del presupuesto municipal, lo que impide la libertad de gestión y búsqueda de desarrollo de cada estamento, se infiere que la Municipalidad no define estas áreas como focos primordiales de desarrollo local.
Atractivos turísticos escasamente desarrollados	La oficina de turismo expone que los atractivos turísticos de la comuna en su mayoría se encuentran en mal estado o descuidados.

Fuente: Elaboración propia en base a información obtenida en las entrevistas.

Para observar el detalle resumido de la transcripción de las entrevistas realizadas ver Anexo 10 (pág. 108).

2.3.2. Encuestas

La aplicación de encuestas perseguirá principalmente el objetivo de identificar los intereses, gustos y preferencias que presentan los visitantes, además de sus percepciones sobre el potencial turístico de la zona que nos permita vislumbrar las áreas que se deben desarrollar para responder a estas expectativas.

Para efectos de la realización de esta encuesta se tomo como universo solo la cantidad de visitantes que se consideran como población flotante en periodo estival, cifra aproximada de 2000 personas.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó una técnica estadística tradicional, aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 p x q x N}{Ne^2 + Z^2 p x q}$$

n : Tamaño de la muestra

p : Probabilidad a favor (90%)

Z : Nivel de confianza

q : Probabilidad en contra (10%)

N : Universo

e : Error de estimación

Con un nivel de confianza de 95 % el tamaño de la muestra es de 129.

Esta encuesta fue realizada en el sector de la playa de Pichidanguí y en restaurantes, campings y hoteles de la zona, las preguntas realizadas y los resultados se analizan a continuación:

Tabla 14: Preguntas realizadas en encuesta y sus resultados.

Pregunta	Resultados
1. ¿Se encuentra en Pichidanguí por primera vez? a) Si b) No	Un 78% de los encuestados ha visitado anteriormente el sector de Pichidanguí, existe una gran cantidad de personas que profesan fidelidad con el sector y lo visitan regularmente junto a sus familias.
2. Si su respuesta anterior fue "No" ¿Qué factor principal motivó su vuelta al lugar? a) La tranquilidad b) La playa c) Los paisajes d) El clima e) Otro. Indique.	Un gran porcentaje de los encuestados (36%) indicó la opción "Otro" indicando que valora el conjunto de factores como lo que motiva su vuelta al lugar, siendo la tranquilidad el más reconocido y valorado con un 33% y la playa con un 21%.
3. Si su respuesta a la pregunta número 1 fue "Si" ¿Volvería a visitar esta zona? ¿Por qué?	La totalidad de los encuestados que se encontraban por primera vez en la zona dijeron estar dispuestos a volver, principalmente expusieron su valoración con respecto a la tranquilidad del lugar, los paisajes y el ambiente de descanso.
4. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje a Pichidanguí? a) Descanso b) Deportes c) Entretención y bohemia d) Familia e) Otro. Indique.	El 31% de los encuestados definen el descanso como el motivo principal de su visita, seguido de la entretención y bohemia con un 23%, familia y deportes aparecen con un 15% y 13% respectivamente. El 18% restante se trata en su mayoría de una mezcla de las demás alternativas, según lo expuesto por los encuestados.
5. ¿Conoce los atractivos turísticos del Valle de Quilimarí? a) Si b) No	Solo un 26% de los encuestados dice conocer los atractivos turísticos del Valle de Quilimarí, lo que representa un porcentaje muy bajo tomando en cuenta que la mayoría de ellos son personas que han visitado anteriormente la zona.

6. ¿Cuáles son las principales actividades que realiza durante su estadía?	La mayoría de los encuestados lleva a cabo actividades como paseos y caminatas por la playa y sus alrededores, se juntan con amigos a disfrutar de la playa durante el día o la noche y acuden a restaurantes o “picadas” a disfrutar de los atractivos gastronómicos de la zona junto a la familia y amigos.
7. ¿Qué aspectos relacionados con el turismo mejoraría en la zona? Explique brevemente.	Un gran porcentaje de los encuestados define que uno de los aspectos importantes a mejorar es el estado de las calles y plazas, principalmente el acceso sur a Pichidangui que se encuentra en muy mal estado. La falta de locales nocturnos, actividades y shows veraniegos, actividades recreativas y culturales, la difusión y publicidad, letreros en la carretera y en el sector mismo con información turística relevante y la poca diversificación del turismo que provoca el desaprovechamiento de potencial son otros ámbitos que necesitan mejorarse según la opinión de los visitantes consultados, algunos también exponen la necesidad de que se construya infraestructura deportiva, como gimnasios y multicanchas que también sirvan para la realización de eventos.
8. ¿Quién cree que debe invertir e impulsar el desarrollo turístico del sector? a) Privados b) Municipalidad c) Comunidad d) Otro. Indique.	El 45% se inclino por la opción “Otro” indicando que consideran que deben participar privados, municipalidad y comunidad en conjunto en el impulso del desarrollo turístico del sector, cabe destacar que de los tres, es la Municipalidad a la que se le asigna más responsabilidad según los encuestados, con un 33%.
9. ¿Considera que el sector de Pichidangui y el Valle de Quilimarí posee potencial de desarrollo turístico? ¿Qué tipos de turismo le interesaría que se desarrollaran? (Ej: turismo sol y playa, deportivo, ecoturismo, arqueológico, cultural, religioso, aventura, etc.)	El 100% de los encuestados considera que el sector de Pichidangui y Quilimarí posee mucho potencial turístico, con respecto a los tipos de turismo que les gustaría ver desarrollados en la zona, se imponen el turismo sol y playa (con un enfoque renovado), turismo cultural, arqueológico, ecoturismo, deportivo y turismo aventura, se aprecia en las opiniones de los consultados la gran valorización de los lugares naturales de la zona y sus expectativas de que estos espacios sean aprovechados en el desarrollo de distintos tipos de turismo.

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a lo rescatado de las encuestas realizadas podemos apreciar que existe fidelidad de parte de determinado grupo de visitantes que acuden a la zona con regularidad, demostrando su aprecio por el lugar y valorando aspectos tales como su tranquilidad y la posibilidad de aprovechar lugares de bello paisaje como la playa de Pichidangui, el descanso es uno de los principales objetivos del turista

que visita el sector por lo que suelen realizar actividades como paseos o visita a locales gastronómicos. El hecho de que la totalidad de los encuestados que visitaban por primera vez la zona expresara su deseo de volver demuestra que la localidad presenta características endógenas que por sí mismas la hacen llamativa y acogedora al visitante. Por otra parte, preocupa el desconocimiento del valle de Quilimarí y sus atractivos que expreso gran parte de los encuestados y la necesidad de mejoramiento en aspectos como la infraestructura vial, plazas, señalizaciones turísticas, realización de actividades y eventos, la falta de locales nocturnos y entretención, entre otros elementos que necesitan mejorar en opinión de los visitantes consultados. Según los encuestados, el desarrollo turístico debe estar a cargo de la comunidad, los privados y el municipio en conjunto, siendo este ultimo al que le adjudican más responsabilidad en este ejercicio.

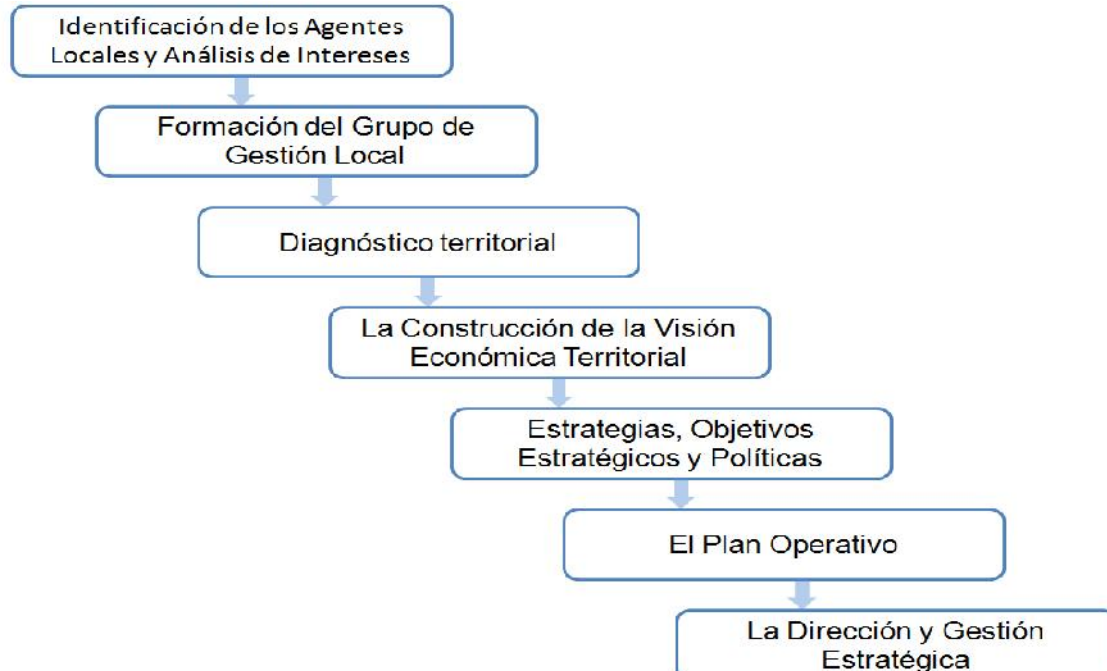
La totalidad de los turistas consultados exponen su apreciación positiva sobre el potencial turístico de la zona, expresando sus expectativas e interés respecto al desarrollo de diversos tipos de turismo, como el turismo playa renovado, turismo cultural y arqueológico, ecoturismo, turismo deportivo y turismo aventura.

CAPÍTULO III: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA TERRITORIAL

“Los objetivos últimos del desarrollo económico local son la mejora del empleo y calidad de vida de la población de la comunidad territorial correspondiente y la mejora de la equidad social en la misma”³². Para lograr este objetivo es necesario ordenar de la mejor manera posible los esfuerzos de los agentes locales y definir las líneas de acción y la vocación económica de la zona que nos permita alcanzar el desarrollo territorial, para esto es posible aplicar elementos de la planificación estratégica tradicional que se detallaran y analizaran en este capítulo.

La Planificación Estratégica tradicional será entendida como Planificación Estratégica Territorial para efectos de aplicación al Desarrollo Económico Local.

Figura 6: Etapas de la Planificación Estratégica Territorial.



Fuente: Elaboración propia adaptada de Guía para el Desarrollo Económico Local FOSIS/GTZ-GFA, 2002.

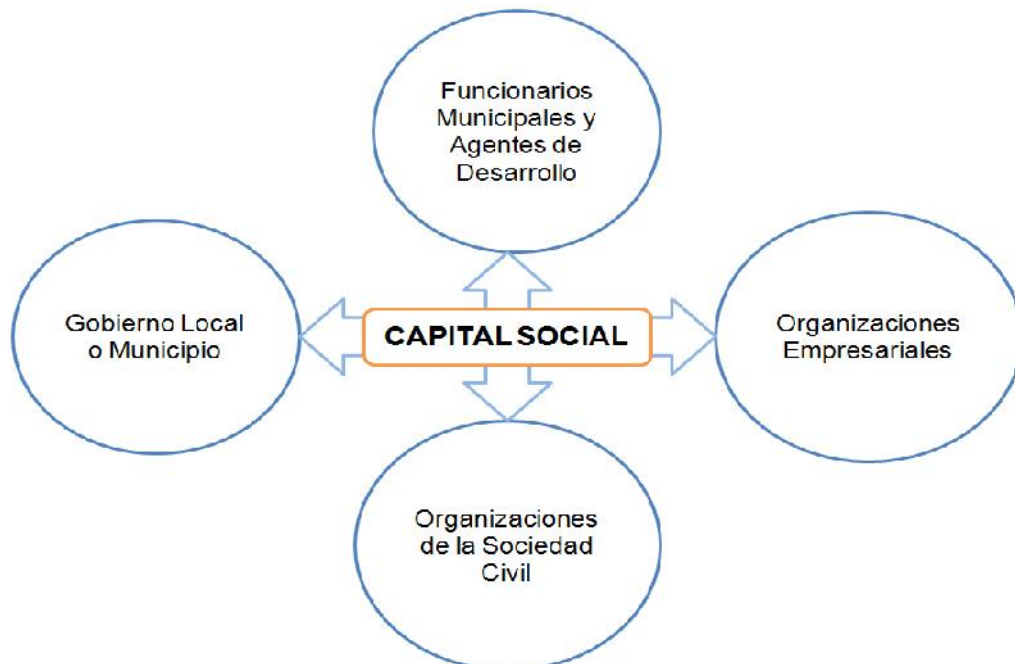
³² Albuquerque Llorens, Francisco. Curso de Desarrollo Local. En: Metodología para el Desarrollo Económico Local, 2003, p 1.

3.1. Identificación de los Agentes Locales y Análisis de Intereses

Independientemente de quien sea el que promueve el desarrollo económico local en el territorio se hará necesario contar con la participación de todos los agentes locales relevantes que actúan en el área considerada.

En el caso de Pichidangui y Quilimarí podemos apreciar los siguientes agentes locales relevantes:

Figura 7: Agentes locales relevantes en la zona.



Fuente: Elaboración propia adaptada de Guía para el Desarrollo Económico Local FOSIS/GTZ-GFA, 2002.

- Gobierno Local o Municipio representado por el Alcalde y el Concejo Municipal, su compromiso y apoyo político será de gran importancia para el establecimiento del proceso de desarrollo económico local, principalmente por el nivel de representatividad que tiene dentro del territorio.

- Funcionarios Municipales y Agentes de Desarrollo, estos últimos son las organizaciones públicas y privadas, ONG's o consultoras que intervienen en el territorio, tanto funcionarios como agentes serán de gran ayuda pues cuentan con información y conocimiento acerca de las relaciones y tendencias que se dan al interior del territorio en diversos ámbitos.
- Organizaciones Empresariales, si bien no existe demasiado desarrollo empresarial en el sector, de igual manera será relevante la participación de estas o de empresarios individuales, como aporte al carácter emprendedor de los habitantes, así como en la creación de empleos y búsqueda de nuevas posibilidades de negocio.
- Organizaciones de la Sociedad Civil, estas organizaciones son representativas de los intereses y necesidades específicas de la comunidad, por lo que aportan legitimidad al proceso de desarrollo económico local y son la principal forma en que las personas pueden agruparse y tomar contacto con los demás agentes territoriales. Son estas características las que hacen primordial el hecho de que las organizaciones comunitarias se encuentren activas y ejerzan su importante participación.

