



**FACULTAD DE ARQUITECTURA
ESCUELA DE GESTIÓN EN TURISMO Y CULTURA**

TURISMO RURAL EN LA COMUNA DE VILLA ALEMANA

ALUMNO: GUILLERMO ANTONIO BARRA ARANCIBIA

PROFESOR GUÍA: MARÍA SOLEDAD OSTRIA PALMA

**PROYECTO DE TITULACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
ADMINISTRADOR TURÍSTICO CULTURAL Y EL GRADO DE LICENCIADO EN
TURISMO Y CULTURA**

VALPARAÍSO, 2016

Dedicatoria

*A mi mamá, por su inagotable entrega de amor
y por el esfuerzo para hacernos surgir y
a mi hermana, quien me apoyó en todo momento.*

AGRADECIMIENTOS

A los primero que quiero agradecer por su incondicionalidad y apoyo constante es a mi familia, especialmente a mi mamá por apoyarme en primera instancia a estudiar esta carrera a pesar de no ser una de las llamadas carreras tradicionales, por creer en mí y apoyarme día a día y a mi hermana por motivarme y por ser un ejemplo con su determinación y seguridad.

También quisiera agradecer a mis amigos de toda la vida como lo son mi amigo Alonso, Felipe, Gonzalo, Mauro, Héctor, Vania, Anais, Rodrigo, Nicolás, Matías, Sebastián, Arturo, Carolina Etc. con quienes hemos vivido penas, alegrías, aventuras y nos hemos apoyado en todo momento,

A mis amigos de getecianos, la Dani, la Toti, Tania, Gisselle, Boris y Esteban, con quienes forjamos una linda amistad desde primer año hasta hoy en día, viajamos juntos a Putaendo, La Serena y Buenos Aires. La “Ove” como nos denominamos que fueron parte fundamental en este proceso universitario.

También quiero agradecer a mi Profesora Guía María Soledad Ostría Palma, quien no solo fue profesora guía en este proceso de título, sino que también durante toda la carrera, ayudando a mí y a todos mis compañeros cuando la necesitábamos.

Por ultimo quiero agradecer a todas las personas que entreviste y me brindo ayuda con este proyecto de título y que sabiendo que es un proyecto académico me recibieron con bastante seriedad, a Nicole Botto encargada de la unidad de Patrimonio de la municipalidad, Mitza Méndez del departamento de Turismo, los concejales Raúl Alvear y Álvaro Braüchi; Gloria Rodríguez quien es la relacionadora publica de los emprendedores turísticos de Quebrada Escobares, a los presidentes de las Juntas de Vecinos Don Abel, Señora Mirta y La señora Elena y por ultimo a mi compañera Marilyn Leighon, quien me ayudo y guio cada vez que le solicité ayuda.

INDICE

| | |
|--|------|
| <i>Dedicatoria</i> | i |
| AGRADECIMIENTOS..... | ii |
| INDICE..... | iii |
| RESUMEN..... | vi |
| ABSTRACT..... | vii |
| INTRODUCCIÓN..... | viii |
| CAPITULO I: PRESENTACIÓN DEL PROYECTO DE TITULO..... | 1 |
| 1.1 Presentación del tema..... | 1 |
| 1.2 Justificación y motivación..... | 1 |
| 1.3 Objetivo general del proyecto de título..... | 1 |
| 1.4 Objetivos específicos del proyecto de título..... | 1 |
| 1.5 Metodología utilizada..... | 2 |
| CAPITULO II: MARCO TEORICO..... | 3 |
| 2.1 Conceptos turísticos..... | 3 |
| 2.1.1 Turismo..... | 3 |
| 2.1.2 Formas de turismo..... | 3 |
| 2.2 Turismo Rural..... | 4 |
| 2.2.1 Agroturismo..... | 6 |
| 2.2.2 Ecoturismo..... | 6 |
| 2.2.3 Turismo Aventura..... | 6 |
| 2.2.4 Turismo Cultural..... | 6 |
| 2.3 Mundo Rural..... | 7 |
| 2.3.1 Planificación turística en áreas rurales..... | 8 |
| 2.4 Turismo de intereses especiales..... | 9 |
| 2.5 Turismo Sustentable..... | 9 |
| 2.6 Producto Turístico..... | 9 |
| 2.7 Cultura..... | 10 |
| 2.7.1 Identidad Cultural..... | 11 |
| 2.7.2 Patrimonio..... | 11 |
| 2.7.3 Patrimonio Natural..... | 12 |
| 2.7.4 Patrimonio Cultural..... | 12 |
| 2.8 Comunidad local, turismo y desarrollo..... | 13 |
| 2.9 Turismo Cultural, una oportunidad para el desarrollo local..... | 14 |

| | |
|--|----|
| 2.9.1 Desarrollo Local..... | 14 |
| 2.9.2 Desarrollo territorial | 14 |
| 2.10 Cluster | 15 |
| 2.11 Asociatividad | 15 |
| CAPITULO III: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL..... | 16 |
| 3.1 Antecedentes geográficos de la comuna de Villa Alemana..... | 16 |
| 3.1.1 Localización Geográfica | 16 |
| 3.1.2 Características geográficas del sector rural de Villa Alemana | 18 |
| 3.1.3 Vías de acceso..... | 19 |
| 3.1.4 Clima comunal..... | 19 |
| 3.1.5 Geomorfología comunal | 20 |
| 3.1.6 Hidrografía comunal..... | 20 |
| 3.1.7 Vegetación..... | 20 |
| 3.1.8 Población..... | 23 |
| 3.1.9 Estructura espacial comunal | 23 |
| 3.2 Orígenes de Villa Alemana..... | 25 |
| 3.3 Educación | 26 |
| 3.3.1 Índice de Vulnerabilidad por establecimiento | 26 |
| CAPITULO IV: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO RURAL DE VILLA ALEMANA..... | 28 |
| 4.1 Antecedentes históricos de los sectores rurales de Villa Alemana..... | 28 |
| 4.1.1 Lo Moscoso..... | 28 |
| 4.1.2 Quebrada Escobares | 29 |
| 4.1.3 Lo Hidalgo..... | 29 |
| 4.1.4 El Patagual..... | 30 |
| 4.2 Catastro de Servicios y atractivos aprovechados turísticamente..... | 31 |
| 4.3 Importancia el turismo rural en Villa Alemana..... | 48 |
| 4.4 Ilustre Municipalidad de Villa Alemana y el Turismo..... | 48 |
| 4.4.1 Plan de desarrollo Comunal 2010- 2014..... | 49 |
| 4.4.2 Departamento de Cultura y Turismo. | 51 |
| 4.5 Árbol de Problemas | 53 |
| 4.6 Árbol de objetivos | 54 |
| 4.7 Actores Relevantes en el turismo rural | 54 |
| 4.7.1 SERNATUR..... | 55 |
| 4.7.2 INDAP | 56 |
| 4.7.3 Consejo Nacional de la Cultura y las Artes..... | 58 |
| CAPITULO V: PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL EN LA COMUNA DE VILLA ALEMANA..... | 62 |
| 5.1 Mapa de Actores relevantes..... | 63 |

| | |
|--|----|
| 5.2 Beneficiarios del proyecto | 65 |
| 5.3 Ejes estratégicos | 65 |
| 5.3.1 EJE 1: Sensibilización de actores relevantes | 65 |
| 5.3.2 EJE 2: Asociatividad de emprendedores | 69 |
| 5.3.3 EJE 3: Dar a conocer el patrimonio natural y cultural de Villa Alemana a la comunidad | 71 |
| 5.3.4 EJE 4: Difundir los atractivos turísticos de la zona rural | 73 |
| BIBLOGRAFÍA | 77 |

RESUMEN

Villa Alemana es una comuna perteneciente a la provincia del Marga Marga de la región de Valparaíso que cuenta con cuatro localidades rurales: Quebrada Escobares, Lo Hidalgo, El Patagual y Lo Moscoso. De estas cuatro localidades, sólo las tres primeras localidades son aprovechadas turísticamente, encontrando iniciativas de emprendedores que ha dado una incipiente actividad turística en la zona, siendo así una fuente de desarrollo y empleo para sus habitantes.

La planificación o gestión en zonas rurales con el propósito de mantener el estilo de vida que allí se desarrolla, toma mayor importancia ya que se da en ambiente natural, con tradiciones y costumbres distintas a las de la ciudad, por lo que la ausencia de planificación y gestión, puede llevar a la irrupción de otro tipo de servicios que podrían afectar la tranquilidad y la vida rural de las localidades, al dejar el espacio de desarrollo, por ejemplo, a proyectos inmobiliarios.

Por lo explicado en el párrafo anterior es que se pretende realizar una propuesta de gestión por parte de la municipalidad para potenciar el desarrollo del turismo rural de manera sostenible. Debido a la inexistencia de cualquier tipo de planificación o gestión en este ámbito.

Es por esto que se proponen 4 ejes estratégicos para desarrollar el turismo rural e intentar solucionar algunos de los problemas que se presentan, los cuales apuntan a la asociatividad, sensibilización y difusión del patrimonio rural de Villa Alemana.

Palabras Claves: Diagnóstico – Villa Alemana – Turismo Rural - Gestión

ABSTRACT

Villa Alemana is a commune belonging to the province Marga Marga, Valparaíso región. It has four rural localities: Quebrada Escobares, Lo Hidalgo, El Patagual y Lo Moscoso. From these four localities, only the first ones are taken advantage in the tourist area. Entrepreneurs' initiatives can be found which have given an incipient tourist activity in the zone, being like a source of development and employment for its inhabitants.