Es importante contar con la participación de estos agentes por su capacidad de convocar, promover y canalizar iniciativas de desarrollo territorial, es por esto que un alto nivel de integración de estos agentes nos permitirá contar con el capital social necesario para enfrentar el proceso de desarrollo económico local en un escenario armónico, cooperativo y sustentable.

3.2. Formación del Grupo de Gestión Local

Las experiencias de planificación territorial con participación de los agentes locales han demostrado la importancia de formar un Grupo de Gestión Local, este grupo deberá hacerse cargo ejecutivamente del proceso de planificación.

El GGL debe formarse con representantes de cada agente local, elegidos democráticamente por sus integrantes, de modo de ser el reflejo de las expectativas que cada agente territorial tiene del proceso de desarrollo económico local, defendiendo sus intereses e informando claramente sobre los avances y gestiones, este primer acercamiento se espera que pueda dar las primeras luces sobre los escenarios futuros y visión que espera cada agente local luego de implementar el proceso de desarrollo territorial.

3.3. Diagnostico territorial

Es necesario tener un conocimiento acabado sobre el territorio en diversos ámbitos, en este caso se llevaron a cabo investigaciones de orden turístico y de desarrollo económico local que nos permiten realizar un escrutinio interno y externo del territorio para determinar las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas que ostenta para afrontar el proceso de planificación territorial. “El Análisis FODA se trata de una herramienta analítica que facilita sistematizar la información que posee la organización sobre el mercado y sus variables, con el fin de definir su capacidad competitiva en un período determinado”³³.

³³ Análisis FODA herramienta estratégica de las organizaciones. [en línea] <http://www.gestiopolis.com/canales5/mkt/fodas.htm> [Consultado: 9 de noviembre de 2011]

En este caso el análisis FODA será aplicado al sector de Pichidangui y el Valle de Quilimarí como si esta zona con sus características, configuración, entorno y funcionamiento fueran la organización sometida a estudio.

Tabla 15: Análisis FODA, Escrutinio interno.

Variables internas	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Gran playa • Borde costero recientemente remodelado • Variedad y diversidad de atractivos turísticos (potencial turístico) • Visitantes fieles • Reconocido por su tranquilidad • Relativa cercanía con ciudades principales como Santiago y Valparaíso • Clima privilegiado • Planta turística apropiada (principalmente alojamiento y alimentación) • Cercanía geográfica entre las localidades, así como entre los atractivos turísticos de la zona • Gran presencia de atractivos naturales, relevantes por sí mismos • Locomoción (buses) disponible todo el día hacia norte y sur 	<ul style="list-style-type: none"> • Atractivos turísticos escasamente desarrollados y difundidos • Organizaciones comunitarias un poco estancadas • Escaso desarrollo de la propuesta turística • Inexistencia de una imagen turística y correspondiente difusión • Habitantes poco comprometidos y conscientes del desarrollo turístico y el desarrollo económico local • Algunas calles y accesos en mal estado • Escasa actividad empresarial • Gobierno local no promueve hasta ahora el turismo de forma clara y comprometida • Falta de desarrollo en algunos aspectos de la planta turística (esparcimiento y servicios)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16: Análisis FODA, Escrutinio externo.

Variables externas	
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechamiento y desarrollo del potencial turístico • Potenciamiento y dinamización de las organizaciones comunitarias • Crecimiento sostenido de la llegada de turistas a la región • Tendencia mundial hacia el turismo de intereses especiales • Acceso a capital público y privado por medio de la puesta en valor de los atractivos turísticos • Gran flujo de visitantes que viajan hacia el norte a través de ruta 5 norte • Grandes proyectos mineros en la provincia, posibles fuentes de financiamiento • Difusión de atractivos a través de redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo turístico de localidades cercanas como Los Molles • Crisis económicas que mermen llegada de turistas • Disminución del presupuesto municipal • Degradación irremediable de los atractivos turísticos naturales

Fuente: Elaboración propia.

Se definieron las fortalezas y debilidades del medio interno de la zona, así como las amenazas y oportunidades que aparecen en el entorno de esta, para poder visualizar las líneas de acción que nos permitan explotar las fortalezas y oportunidades, y combatir las debilidades y amenazas que se puedan detectar con el uso de esta herramienta, enfocando el análisis hacia aspectos que tienen que ver con el desarrollo económico local y el turismo como ejes principales.

Esta información nos será útil al momento de configurar las bases para la planificación territorial, por lo que debe considerarse en las siguientes etapas que conforman este proceso.

3.4. La Construcción de la Visión Económica Territorial

Con la información de diagnóstico y nociones de los valores que movilizan a los agentes territoriales, se debe construir la Visión Territorial. Esta visión debe ser inclusiva en su composición, de manera que corresponda a un ideal común de los habitantes y les parezca familiar y fácil de comprender.

“La visión territorial implica un proceso de proyección en el tiempo, responde a la pregunta ¿cómo imaginamos el territorio en el futuro, cómo nos gustaría que fuera? Si bien evoca un sueño o un ideal de territorio, debe ser posible y realista, es decir, debe ser coherente con las capacidades y oportunidades del territorio”³⁴.

³⁴ FOSIS/GTZ-GFA, Op. Cit. p. 84.

Visión Económica Territorial tentativa para el sector de Pichidangui y el Valle de Quilimarí:

“Transformar al sector de la Bahía de Pichidangui y el Valle de Quilimarí en un territorio reconocido como un destino turístico de intereses especiales, basado en la diversidad de su oferta de atractivos turísticos, la planta turística, la calidad y variedad de sus servicios, realidad en la que participen todos los agentes locales y la comunidad sea la más beneficiada con este desarrollo, incrementando la calidad de vida y las oportunidades laborales para los habitantes del sector”.

El objetivo principal del desarrollo económico local es generar mejoras en la calidad de vida y en las opciones de empleo del territorio, para esto se pretende fomentar la dinamización y participación de los distintos agentes locales en el aprovechamiento de las posibilidades que ofrece la explotación del potencial turístico de la zona.

3.5. Estrategias, Objetivos Estratégicos y Políticas

A partir de la construcción de la visión, del análisis FODA y de la información recabada durante la investigación, debemos identificar estrategias, que son mecanismos o medios de acción, orientados a profundizar fortalezas, superar debilidades, aprovechar oportunidades y evitar o enfrentar amenazas de manera coherente con la visión del territorio.

Los objetivos estratégicos, corresponden al fin que tiene la estrategia, es decir, mejorar, superar, profundizar, promover, etc., de acuerdo al análisis FODA territorial.

Las políticas corresponden al conjunto de medidas que deben establecerse a nivel institucional para poder implementar el proceso de planificación estratégica. Sin un diseño de políticas institucionales, difícilmente podrán llevarse a cabo las acciones que se planteen para lograr el plan, por lo que actúan como una directriz de acción que persigue el objetivo de concertar la voluntad de los agentes participantes y mantener el respeto por los valores y las expectativas de cada uno de estos.

Tabla 17: Estrategias, Objetivos y políticas para el desarrollo de la zona.

Estrategias	Objetivos Estratégicos	Políticas
Reactivación y dinamización de las organizaciones de la Sociedad Civil	<ol style="list-style-type: none"> 1. Motivar la participación ciudadana 2. Promover la integración de jóvenes 3. Profundizar la relación y asociatividad entre los integrantes de la comunidad 	<p>Se deberá procurar la concertación de los actores, así como su voluntad y compromiso con el desarrollo económico local. Las expectativas y valores de cada actor social tendrán que ser respetados y considerados para lograr el desarrollo armónico de este agente local tan importante. El buen funcionamiento y desarrollo en este ámbito debe estar enfocado a convocar a la comunidad a participar, especialmente a los jóvenes.</p>
Adopción de cultura turística por parte de los habitantes, valoración de este concepto como base del desarrollo económico local	<ol style="list-style-type: none"> 4. Promoción y difusión del potencial turístico hacia la comunidad 5. Profundizar el conocimiento de la gente con respecto al turismo como eje de desarrollo económico 	<p>Para transformar a un territorio en un lugar eminentemente turístico, la comunidad debe tener arraigado este concepto, para entenderlo como una oportunidad de desarrollo económico así como en lo que respecta a la responsabilidad y cuidado de los atractivos turísticos de la zona, esto permitirá que las personas puedan vislumbrar opciones de emprendimiento y participen activamente en el proceso de desarrollo.</p>

Desarrollo de la oferta turística, principalmente en esparcimiento y servicios	<ul style="list-style-type: none"> 6. Promover actividades de esparcimiento (culturales, deportivas, etc.) 7. Apoyo al establecimiento de locales y espacios destinados a la entretención 8. Profundizar desarrollo de locales del área de servicios 	El proceso estratégico debe considerar el ámbito de la entretención como un eje de convocatoria a los turistas, en el sector es primordial potenciar las actividades deportivas y culturales existentes y desarrollar nuevas formas de entretener al visitante, en este sentido hace falta también la existencia de mas locales de entretención, como discoteques, pubs, bar playa, etc. u otras actividades de esparcimiento en la playa y sus alrededores. El área de los servicios turísticos también se debe considerar como un aspecto a potenciar.
Puesta en valor del potencial turístico de interés especial de la zona	<ul style="list-style-type: none"> 9. Recuperación de los espacios descuidados 10. Promoción de los atractivos turísticos 11. Fomento del desarrollo de actividades económicas entorno al turismo 12. Diversificación de la actividad turística 	La estrategia debe apuntar como eje principal a rescatar y desarrollar los atractivos turísticos del sector, y a partir de estos configurar las rutas y redes turísticas que les saquen provecho, fomentando los emprendimientos y negocios que se puedan estructurar en complemento con el turismo de intereses especiales.
Creación de una imagen turística para el sector	<ul style="list-style-type: none"> 13. Definición de los focos de desarrollo turístico relevante 14. Difusión y promoción de la zona y su propuesta turística 	El territorio debe configurar una imagen, una propuesta turística que ofrezca los elementos turísticos elegidos como relevantes para la explotación. Con la imagen del sector configurada se deben buscar los canales de difusión para dar a conocer la propuesta al visitante y así poder convocar la llegada de nuevos turistas.

Fuente: Elaboración propia.

Estas estrategias, objetivos estratégicos y políticas apuntan a una serie de acciones que permitan lograr la visión estratégica expuesta anteriormente, basando este proceso en la acción de la sociedad civil o comunidad como elemento principal y engranaje trascendental del primer paso hacia el desarrollo local y al desarrollo del turismo de intereses especiales como motor económico del progreso territorial.

3.6. El Plan Operativo

El Plan Operativo se concibe como un resultado de un proceso de planificación estratégica, en este caso a realizarse en un plazo de cuatro años, a través del cual se construyen la visión, objetivos estratégicos, políticas y normas generales.

Para construir el plan operativo consideraremos las siguientes etapas:

- Transformar los objetivos estratégicos en objetivos más específicos, metas e indicadores cuantificables, medibles y/u observables.
- Una vez definidas las metas, deberán establecerse las actividades a realizar para lograrlas. Estas actividades deben ser precisas.
- Luego de las actividades, se establecen los medios necesarios para su ejecución: los requerimientos de acción para estas actividades.

El siguiente plan operativo sigue un orden lógico temporal, en el cual se pone énfasis inicialmente a avanzar en lo que respecta a la comunidad, su cultura turística y a la forma en que se desenvuelven sus organizaciones comunitarias, aportando a la solución de problemáticas detectadas durante la investigación, con respecto a la escasa cultura de los habitantes en lo referido al turismo y a los problemas de estancamiento de las organizaciones del sector. Posteriormente, se exponen acciones dirigidas al fortalecimiento del capital turístico de la zona, apuntando a solucionar deficiencias de la oferta y del área de servicios, generando además las bases para la configuración de la imagen turística final del territorio.

Tabla 18: Plan Operativo para el desarrollo local.

Objetivos Estratégicos	Meta y Descripción del indicador	Actividades a realizar	Requerimientos
<p>1. Motivar la participación ciudadana</p>	<p>1.1. Creación de nuevas organizaciones civiles de influencia territorial y reactivación de las existentes, aumentar en 20% las organizaciones activas de la zona</p> <p>Indicador: Organizaciones civiles creadas / Organizaciones civiles proyectadas</p>	<p>Catastro actualizado de las organizaciones</p> <p>Determinación de su nivel de actividad</p> <p>Formulación de directrices de gestión y reactivación</p> <p>Búsqueda de nuevas áreas productivas o comunitarias que necesiten representación de estas agrupaciones</p>	<p>Proceso de catastro, investigación y diagnóstico</p> <p>Capacitación y asesoría en áreas de administración, gestión y emprendimiento</p> <p>Seminarios y foros informativos sobre la importancia de implementar redes colaborativas</p>
	<p>1.2. Habitantes del territorio informados del proceso de desarrollo, su importancia y oportunidades que ofrece</p> <p>Indicador: Δ+ Información de desarrollo local con respecto a línea base</p>	<p>Difusión de la información sobre el proceso de desarrollo hacia la comunidad</p> <p>Informar a la comunidad las formas de aprovechar y ser partícipes del proceso de desarrollo económico local</p>	<p>Convocar reuniones informativas e integradoras</p> <p>Seminarios didácticos de emprendimiento y formación de negocios en el contexto local</p>
<p>2. Promover la integración de jóvenes</p>	<p>2.1. Inclusión de jóvenes a las organizaciones civiles, aumento de un 25% de jóvenes participantes</p> <p>Indicador: N° de jóvenes incorporados a organizaciones / N° de jóvenes participantes inicialmente</p>	<p>Informar a los jóvenes sobre las características de los agentes locales</p> <p>Realización de eventos llamativos y generadores de expectativas para la juventud</p> <p>Promover el recambio generacional de las directivas y dirigentes locales</p>	<p>Seminarios y actividades participativas para los jóvenes</p> <p>Actividades dinámicas de administración y gestión</p> <p>Eventos participativos de orden cultural, deportivo, etc.</p>
	<p>2.2. Creación de organizaciones juveniles de distinto tipo, aumento de 25% en organizaciones juveniles</p> <p>Indicador: N° de Org. Juveniles creadas/ N° de Org. Juveniles iniciales</p>	<p>Búsqueda de grupos juveniles informales en torno a actividades específicas</p> <p>Información acerca de la formación de agrupaciones y las posibilidades que les ofrece formarlas</p>	<p>Realización de encuentros juveniles</p> <p>Investigación de gustos e intereses de la juventud local</p> <p>Seminario didáctico enfocado a la entrega de herramientas de asociatividad y gestión</p>

<p>3. Profundizar la relación y asociatividad entre los integrantes de la comunidad</p>	<p>3.1. Establecimiento y desarrollo de redes de apoyo inter agentes territoriales</p> <p>Indicador: $\Delta+$ del N° de convenios firmados entre actores y organizaciones con respecto a la línea base</p>	<p>Generar instancias de encuentro y discusión</p> <p>Establecimiento de una plataforma cooperativa para todo agente interesado en participar de las redes de cooperación</p> <p>Determinación de potencialidades de desarrollo que puedan ser explotada en base a la asociatividad</p>	<p>Reuniones de todos los agentes para búsqueda de intereses comunes y estudio frecuente de potencialidades a explotar en conjunto</p> <p>Creación de comité representativo que se encargue de gestionar una plataforma de contacto entre los agentes</p>
<p>4. Promoción y difusión del potencial turístico hacia la comunidad</p>	<p>4.1. Comunidad informada y al tanto de los distintos atractivos turísticos de la zona, su estado y nivel de desarrollo</p> <p>Indicador: N° de menciones en medios de circulación nacional</p>	<p>Informar regularmente a la comunidad sobre los atractivos del sector y el desarrollo turístico</p> <p>Rescate de las ideas y percepciones emanadas de la comunidad local con respecto al turismo</p>	<p>Reuniones informativas sobre el proceso de desarrollo turístico y local</p> <p>Seminarios de discusión y debate</p> <p>Folletería, medios y redes sociales</p>
<p>5. Profundizar el conocimiento de la gente con respecto al turismo como eje de desarrollo económico</p>	<p>5.1. Habitantes conscientes, comprometidos y participantes del desarrollo turístico y local</p> <p>Indicador: N° de foros realizados / N° de foros proyectados</p>	<p>Informar a la comunidad acerca de la forma en que se le puede sacar provecho al turismo</p> <p>Enseñar a la gente como el turismo puede transformarse en el motor del desarrollo territorial</p>	<p>Seminarios y foros enfocados al turismo, sus características, funciones y aporte al desarrollo territorial, informar y conectar con redes de fomento como FOSIS, SERCOTEC, etc.</p>
<p>6. Promover actividades de esparcimiento (culturales, deportivas, etc.)</p>	<p>6.1. Creación de actividades y/o eventos nuevos de distinto tipo, aumentar en un 50% la cantidad de actividades y/o eventos realizados en el territorio</p> <p>Indicador: N° de actividades y/o eventos creados / N° de actividades y/o eventos existentes al inicio</p>	<p>Buscar posibles áreas de interés para el desarrollo de actividades culturales, deportivas, etc.</p> <p>Establecer contacto con agrupaciones de distinto tipo para la formulación de actividades llamativas</p> <p>Difusión y promoción de las actividades</p>	<p>Investigación y búsqueda de potenciales actividades a realizar y grupos de personas a las q les interesaría participar</p> <p>Folletería, promoción vía medios de comunicación y redes sociales</p>

	<p>6.2. Desarrollo y mejoramiento de actividades existentes</p> <p>Indicador: Δ+ en la percepción positiva de las personas con respecto a la línea base</p>	<p>Difusión de las actividades</p> <p>Búsqueda de posibilidades de mejoramiento de la propuesta de cada actividad</p> <p>Convocar aportes y participantes (humanos y financieros), aprovechamiento de las distintas redes de fomento</p>	<p>Folletería, promoción vía medios de comunicación y redes sociales</p> <p>Estudio y análisis de las actividades en busca de formas de desarrollarlas</p> <p>Reuniones participativas de debate y discusión para recoger ideas de la comunidad</p> <p>Gestionar nuevas formas de financiamiento</p>
7. Apoyo al establecimiento de locales y espacios destinados a la entretención	<p>7.1. Mayor cantidad de locales y espacios de esparcimiento para niños y adultos, aumento de un 20% en este ámbito</p> <p>Indicador: N° de locales y/o espacios turísticos creados / N° de locales y/o espacios turísticos proyectados</p>	<p>Búsqueda de posibilidades de establecimiento de locales nocturnos</p> <p>Fomento de explotación de espacios del territorio para la entretención de niños y adultos</p> <p>Búsqueda de aportes humanos y financieros, además de proyectos a través de entidades como FOSIS, CORFO, etc.</p>	<p>Estudio e investigación de intereses del visitante y la comunidad en el ámbito del entretenimiento</p> <p>Investigación y determinación de lugares aptos para establecer este tipo de espacios</p> <p>Generación de instancias de financiamiento</p>
8. Profundizar desarrollo de locales del área de servicios	<p>8.1. Contar con mayor cantidad y mejores servicios (principalmente relacionados con el turismo), aumento de un 20% en locales de este tipo</p> <p>Indicador: N° de locales de servicios / N° de locales de servicios proyectados</p>	<p>Determinación de la falta de servicios o servicios que no están siendo bien cubiertos</p> <p>Mejoramiento de los servicios e implementación de servicios inexistentes</p> <p>Búsqueda de financiamiento o inversionistas</p>	<p>Estudio sobre los servicios brindados en la zona y su estado</p> <p>Investigación de las necesidades del turista que no están siendo cubiertas</p> <p>Generación de instancias de financiamiento y llamado a la inversión</p>
9. Recuperación de los espacios descuidados	<p>9.1. Buen nivel de limpieza y cuidado del territorio y sus atractivos, aumento del nivel de inversión municipal en este ámbito</p> <p>Indicador: Nivel de inversión municipal en aseo y ornato / Nivel de inversión municipal en aseo y ornato al inicio</p>	<p>Limpieza y acondicionamiento del territorio y sus atractivos descuidados</p> <p>Culturización de los habitantes en términos de limpieza y cuidado del territorio</p>	<p>Jornadas de aseo y cuidado participativas</p> <p>Seminarios y reuniones explicativas enfocadas a la concientización de la comunidad</p> <p>Folletería y campañas por diversos medios</p>

10. Promoción de los atractivos turísticos	10.1. Atractivos turísticos conocidos y apreciados por los visitantes y la comunidad en general Indicador: N° de menciones en medios de circulación nacional	Difusión de los atractivos y su propuesta turística	Folletería, difusión vía medios de comunicación y redes sociales
11. Fomento del desarrollo de actividades económicas en torno al turismo	11.1. Desarrollo de modelos de negocio en torno a la explotación del potencial turístico Indicador: $\Delta+$ Adjudicación de recursos públicos para la generación de negocios del sector turístico	Definición de líneas de negocio relacionadas con la explotación del potencial turístico Búsqueda o generación de interesados en invertir y emprender en los nichos que se detecten Búsqueda de formas de financiamiento por redes de fomento o inversionistas interesados	Estudio del turismo y atractivos, dirigido a la búsqueda de potenciales formas de negocio a desarrollar Procedimientos de gestión en búsqueda de factibilidades financieras e inversión Establecimiento de nexos con CORFO, FOSIS, SERCOTEC, etc. para fomento de proyectos
	11.2. Generación y desarrollo de redes y rutas turísticas Indicador: $\Delta+$ de articulaciones entre locales y espacios turísticos	Caracterización y clasificación de los atractivos susceptibles de explotación Determinación de las áreas de interés para el visitante Generación de propuestas de interés especial para los turistas	Estudio y determinación de la naturaleza de cada atractivo turístico Investigación sobre las áreas de interés del visitante Concertación de agentes en busca de propuestas turísticas llamativas para el visitante
12. Diversificación de la actividad turística	12.1. El territorio ofrece un diverso abanico de tipos de turismo de intereses especiales a disposición del visitante Indicador: $\Delta+$ de la percepción positiva del visitante con respecto a la línea base	Enseñar a las personas las nuevas formas que existen de desarrollar actividades turísticas Buscar las maneras de explotar las posibilidades en forma conjunta con los demás agentes territoriales Generar los proyectos apropiados para aprovechar el potencial turístico de interés especial	Seminarios apuntados a enseñar lo nuevo del turismo (turismo de intereses especiales) Convocar a reuniones participativas para vislumbrar formas de explotación turística Estudio de otras experiencias similares Definición de los proyectos de desarrollo turístico

13. Definición de los focos de desarrollo turístico relevante	13.1. Especialización del territorio en determinados tipos de turismo de intereses especiales Indicador: Δ+ de apreciación de la oferta turística de parte del visitante, con respecto a línea base	Determinación de los tipos de turismo que mas potencial presentan en la zona Determinación de los tipos de turismo preferidos por el visitantes Configuración de la propuesta turística especial del territorio	Análisis técnico y especializado en la búsqueda de las mejores formas de turismo para la zona Rescate de las impresiones de los visitantes acerca de sus intereses en actividades turísticas Generación de la imagen y propuesta turística definitiva del territorio
14. Difusión y promoción de la zona y su propuesta turística	14.1. El territorio conocido y apreciado por su imagen y propuesta turística de intereses especiales Indicador: Δ+ de menciones en medios de circulación nacional	Definir una imagen clara y estructurada del territorio como destino turístico de intereses especiales Promoción y difusión de las características de la oferta turística del sector	Estudio multidisciplinario para formulación de la imagen y propuesta turística final Folletería, difusión y promoción a través de medios de comunicación y redes sociales

Fuente: Elaboración propia.

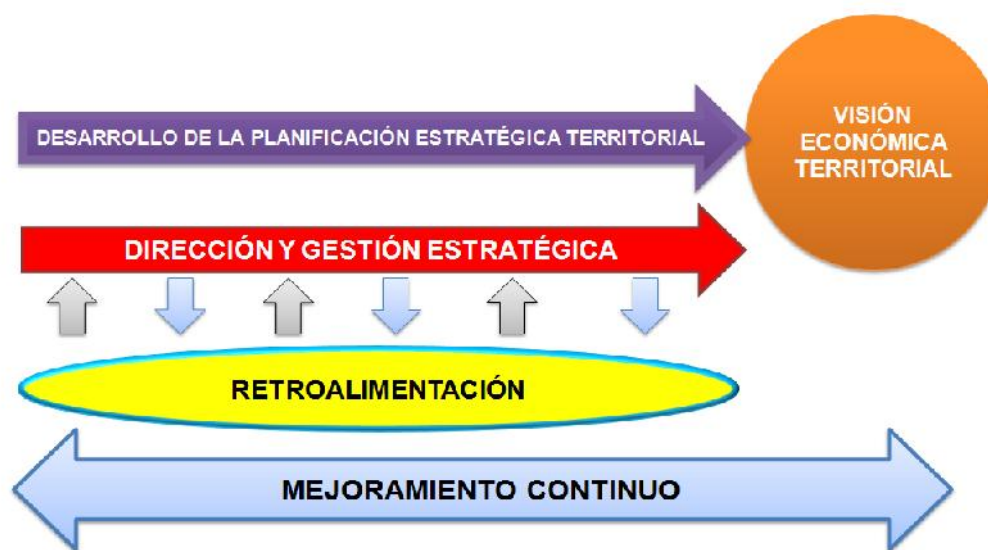
3.7. La Dirección y Gestión Estratégica

En este ámbito es esencial definir una instancia local que se haga cargo de la dirección y gestión estratégica. Esta función puede recaer en el ente que ha promovido el proceso de planificación, pero es aconsejable que el encargado de llevar a cabo esta tarea sea el Grupo de Gestión Local, para que pueda ser representativo de todos los agentes territoriales y se intente primar el desarrollo armónico de las funciones respetando las expectativas y políticas de cada uno.

La puesta en marcha y desarrollo de la planificación territorial debe contar con una estructura que permita el control por parte de un ente participativo, en este caso el Grupo de Gestión Local, este orden debe ser asegurado por medio de

normas y políticas acordadas por los actores de forma objetiva, responsable e inclusiva, para avanzar ordenadamente y detectar las complicaciones que aparecen de forma oportuna para darles solución y realizar la retroalimentación necesaria.

Figura 8: Estructura del proceso de planificación estratégica territorial.



Fuente: Elaboración propia.

El desarrollo e implementación de esta planificación estratégica territorial debe contar con una dirección y gestión que se lleve a cabo de forma paralela, siguiendo atentamente la contingencia del proceso con el fin de recabar la información necesaria para realizar una retroalimentación constante que nos permita generar un escenario de mejoramiento continuo, esto brindara al proceso la capacidad de ser flexible y adaptable a las eventualidades y por ende lo hará mas estable y perdurable en el tiempo.

IV. CONCLUSIONES GENERALES

Cada espacio territorial presenta características distintas en cuanto a los actores, su estado y nivel de integración, en el caso del sector estudiado los actores locales expresan dispar nivel de desarrollo, las organizaciones de la sociedad civil son numerosas y diversas en su naturaleza pero carecen de actividad relevante ya que permanecen en su mayoría estáticas en la gestión de actividades de desarrollo económico, el municipio con sus autoridades y funcionarios presentan iniciativa y ganas de aportar al desarrollo pero los principales impedimentos que enfrentan son la escasez de recursos y los problemas de integración y coordinación entre los distintos estamentos del municipio, problemáticas que también afectan a las organizaciones públicas y privadas que actúan principalmente a través de la municipalidad. El tejido empresarial es una de las áreas que presenta menos desarrollo en la localidad, por lo que podemos aseverar que el escenario de desarrollo local debe basarse primero en la asociatividad y complementariedad entre el resto de los actores, potenciando el capital social que permita suplir la falta de actividad económica y empresarial existente en el territorio. Se deben vislumbrar formas de convocar a nuevos empresarios y nuevos negocios por medio de una planificación estratégica territorial adecuada para que aporten en lo referido a financiamiento y capital para actividades de emprendimiento, alentando así la actividad económica empresarial.