Planning and management in rural areas with the purpose of supporting the way of life that is developed there, get a real importance since it is given in natural environment, with traditions and customs different from those of the city. Therefore, absence of planning and management can lead to irruption of other kinds of services which might affect peace and rural life of those localities leaving development space, for instance to real-estate projects.

As explained previously, it is intended to make an offer of management on the part of the municipality to promote the development of the rural tourism in a sustainable way. Due to the nonexistence of any type of planning or management in this area.

In that sense, four strategic priorities are proposed in order to develop rural tourism and to try solving some of the presented problems which aims to association, awareness and spreading of rural heritage.

Keys words: Diagnosis, Villa Alemana, rural tourism, management

INTRODUCCIÓN

Villa Alemana es una comuna perteneciente a la provincia del Marga Marga de la región de Valparaíso que cuenta con cuatro localidades rurales: Quebrada Escobares, Lo Hidalgo, El Patagual y Lo Moscoso. Cada una de ellas tiene una historia más antigua que la misma ciudad, poseen atractivos naturales, culturales y hasta arqueológicos. En estas localidades aún se vive la vida rural, la vida en comunidad a pesar de lo cercano que está del centro urbano, manteniendo así algunas costumbres y tradiciones, pero por sobre todo, manteniendo la tranquilidad típica de las zonas rurales. De estas cuatro localidades, tres de ellas son aprovechadas turísticamente: Quebrada Escobares, Lo Hidalgo y el Patagual en donde existen algunos emprendimientos de la misma gente del sector, pero con una escasa gestión turística por parte de la municipalidad.

La idea de realizar el proyecto de título en las localidades rurales de Villa Alemana obedece a su gran potencial y a la evidente escasa gestión turística en estas localidades. La importancia de planificar el turismo territorialmente, de tener un plan o una estrategia, es algo que no todas las municipalidades han dimensionado en su real magnitud o hayan logrado realizar.

La planificación o gestión en zonas rurales con el propósito de mantener el estilo de vida que allí se desarrolla, toma mayor importancia ya que se da en ambiente natural, con tradiciones y costumbres distintas a las de la ciudad, por lo que la ausencia de planificación y gestión, puede llevar a la irrupción de otro tipo de servicios que podrían afectar la tranquilidad y la vida rural de las localidades, al dejar el espacio de desarrollo, por ejemplo, a proyectos inmobiliarios.

CAPITULO I: PRESENTACIÓN DEL PROYECTO DE TITULO

1.1 Presentación del tema

La existencia de una incipiente actividad turística en las localidades rurales de Villa Alemana gracias a su enorme potencial, ha hecho querer saber cómo se ha desarrollado, qué emprendimientos existen, si hay interés de la comunidad en seguir desarrollándolo y que rol está cumpliendo cada actor relevante en el turismo rural en este hecho. Se pretende identificar problemáticas y una posible solución a éstas.

1.2 Justificación y motivación

La vida de ciudad con el stress, la depresión, pocas áreas verdes, el poco vínculo con el entorno natural y cultural, ha hecho que en los últimos años haya ido creciendo el interés por volver a nuestras raíces, conocer de nuestra historia, las tradiciones de campo, de dónde proviene lo que comemos y todo su proceso, saber sobre nuestro bosque y fauna nativa, realizar actividades al aire libre, disfrutar de un plato de comida hecho en horno de barro o simplemente disfrutar del calor de una fogata. Todo esto como parte de nuestro instinto de querer conectarnos con la vida, con la naturaleza y con nuestra tierra.

El turismo rural es una oportunidad de diversificación económica para las labores de campo, cuando éstas no permiten a la familia vivir de manera tranquila, o simplemente como una forma de mejorar sus ingresos y así generar más empleo, evitando el éxodo a la ciudad y además permitiendo satisfacer las necesidades de la gente de ciudad que no tiene la oportunidad de ellos de estar día a día en ese entorno.

1.3 Objetivo general del proyecto de título

Diagnosticar y generar propuesta sobre el turismo rural en la comuna de Villa Alemana, para así fomentar el desarrollo turístico, económico y social de las localidades involucradas.

1.4 Objetivos específicos del proyecto de título

- Identificar actores relevantes para el turismo rural.
- Levantamiento de catastro de servicios y atractivos turísticos.
- Lograr que la comunidad de Villa Alemana conozca y valore el patrimonio de su zona rural.
- Detectar los principales problemas de las localidades.

1.5 Metodología utilizada

La metodología utilizada es un diagnóstico de tipo expositivo, el cual presenta una descripción objetiva de lo que está sucediendo respecto al turismo rural en la Comuna. Con el objetivo de generar ideas y una propuesta de trabajo es que se ha diseñado la siguiente metodología:

- Identificar a actores relevantes.
- Levantamiento de información de la comuna de Villa Alemana y más específicamente de las localidades rurales. Esto por medio de documentación, registros, entrevistas con personal municipal, emprendedores y gente de las localidades en general.
- Elaboración de entrevistas a residentes de la localidad.
- Trabajo de campo.
- Desarrollo de propuesta.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1 Conceptos turísticos

2.1.1 Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (Organización Mundial del Turismo (OMT), s.f.)

2.1.2 Formas de turismo

a) Turismo Interno

Son los visitantes residentes en el país que se desplazan fuera de su entorno habitual, pero dentro del país, por un período menor a un año y cuyo propósito principal no sea el percibir una remuneración en el lugar visitado, cambiar de residencia, buscar trabajo, entre otros. (SERNATUR, 2008)

b) Turismo Receptivo o de Entrada

Son los visitantes de otras naciones que se desplazan a un país en su calidad de no residentes, por un período menor a un año por cualquier motivo, excepto para obtener una remuneración en el lugar visitado, cambiar de residencia, buscar trabajo, inmigrantes, entre otros. (SERNATUR, 2008)

c) Turismo Emisivo o de Salida

Son los visitantes residentes que se desplazan a otros países, por un tiempo inferior a 12 meses por cualquier motivo, excepto para obtener una remuneración en el lugar de destino, cambiar de residencia, buscar trabajo, etc. (SERNATUR, 2008)

Los tres tipos de turismo mencionados son excluyentes entre sí, sin embargo, al combinarse dan origen a otras formas de turismo, como son:

a) Turismo Interior

Este concepto comprende el turismo interno y el receptivo (de entrada), es decir, a los individuos que viajan dentro del país en el que se genera el estudio, sin importar su lugar de residencia. (SERNATUR, 2008)

b) Turismo Nacional

Resulta de la conjunción del turismo interno más el emisivo (de salida), y se refiere a los residentes del país en el que se realiza la compilación, sin distinguir el destino de su viaje.

c) Turismo Internacional (SERNATUR, 2008)

Está constituido por la adición del turismo que viaja al exterior (emisivo o de salida) y el que procede del extranjero (receptor o de entrada). (SERNATUR, 2008)

2.2 Turismo Rural

El Turismo Rural nace en Europa a mediados del siglo XX y es un tipo de Turismo que funciona como un concepto general, como una matriz, ya que engloba a todos los tipos de turismo que se realizan en el medio rural que es simplemente el que se contrapone a lo que se conoce como espacio urbano y que se asocia a las ciudades o centros administrativos, políticos y económicos. Aunque con el crecimiento de las ciudades estos espacios tienden a fusionarse obteniendo como resultado áreas en ciertos casos con mayor o menor grado de desarrollo urbano o rural.

INDAP define el turismo rural como “cualquier actividad turística realizada en un lugar rural”. Este tipo de turismo “supone el desarrollo de alojamientos de estilo local en los pueblos tradicionales o en sus inmediaciones donde puedan pernoctar los turistas, disfrutar de la cocina local, y observar y compartir las actividades populares” (OMT, 1999). El término turismo rural se utiliza cuando la cultura rural es un componente clave del producto ofrecido, vale decir, el rasgo distintivo de los productos del turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local. (ECLAC CEPAL, 2001)

Según la estrategia nacional de turismo 2012- 2020 Se entenderá como turismo rural, aquella actividad turística desarrollada en un espacio no urbano. Comprende la prestación de servicios (alojamiento, restaurantes y/u oferta complementaria), en los que el turista participa de las faenas productivas y/o vive experiencias turísticas que valoricen la cultura e identidad campesina. El turismo en los sectores rurales se presenta como una oportunidad para complementar los ingresos y diversificar las fuentes de trabajo para jóvenes y mujeres, evitando así el éxodo hacia la ciudad y el despoblamiento de estos sectores. Sin embargo, los emprendimientos de turismo rural suelen responder a modelos familiares de carácter informal, con un nivel empresarial poco desarrollado

y baja capacidad de promoción de sus productos turísticos, lo que hace que aún se mantengan las brechas en cuanto al fortalecimiento y competitividad de sus iniciativas.

No resulta sencillo acotar una definición precisa del turismo rural. Por lo que a continuación se darán unas aproximaciones a las principales características del turismo rural.