Con los antecedentes recogidos durante la investigación, principalmente las encuestas y entrevistas realizadas, podemos apreciar que existe un potencial

turístico evidente en el sector de Pichidangui y Quilimarí, basado en la percepción de los visitantes, sus expectativas sobre el desarrollo y puesta en valor de las potencialidades del sector e incluso en lo que expresan los funcionarios municipales y otros actores locales. Los turistas valoran bastante los paisajes que se encuentran en Pichidangui-Quilimarí y reconocen varios tipos de potencial turístico de interés especial, entre los que destacan el turismo sol y playa con enfoque renovado, ecoturismo, turismo aventura, cultural y arqueológico, .

Estos elementos afirman que el turismo de intereses especiales aparece como un factor que podría transformarse sin duda en el eje de desarrollo territorial por lo que este potencial debe ser considerado como un elemento a desarrollar en el proceso de planificación territorial, teniendo en cuenta las tendencias expresadas por el visitante y la posibilidad de otorgar a las localidades una imagen turística llamativa y convocante. Esta acción estratégica busca desarrollar nuevos tipos de negocio en torno al turismo de intereses especiales, aportando al progreso territorial con la concientización de los habitantes en cuanto al potencial turístico, su explotación, cuidado y desarrollo sustentable.

La planificación estratégica territorial pretende cimentar bases principalmente en lo que a conciencia turística y emprendedora se refiere, otorgando herramientas y conocimiento a las personas y organizaciones de la comunidad para que sean capaces de explotar el potencial existente, fomentando la asociatividad y el trabajo conjunto para la consecución de objetivos de desarrollo local y brindarle al territorio la vocación turística necesaria, en cuanto a la creación

de imagen y estructura, que permita ofertar una propuesta clara, estructurada y llamativa al visitante, la consecución de este objetivo pretende establecer un desarrollo territorial que vaya en pos de la superación de las falencias y tendencia al estancamiento que presentan algunas áreas o actores locales relevantes.

El plan estratégico territorial establece como ejes principales de desarrollo: la reactivación y dinamización de las organizaciones de la sociedad civil, adopción de una cultura turística y valoración del turismo como base del desarrollo local, desarrollo de la oferta turística, puesta en valor del potencial turístico de interés especial de la zona y creación de una imagen turística para el sector.

Este proceso debe ser llevado a cabo de manera controlada, es aconsejable buscar la forma de generar un ente o persona que actúe como agente de desarrollo local especializado o bien transformar al Grupo de Gestión Local (GGL) en un grupo completo de gestión y control. El control exhaustivo durante el desarrollo de la planificación territorial permitirá generar la retroalimentación necesaria para la optimización y establecimiento de un proceso de mejoramiento continuo, de esta manera no se tratara de un intento aislado de desarrollo local que no perdura (problema recurrente en la implementación de este tipo de concepto en otros lugares), sino más bien un proyecto de desarrollo local a largo plazo, constante, cíclico y progresivo en el tiempo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Albuquerque, Francisco. Manual del Agente de Desarrollo Local, 1999.
2. Albuquerque Llorens, Francisco. Curso de Desarrollo Local. En: Metodología para el Desarrollo Económico Local, 2003.
3. Análisis FODA herramienta estratégica de las organizaciones. [en línea] <http://www.gestiopolis.com/canales5/mkt/fodaes.htm> [Consultado: 9 de noviembre de 2011]
4. Atractivos naturales de las regiones de Chile [en línea] <http://www.sinia.cl/1292/articles-37759_pdf_fichas.pdf> [Consultado: 4 de diciembre 2011]
5. División de Desarrollo Social, CEPAL. Construyendo capital social comunitario, 1999
6. Dieckow, L.M. Turismo. Un abordaje micro y macroeconómico, 2010.
7. Dirección de Desarrollo y Gestión Local - ILPES, Manual de desarrollo local, 1998.
8. Etnografía. [en línea] <<http://definicion.de/etnografia/>> [Consultado: 7 de noviembre de 2011]
9. FOSIS/GTZ-GFA, Guía para el Desarrollo Económico Local, 2002.
10. La Cueva de la Quintrala [en línea] <<http://turismochoapa.blogspot.com/2008/06/la-cueva-de-la-quintrala.html>> [Consultado: 29 de noviembre 2011]

11. Leiva, Víctor. Diagnostico oferta turística, 1997.
12. Ministerio del Interior - Subsecretaría de Desarrollo de Desarrollo Regional y Administrativo, Ley orgánica constitucional de Municipalidades, 2002.
13. Organización Mundial de Turismo. Introducción al turismo. [en línea] <<http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1128/9284402697.pdf>> [Consultado: 16 de junio de 2011]
14. Osorio Vargas, Saúl, SERNATUR. Estudio demanda turística Provincia del Choapa, 2009.
15. Pichidangui – Puerta de entrada a la IV Región de Chile. [en línea] <<http://www.pichidangui.com/>> [Consultado: 21 de septiembre de 2011]
16. Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO) 2008-2012, Municipalidad de Los Vilos, 2008.
17. Procesión de la Virgen de Palo Colorado. [en línea] <http://www.ipanc.org/servicios/calendarioEventos/contenidos.php?id=43&identificaArticulo=2100&mes=&anio=> [Consultado: 7 de diciembre de 2011]
18. Quienes somos, Agrícola Valle de Quilimarí. [en línea] http://vallequilimari.cl/site_esp/valle_quilimari.php [Consultado: 15 de diciembre de 2011]
19. Quilimarí se prepara para la Fiesta del Carmen. [en línea] <http://www.pichidangui.com/article.php?story=68> [Consultado: 15 de diciembre de 2011]
20. SERNATUR, Boletín N°1 Glosario de turismo, 2008.

21. SERNATUR, Diagnóstico del turismo en la Región de Coquimbo 2009/2010.
22. Testimonios, el cerro imán [en línea] <<http://guanguali-existe.blogspot.com/p/testimonios.html>> [Consultado: 29 de noviembre 2011]
23. Turismo de intereses especiales [en línea] <http://www.turismoempreendedor.cl/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=52%3Aeventos-y-seminarios&catid=36%3Awhat-is-new-here&Itemid=1> [Consultado: 18 de Junio de 2011]
24. Turismo internacional: los primeros resultados de 2011 confirman consolidación del crecimiento. OMT. [en línea] <http://media.unwto.org/es/press-release/2011-05-11/turismo-internacional-los-primeros-resultados-de-2011-confirman-la-consolid> [Consultado: 16 de junio de 2011]
25. Valles costeros, [en línea] http://www.vallescosteros.cl/index.php?option=com_content&view=article&catid=1:valle-del-quilimari&id=4:guanguali [Consultado: 7 de diciembre de 2011]

ANEXOS

Anexo 1: Identificación y descripción de los atractivos turísticos de Pichidangui y el valle de Quilimarí.

Categoría	Tipo	Nombre
Sitios naturales	Playas, islas y sitios de baño	-Playa Pichidangui -El Durazno -Las conchillas y Las mariposas -Posas del río Quilimarí -Isla Locos e isla de las gaviotas
	Roqueríos, grutas y cavernas	-Cueva de la Quintrala -Punta de Quelén -La puntilla
	Montañas y cerros	-Cerro Santa Inés -Cerro La silla -Cerro Imán
	Embalses y tranques	-Embalse de Culimo -Tranque natural Lo Muñoz
	Lugares de observación de flora y fauna	-Bosque tipo Valdiviano (cima cerro Santa Inés) -Bosques costeros de eucaliptus -Quebrada de Culimo, presencia de palma chilena -Reserva de Palo Colorado -Reserva y lugar de retiro Miravalle
	Sectores planos, valles y caminos pintorescos	-Costanera Pichidangui -Valle de Quilimarí -Calle Principal Quilimarí -Calle Principal Guanguali -Puente de Quilimarí -Muelle de Pichidangui
Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas	Museos	-Museo Lo Muñoz
	Lugares históricos y Arqueológicos	-Petroglifos Valle de Quilimarí -Ruinas: túneles y puentes antiguos -Restos del naufragio de un barco alemán en bahía de Pichidangui
	Parques y Plazas	-Plaza de Guanguali -Parque de Guanguali
	Manifestaciones y creencias populares	-Iglesia de Pichidangui -Iglesia de Quilimarí -Gruta Virgen de Palo Colorado -Otras iglesias y capillas

Folklore	Manifestaciones religiosas y creencias populares	-Fiesta de San Pedro -Canto a lo divino y lo humano -Celebración Virgen del Carmen de Palo Colorado
	Artesanía	-Feria artesanal Pichidangui -Artesanía en cuero Quilimarí -Talleres de artesanía en cerámica gres y en madera de Guanguali
Realizaciones Técnicas, Científicas o Artísticas Contemporáneas	Explotaciones silvoagropecuarias y pesqueras	-Aceite de oliva Valle de Quilimarí -Tienda rural "Rustico" Palo Colorado -Extracción y procesamiento de huiro -Caleta de pescadores -Apicultura Guanguali -Viveros Quilimarí
	Explotaciones mineras	-Minas de cuarzo a tajo abierto
Acontecimientos Programados	Deportivos	-Liga de futbol Mar-valle -Campeonato de rodeo
	Otros	-Semana pichidanguina

Fuente: Elaboración propia en base a Descripción Atractivos Turísticos.

Víctor Leiva, 1997.

Estos atractivos se describen a continuación:

Sitios naturales: Playas, islas y sitios de baño

Playa de Pichidangui

Es quizás el atractivo más reconocido de la localidad, se encuentra a un par de kilómetros de la ruta 5 norte, con forma de herradura tiene 6 kilómetros aproximadamente de arenas blanquecinas y aguas verde turquesa, la temperatura del agua es templada-cálida, oscilando entre los 18°C en invierno a los 22 °C-24 °C en verano, posee oleaje moderado en el sector sur (más protegido) a fuerte en el sector norte. Es reconocida por sus características favorables para el desarrollo de deportes náuticos como el windsurf, el canotaje, buceo, etc.

El Durazno

Es un sector que se encuentra a un par de kilómetros al norte del sector urbano de Pichidangui al que se puede acceder en vehículo o a pie, en él podemos encontrar roqueríos y pequeñas playas aptas para el baño, además es usada por los lugareños como zona para pescar y mariscar de forma deportiva y como lugar para hacer asados.

Las Conchillas y Las Mariposas

Ubicadas a pasos de la playa principal de Pichidangui, son posas que se forman entre los roqueríos con el oleaje que entra hacia ellas formando verdaderas piscinas que según el nivel de marea pueden alcanzar más de 5 metros de profundidad, son muy utilizadas por los lugareños durante el año y por los turistas en temporada de verano.

Posas del Río Quilimarí

Son posas ubicadas en la parte norte de la playa de Pichidangui, en la desembocadura del río Quilimarí, en este sector se forman estancamientos de agua de media profundidad que son ocupados como zona de baño por lugareños y turistas.

Isla Locos e isla de las gaviotas

Estas islas se encuentran en plena bahía de Pichidangui, a unos 100 metros de la costa, son recurrentes los paseos en bote e incluso hay personas que nadan hacia

ellas, representando también las aguas colindantes, un sector adecuado para la práctica de buceo. Estas islas no están habitadas pero se preserva un ecosistema formado por diversas especies arbustivas, lobos marinos, chungungos, entre otros animales y además se presentan como una reserva de aves estacionarias y migratorias entre las que podemos encontrar gaviotas, pingüinos, bandurrias, gaviota magallánica y patos yecos, etc.

Sitios naturales: Roqueríos, grutas y cavernas

Cueva de la Quintrala

Catalina de los Ríos y Lisperguer, La Quintrala - heredera de una fortuna surgida en los lavaderos de oro del Choapa - tenía una terapia sencilla frente al rechazo masculino: arrojaba al insensato a esta caverna y esperaba que la subida del mar la vengara.³⁵ Es una caverna de grandes proporciones formada por la erosión marina que se ubica en el extremo norte de la bahía de Pichidangui, se debe acceder a ella por las arenas de la playa.

Punta de Quelén

Es un sector ubicado en el extremo norte de la playa de Pichidangui, con sus roqueríos y grandes dunas ofrece un paisaje muy bello y condiciones para realizar deportes como el sandboard y enduro, se debe acceder a este sitio hacia el norte a lo largo de la playa.

³⁵ La Cueva de la Quintrala [en línea] < <http://turismochoapa.blogspot.com/2008/06/la-cueva-de-la-quintrala.html> > [Consultado: 29 de noviembre 2011]

La Puntilla

Es una zona ubicada por la costa hacia al sur de la playa de Pichidangui, se presenta como un mirador natural desde donde se puede observar una panorámica única del mar, los roqueríos, la iglesia y los rompeolas naturales del sector, se puede acceder en vehículo o a pie.

Sitios naturales: Montañas y cerros

Cerro Santa Inés

Ubicado a unos 5 kilómetros de la playa de Pichidangui, desde donde se puede apreciar imponente, se ubica el cerro Santa Inés que por su forma de semicono y sus 600 metros de altura se destaca entre los demás cerros del sector. En él se puede observar diversidad de flora y fauna, además desde la cima hacia la parte posterior se encuentra un bosque de tipo valdiviano similar al de la reserva de Fray Jorge (también en la IV región), se puede acceder en vehículo 4x4 o bien a pie, en una caminata que dura entre 2 y 3 horas aproximadamente, también es ocupado como ruta para motociclismo, “jeepeo” y otros deportes similares.

Cerro La Silla

Este cerro de menor tamaño que el Santa Inés también es posible verlo desde la bahía de Pichidangui y se encuentra entre esta localidad y el pueblo de Quilimarí, debe el nombre a su forma de montura, aunque también se le conoce como “el cocodrilo” también por la forma que tiene si es observado desde algunos puntos

de la zona. A este cerro se puede acceder en vehículos o a pie y también es utilizado para rutas de motociclismo, enduro y otros deportes tuerkas.