- Se desarrolla en un espacio rural o natural.
- Su actividad viene marcada por un modo de implantación sostenible, entendido por su carácter duradero. Por tanto, soportable ambientalmente para el medio en que se implanta, viable económicamente y socialmente equitativo para la población local.
- Tiene un desarrollo de baja intensidad y densidad, basado en una estrategia de componente artesanal, de bajo impacto y no masificación. Se ha de tratar de un desarrollo planificado, pauteado y controlado.
- Se asienta sin alterar las formas de vida local, la cultura rural le sirve de soporte y está abierto al contacto e integración de la comunidad local.
- Genera un efecto revitalizador en las economías locales, con atracción de renta y creación de empleo, basado en explotaciones individuales de pequeña escala y preferentemente concebido como actividad complementaria a otras principales del medio rural.
- Aprovecha de forma prioritaria el patrimonio arquitectónico tradicional para la creación de una nueva oferta respecto a restauración, alojamiento y complementaria, priorizando estilos y materiales constructivos locales.
- Está basado en el conocimiento de los recursos endógenos (cultura, formas de vida y relación, patrimonio, etc.) con vocación de recrear nuevos recursos, no solo nuevas actividades productivas, para favorecer una oferta integral de alojamientos, ocio y servicios, que a su vez aporta mejoras en la calidad de vida a la población local.
- Cuenta con una base asociativa local que permite la integración de los componentes del producto turístico, sirve de soporte a la cualificación de las ofertas y procura el control de la gestión del proceso (límites del crecimiento, atención a nuevos requerimientos formativos, promoción del destino, creación de marcas, comercialización, introducción de tecnologías, etc.).

El turismo rural comprende diversas modalidades de turismo que no son excluyentes, sino más bien complementarias, como por ejemplo

2.2.1 Agroturismo

El Agroturismo deriva del turismo rural por estar fuertemente vinculado al paisaje y tradiciones rurales, no obstante, esta tipología de turismo cultural se especifica en el desarrollo de actividades vinculadas al mundo agrario, centrado particularmente en el proceso productivo agropecuario, dando a conocer in situ el cultivo de la tierra, cosechas, formas de riego, entre otras. Según la Organización Mundial de Turismo (1996) las diferencias del Agroturismo con el Turismo Rural es que el primero se centra en los procesos y formas de explotaciones agrarias, tales como granjas y zonas de cultivo particularmente de tipo artesanal. Además parte del producto turístico consiste en dar alojamiento y alimentación a los visitantes, de tal modo, darles la oportunidad con que se familiaricen con los trabajos agrarios, haciéndolos participes en todo momento. (ECLAC CEPAL, 2001)

2.2.2 Ecoturismo

La Sociedad Internacional de Ecoturismo (2007) define ecoturismo como “un viaje responsable a áreas naturales que conservan el ambiente y mejoran el bienestar de la población local”, caracterizándose por la presencia de turistas con una alta conciencia ambiental, dispuestos a aprender y promover actividades relacionadas con la naturaleza, centrado principalmente en actividades de pequeña escala como excursiones, caminatas, cabalgatas, etc. que reduzcan en lo posible su impacto sobre el medio ambiente. También presenta un componente educativo y científico, radicado en la visita a áreas naturales con la finalidad de observar, estudiar, tomar muestras de la flora, fauna o algún otro elemento biológico. (The international ecotourism society, s.f.)

2.2.3 Turismo Aventura

Es un tipo de turismo efectuado por personas que realizan actividades turísticas en contacto con la naturaleza con un riesgo controlado, cuya característica más notable es el uso de servicios turísticos no tradicionales. Generalmente las personas aficionadas al turismo de aventura, prescinden del lujo y la comodidad. (SERNATUR, 2008)

2.2.4 Turismo Cultural

Es aquel tipo especial de turismo que incorpora los aspectos culturales, sociales y económicos en su oferta y demanda de bienes y servicios. Busca rentabilizar económica y socialmente el espacio local o lugar donde se desarrolla y se centra en que las personas viajan con la intención de desarrollar actividades turísticas que les permitan acercarse y comprender culturas distintas. Es decir, conocer los estilos de vida, costumbres, tradiciones, festividades, historia, arquitectura y

monumentos del lugar visitado. La UNESCO señala que el Turismo Cultural corresponde a una “dimensión cultural en los procesos socioeconómicos para lograr un desarrollo duradero de los pueblos” como un “modelo de desarrollo humano integral y sostenible”. Es considerada una “actividad que, no sólo contribuye al desarrollo económico, sino a la integración social y al acercamiento entre los pueblos; siendo el turismo cultural una modalidad en la que convergen políticas culturales y turísticas, portador de valores y respeto por los recursos, tanto culturales como naturales” (CNCA, s.f.)

2.3 Mundo Rural

“Se refiere tanto a las relaciones e interconexiones de las actividades rurales que sobrepasan las fronteras estrictas del espacio rural, como a los comportamientos de una nueva sociedad o la organización del espacio local y su integración en el territorio”. Bonneamour, J (2000).

Es importante conocer las debilidades y aprovechar las ventajas del mundo rural, el cual vive un proceso de cambio donde sus espacios se reducen cada vez más y se vuelven más diversos y heterogéneos, es decir, distintos entre sí. Cada día disminuye el número de campesinos, así como sus modos y aspiraciones se vuelven más parecidas a los habitantes de la ciudad. Las ciudades son aquellas localidades pobladas de más de 5000 habitantes que viven concentradamente y que desarrollan sus actividades económicas fundamentales en el sector secundario y terciario. A pesar de las diferencias, la ciudad y el campo están profundamente interrelacionados y forman en conjunto caras distintas de un mismo proceso histórico y de una misma forma de ocupar el espacio. Estas caras distintas de la misma moneda, tienen muchos aspectos positivos y negativos a la vez, y esto depende de cuestiones culturales pero también de los gustos personales. Por ejemplo, para algunos en la ciudad hay más comodidades puesto que existe agua potable, electricidad y alcantarillado, cosas que no hay en el campo. Para otros el campo es un lugar tranquilo, grato y lejos del bullicio y las presiones de la ciudad.

El mundo rural está constituido por el medio ambiente natural y por el medio ambiente cultural, sus problemas, ventajas y potencialidades hay que verlos en una estrecha relación y como partes del conjunto. La Naturaleza con todos sus recursos (medio ambiente natural) no es independiente de lo que pasa, por ejemplo, con los campesinos y sus tradiciones (medio ambiente cultural), lo que sucede al revés también. La integración de ambos elementos nos permitirá lograr un verdadero Desarrollo Sustentable en el mundo rural.

2.3.1 Planificación turística en áreas rurales

El turismo en las áreas rurales, requiere de una correcta planificación que “*permita prever y anticipar el futuro en lugar de improvisar o favorecer dinámicas de desarrollo espontaneo o poco controlado*”¹. De esta forma el proceso de planificación, debe considerar una perspectiva global, un buen conocimiento, un enfoque sistémico, orientado a la demanda y al producto (Cornejo, 2012). Es por lo anterior, que la actual Estrategia Nacional de Turismo 2012 – 2020 se ha enfocado en la sustentabilidad de los recursos, en la cultura y la comunidad, ya que de esta forma se puede penetrar adecuadamente en el mercado, creando una oferta consistente.

La población rural es la depositaria de un patrimonio inmaterial que es necesaria transmitir, para lo que es necesario que se mantenga una determinada población que, a su vez, necesita unos servicios y una estabilidad social y económica². Los productos locales son uno de los elementos fundamentales de diferenciación, pero para su conservación es necesario mantener una política territorial que garantice su viabilidad (Cornejo, 2012).

El turismo es un consumidor intensivo del territorio y por lo tanto debe planificarse su desarrollo con una visión urbanista que precise que objetivos económicos se quieren cumplir, que espacios hay que proteger y que identidad se quiere poseer (Tresserras, 2003). El patrimonio natural y cultural está integrado en el territorio y por tanto cualquier iniciativa de desarrollo debe contemplar una utilización racional de los recursos dentro de un modelo de desarrollo sostenible.

El turismo en áreas rurales, puede ser muy beneficioso, cultural y económicamente, el trabajo con la comunidad va a lograr que se siga preservando lo natural y tradicional y al mismo tiempo los mismos habitantes logren valorar su propia cultura. El beneficio económico que genera el turismo en áreas rurales es muy alto, ya que generalmente los habitantes viven de actividades primarias, agricultura y ganadería, y por lo tanto tener una oferta turística permitirá que ellos desarrollen y vendan sus propios productos y servicios.

“Es necesario dar un impulso en la planificación del turismo en áreas rurales, revisando el patrimonio y los recursos, elaborando catálogos de productos, desarrollando técnicas de producción, adecuando el nivel de cada actuación, contemplando los roles que cada uno de los actores debe jugar en el proceso de planificación, y apostando por el desarrollo sostenible”³

A partir de todo lo expuesto anteriormente, se puede inferir que “la planificación turística en un destino rural, debe comenzar por la sustentabilidad, como parte fundamental de la existencia de la actividad turística”⁴. De esta forma, la actividad turística debe estar inserta y articulada con el resto de las planificaciones, sectoriales, ambientales y territoriales, incluyendo un análisis y diagnóstico

¹ Fuente: Grande Ibarra Julio, La planificación del turismo rural

² Fuente: La planificación del turismo rural, Grande Ibarra Julio

³ Fuente: Bases territoriales y Metodológicas de la planificación para el desarrollo del turismo sustentable. Luz cornejo Ganga.

⁴ Fuente: El turismo como estrategia de desarrollo sostenible, David Flores Ruiz; María Barroso González.

del territorio, así como propuestas de regulación normativa, programación, control y seguimiento de las actividades turísticas (Cornejo, 2012).

2.4 Turismo de intereses especiales

Podemos definir como aquel tipo de turismo basado más en motivaciones específicas de los visitantes que van más allá de los objetivos habituales de los viajes turísticos o vacacionales (SERNATUR, 2008) (El turismo de intereses especiales (TIE) se caracteriza por presentar un valor agregado centrado en la autenticidad de la oferta, no ser masivo y mantener un fuerte componente de sustentabilidad ambiental y sociocultural (CNCA, s.f.)

2.5 Turismo Sustentable

Es un enfoque de desarrollo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. Por su parte, (SERNATUR, 2008) entiende el turismo sustentable como aquel que hace un uso óptimo de los recursos naturales, respeta la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas y asegura un desarrollo económico viable en el largo plazo, es decir, considera los tres ámbitos de sustentabilidad: el natural, el sociocultural y el económico. Si bien todos los tipos de turismo deben ser sustentables (o avanzar hacia la sustentabilidad, en caso de que aún no lo sean), en el caso del turismo cultural, la sustentabilidad –especialmente en su ámbito sociocultural– es la base del uso de los recursos. En otras palabras, si no hay una perspectiva de sustentabilidad, los activos culturales corren el riesgo de sufrir daños irreversibles, que imposibilitarían el futuro uso de estos como recurso turístico.

2.6 Producto Turístico

Corresponde al conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores (Asociación Chilena de Empresas de Turismo (ACHET), 2011). Todo producto turístico está constituido por una combinación de hasta tres factores (Comisión Europea de Turismo y OMT, 2013)

Todo producto turístico está constituido por una combinación de hasta tres factores (Comisión Europea de Turismo y OMT, 2013):

Vivencial: festivales, actividades, comunidad, eventos, comidas y entretenimiento, compras, seguridad, servicios

Emocional: recursos humanos, culturales e históricos, hospitalidad.

Físico: infraestructura, recursos naturales, alojamiento, restaurantes.

De este modo, un producto turístico cultural se desarrolla a partir de un proceso de reconfiguración de los activos culturales de un destino determinado, para responder a las necesidades de clientes nacionales o internacionales. En este sentido, un producto turístico cultural puede ser un atractivo cultural o patrimonial, hoteles, complejos turísticos o restaurantes que incorporen elementos culturales del destino como parte importante de la experiencia turística que ofrecen, así como también teatros, actividades, festivales y eventos, entre otras múltiples posibilidades.

2.7 Cultura

En nuestras conversaciones cotidianas, empleamos a menudo el concepto de cultura ¹, muchas veces para referirnos a ideas muy diferentes entre sí, como por ejemplo:

- Al arte y las manifestaciones artísticas.
- A la educación o al nivel educativo de una persona o grupo.
- A las expresiones de nuestros pueblos originarios o de otras etnias.
- A las tradiciones de una comunidad, ya sea de una localidad pequeña, una región o, incluso, de todo un país.

Lo cierto es que el concepto de cultura engloba todo lo anterior y también mucho más. Es, de hecho, un concepto complejo sobre el cual se han acuñado numerosas definiciones a lo largo de décadas de investigación antropológica y sociológica.

De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, cultura puede entenderse como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales que caracterizan a una sociedad y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (Unesco, 2001). Además, la cultura considera todas las diversas expresiones mediante las cuales una sociedad moldea y reflexiona su convivencia, incluyendo las imágenes e ideas mediante las cuales dicha sociedad representa las formas en que convive y quiere convivir. (UNESCO, 2001)

2.7.1 Identidad Cultural

Está estrechamente vinculado al concepto de cultura y a este proceso se le denomina endoculturación⁵ o socialización. Idea de que esta es compartida con otros. En efecto, la identidad cultural refiere al sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. La identidad cultural no es fija o estática, sino que se recrea individual y colectivamente, y se alimenta de forma continua de la influencia exterior. Las identidades culturales son relacionales. Es decir, surgen por diferenciación y como reafirmación frente al otro. Por otro lado, si bien el concepto de identidad cultural puede trascender las fronteras geográficas (como en el caso de los migrantes), desde su origen ha estado vinculado a un territorio (Molano, 2007). La identidad cultural se expresa a través de diversas manifestaciones: el lenguaje, las relaciones sociales, los ritos y ceremonias propias, los símbolos y los sistemas de valores y creencias que se comparten con un grupo, entre otros muchos aspectos que conforman el patrimonio material e inmaterial de un grupo. En efecto, patrimonio, historia e identidad cultural están profundamente vinculados, puesto que esta última se manifiesta a partir del patrimonio cultural y la historia. Así, la identidad cultural no puede existir sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro (Molano, 2007)

2.7.2 Patrimonio

Un aspecto de la cultura especialmente interesante en relación al turismo es su capacidad de trascender el paso del tiempo a través del patrimonio.

En sus orígenes, en la antigua Roma, patrimonio designaba al conjunto de bienes que los hijos heredaban de los padres y los abuelos, lo que no está tan alejado del actual uso de la palabra. En efecto, el patrimonio se construye socialmente, puesto que cada sociedad o comunidad, creadora y recreadora de una cultura, va seleccionando aquello que debe ser preservado y transmitido a las generaciones siguientes. Así, la comunidad (o algunos de sus integrantes) asocia ideas, significados y valores a ciertos lugares, monumentos, objetos y prácticas, transformándolos en representaciones de la identidad y la cultura del grupo (Prats, 1997). Esto quiere decir que el patrimonio no es algo dado, estático o inmutable, sino que es el resultado de un proceso social permanente, complejo y no exento de polémica, para la construcción y definición Fundación Imagen de Chile de significados y sentidos compartidos (Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos [Dibam], 2005), en donde cada generación puede incorporar cambios, de acuerdo a nuevos criterios, intereses, fines o circunstancias. En las últimas décadas el patrimonio, como tema de reflexión y campo de acción, se ha ido posicionando cada vez con mayor fuerza. Desde los años setenta, Unesco viene trabajando de manera sistemática en la elaboración de definiciones para

⁵ La endoculturación es el proceso de adquisición de los valores y creencias de una determinada cultura por parte de los individuos.

orientar el trabajo en materia de identificación, puesta en valor y protección, así como en convenciones internacionales para asegurar el compromiso de los diferentes estados en estos esfuerzos.

Una primera distinción fundamental es aquella entre patrimonio natural y patrimonio cultural. Para Unesco (1972)

2.7.3 Patrimonio Natural

Refiere a monumentos naturales, formaciones geológicas o fisiográficas, hábitat de especies animales o vegetales y lugares o zonas naturales que tengan un valor excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural.

2.7.4 Patrimonio Cultural

Por su parte, ha sido objeto de mayor discusión y ajuste a lo largo del tiempo. En la “Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural” de 1972, este tipo de patrimonio aparecía circunscrito a monumentos, obras arquitectónicas, estructuras de carácter arqueológico, grupos de construcciones y lugares en donde se emplazaban “obras del hombre”, que tuvieran un valor excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico. Sin embargo, esta definición se ha ido ampliando para reconocer otras expresiones culturales, pasadas y presentes.

Así, hoy en día, el patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional (Unesco, 2003). De este modo, una definición amplia de patrimonio cultural es la que ha elaborado la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, en base a las distinciones desarrolladas por Unesco:

“El patrimonio cultural es un conjunto determinado de bienes tangibles, intangibles y naturales que forman parte de prácticas sociales, a los que se les atribuyen valores a ser transmitidos y resignificados, de una época a otra, o de una generación a las siguientes. Así un objeto se transforma en patrimonio o bien cultural, o deja de serlo, mediante un proceso y/o cuando alguien –individuo o colectividad–, afirma su nueva condición” (CNCA, s.f.)

De este modo el Patrimonio Cultural se puede clasificar como:

a) **Patrimonio material o tangible**

Refiere a la expresión de la cultura a través de expresiones materiales, tales como monumentos y/o colecciones de objetos (Unesco, 2001). Este patrimonio puede ser mueble, es decir, con posibilidad de ser trasladado de un lugar a otro, o inmueble, es decir sin posibilidad de ser trasladado.

b) **Patrimonio inmaterial o intangible**

Refiere a los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas –junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes– que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana (Unesco, 2001). El patrimonio cultural inmaterial se manifiesta en particular en los siguientes ámbitos (Organización Mundial del Turismo (OMT), s.f.)

- Tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial.
- Artes del espectáculo.
- Usos sociales, rituales y actos festivos.
- Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.
- Técnicas artesanales tradicionales.

2.8 Comunidad local, turismo y desarrollo

La cultura es el centro y fundamento, el relato o contenido, desde el cual es posible pensar en un turismo rentable y sustentable, afincado en la comunidad que la hace vivir. De este modo, el turismo cultural es la actividad en la que se puede expresar de manera integral el papel que juega la cultura en el desarrollo económico de una comunidad. No estamos hablando solo de crecimiento, que se entiende como aumento de las rentas o de los valores de bienes y servicios de un país, lo que está basado netamente en aspectos económicos; estamos hablando de desarrollo, que incluye, además de lo económico, aspectos que tienden al mejoramiento de la calidad de vida integral de un grupo humano, sustentado en la cultura.