Cerro Imán

El cerro se llama Imán ya que en su cumbre se encontraba un gigantesco imán que tenía una potencia colosal y era capaz de quitar las espuelas y cinturones de fierro a los arrieros o baquianos que andaban por el lugar, pero su poder no terminaba allí sino que también era capaz de variar la brújula de los antiguos barcos quedando varados en la costa de Pichidangui, ubicada unos 16 km al poniente.³⁶ Es un lugar muy enigmático del valle, en el cual aún es posible encontrar gran cantidad de magnetita, restos de la gran roca que existió en la cima de este cerro y que fue quemada por lugareños.

Sitios naturales: Embalses

Embalse de Culimo

Fue construido entre el año 1929 y 1933, su superficie de agua es de 227km² y su volumen de agua es de 12.000.000 m³. El principal objetivo de este embalse es abastecer de agua para el riego a los habitantes del valle de Quilimarí.

Tranque natural Lo Muñoz

Pequeño tranque natural en el sector cercano al museo de Lo Muñoz, se presenta como una excelente alternativa para realizar paseos y picnic.

³⁶ Testimonios, el cerro imán [en línea] <<http://guanguali-existe.blogspot.com/p/testimonios.html>> [Consultado: 29 de noviembre 2011]

Sitios naturales: Lugares de observación de flora y fauna

Bosque tipo valdiviano (cima del cerro Santa Inés)

Presencia de bosque relictos, similar a Fray Jorge, con presencia de especies de distribución restringida.³⁷ Desde la cima del cerro Santa Inés hacia su parte posterior se encuentra un bosque relictos de olivillo, propiciado por el microclima nuboso que se forma en el sector. En este bosque se pueden observar diversidad de especies bastante exclusivas lo que configura un lugar único para el turista transformándolo en un potencial foco de turismo aventura y trekking. Se puede acceder a este bosque a pie o en vehículo.

Bosques costeros de eucaliptus

El sector de Pichidangui presenta numerosos bosques de eucaliptus que se distribuyen por diversos lugares del pueblo, incluso entre sectores residenciales. Los principales bosques de eucaliptus los encontramos camino al sector alto de Pichidangui e inmediatamente a un costado de la playa, a solo unos 20 o 30 metros de esta, entre estos bosques se encuentran diversos camping y cabañas que aprovechan este entorno natural para prestar un servicio más llamativo.

Quebrada de Culimo, presencia de palma chilena

Es la única zona de la cuarta región donde se puede encontrar *jubaea chilensis* o palma chilena, en la actualidad se están llevando a cabo esfuerzos por parte de Minera Los Pelambres para preservar esta concentración y expandirla,

³⁷ Atractivos naturales de las regiones de Chile [en línea] <http://www.sinia.cl/1292/articles-37759_pdf_fichas.pdf> [Consultado: 4 de diciembre 2011]

aumentando su población y evitando la explotación indiscriminada de la que ha sido víctima esta reserva en años pasados.

Reserva de Palo Colorado

Esta reserva de flora y fauna nativa de la IV región se encuentra en el kilometro 204 de la Panamericana norte, a un par de minutos al norte de Quilimarí. Este lugar ofrece paisaje costero virgen, pozas de agua salada y dulce, cultivo de erizos, cultivo de cactus, colonias de niales de cormorán de ojos azules, chungungos (nutrias de mar), bosque nativo relictual, mina de oro abandonada y variadas vistas panorámicas. Se ofrecen paseos a caballo o a pie con diversas tarifas para conocer el lugar, se pueden realizar asados.

Reserva y lugar de retiro Miravalle

A unos 20 kilómetros al interior de la entrada a Quilimarí se encuentra Miravalle, un centro de retiro en donde podemos encontrar cabañas, hermosos jardines con pequeños lugares para descansar, piscina, fuente de cuarzo sin agua para energizarse, jacuzzi al aire libre, baños calientes con hierbas para mirar las estrellas, huerto orgánico y salas de masaje entre otros atractivos. Establecido en un entorno natural ofrece un escenario ideal para realizar ecoturismo, paseos a caballo o a pie por la ladera del río, cerros y quebradas aledañas.

Sitios naturales: Sectores planos, valles y caminos pintorescos

Costanera de Pichidanguí

La costanera de Pichidanguí recorre todo el corazón del sector costero del pueblo, desde ella se puede observar la panorámica de los más de cinco kilómetros de playa, la isla que se encuentra en ella, los cerros Santa Inés y La silla, los bosques y el humedal cercanos a la playa, la punta de Quelén y el puente de Quilimarí. Al recorrerla llaman la atención la belleza de las casas de veraneo y del paisaje en general, y desde ella se puede acceder a restaurantes, hoteles, al muelle y la caleta de pescadores.

Valle de Quilimarí

Este valle que es bañado por las aguas del río Quilimarí recorre desde el embalse de Culimo hasta su desembocadura en la bahía de Pichidanguí. A lo largo de él se encuentran numerosos pueblitos como Quilimarí, Guanguali, Tilama, Los Cóndores, etc. En los cuales podemos encontrar atractivos tales como: artesanías, alfarería, petroglifos, reserva de palma chilena, extracción de cuarzo, producción de aceite de oliva, explotaciones agrícolas de diverso tipo, entre otros.

Calle Principal Quilimarí

La calle principal que baja desde la ruta 5 norte cruzando el pueblo de Quilimarí en dirección al valle, se presenta muy pintoresca con sus casas en pequeños cerros que se encuentran a su lado, con una arquitectura colonial y el acceso directo a la hermosa iglesia colonial de Quilimarí que se encuentra a metros de ella.

Calle Principal Guanguali

El camino principal que cruza el pueblo de Guanguali, distante a unos 14 kilómetros de la ruta 5 norte, ofrece un paisaje colonial por la arquitectura de sus casas y los stand donde se ofrecen productos típicos gastronómicos, artesanales, apícolas y otros.

Puente de Quilimarí

Este puente de hormigón esta metros al norte de la entrada al pueblo de Quilimarí, y se encuentra encima de la desembocadura del río, desde este punto se tiene una hermosa vista de la bahía desde el otro extremo de la playa.

Muelle de Pichidangui

Se encuentra junto a la caleta de pescadores, a metros de la playa. En este lugar se puede apreciar la majestuosidad de la bahía de Pichidangui desde sus aguas, teniendo de fondo al cerro santa Inés que aparece en la postal, en el muelle suele practicarse la pesca deportiva.

Museos y manifestaciones culturales e históricas: Museos

Museo rural de Lo Muñoz

A unos 5 kilómetros de Guanguali se encuentra este museo en el que podemos encontrar principalmente expresiones artísticas de culturas precolombinas que habitaron este valle, se pueden observar elementos de alfarería, artesanía y petroglifos encontrados en el valle de Quilimarí además de telares, antigüedades,

aves embalsamadas, tejidos de lana, aceite de oliva, licores y comida típica de la zona, entre otros.

Museos y manifestaciones culturales e históricas: Lugares históricos y arqueológicos

Petroglifos Valle de Quilimarí

Principalmente en el sector de Tilama podemos encontrar múltiples vestigios de antiguas culturas que habitaron el valle de Quilimarí, arte rupestre, cerámicas y petroglifos aparecen en variados rincones del lugar, lo que configura un escenario llamativo para el turismo cultural y arqueológico.

Ruinas: túneles y puentes antiguos

En el sector de Tilama y Quelón, bien adentrados en el valle, podemos encontrar restos de las vías interiores que antiguamente unían las ciudades de Valparaíso y Coquimbo. Entre los restos de estos antiguos caminos encontramos vestigios de estaciones, junto con túneles y puentes ferroviarios de piedra y acero que dan muestras de la ingeniería de principios del siglo XX, la importancia histórica de estos lugares los han transformado en merecedores de ser declarados monumento histórico nacional.

Restos del naufragio de un barco alemán en bahía de Pichidangui

Este naufragio ocurrió durante la segunda guerra mundial, el "Indus", un transporte alemán de la época, se hundió al costado norte de la Isla Locos en plena bahía de

Pichidangui. El lugar representa mucha importancia para los deportes náuticos y sobre todo para la práctica de buceo profesional.

Museos y manifestaciones culturales e históricas: Parques y plazas

Plaza de Guanguali

Más conocida como plaza Rubén Darío, en “honor” al poeta nicaragüense por una historia bastante singular. Según la historia popular de la localidad, la plaza tiene su origen cuando en los años que el bate Pablo Neruda se encontraba en el apogeo de su vida artística, se le encargó a un grupo de hombres, luego de haber juntado los recursos, ir a Santiago a adquirir una estatua de este poeta para ser instalada en una plaza en su honor. La comitiva, cuenta la narración popular, fue “tragada por la tierra”³⁸. Luego de un tiempo estos hombres volvieron, se habían gastado el dinero por lo que trajeron cualquier estatua que encontraron, ante los reclamos de los habitantes del pueblo solo respondieron que no había mucha diferencia pues los dos eran poetas.

Parque de Guanguali

En las inmediaciones de la calle central de Guanguali aparece el parque municipal, este posee 5 hectáreas de terreno donde predominan las flores silvestres de manzanilla. Es aquí donde la comunidad de Guanguali realiza diversas actividades sociales y culturales, entre ellas aparecen las carreras a la chilena y juegos autóctonos de distinto tipo.

³⁸ Valles costeros, Guanguali. [en línea]
http://www.vallescosteros.cl/index.php?option=com_content&view=article&catid=1:valle-del-quilimari&id=4:guanguali [Consultado: 7 de diciembre de 2011]

Museos y manifestaciones culturales e históricas: Manifestaciones y creencias populares

Iglesia de Pichidangui

Esta iglesia se comenzó a construir en 1966 con ayuda de pescadores, trabajadores locales y veraneantes. Es uno de los lugares preferidos de los turistas que visitan Pichidangui ya que su estructura es muy singular y llama la atención por estar enclavada en los roqueríos costeros del sector. El asistir a una misa en esta iglesia constituye una experiencia única según las personas que han tenido la oportunidad de disfrutar de su hermoso ambiente y las bellas panorámicas del océano pacífico que se pueden apreciar desde sus ventanales o desde su campanario en lo alto de una roca apostada en la parte posterior de la iglesia.

Iglesia de Quilimarí

Esta iglesia de tipo colonial data de 1789 y se encuentra en el corazón del pueblo de Quilimarí, a metros de su calle central, tiene un acervo popular muy destacado, lo que se evidencia en numerosas celebraciones religiosas que se celebran durante el año, se destaca entre ellas la fiesta del canto a lo divino y lo humano, la celebración de la virgen del Carmen, la celebración de la virgen de Palo Colorado, semana santa, etc.

Gruta Virgen de Palo Colorado

Esta gruta oratoria se encuentra en el kilómetro 204 de la ruta 5 norte muy cerca de la entrada a Quilimarí. La devoción de esta Virgen viajera se inició en el siglo XVIII, cuando un leñador encontró una imagen de la madre de Cristo en el interior

de un tronco que estaba cortando, la cual entregó al propietario de la hacienda donde él trabajaba. Éste hizo construir un oratorio para velarla, dándosele el nombre con que se la conoce hasta ahora, por el de la especie del árbol en el que apareciera y por el predio agrícola de su descubrimiento³⁹. Cuenta la leyenda que la imagen fue trasladada tres veces desde esta gruta a la Iglesia de Quilimarí, pero siempre aparecía de vuelta en su oratorio, hasta que finalmente se traslado de forma definitiva a la Iglesia de Quilimarí donde permanece hasta la actualidad.

Otras iglesias y capillas

En el sector de Pichidangui y Quilimarí existen también dos capillas, y adentrándonos en el valle nos encontramos con un sin número de iglesias y capillas como la iglesia de Guanguali, de Los Loros, de El Manzano, de Tilama, de Los cóndores, etc. Lo que ofrece un circuito de construcciones religiosas bastante llamativas, de las cuales algunas tienen mucha tradición y data colonial.

Folklore: Manifestaciones religiosas y creencias populares

Fiesta de San Pedro

A finales del mes de junio se lleva a cabo la fiesta de San Pedro, a cargo de los pescadores. En esta celebración religiosa se realizan, en tierra, los típicos bailes chinos y participan las bandas instrumentales de los colegios del sector para luego llevar a cabo, en el mar, la peregrinación por la bahía de los botes engalanados con flores y ramas de palmera, los cuales son encabezados regularmente por dos

³⁹ Procesión de la Virgen de Palo Colorado. [en línea] <http://www.ipanc.org/servicios/calendarioEventos/contenidos.php?id=43&identificaArticulo=2100&mes=&anio=> [Consultado: 7 de diciembre de 2011]

botes que llevan a San Pedro y a la Virgen de Palo Colorado. Esta festividad es disfrutada por los habitantes de Pichidangui, Quilimarí y el valle además de múltiples turistas que se acercan a disfrutar de todo el colorido, los paseos en bote, el centro artesanal y las bondades gastronómicas a las que se puede acceder durante esta celebración en la caleta de pescadores, locales y restaurantes aledaños.

Canto a lo divino y lo humano

El canto a lo divino y lo humano, también conocido como el canto a lo poeta, es una de las expresiones literarias más importantes de la cultura popular y se ha convertido en un verdadero símbolo de la cultura tradicional campesina de los valles centrales. Esta manifestación popular de religiosidad y fé cristiana se lleva a cabo principalmente en el mes de julio para las festividades de la Virgen del Carmen donde el Grupo de Cantores a lo Divino de Quilimarí realiza un programa de actividades relacionadas con el desarrollo de esta manifestación popular. El canto a lo divino acompaña las noches hasta el amanecer en las novenas de casa de campo, velorios de angelitos y vigiliadas invitadas por la comunidad o por alguna familia. Tanto el verso a lo Divino como el verso a lo humano son una composición poética de cuatro décimas glosadas de una cuarteta, más una quinta décima de despedida.⁴⁰ Regularmente estos cantos son acompañados por otras expresiones surgidas en el norte chico, como los bailes chinos, turbantes y danzantes.