El vínculo que se establece entre cultura y desarrollo, y entre estos con el turismo, hace necesario entender la cultura como el eje central en el proceso de valoración de todos los activos culturales de un grupo humano, desde donde se entiende al desarrollo como crecimiento económico y social de la comunidad receptora de los flujos turísticos. (SERNATUR, 2008)

2.9 Turismo Cultural, una oportunidad para el desarrollo local

El turismo cultural puede generar nuevas oportunidades de empleo, atenuar la pobreza, frenar el éxodo rural entre los jóvenes y los subempleados así como cultivar un sentimiento de orgullo entre los miembros de las comunidades. El turismo, además, ofrece también un poderoso incentivo para conservar y potenciar el patrimonio cultural inmaterial, ya que los ingresos que genera pueden reconducirse hacia iniciativas que ayuden a su vez a su supervivencia a largo plazo. (Organización Mundial del Turismo (OMT), s.f.)

2.9.1 Desarrollo Local

Opera en el espacio local–regional y tiene por objetivo dar respuestas a las demandas de la comunidad. Este desarrollo considera un conjunto de políticas públicas entregadas por los municipios a partir de la reforma del Estado, con implicancias económicas, sociales y administrativas. (Albulquerque, 2001)

2.9.2 Desarrollo territorial

Presenta la posibilidad de optar por una estructura de toma de decisiones local, constituyéndose en una oportunidad para la descentralización (Boisier, 2004). De esta forma, el desarrollo territorial es la base del crecimiento económico nacional, apoya la cohesión social y vincula las políticas públicas con las personas. Por eso, las regiones y municipios no son simplemente subdivisiones de un país, sino entidades complejas, con una dinámica propia, pero que aportan sustantivamente al desarrollo de un territorio (Marcel, 2013).

De acuerdo a la OMT (1998) el turismo (y el turismo cultural, específicamente), en tanto actividad productiva, requiere algunos elementos centrales, desde una perspectiva económica, para su implementación y rentabilización, tales como:

- Un territorio atractivo con recursos turísticos de calidad, el contexto físico específico donde se ubica la población residente y donde se encuentra la oferta y la demanda.
- Una voluntad por parte de la comunidad de incursionar en áreas del turismo cultural.
- Un producto(s) u oferta real o potencial competitiva y de calidad: ¿cuáles son los productos, servicios y organizaciones de la experiencia turística?

- La existencia de una demanda (internacional o local): ¿quiénes son mis consumidores?
- Operadores turísticos: ¿cuáles son las empresas y organismos que faciliten la interrelación entre oferta y demanda?

2.10 Cluster

Son grupos de empresas interrelacionadas, que trabajan en un mismo sector económico y que colaboran estratégicamente para obtener beneficios comunes. Las agencias de viajes o tour operadores, siempre van a contar con una oferta puesta a su disposición por otras empresas, siendo ellos mismos una oferta para las demás. Con esta perspectiva se pueden generar cadenas de valor, entendidas como grupos de negocios que compran y venden sus productos o servicios entre ellos y que se encuentran físicamente cercanos, lo que permite reducir los costos y adecuarse de mejor forma a la oferta y la demanda.

2.11 Asociatividad

La asociatividad implica la generación de redes entre actores para desarrollar un trabajo colaborativo, que permita determinar, de manera conjunta, objetivos de beneficio común y maneras de lograrlos, siempre desde la lógica de la generación de acuerdos entre los socios. Estos acuerdos consideran, también, el vínculo con actores privados o públicos, tanto del área de la cultura como del turismo. De este modo, la promoción de un destino turístico requiere la participación de la comunidad local (Capece, 2011), el que debe comercializarse a través de relaciones y vínculos con agentes externos, sean privados o públicos.

CAPITULO III: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

3.1 Antecedentes geográficos de la comuna de Villa Alemana

3.1.1 Localización Geográfica

La comuna de Villa Alemana se encuentra inserta en la V Región de Valparaíso. Esta región, limita al norte con la Región de Coquimbo, al sureste con la Región Metropolitana de Santiago, al sur con la Región del Libertador Bernardo O'Higgins, al este con la República Argentina y al oeste con el Océano Pacífico

Mapa N°1 V región de Valparaíso



- Fuente PLADECO 2010-2014

La V Región de Valparaíso posee una superficie de 16.396,1 km² y una población estimada al año 2010 de 1.869.327 habitantes. Administrativamente, la región está dividida administrativamente por las provincias de:

- Isla de Pascua,
- Los Andes,
- Petorca,
- Quillota,
- San Antonio,
- San Felipe de Aconcagua,

- Valparaíso
- Marga - Marga.

La V Región de Valparaíso es la tercera región más habitada del país y la mayor parte de su población, (y actualmente, alrededor de 1.746.986 personas), habitan las cinco comunas del área metropolitana⁵ de Valparaíso, y que la constituye como la segunda ciudad más poblada de Chile después del Gran Santiago.

El Gran Valparaíso, es un área metropolitana que está compuesta por las Comunas de Valparaíso, Viña del Mar y Concón, pertenecientes a la Provincia de Valparaíso; y las Comunas de Quilpué y Villa Alemana pertenecientes a la Provincia de Marga - Marga. En el año 2009, fue creada la provincia de Marga - Marga y su instauración oficial fue el 11 de marzo de 2010 por Decreto Ley N° 5199.

La provincia se constituyó, agrupando a las comunas de Quilpué y Villa Alemana que pertenecían originalmente a la provincia de Valparaíso, y a las comunas de Limache y Olmué, que pertenecían a la provincia de Quillota.

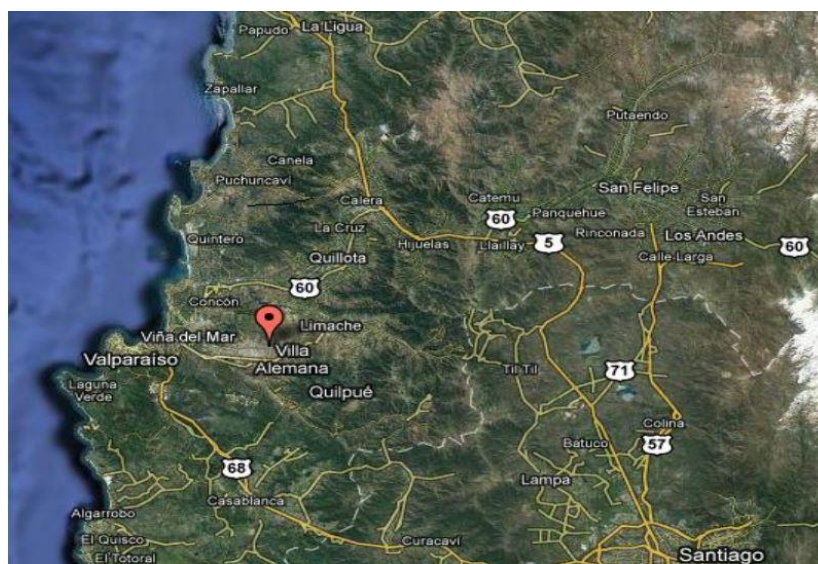
Es decir, la comuna de Villa Alemana (en este contexto de ordenamiento político – administrativo), se encuentra emplazada, en la Provincia del Marga - Marga; provincia que está compuesta por las comunas de:

- Quilpué.
- Villa Alemana
- Limache
- Olmué.

A su vez, esta nueva provincia coincide con el Distrito Electoral N° 12, que es parte de la Circunscripción Senatorial V Cordillera. Villa Alemana está ubicada a 33°01' Lat. S y 71°22' Lat. O., con una elevación media de 143 metros sobre el nivel del mar.

La comuna se localiza a 21 kilómetros de Viña del Mar y se conecta con la Región Metropolitana de Santiago a través del camino La Playa (Ruta Lo Orozco), la que empalma en la Ruta 68 vía Santiago, a la altura de la comuna de Casablanca. Geográficamente Villa Alemana, limita al Oriente con la línea de altas cumbres que la separan de la Comuna de Limache. Al Poniente limita con la Comuna de Quilpué a través de la calle Ojos de Agua y Los Naranjos. Al Sur limita con la línea de cumbres de la Cordillera de la Costa que la separan de la Comuna de Quilpué y Al Norte con la línea de cumbres costeras que la separan de la Comuna de Limache. (I. Municipalidad de Villa Alemana, s.f.)

Mapa N°2: Ubicación Regional de la comuna de Villa Alemana.



Fuente: Google Earth

3.1.2 Características geográficas del sector rural de Villa Alemana

El área en estudio se encuentra localizada al oriente y sur-oriente de la zona urbana de la comuna de Villa Alemana, en la vertiente occidental de la cordillera de la costa y forma parte del sistema de lomajes suaves y de cordones montañosos costeros orientados de oriente a poniente, que resultan ser estribaciones de la cordillera costera, los cuales cierran a la depresión tectónica en donde se emplaza la ciudad de Villa Alemana.

En esta zona se encuentran ubicadas cuatro importantes unidades rurales de la comuna. En principio, la Quebrada escobares que se localiza al sur-oriente de Villa Alemana y que fue habitada en su curso inferior desde el siglo XVII, en el que sus suelos aluviales ricos en nutrientes fueron utilizados para el cultivo de viñedos, agotando las tierras gradualmente.

Aun así, hasta el presente se mantiene una pequeña comunidad rural que no ha intervenido drásticamente el curso medio, ni el curso superior de la Quebrada, sosteniéndose de esta manera un ecosistema rico en especie vegetales representativas del bosque esclerófilo⁶, lo que permite la presencia de fauna asociada a este tipo de bosque.

Por otro lado el sector del Patagual que resulta ser la continuación de la quebrada escobares hacia el norte a partir del estero Aranda, también presenta suelos aluviales que han sido utilizados principalmente para el cultivo de viñedos y cítricos.

El sector de lo Hidalgo, que se encuentra ubicado al oriente del Patagual, corresponde a lo que se denomina valle intermontano y es aquí donde se encuentra uno de los mejores suelos de la comuna, constituyéndose de esta manera uno de los centros agrícolas más importantes de Villa

⁶ El bosque esclerófilo es una formación vegetal que se encuentra comúnmente en Chile, entre la región de Valparaíso y la de Biobío, más precisamente en suelos pobres de las laderas de los cerros de la Cordillera. Aunque también suele encontrárselo en unos pocos lugares de Australia, la Cuenca del Mediterráneo, Sudáfrica y California.

Alemana. Por último hacia el sur, limitando con la comuna de Quilpué, se encuentra el fundo Lo Moscoso, que se caracteriza por ser un valle intermontano, con ricas tierras para el desarrollo de cultivos y que al igual que en Lo Hidalgo, almacena gran cantidad de aguas para regadío en sus tranques. (I. Municipalidad de Villa Alemana, s.f.)

3.1.3 Vías de acceso

Unas de las características principales que posee Villa Alemana es la conectividad con el sistema del metro tren. El metro de Valparaíso es un medio de transporte masivo que fue inaugurado el año 2005. Esta conecta desde Valparaíso hasta Limache en tren, contando con 5 estaciones en la comuna.

La autopista troncal sur es una autopista de alta velocidad, de carácter urbano que une la comuna de Limache con las comunas de Villa Alemana, Quilpué y Viña del mar en el Gran Valparaíso. La autopista se inicia en Viña del mar y llega a Peñablanca. Tiene una longitud de 20,98 km doble calzada. Esta autopista está unida con la ruta Las Palmas, por la cual se accede desde Santiago.

La Ruta CH-62 que considera la región de Valparaíso en el Valle Central de Chile. La ruta se inicia en Viña del Mar y finaliza en Calera. El tramo comprendido entre Viña del Mar, Limache y Quillota corresponde a las concesiones autopista troncal sur y autopista Los Andes. Consta de 39 km de doble Calzada de alta velocidad desde Peñablanca hasta Calera. En la vía Lo Orozco que une Villa Alemana y Quilpué con Casablanca y a su vez con Santiago. (I. Municipalidad de Villa Alemana, s.f.)

3.1.4 Clima comunal

Villa Alemana, posee un clima de tipo templado cálido, con lluvias invernales y una estación seca prolongada con gran nubosidad. Las precipitaciones se concentran en los meses invernales con un promedio anual de 400 mm, y su temperatura media anual bordea los 19° C.

Tabla N°1: Promedios de Temperatura durante el año en Villa Alemana

| Mes | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Anual |
|--------------------------------|------|------|------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|------|------|--------|
| Temperatura diaria máxima (°C) | 28,0 | 28,0 | 25,0 | 19,0 | 14,0 | 13,0 | 13,0 | 13,0 | 14,0 | 18,0 | 20,0 | 28,0 | 19,4 |
| Temperatura diaria mínima (°C) | 15,0 | 14,0 | 11,0 | 8,0 | 6,0 | 4,0 | 4,0 | 4,0 | 4,0 | 9,0 | 11,0 | 14,0 | 8,7 |
| Precipitación total (mm) | 4,30 | 1,70 | 3,10 | 30,40 | 70,50 | 78,30 | 100,30 | 55,40 | 40,50 | 15,30 | 5,20 | 2,20 | 407,20 |

. Fuente: PLADECO Villa Alemana 2010-2014

3.1.5 Geomorfología comunal

Villa Alemana se asienta en el cordón montañoso costero, cuyos suelos son de regolito, compuesto por capas de materiales no consolidados, alterados, que contienen fragmentos de roca, minerales y depósitos superficiales y que se ubican sobre la roca sólida inalterada, de carácter plutónica e hipabisales. (I. Municipalidad de Villa Alemana, s.f.)

3.1.6 Hidrografía comunal

El Estero de Quilpué, que atraviesa la comuna de oriente a poniente, tiene su origen en el sector de Rinconada (Provincia del Aconcagua) y cuyo régimen fluvial es de carácter intermitente; otro estero importante existente es el Aranda, ubicado en Quebrada Escobares y que desemboca en el Estero Limache; otros esteros secundarios son el Villa Alemana y Pejerreyes.

3.1.7 Vegetación

La vegetación existente en los sectores rurales de la comuna, se compone principalmente por especies correspondientes al Matorral Esclerófilo y/o Bosque Secundario⁷, dentro de las cuales se destacan las siguientes, a saber:

A) Boldo

La denominación de boldo se debe al botánico español D. Boldo y las propiedades terapéuticas de sus hojas fueron investigadas por primera vez en el año 1869. Este árbol se da fundamentalmente en zonas poco húmedas con suelo de características pedregosas, hasta los 1.500 metros de altura, e incluso puede adaptarse a condiciones adversas de sequía. Este árbol se concentra en la zona central de Chile, abarcando principalmente las áreas colindantes con el Océano Pacífico.

Imagen N°1: Boldo



Fuente: PLADECO 2010 - 2014

⁷ Es aquel bosque que después de haber sido intervenido por la mano del hombre, vuelve a recuperar su equilibrio natural a través de una sucesión de especies colonizadas. El que aparece de cortas quemas y utilización agropecuaria del terreno o en sitios devastados por accidentes naturales (huracanes, derrumbes, inundaciones).

B) Litre

Árbol endémico de Chile. Su nombre científico es *Lithraea caustica*. Se encuentra desde la provincia de Limarí (IV Región) hasta la provincia de Malleco (IX Región), especialmente a lo largo de la cordillera de la Costa y pre cordillera de los Andes.

El Litre es una especie xerófila, muy resistente a las condiciones de sequía extrema, crece especialmente en laderas de cerros y en lugares abiertos, asociado a arbustos y plantas leñosas, plantas perennes y hierbas anuales.

Imagen N°2: Litre



PLADECO 2010 -2014

C) Quillay

Árbol nativo de Chile que se encuentra tanto en el valle central como en ambas cordilleras, entre Coquimbo y Malleco. Conocido también como arbusto del jabón, su nombre científico es *Quillaja saponaria*. Se ubica entre Ovalle y Lebu y su madera es blanda color crema con follaje siempre verde. Se usa como puntales de minas, estribos, recipientes y la corteza se utiliza para la fabricación de jabón. Es de la misma familia que el Peumo y el Boldo.

Imagen N°3: Quillay



Fuente: PLADECO 2010 – 2014

D) **Belloto**

Es endémico de la cordillera de la Costa de Chile entre Petorca y Melipilla (IV a VI región), hasta los 1.200 m.s.n.m. Habita las laderas y valles formando parte del Tipo Forestal Esclerófilo. Árbol siempre verde que alcanza una altura de hasta 25m y un diámetro de hasta 80 cm.; de tronco recto y cilíndrico y corteza café-grisácea.

Imagen N°4: Belloto



Fuente: PLADECO 2010-2014

E) **Espino**

Árbol que crece en lugares secos, especie muy resistente a la sequía. Crece formando lo que se conoce como estepas o espinales desde la III a la VIII región, principalmente en los Tipos Forestales Esclerófilo. Es un árbol pequeño o arbusto caducifolio que puede alcanzar hasta 6m de altura y 45 cm., de diámetro. La madera del espino es de excelente calidad para producir piezas de artesanía y muebles ya que es muy dura. También es utilizado para producir carbón.

Imagen N°5: Espino



FUENTE: PLADECO 2010-2014

3.1.8 Población

Como se puede apreciar en la siguiente tabla en la comuna de Villa Alemana hay más hombres que mujeres, excepto en su zona rural dónde esto es al revés.

Tabla N°1: Población

| LOCALIDAD | Ambos sexos | Mujeres | Hombres | Índice de masculinidad |
|------------------|--------------------|----------------|----------------|-------------------------------|
| Villa Alemana | 119.327 | 56.388 | 62.939 | 111.62 |
| Urbana | 118.133 | 55.733 | 62.360 | 111.89 |
| Rural | 1.194 | 615 | 579 | 94.15 |

Fuente: INE – Elaboración propia

3.1.9 Estructura espacial comunal

La superficie total comunal es de 97 Km²., está distribuida en aproximadamente 18 Km² de Área Urbana, 69 Km² de Área Rural y 10,3 Km de áreas de expansión. En lo que respecta al área urbana, correspondería distinguir el área actualmente edificada y consolidada, las áreas de expansión habitacional y de expansión industrial, las áreas de turismo y recreación, establecidas en el Plan Regulador Comunal, cuya distribución aproximada se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N°2: Áreas Zona Urbana.

| Zonas Urbana | Superficie (Km²) | % |
|--|------------------------------------|-------------|
| Zona Urbana Edificada y Consolidada | 17,7 | 18% |
| Expansión Habitacional | 2,7 | 3% |
| Expansión Industrial | 1,4 | 1% |
| Expansión Turístico Recreacional | 6,2 | 6% |
| Zona Rural | 69,0 | 71% |
| Total | 97,0 | 100% |

Fuente: Elaboración Propia en base al Plan Regulador Villa Alemana Vigente

La distribución espacial del sector urbano contempla además la subdivisión territorial en tres áreas:

Sector Norte:

A partir de la línea férrea hacia el norte y por el poniente hasta el límite de la comuna de Quilpué. Se trata de la zona habitacional de desarrollo más reciente, construcciones de categoría media, salvo hacia el nor - poniente del territorio, donde se ubican las poblaciones más vulnerables tales como Viña Fundo El Bosque y sectores Las Vegas y Las Cabras. La superficie estimada del sector es de 4,4 Km².