⁴⁰ Quilimarí se prepara para la Fiesta del Carmen. [en línea] <http://www.pichidangui.com/article.php?story=68> [Consultado: 15 de diciembre de 2011]

Celebración Virgen del Carmen de Palo Colorado

Esta celebración que se realiza a mediados del mes de julio incorpora una serie de actividades religiosas que se realizan en la localidad de Quilimarí, comienza regularmente con misas a la chilena que se llevan a cabo en la parroquia del pueblo, noches de canto a lo divino y lo humano y finalmente se culmina la festividad con la procesión de la imagen de la virgen, donde esta es trasladada desde la parroquia de Quilimarí por las calles del pueblo hasta la gruta de la Virgen de Palo Colorado ubicada en el km 204 de la ruta 5 norte, este recorrido a pie es acompañado por bailes chinos, turbantes y danzantes locales y otros venidos de distintas partes del país .

Folklore: Artesanía

Feria artesanal Pichidangui

En el paseo peatonal sector playa podemos encontrar una gran feria artesanal que se extiende desde la Caleta de Pescadores hasta el ingreso principal a la playa, en esta feria encontraremos múltiples productos y realizaciones artesanales desarrolladas en el mismo sector entre las que se destacan la artesanía en cuero de pescado, en cuero animal, tejidos, artesanía en conchas marinas, modelos a escala de la iglesia y otras construcciones locales relevantes, etc. Además de todo tipo de artículos que frecuentemente se encuentran en este tipo de ferias.

Artesanía en cuero Quilimarí

En la entrada al pueblo de Quilimarí, a un costado de las ruta 5 norte podemos encontrar locales especializados en realizaciones artesanales en cuero, en ellos podemos encontrar diversos artículos de este material, como carteras, chaquetas,

billetteras, cinturones, sombreros, botas y también otros como monturas, mantas, sombreros de huaso y elementos relacionados con el desarrollo de actividades tradicionales.

Talleres de artesanía en cerámica gres y en madera de Guanguali

El taller de artesanía en cerámica gres se encuentra a un costado de la plazoleta de entrada al pueblo de Guanguali, en él trabajan cuatro ceramistas quienes se han destacado en ferias locales, regionales y nacionales. En el taller se producen diversos productos que están a la venta para el visitante, tales como: pies de lámparas, jarrones, tazas, fuentes, floreros, etc. A un costado de este lugar nos encontramos con otro taller, en el cual el artesano Luis Marchant elabora piezas artesanales hechas en madera entre las que se destacan pequeñas figuras que crea a partir de las especies de aves típicas de la zona como los chincoles, tencas, zorzales, etc.

Realizaciones Técnicas, científicas o artísticas contemporáneas: Explotaciones silvoagropecuarias y pesqueras

Aceite de oliva Valle de Quilimarí

Agrícola Valle Quilimarí nace en 1997, con la adquisición de un pequeño predio que incluye la casa patronal de la antigua Hacienda Los Cóndores y que data de fines del siglo XIX. Dentro de los terrenos de este fundo existían olivares antiguos de comienzos del siglo pasado y que sobrevivieron en su mayoría, a pesar de estar abandonados, sin riego y soportando períodos de hasta 3 años seguidos sin

lluvias.⁴¹ Se instalaron variedades de olivos españoles e italianos y se estableció una planta de producción de aceite de oliva con una capacidad actual de procesamiento de 700 kg de oliva/hora, cuenta con una superficie total plantada de 44 hectáreas con las siguientes variedades de olivas: Arbequinas, barnea, picual, frantoio, leccino, coratina, liguria y racimo.

Agrícola Valle de Quilimarí muestra un interés constante, impulsado por su dueño Augusto Giangrandi, en desarrollar una responsabilidad social corporativa que se evidencia en su preocupación por contratar personal vecindado en el sector así como por la búsqueda constante de nuevas posibilidades de producción que puedan aportar al desarrollo económico del valle de Quilimarí.

Tienda rural “Rustico” Palo Colorado

Se ubica en Panamericana norte km 204 a la entrada del fundo Palo Colorado, Rustico ofrece una diversidad de productos naturales y típicos de la zona que se amplía cada día, entre ellos podemos encontrar aloe vera, agaves, cactus, suculentas, euphorbeas, opuntias, bromelias, flores, bulbos y cosméticos artesanales. Aprovechando la infraestructura en este local se venden productos que produce el fundo de Palo Colorado y también productos a consignación de otras personas y empresas.

Extracción y procesamiento de huiro

Una actividad que ha tenido gran crecimiento es la extracción de huiro, principalmente en el sector sur de Pichidangui, en la playa “El durazno” y sus

⁴¹ Quienes somos, Agrícola Valle de Quilimarí. [en línea] http://vallequilimari.cl/site_esp/valle_quilimari.php [Consultado: 15 de diciembre de 2011]

alrededores, esta alga se extrae con el objetivo de ser exportada hacia países de Asia que la utilizan para la producción de cosméticos, el desarrollo de esta actividad se ha transformado en una importante fuente de trabajo para la gente del sector. El auge de esta actividad motivo la construcción de una planta de procesamiento del huiro que se ubica hacia el interior de Quilimarí, lo que permite avanzar en el desarrollo y profesionalización de esta actividad en la zona.

Caleta de pescadores

La caleta de pescadores está ubicada a un costado de la playa de Pichidangui, ofrece modernas instalaciones que incluyen un muelle en muy buen estado y locales de venta de pescados y mariscos en igual condición. El visitante puede observar el proceso de producción y además degustar los distintos tipos de mariscos y pescados que son típicos de la zona, de los distintos productos derivados de esta actividad, las mujeres de los pescadores agrupados en un centro artesanal han desarrollado la creación artística de objetos de conchas y principalmente de cuero de pescado.

Apicultura en Guanguali

En el sector de Guanguali es posible encontrar muchas personas que desarrollan este oficio y ofrecen sus productos al visitante, estos apicultores producen a pequeña escala y ofertan su producto en los costados de la calle principal o en sus casas que regularmente tienen letreros de venta de miel.

Viveros Quilimarí

En el sector de Quilimarí existen numerosos viveros, los que ofrecen una gran diversidad de plantas para el visitante y enseñan técnicas y secretos sobre su cuidado.

Realizaciones Técnicas, científicas o artísticas contemporáneas: Explotaciones mineras

Minas de cuarzo a tajo abierto

Existen varias minas de cuarzo a lo largo del Valle de Quilimarí, la principal de ellas es la que se encuentra en el sector de Tilama, que de ser antiguamente de uso industrial se ha transformado en la actualidad en un atractivo para el visitante y un lugar turístico relevante donde se pueden obtener hermosas piezas de cuarzo para colección y adorno que son vendidas por los lugareños en las cercanías de la mina.

Acontecimientos programados: Deportivos

Liga de futbol Mar-Valle

A lo largo del año se realiza un campeonato de futbol que reúne a la mayoría de los clubes de Pichidangui, Quilimarí y el valle que se enfrentan todos contra todos en fechas programadas para los fines de semana. En la liga participan regularmente entre 10 y 15 equipos entre los que podemos contar a Estrella del mar y Santa Inés de Pichidangui, Club deportivo Quilimarí e Independiente de

Quilimarí, Guanguali, Cóndor de El Sifón, San Alfonso de El tejar, El Manzano, Los Maquis, entre otros. Al final del campeonato se enfrentan los primeros cuatro lugares de la tabla de posiciones en un escenario determinado, esta jornada deportiva dura un fin de semana completo y termina con la coronación del campeón de la temporada.

Campeonato de rodeo

Anualmente se realizan fechas del campeonato de rodeo en el Valle de Quilimarí correspondiente a la Federación Entrevalles, eventos en los que participa mucha gente de las localidades y de otros lugares de la región y del país. Este campeonato reúne a clubes del Valle de Quilimarí, de La Ligua, Cabildo, Hijuelas, Longotoma, entre otros. Durante el año 2011 se llevaron a cabo 6 fechas en localidades del valle repartidas entre los meses de septiembre y diciembre, estas fechas fueron realizadas en las medialunas de Quilimarí, El Llano, Los Cóndores, Los Maquis y Guanguali. Estos eventos son bastante multitudinarios y ofrecen, además de todo lo que significa el rodeo en cuanto al espectáculo deportivo y tradicional, un escenario apto para la bohemia y el comercio, por lo que se instalan diversos tipos de stand en los alrededores de la medialuna para ofrecer productos gastronómicos y artículos de huaso como monturas, mantas y sombreros. Estas fechas duran un fin de semana completo por lo que también se instala una ramada que funciona en el día y hasta altas horas de la madrugada, con grupos musicales en vivo, venta de productos gastronómicos y bebestibles.

Acontecimientos programados: Otros

Semana Pichidanguina

Se lleva a cabo en el mes de febrero, durante una semana se desarrollan actividades como campeonatos de futbol playa, de voleyball, maratones, castillos de arena, concursos playeros con animadores en las tardes, etc. Este espacio reúne a la gente del pueblo y a los veraneantes en un ambiente de diversión y deporte.

Anexo 2: Detalle de la Planta turística de Pichidangui y el Valle de Quilimarí, categoría Alojamiento.

Categoría	Tipo	Nombre	Dirección	Teléfono
Alojamiento	Hotel	Hotel Rosa Náutica	El dorado #120	531133 – 98717506
		Hotel Regata	Av. Costanera #301	531105
		Hotel Pichidangui	Francis Drake s/n	531114
		Hotel Kon Tiki	Av. Costanera s/n	543103 – (02)6935265
		Hotel Imperial	El Esfuerzo #114	531287
	Cabañas y Camping	Cabañas Margarita	Acceso sur #154	531008
		Cabañas y camping del Bosque	Av. Costanera s/n	90235143
		Cabañas Los Tamarugos	Calle Del Mesana #21	531359
		Cabañas y camping Bahía Marina	Camino vecinal s/n	531120 – 93317865
		Cabañas y camping del Sol	Parcela Santa Ines s/n	531119
		Cabañas El Marino	El atún sitio #13	531287
		Cabañas Bungalows	El Toyo #179	9-2229949 / 9-4342712
		Cabañas Alcatipay	Av. Costanera #100	531218
		Camping Ralunco	Acceso norte	
		Camping rural El Manzano	El Manzano	
		Miravalle	Lo Muñoz	82885737
		Camping Quilimarí	Quilimarí a un costado de Ruta 5 norte	
		Camping El Sauce	Pangalillo	
		Hostería	Hostería Puquen	La Esquifa sitio #2223
	Residencial	Residencial Lucero	Calle Albacora con El dorado	531106

Fuente: Elaboración propia en base a Descripción Atractivos Turísticos.

Víctor Leiva, 1997.

Anexo 3: Detalle de la Planta turística de Pichidangui y el Valle de Quilimarí, categoría Alimentación.

Categoría	Tipo	Nombre	Dirección	Teléfono
Alimentación	Restaurantes	Restaurant Pichidangui	Av. Costanera con Av. Barrioleth	531091
		Restaurant Regata	Av. Costanera #301	531105
		Restaurant Rosa Náutica	Paseo peatonal sector playa	531133 – 98717506
		Restaurant Nautilus	Frente al Muelle	68045740 - 531442
		Restaurant Lucero	Albacora con El dorado	97382352
		Restaurant El Buzo	El Esquifa frente a escuela Ercole Bencini	531145
		Restaurant El Volante	Panamericana norte km.197	531304
		Restaurant El Parador	Panamericana norte km.196	
		Restaurant Lucero	Entrada sur	97382352
		Restaurant Pablo	Panamericana norte km.196	531822
		Restaurant La Roca	Panamericana norte km. 190	531503
		Restaurant Club de yates	Calle El escorpión	531262
		Restaurant Las tablas	2 poniente 049	91997072
		Restaurant Historias	Av. Costanera #100	
	Comida rápida	Sálvate solo	Panamericana norte km.196	
		Café y gelatería Pichidangui	Paseo peatonal sector playa	95193760
		Entre amigos	Panamericana norte km.196	
		Local pescadores	Caleta de pescadores	
		Terrazas Carolina	Paseo peatonal sector playa	
		Comida rápida Lucero	Acceso sur	
	Comida Típica	Los Hornitos	Acceso sur	531232
		El Yulo	Acceso sur	
		Restaurant Guanguali	Calle central Guanguali	

Fuente: Elaboración propia en base a Descripción Atractivos Turísticos.

Víctor Leiva, 1997.

Anexo 4: Detalle de la Planta turística de Pichidangui y el Valle de Quilimarí, categoría Esparcimiento.

Categoría	Tipo	Nombre	Dirección	Teléfono
Esparcimiento	Discoteca/pub	Discoteque Tsunami	Paseo peatonal sector playa	
		Discoteque Claro de Luna	Quilimarí	
		Pub resto bar Las tablas	2 poniente 049	91997072
		Café resto bar Regata	Av. Costanera #301	531105
	Entretenimiento	Videos y juegos electrónicos	Paseo peatonal sector caleta de pescadores	
		Salón de pool El rolo	Acceso sur	
	Clubes deportivos*	Club deportivo Estrella del mar Pichidangui	Sector Pichidangui	
		Club deportivo Santa Inés Pichidangui	Sector El esfuerzo	
		Club Independiente La Estación	La estación, Quilimarí alto	
		Club deportivo Quilimarí	Sector pueblo Quilimarí	
		Club de yates	Calle El escorpión	531262
		Club de buceo	Calle El escorpión	97516719 – 74954759

Fuente: Elaboración propia en base a Descripción Atractivos Turísticos.

Víctor Leiva, 1997.

*Los clubes deportivos son en su mayoría de fútbol, existe gran cantidad de ellos que son considerados en la sección de organizaciones comunitarias de esta memoria por lo que en esta tabla solo se nombran algunos de ellos.

Anexo 5: Detalle Locomoción interurbana y hacia otras regiones.

Locomoción interurbana.

Nombre	Recorridos	Horarios
Buses Menita y Buses Aroli	Pichidangui-Quilimarí-Los Vilos, Los Vilos-Quilimarí-Pichidangui	Cada una hora aproximadamente
	Hacia el Valle de Quilimarí	Cada tres horas aproximadamente
Taxis colectivos	Pichidangui-Sector El esfuerzo-Quilimarí	Todo el día

Fuente: Elaboración propia

Buses a otras regiones.