Sector Sur Oriente:

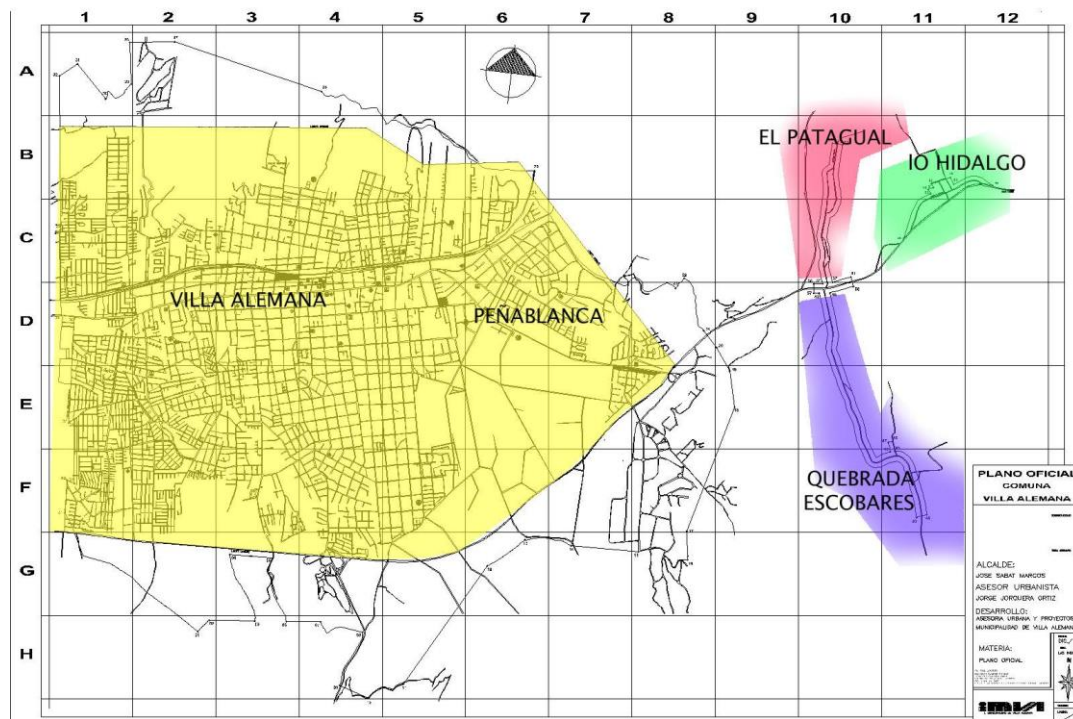
Delimitado por la calle Ignacio Carrera Pinto hacia el oriente y la línea férrea por el norte. Está caracterizado por el sector de Peñablanca, reconocido como un sector de mayor potencial de crecimiento y un importante sector clasificado por el Plan Regulador Comunal como “Expansión Habitacional”, abarca un área de 4,7 Km². En este sector se encuentra la población Gumersindo.

Sector Sur Poniente:

Abarca desde la calle Ignacio Carrera Pinto hacia el poniente hasta el límite con la comuna de Quilpué y hasta la línea férrea por el norte. Abarca el casco antiguo de la ciudad, y la zona más consolidada de la comuna, que incluye el comercio principal y los servicios públicos, privados y financieros más importantes de la ciudad, tales como Bancos, Supermercados, Municipio, Paseo Peatonal Los Héroes, y puntos de interés turístico y cultural como el Teatro Pompeya y Plaza Belén entre otros. La superficie del territorio es de aproximadamente 8,3 Km². El siguiente mapa muestra la distribución geográfica de los sectores mencionados.

En el siguiente mapa lo marcado con color amarillo corresponde a la ciudad, mientras que lo que está en blanco, corresponde al centro de expansión urbana, en dónde también están las zonas rurales. Mientras que lo marcado con colores son las localidades rurales rurales de la comuna a las cuales se pretende potenciar turísticamente.

Mapa N°3: División territorial de Villa Alemana



Fuente: PLADECO 2010-2014

3.2 Orígenes de Villa Alemana

La comuna de Villa Alemana debe en gran parte su nombre a don Buenaventura Joglar Amandi, nacido en España el año 1845; llegó a Chile en 1875. Fue fundador de importantes organizaciones en la zona. Sin embargo, su principal aporte social fue colaborar en la fundación de Villa Alemana. Asentado en la zona de Valparaíso, el señor Joglar adquirió parte de las actuales tierras de la comuna a fines del siglo XIX, las cuales luego fueron loteadas y vendidas a varios vecinos de Valparaíso, quienes en su mayoría eran de origen alemán, lo que más tarde daría origen al nombre de Villa Alemana. En el año 1918, como resultado de la organización y gestión de un conjunto de vecinos, el Gobierno Nacional decreta la creación de la comuna de Villa Alemana; no obstante este hecho, la comuna siguió dependiendo jurisdiccionalmente de la Subdelegación de Quilpué. En este periodo, responde a la llegada de una mayor cantidad de habitantes, lo cual incentiva el surgimiento del comercio, el desarrollo de servicios básicos (agua potable, alumbrado y Transporte público) y la búsqueda de autonomía política administrativa. Surge la estación de Villa Alemana, se inicia la construcción del Teatro Pompeya, se implementa la primera red de alumbrado público y el mejoramiento de la conexión Peña Blanca - Villa Alemana. El 7 de Junio 1933, bajo el gobierno de Don Arturo Alessandri Palma, Villa Alemana recibe definitivamente la denominación

de comuna (D.S. N° 5199); este decreto que creaba la comuna, expandía los límites originales, anexando al Distrito de Peña blanca, los Distritos de Quebrada Escobares y Lo Moscoso. (Heriberto ulises Muñoz Acuña, 2001)

3.3 Educación

La Oferta Educativa de la comuna de Villa Alemana, está constituida por todos aquellos establecimientos educacionales ya sean jardines infantiles–salas de cuna, colegios de enseñanza básica y media, institutos y Universidades, independientemente del financiamiento de cada uno. De acuerdo a lo anterior se muestra el número de establecimientos educacionales existentes en la comuna.

La comuna de Villa Alemana cuenta con setenta y tres establecimientos educacionales, divididos como lo muestra el cuadro adjunto. De estos sólo uno se encuentra en una localidad rural de Villa Alemana, La escuela “El Patagual”, siendo sólo hasta sexto básico.

Tabla N°4: Establecimientos educacionales

| Tipo Sostenedor | Tipo Enseñanza | | | |
|--------------------------|----------------|--------|-------|----------|
| | Pre-básica | Básica | Media | Especial |
| Particular Pagado | 8 | 5 | 5 | |
| Particular Subvencionado | 32 | 27 | 19 | 22 |
| Municipalizado | 11 | 13 | 6 | 1 |

Fuente: PLADECO 2010-2014

3.3.1 Índice de Vulnerabilidad por establecimiento

El Índice de Vulnerabilidad del Establecimiento (IVE) es una medición anual que realiza la Junta Nacional de Auxilio Escolar y Becas (JUNAEB) que refleja el nivel de vulnerabilidad de cada unidad educativa, calculado a partir de una medición individual de vulnerabilidad que realiza el Departamento de Planificación y Estudios a través del Sistema de Asignación con Equidad para Becas JUNAEB (SINAE). Para el cálculo de este índice se aplica una encuesta de carácter censal a los estudiantes de primero básico y primero medio, en la cual se consideran aspectos como el ingreso familiar y la escolaridad de los padres, entre otros.

Una primera lectura da cuenta que la totalidad de los establecimientos cuenta con un porcentaje de vulnerabilidad mayor al 50%. Esto indica que la población de estudiantes y familias con los que se trabaja presenta características de escolarización menores a 12 años de estudio, e ingresos del hogar menores a \$300.000. Estos antecedentes son de alta relevancia para la definición y

contextualización de la oferta educativa ofrecida, en base a la contundente evidencia respecto de la influencia de variables extraescuela en los logros de aprendizaje. Los esfuerzos se despliegan en agregar valor en los resultados, en contextos en los cuales puede existir una distancia mayor con los lenguajes, contenidos, habilidades y símbolos exigidos al sistema. Junto con lo anterior, el 47.4% de los establecimientos presentan un porcentaje de vulnerabilidad mayor al 80%, considerando la distinción entre niveles de enseñanza básica y media que evidencia este índice. Estos establecimientos son El Patagual, Melvin Jones, Diego Portales, Manuel Montt (Media), Ítalo Composto, Catalunya, Básica Latina, Wilson y Liceo Tecnológico. De esta forma, resulta evidente la concentración y desafíos de contextualización de la oferta ofrecida.

CAPITULO IV: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO RURAL DE VILLA ALEMANA

4.1 Antecedentes históricos de los sectores rurales de Villa Alemana

Cada sector rural de Villa Alemana, ha experimentado, diferentes causas en lo que respecta a los orígenes de sus asentamientos, pero hay un factor común que las pone bajo el mismo cristal y les da una identificación inconfundible: *“Las familias pioneras y su descendencia, generaciones que con su andar cotidiano y sus tradiciones han ido dando vida a las unidades rurales en estudio, una presencia que ha generado historia”*⁸

Algunos de estos troncos familiares han vivido por más de tres siglos en estas tierras. Otros han dado sus apellidos a la toponimia que identifica a estos espacios: la familia Escobar y la familia Hidalgo que dan su nombre a las quebradas homónimas.