Nombre	Recorridos	Horarios
Expreso norte	Desde Santiago al norte*	Cada dos horas aprox. Por ruta 5 norte.
	Desde el norte* a Santiago	Cada dos horas aprox. Por ruta 5 norte.
	Desde Valparaíso al norte*	9:30-18:30-20:30**
	Desde el norte* a Valparaíso	8:00-12:00-5:00-19:00**
Pullman Bus	Desde Santiago al norte*	Cada dos horas aprox. Por ruta 5 norte.
	Desde el norte* a Santiago	Cada dos horas aprox. Por ruta 5 norte.
Tur Bus	Desde Santiago al norte*	Cada dos horas aprox. Por ruta 5 norte.
	Desde el norte* a Santiago	Cada dos horas aprox. Por ruta 5 norte.
Buses Intercomunal	Salamanca-Illapel-Los Vilos-Pichidangui-Valparaíso	08:15-10:30-12:20-17:20-19:20-20:00
	Valparaíso-Pichidangui-Los Vilos-Illapel-Salamanca	9:00-12:00-18:00-20:15-22:00
Buses La Porteña	Valparaíso-La Calera-La Ligua-Pichidangui-Los Vilos-Canela	12:30-19:00
	Canela-Los Vilos-Pichidangui-La Ligua-La Calera-Valparaíso	8:15-16:30
	Guanguali-Pichidangui-Valparaíso	17:00
	Valparaíso-Pichidangui-Guanguali	13:00
Buses Libuca***	El sifón-Pichidangui-La Calera	7:35
	La Calera-Pichidangui-El sifón	17:00

Fuente: Elaboración propia.

* Como "norte" entenderemos a orígenes y destinos como: Los Vilos-Illapel-Salamanca, La Serena-Coquimbo, Copiapó, Vallenar, Calama, Antofagasta y Arica-Iquique.

** Horarios aproximados en que los buses pasan por Pichidangui.

*** Buses Libuca solo realiza este recorrido por Pichidangui los días lunes, miércoles, viernes y sábado.

Anexo 6: Establecimientos de salud presentes en la zona, según tipo.

Tipo	Rondas al mes	Atención
Hospitales		
San Pedro Los Vilos*		Ininterrumpida
Postas		
Quillimarí	4 rondas	1 Auxiliar paramédico residente , 1 Auxiliar de aseo
Caimanes	3 rondas	1 Auxiliar paramédico residente , 1 Auxiliar de aseo
Guanguali	2 rondas	1 Auxiliar paramédico residente
Tilama	1 ronda	1 Auxiliar paramédico residente
Estaciones medico rurales		
Pichidangui	2 rondas	1 Auxiliar paramédico residente , 1 Auxiliar de aseo
Los Maquis	1 ronda	1 Auxiliar paramédico residente
Cerro Blanco	1 ronda	
El Manzano	1 ronda	
Infiernillo	1 ronda	
Lo Muñoz	1 ronda	1 Auxiliar paramédico residente
El llano	1 ronda	
Culimo	1 ronda	
El Naranjo/Quelón	1 ronda	
Pupío	1 ronda	
Mina Las Vacas/Cavilolén	1 ronda	

Fuente: Departamento de salud, I. Municipalidad de Los Vilos.

Anexo 7: Detalle de las organizaciones comunitarias vigentes en el sector de Pichidangui y el Valle de Quilimarí.

Tipo de Organización	Cantidad
Junta de vecinos	25
Club deportivo	19
Comité	38
Club adulto mayor	9
Otras organizaciones	31
TOTAL	122

Fuente: Elaboración propia.

Juntas de vecinos del sector de Pichidangui y Quilimarí.

N°	Nombre
1	Junta de Vecinos N° 7 Guanguali
2	Junta de Vecinos El Tejar Quilimarí
3	Junta de Vecinos El Llano
4	Junta vecinal Hacienda de Los Cóndores
5	Junta de Adelanto Rocas de San Andrés
6	Junta de Vecinos El Manzano- Lo Claudio
7	Junta de Vecinos N° 4 de Caimanes
8	Junta de Vecinos Pangalillo del Río Los Cóndores
9	Junta de Vecinos N° 6 Los Cóndores
10	Junta de Vecinos Quelón
11	Junta de Vecinos Mundo Nuevo
12	Junta de Vecinos Nueva Esperanza de Culimo
13	Junta de Vecinos Quilimarí Alto
14	Junta de Vecinos Infiernillo
15	Junta de Vecinos Barrio Estación Quilimarí
16	Junta de Vecinos N° 5 Por El Progreso
17	Junta de Vecinos Cerro Blanco
18	Junta de Vecinos Santa Inés de Pichidangui.
19	Junta de Vecinos La Noria de Pichidangui
20	Junta de Vecinos El Ajial
21	Junta de Vecinos Pupío

22	Junta de Vecinos Quilimarí Centro
23	Junta de Vecinos Tilama
24	Unión Comunal de Organizaciones Campesinas
25	Junta de Vecinos Altos de Pichidangui

Fuente: Elaboración propia en base a Informe Organizaciones Comunitarias DIDECO Los Vilos, 2011.

Clubes deportivos del sector de Pichidangui y Quilimarí.

N°	Nombre
1	Club Deportivo Quilimarí
2	Club Academia de fútbol Halcones
3	Club deportivo y Social Santa Inés de Pichidangui
4	Club de Huasos Los Cóndores
5	Club deportivo El Cóndor del Sifón
6	Club de Huasos Guangualí
7	Asociación de clubes de Huasos Valle Quilimarí
8	Club deportivo Caimanes
9	Club de Huasos La Reserva Quilimarí
10	Club de Rodeo Los Máquis
11	Club deportivo San Alfonso El Tejar Quilimarí
12	Club Deportivo Los Cerrillos
13	Club deportivo Gente Grande Los Cóndores
14	Club de Huasos Gente Grande
15	Club de Huasos de Quilimarí
16	Club deportivo Huracán de Guanguali
17	Club Deportivo Unión de Amigo Pupio2
18	Club Deportivo Los Maquis
19	Club Deportivo Estrella de Mar Pichidangui

Fuente: Elaboración propia en base a Informe Organizaciones Comunitarias DIDECO Los Vilos, 2011.

Comités del sector de Pichidangui y Quilimarí.

N°	Nombre
1	Comité de Vivienda La Esperanza
2	Comité de Regantes del Canal Las Hijuelas – Las Tórtoras de Quilimarí
3	Comité productores Caprinos de Infiernillo
4	Comité de Mejoramiento El Esfuerzo
5	Comité Mejoramiento El Anheló de Todos
6	Comité de Vivienda Vista Hermosa
7	Comité Pavimentación Participativa Calle Pichidangui
8	Comité de Crianceros Pangalillo
9	Comité de Crianceros Caimanes
10	Comité de Crianceros Los Maquis
11	Comité Apícola Los Maquis
12	Comité Buena Vista Pichidangui
13	Comité Cooperativa de Vivienda Villa Tilama
14	Comité de Mejoramiento la Unión Villa El Valle Quilimarí
15	Comité de Crianceros La Silla de Quilimarí
16	Comité de Defensa Personal de Caimanes
17	Comité Agua Potable Rural de Caimanes
18	Comité de Mejoramiento y Ampliación Vivienda Pichidangui
19	Comité Productivo de Buzos y Pescadores Artesanales La Esperanza
20	Comité de Vivienda Amanecer
21	Comité de Pavimentación Participativa Villa San Carlos
22	Comité de Agua Potable Rural de Los Cóndores
23	Comité Esperanza Rural
24	Comité de Agua Potable Rural de Guangualí
25	Comité de Agua Potable Rural El Esfuerzo Pichidangui
26	Comité Pro agua Potable El Manzano – Lo Claudio
27	Comité de Vivienda El Tejar
28	Comité de Regantes del Canal Las Hijuelas – Las Tortoras de Quilimarí
29	Comité de Crianceros Cerro Blanco
30	Comité de Allegados Caimanes
31	Comité Control Social
32	Comité El Progreso del Arrayán
33	Comité de Crianceros Las Palmas de Culimo
34	Comité de Adelanto El Renacer
35	Comité Apícola Los Maquis

36	Comité Lo Muñoz Alto
37	Comité Villa El Valle Quilimarí
38	Comité de Mi Casa

Fuente: Elaboración propia en base a Informe Organizaciones Comunitarias DIDECO Los Vilos, 2011.

Clubes de Adultos Mayores del sector de Pichidangui y Quilimarí.

N°	Nombre
1	Club adulto mayor Hijos del Pueblo de Guangualí
2	Club adulto mayor Los Quillayes
3	Club de ancianos Padre Juan Carlos Rebolledo
4	Grupo Adulto Mayor el Progreso Lo Muñoz
5	Club adulto Mayor Renacer CEAR de Quilimarí
6	Club de la tercera edad Hijos de la Bahía
7	Club adulto mayor La Esperanza El Manzano
8	Club adulto mayor Quilimarí Alto
9	Club Adulto Mayor Años Dorados

Fuente: Elaboración propia en base a Informe Organizaciones Comunitarias DIDECO Los Vilos, 2011.

Clubes de Adultos Mayores del sector de Pichidangui y Quilimarí.

Otras organizaciones

N°	Nombre
1	Centro General de Padres y Apoderados escuela Teresa Cannon de Barroileth Quilimarí
2	Agrupación de Artesanos Pequeña Bahía de Pichidangui
3	Centro de Padres Jardín Infantil Lucerito El Tejar de Quilimarí.
4	Centro de Padres Jardín Infantil Los Pececitos
5	Asociación de Crianceros de la Comuna de Los Vilos
6	Agrupación Patrimonio y Turismo
7	Taller Laboral La Esperanza El Tejar
8	Grupo Canto a Lo Divino y Lancheras del valle de Quilimarí
9	Centro de Padres y Apoderados Esc. Ercole Bencini Pichidangui
10	Junta de Adelanto Rocas de San Andrés
11	Centro de madres Santa Clara de Quilimarí

12	Centro General de Padres y Apoderados Esc. Divina Providencia
13	Taller de Cerámicas Guangualí
14	Unión Comunal de Organizaciones Campesinas
15	Discapacitados del Valle
16	Banda de Guerra Teresa Cannon Quilimarí
17	Artesanos Cerro Blanco
18	Ampliando Nuestro Horizonte Mujeres Jefas de Hogar
19	Agrupación Juca
20	Agrupación de Artesanos Paseo Peatonal de Pichidangui
21	Club de Discapacitados Físico y Sensoriales El Esfuerzo
22	Agrupación de Artesanos Pequeña Bahía Pichidangui
23	Taller Laboral Las Únicas
24	Agrupación Literaria Ecos del Mar
25	Mujeres Confeccionando El Futuro
26	Consejo Consultivo de Salud de E.M.R. de Pichidangui
27	Centro de Madres N° 1 Quilimarí
28	Concejo Consultivo Caimanes
29	Centro de padres y apoderados Jardín Infantil Valle Feliz
30	Centro de Madres Paulina Pinto de Cuevas
31	Consejo Consultivo Quilimarí

Fuente: Elaboración propia en base a Informe Organizaciones Comunitarias DIDECO Los Vilos, 2011.

Anexo 8: Organizaciones públicas y privadas presentes en la Municipalidad de Los Vilos.

Nombre	Presencia en Municipio
Fundación Nacional para la Superación de la Pobreza (FUNASUPO)	Programa Servicio País
Instituto de Desarrollo Agropecuario INDAP	Programa de Desarrollo Local (PRODESAL) Programa de Desarrollo Agropecuario para Pequeños Campesinos del Secano (PADIS)
Servicio Nacional de la Mujer (SERNAM)	Oficina de la mujer
Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS)	Programa Puentes Programa de habitabilidad
Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE) y sus Organizaciones de Capacitación y Empleo (OTEC)	Capacitaciones y ofertas laborales a través de la Oficina Municipal de Intermediación Laboral (OMIL)
Seguridad Ciudadana	Encargado de Seguridad comunal
El Servicio Nacional para la Prevención y Rehabilitación del Consumo de Drogas y Alcohol (SENDA ex CONACE)	Programa Previene
Corporación de Fomento de la Producción CORFO, Fondo de Solidaridad e Inversión Social FOSIS, Servicio de Cooperación Técnica SERCOTEC	Mediación y asesoría en proyectos y formularios en Oficina de Desarrollo Productivo (ODP)
Fundación Minera Los Pelambres	Fondo de Desarrollo Productivo Comunal (FONDEPROC)

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 9: Características y funciones del Agente de Desarrollo Local (ADL).

Características del Agente de Desarrollo Local
<ul style="list-style-type: none">• Tiene capacidad de observación del lugar o territorio donde interviene.• Piensa estratégicamente, visualiza oportunidades y amenazas, reconoce las limitaciones y fortalezas, y es capaz de proponer estrategias al respecto.• Reconoce los intereses particulares de los agentes territoriales y es capaz de visualizar oportunidades en ello.• Es capaz de concertar, su estrategia principal en la intervención es concertar los agentes territoriales locales sobre la base de ideas fuerza.• Es flexible, tiene la capacidad de enfrentar los cambios de manera positiva, convirtiendo la adversidad en oportunidad.• Es sistemático, tiene capacidad de gestión y de seguir las iniciativas que impulsa en el territorio hasta alcanzar los resultados esperados.

Fuente: Elaboración propia adaptada de Guía para el Desarrollo Económico Local, FOSIS/GTZ-GFA, 2002.

Funciones principales del Agente de Desarrollo Local
<ul style="list-style-type: none">• Fomentar y apoyar nuevas iniciativas empresariales• Promover y mejorar la competencia de las MIPYMES locales• Mejorar la transparencia del mercado laboral y las oportunidades de empleo• Captar recursos y facilitar vías de utilización de las potencialidades locales.

Fuente: Elaboración propia adaptada de Guía para el Desarrollo Económico Local, FOSIS/GTZ-GFA, 2002.

Anexo 10: Detalle resumido de la transcripción de entrevistas realizadas a actores locales.

Mario Valencia, Oficina de Desarrollo Productivo (ODP) Municipalidad de Los Vilos

<p>¿Cuál es la finalidad o misión de la ODP en la actualidad?</p>	<p>Tiene varias misiones, como informar a la comunidad la existencia de fondos concursables, para que la gente pueda desarrollarse en algún emprendimiento, o en alguna área de negocio. Esa es una de las misiones, informar, informar de que existen los proyectos.</p> <p>La otra misión es asesorar a las personas para que puedan hacer un buen proyecto productivo, para que las personas también puedan desarrollar una idea de negocio.</p>
<p>¿Hacia qué personas está dirigida?</p>	<p>A cualquier persona, microempresario ya formalizado, y también emprendedores no formalizados, abarca desde el feriante hasta el empresario más grande, y organizaciones también.</p>
<p>¿Ustedes trabajan con productos ofrecidos por FOSIS u otras entidades? ¿Rinden cuentas a estas últimas?</p>	<p>Los productos ofrecidos por FOSIS, SERCOTEC, CORFO y fundación Los Pelambres principalmente, trabajamos con ellos pero rendimos solamente al Municipio.</p>
<p>¿Cuáles son los principales objetivos que tiene la ODP a corto, y a largo plazo?</p>	<p>A corto plazo sería que los fondos que ya tenemos, logren llegar a canalizarse entre más personas, para que puedan surgir, es decir aprovechar al máximo aquellos fondos que ya se tienen.</p> <p>A largo plazo sería lograr capacitaciones para que la gente pueda lograr con sus propias herramientas, crear recursos, lograr crear empresas, capacitarse en el largo plazo, y lograr financiamiento de los privados también. Aumentar ese lado, de que otras empresas privadas puedan invertir en Los Vilos.</p>
<p>¿Se hacen gestiones para captar la inversión de empresas?</p>	<p>Si, contamos con inversionistas en Viña del Mar, en Santiago pero hay que preparar bien a quien, pues un empresario no va a venir a invertir en alguien que ponga una panadería. Ya sería algo a largo plazo, alguien que quiera poner un negocio que genere algo grande, por ejemplo algo turístico grande.</p>
<p>Con respecto a la conexión con la zona rural, con el trabajo que hace PADIS, PRODESAL, etc. ¿Trabajan interconectados?</p>	<p>No tanto como podríamos estarlo, mantenemos un contacto continuo, pero son más cosas puntuales, como mandar información hacia localidades alejadas o sin comunicación.</p>

¿La información de ustedes está dirigida a la zona urbana solamente?	Urbana y rural, si sale un fondo lo publicitamos primero en la zona urbana, pero también vamos a la zona rural a mostrar y ofrecer el fondo. Por eso te decía que el objetivo es informar cuando exista un fondo, cosa que la gente pueda postular a los proyectos y generar desarrollo.
¿Los fondos concursables se aprovechan acá en la comuna?	Si, se aprovechan pero existen algunas limitantes relacionadas con las postulaciones, ya que muchas personas no manejan internet y varios fondos se postulan por esta vía, y además existen limitantes también en el tema del llenado de los formularios, como los planes de negocio.
¿Qué deficiencias observa en la ODP?	Bueno a veces hay poca comunicación con la alcaldía, con los demás departamentos del municipio, con la parte de transportes, con finanzas y con SECPLAC, existe falta de coordinación y de personal en esta oficina.
¿Ustedes fomentan la asociatividad entre los emprendedores?	Si, también, si la idea es que hagan redes, sobre todo en el sector rural, en el sector de los artesanos del sector rural que comiencen a trabajar en conjunto, como para exportar, no puedo hacerlo uno solo, entonces fomentamos ahí que se armen redes para que todos juntos puedan, destinar una producción para la exportación.
¿Qué complicaciones enfrenta la oficina para fomentar el desarrollo de las zonas rurales y urbanas?	En el sector rural uno de los problemas es la falta de comunicación y de señal telefónica en algunos lugares, ese es un déficit general, pues cuesta mucho comunicarse, ejemplo, si hay que comunicarse con un presidente de una junta de vecino, y si este no da la información, o la da mal, ya todo no sale, eso se repite en el sector urbano que presenta también deficiencias en las características de las personas, la gente se presenta muy asistencialista, quieren que tu les hagas todo y no es la idea porque no crecerán nunca, la idea es capacitarlos para que sean capaces de hacer proyectos y desarrollarse a si mismos, este cambio de mentalidad nos ha costado bastante.
¿La información la canalizan a través de las juntas de vecinos principalmente?	Sí, directamente con ellos por lo que son muy importantes para el funcionamiento y desarrollo de nuestras actividades.
¿Genera muchas complicaciones el hecho de trabajar en conjunto con organizaciones comunitarias?	El problema de las organizaciones comunitarias es que a veces hay problemas entre ellos, rencillas personales que a veces truncan el desarrollo de proyectos bastante buenos, es por esto que a veces es mejor trabajar con personas individualmente.
¿Qué mejoras se hacen necesarias para el aumentar la eficiencia de la ODP?	Un sistema informático con la información municipal e interdepartamental, mas relación con los demás departamentos para fluidez de la información, principalmente con SECPLAC que maneja proyectos mas grandes y sostenidos, con DIDECO porque maneja las fichas de protección social, OMIL ya que en ocasiones generamos trabajo y con transporte por la logística de las camionetas municipales. Por otra parte en la oficina también se hace necesario contar con más personal especializado en el área de desarrollo productivo y económico.

Ana Yañez, Dirección de Desarrollo Comunitario (DIDECO) Municipalidad de Los Vilos.

<p>¿Cuáles son las funciones que cumple la DIDECO en la actualidad?</p>	<p>Asesorar al alcalde, hacer planes estratégicos a nivel comunal para el desarrollo comunitario.</p>
<p>¿Qué entiende usted como DIDECO, y representante del Municipio, por desarrollo comunitario?</p>	<p>Yo lo entiendo así, como la palabra lo dice, que la comunidad avance en el desarrollo objetivo a través de planes estratégicos comunales porque ahí te rige la ley orgánica constitucional, asesorar al alcalde, dirigir políticas públicas locales en beneficio de la Comunidad, para eso tenemos que trabajar en conjunto, y así no se visualiza desarrollo comunitario en la comuna, se visualiza desarrollo comunitario, en el mejoramiento y en cantidad de ayudas sociales, pero no calidad, es decir solo asistencialismo.</p>
<p>¿Cuáles son las principales problemáticas que enfrentan para lograr la instancia de desarrollo comunitario?</p>	<p>Existe una escasa capacitación de las personas que están a cargo y que participan en el departamento, los integrantes del equipo de trabajo muchas veces no saben las actividades y funciones que tienen que realizar por la inexistencia de perfiles de cargos y reglamentos acordes, esto genera desorden al interior del departamento.</p>
<p>¿Cuáles serían los principales objetivos a corto, y a largo plazo de la DIDECO?</p>	<p>A corto plazo la reestructuración organizacional así ahora, capacitación permanente, saber, entonces todos estar en la misma línea. A largo plazo el diseño y reglamentación de todo, es a largo plazo porque se debe someter a concejo, mesas técnicas, etc. Para implementar este tipo de reformas.</p>
<p>Según su percepción, no solo como DIDECO, sino también como profesional –asistente social-, ¿Existe un desarrollo Comunitario en la Comuna? ¿Se promueve?</p>	<p>No, absolutamente no. En lo que respecta a la DIDECO, desde hace un tiempo solo está enfocada a la asistencialidad lo que lleva incluso a que la comunidad la conozca como “Departamento Social”, algo que tenemos que cambiar y empezar a promover y desarrollar el área de las organizaciones comunitarias.</p>
<p>Con respecto a los demás departamentos, ¿Existe relación con ellos? ¿Esta es eficiente?</p>	<p>Existe relación con los demás departamentos, pero regularmente se trabaja cada uno por su lado y solo se tiene contacto para cosas particulares como datos de Ficha de Protección Social, es parte del mismo desorden del que te hablo, difícilmente se pueden coordinar los esfuerzos de todos para lograr objetivos conjuntos.</p>

Jocelyn Pérez, Oficina de Turismo Municipalidad de Los Vilos.

<p>¿Cómo definiría usted la misión o razón de ser de la oficina de turismo de la Municipalidad de Los Vilos?</p>	<p>Tiene varias directrices primero yo creo que lo fundamental es mostrar al turista los atractivos turísticos de la comuna, lo segundo dar información completa de la comuna, tanto Los Vilos, Pichidangui, como el valle y tener un contacto directo con los servicios hoteleros, gastronómicos, todo lo que tenga que ver con turismo, creo que esas son las directrices, de mostrar lo que nosotros tenemos a los turistas que vienen todos los años y a los nuevos turistas que se interesan en nuestra comuna.</p>
<p>¿Cuáles son las mayores deficiencias que tú aprecias en la oficina?</p>	<p>Hace falta mayor equipamiento, como computadores, software y otras herramientas, personal especializado en áreas que aportan al marketing turístico, como diseñadores o publicistas, además el área de turismo cuenta con recursos muy limitados, estos representan un porcentaje muy bajo del presupuesto municipal.</p>
<p>¿Cuáles serían los objetivos a corto y largo plazo de la oficina de turismo?</p>	<p>En el corto plazo, ir mejorando lo que tenemos, ir potenciándolo. En el largo plazo hay mucho trabajo por hacer, estamos trabajando en el desarrollo de un PLADETUR (Planificación de Desarrollo Turístico), una visión a diez años, como debe estar la comuna en diez años más, a eso me refiero con el PLADETUR.</p>
<p>¿Cuál es su forma de relacionarse con el turista?</p>	<p>Aquí en la oficina, brindando información sobre los atractivos turísticos de la comuna y también en módulos turísticos en Los Vilos, a veces ofrecemos algunos tour turísticos gratis los fines de semana hacia el valle de Quilimarí u otros destinos de la comuna y por medio flyers o publicidad estática que son los medios que mas ocupamos.</p>
<p>En base a todo lo mencionado, ¿Cuáles serían las funciones específicas de la oficina?</p>	<p>Promover, difundir, crear, proyectar, comunicar, enlazar ideas, proyectos, funciones que se puedan dar en la comuna, turismo es todo y la idea es poder actuar en conjunto con todos los departamentos municipales que tengan que ver con el turismo y además con otros actores como la comunidad.</p>
<p>En su opinión, ¿Qué sectores de la comuna presentan potencial de desarrollo turístico?</p>	<p>La quebrada de Quereo, la Laguna Conchalí y el Centro Andrónico Luksic Abaroa en Los Vilos. En el resto de la comuna podemos ver en el Valle de Quilimarí, en toda su extensión, mucho potencial por su diversidad de atractivos, entre los que se encuentran petroglifos y monumentos nacionales (puentes y túneles), es por esto que necesitamos trabajar en proyectos para mejorar todo, los servicios, la calidad, etc.</p>
<p>¿Con que departamentos municipales cree usted que la oficina debiese tener mayor relación?</p>	<p>Tiene que tener primero con SECPLAC porqué es planificación, proyecto y todo, luego con obras, que tiene que ver nosotros, con patente que tiene que ver con todas las cosas que dan facilidad, por ejemplo, si tengo un restorán y necesito abrirlo para el verano, bueno ellos dan la facilidad para tenerla antes de enero y poder abrir, con publicidad, relaciones públicas, con los alcaldes, con los concejales, con todo el mundo, todo el mundo tiene que ver con nosotros, si queremos que esto funcione como debería funcionar.</p>

¿Considera que el municipio está preocupado por proyectar el turismo en la comuna?	No podría aseverarlo pero a la luz de los hechos me parece que no, el presupuesto destinado a turismo es muy bajo y se privilegian otro tipo de obras que no están dirigidas o no aportan necesariamente al sector turismo.
¿Considera al sector turismo de la comuna como un elemento que posee potencialidades suficientes, como para poseer mayor atención del municipio?	Si obvio, a ver, nosotros necesitamos más ayuda porque nosotros vivimos de tres cosas, la pesca hasta por ahí nomas, el comercio y el turismo, entonces vivimos de eso, todo el año, porque los fines de semanas largos, en el verano, en el invierno la gente viene los fines de semana del 18, la semana santa, las vacaciones de invierno, 21 de mayo, se sabe que viene la gente aquí, los turistas vienen de vacaciones y ocupan instalaciones.
¿Cuál es su opinión acerca de los atractivos turísticos de la comuna?	Estos presentan mucha diversidad pero se encuentran escasamente desarrollados y algunos en condición de abandono o simplemente nunca se han tratado como tal, por lo que urge configurar un escenario de fomento y desarrollo del potencial turístico desaprovechado.

María Inés Brantt, Presidenta Junta de Vecinos Sector El Esfuerzo Pichidanguí.

¿Cuál es la función principal de la junta de vecinos en estos momentos?	Ser una organización que recoja las inquietudes de la comunidad e intente promover proyectos y actividades que generen bienestar en la localidad.
¿Esta función se está llevando a cabo correctamente?	De cierta manera si, pero lamentablemente se traduce solo a eventos esporádicos, no hay un desarrollo progresivo y constante.
¿Cuáles son las principales deficiencias que presenta la organización?	Mucho desorden y escasa participación, hace falta motivar nuevamente a la gente para que participe en juntas de vecinos u otras organizaciones de este tipo, que entiendan la importancia de estas. Además son recurrentes los problemas entre las personas que impiden el buen funcionamiento de la junta de vecinos, rencillas personales y relaciones desgastadas entre la gente, falta la participación de gente nueva, jóvenes.
¿Esta situación, según su experiencia, se repite en otras organizaciones de la zona?	Si, regularmente enfrentan complicaciones de este tipo, son pocas las organizaciones que funcionan correctamente y son capaces de generar cosas importantes.
En su opinión, ¿Qué aspectos se deberían mejorar o potenciar para que las organizaciones comunitarias de la zona funcionen mejor?	Creo que es necesario que la municipalidad fomente la creación y desarrollo de organizaciones de este tipo y genere instancias para que estas se transformen en actor relevante, también sería bueno que participe mas la gente, sobre todo gente joven que genere recambio generacional con nuevas ideas e intereses.