4.1.1 Lo Moscoso

El fundo Lo Moscoso, se ubica a 6 kilómetros de Villa Alemana, posee un tercio de la superficie total de esta ciudad. Este fundo tiene aproximadamente 6000 hectáreas. Limita al sur con el fundo “Los coligües” y “El Molle”, por el norte con Villa Alemana, al este con el fundo el Rincón” y Quebrada Escobares y al oeste con el fundo “Recreo” y la comuna de Quilpué.

Actualmente el fundo “Lo Moscoso” desarrolla una producción de cultivo intensivo donde destacan el cultivo de: manzanas y peras; las frutillas, en un proceso experimental; cítricos: naranjas y limones, choclo y maíz a baja escala. Toda esta producción es colocada para cubrir un mercado interno que va desde el Mercado Cardenal en Valparaíso a la feria del Belloto y la vega central de Santiago. Otra instancia de producción se basa en la elaboración de jugos naturales bajo la etiqueta de “Agro jugos” y del cultivo de flores, destacando tulipanes y Liliun, perfilados para el mercado extranjero.

Recientemente el agroturismo está dando sus primeros pasos en el fundo en el ámbito de turistas europeos, ingleses en su mayoría. El paisaje, en que destaca su vegetación nativa de tipo esclerófila, la extensa superficie que invita a caminatas y cabalgatas a los tres grandes tranques (Miraflores, El Rulo y los Leones) que atrae una variada fauna de aves en migración, sobretodo en el periodo estival, son grandes fortalezas que posee Lo Moscoso para desarrollar la actividad turística.

⁸ (Heriberto ulises Muñoz Acuña, 2001)

4.1.2 Quebrada Escobares

Corresponde a un asentamiento agrícola situado en el curso superior de Estero Aranda, a 6 km de Villa Alemana. Destacable es su Capilla construida en 1817, sus viñedos, flora y fauna nativa. El rasgo singular de este poblado se ha ido transformando en una interesante oferta turística y gastronómica para la degustación de comida típica.

La quebrada está atravesada por un estero de aguas proveniente de vertientes, con gran desarrollo de vegetación chilena de la V Región y fauna silvestre (aves y animales asociada a ella). También, hay identificación de flora nativa (canelos, boldos, petras, peumos, etc.).

El turismo rural en este sector se ha ido conformando como un polo de desarrollo comunal vigente y de gran proyección.

Se registran más de 50 especies de aves -instaladas o de paso- acogidas por la variada vegetación. Hay cuatro tipos de vegetación: nativa, introducida, productiva y forestal; típicas del bosque esclerófilo costero, también vegetación ornamental y productiva y la vegetación forestal está compuesta por eucaliptos, pinos y aromos.

4.1.3 Lo Hidalgo

Lo Hidalgo se ubica a 7 kilómetros de Villa Alemana al norponiente de esta ciudad, debe su nombre a don Juan Hidalgo Ormazábal, ciudadano de origen español.

Se accede a esta localidad por la ruta 62. Sus principales calles son: Los Quillayes, de orientación este-oeste, también llamada “el camino viejo”, pues corresponde al antiguo trazado del camino troncal.

En esta localidad el uso de suelo y los servicios son diversos, desde moteles, disco, fábrica de ladrillos y parcelas dedicadas a la producción de flores y tomates, hasta el interior donde la actividad es de mayor envergadura concentrándose en la producción de uva, chicha y vino añejo en “El Sauce”, fundo que ha comenzado a desarrollar en el último tiempo el agroturismo.

Se encuentra aquí en esta localidad, la sede de la asociación gremial de pequeños agricultores “Lo Hidalgo”, que agrupa a los pequeños propietarios agrícolas de lo Hidalgo, El Patagual, Quebrada Escobares y el Rincón”.

4.1.4 El Patagual

Por la ruta 62 camino a Limache, a seis kilómetros de Villa Alemana siguiendo el curso norte del estero Aranda, se encuentra la localidad rural llamada El Patagual, que debe su nombre a la abundancia de árboles de Patagua que antiguamente hubo allí. En la actualidad, dicha especie se encuentra prácticamente extinta, y sólo es posible encontrar un frondoso ejemplar a unos 400 metros de la carretera por la vía de acceso.

El área de servicios está representada principalmente por el rubro de la educación con la escuela E-399 que atiende a niños y niñas del lugar y las localidades vecinas (Lo Hidalgo y Quebrada Escobares) desde nivel pre-básico hasta 6º año de educación básica. Cuenta con una capilla: Santa Teresa de Ávila, también existe un restaurante, producción y expendio de chicha y pan amasado de la chichería Monsalve y algunos negocios menores. Por otra parte, está la producción a pequeña escala (paltas) de algunas parcelas y el fundo Mariana (tomates, kiwis).


4.2 Catastro de Servicios y atractivos aprovechados turísticamente

Ficha N°1: Hacienda Bellavista

| HACIENDA BELLAVISTA | | |
|---|-----------------------------------|------------------------------|
|  | NOMBRE DEL SERVICIO | REGIÓN |
| | Hacienda Bellavista | Valparaíso |
| | JERARQUÍA | PROVINCIA |
| | I | Marga- Marga |
| | CONTACTO | DIRECCIÓN |
| | 5677532074 | Av. Bellavista #2435 |
| | TIPO DE SERVICIO | COMUNA |
| Complejo turístico o Resort | Villa Alemana | |
| TIPO DE PROPIEDAD | DOTACIÓN SERVICIOS BÁSICOS | LOCALIDAD O SECTOR |
| Privada | Existente | Quebrada Escobares |
| ADMINISTRACIÓN | ESTADO DE CONSERVACIÓN | ESTACIONALIDAD DE USO |
| Privada | Excelente | Todo el año |
| DEMANDA TURÍSTICA | | USO TURÍSTICO |
| Local | | |
| DESCRIPCIÓN GENERAL | | |
| Complejo turístico ubicado en Quebrada Escobares que consta con cabañas, restaurant, piscina y salón de eventos, todo en un ambiente natural y rural. | | |

Fuente: Elaboración propia

Ficha N°2: Campesano

| CAMPEANO | | |
|--|-----------------------------------|------------------------------|
|  | NOMBRE DEL SERVICIO | REGIÓN |
| | Campesano | Valparaíso |
| | JERARQUÍA | PROVINCIA |
| | I | Marga- Marga |
| | CONTACTO | DIRECCIÓN |
| | 56966785644 | |
| | TIPO DE SERVICIO | COMUNA |
| Complejo turístico o Resort | Villa Alemana | |
| TIPO DE PROPIEDAD | DOTACIÓN SERVICIOS BÁSICOS | LOCALIDAD O SECTOR |
| Privada | Existente | Quebrada Escobares |
| ADMINISTRACIÓN | ESTADO DE CONSERVACIÓN | ESTACIONALIDAD DE USO |
| Privada | Excelente | Todo el año |
| DEMANDA TURÍSTICA | | USO TURÍSTICO |
| Local | | |
| DESCRIPCIÓN GENERAL | | |
| <p>Campesano es una empresa de ecoturismo de una familia Alemana que llevo hace unos años a vivir a la Quebrada Escobares. Ofrecen cabalgatas a los cerros de la quebrada por horas, el día y hasta con acampar y asados en la montaña. El año 2014 ganaron el premio de excelencia de tripadvisor⁹, por la buena votación de la gente.</p> | | |

Fuente: Elaboración propia

⁹ Tripadvisor es un sitio de internet donde los usuarios de servicios turísticos de todo el mundo comentan sus experiencias sobre las instalaciones, los productos y sobretodo el servicio de cualquier tipo de empresa alrededor del mundo.

Ficha N°3: VASPORT

| VASPORT | | |
|---|-----------------------------------|------------------------------|
|  | NOMBRE DEL SERVICIO | REGIÓN |
| | VASPORT | Valparaíso |
| | JERARQUÍA | PROVINCIA |
| | I | Marga- Marga |
| | CONTACTO | DIRECCIÓN |
| | 56992804425 | Troncal #04351 |
| | TIPO DE SERVICIO | COMUNA |
| | Turismo Aventura | Villa Alemana |
| TIPO DE PROPIEDAD | DOTACIÓN SERVICIOS BÁSICOS | LOCALIDAD O SECTOR |
| Privada | Buena | Quebrada Escobares |
| ADMINISTRACIÓN | ESTADO DE CONSERVACIÓN | ESTACIONALIDAD DE USO |
| Privada | Excelente | Todo el año |
| DEMANDA TURÍSTICA | | USO TURÍSTICO |
| Local | | |
| DESCRIPCIÓN GENERAL | | |
| <p>VASPORT es una empresa de turismo Aventura de la Quebrada Escobares que realiza trekking por el cerro tres puntas de la quebrada y los cerros más importantes de la región. Además de tener un muro de escalada y paintball.</p> | | |

Fuente: Elaboración propia

| PARCELA LUNA | | |
|--|-----------------------------------|------------------------------|
|  | NOMBRE DEL SERVICIO | REGIÓN |
| | Parcela Luna | Valparaíso |
| | JERARQUÍA | PROVINCIA |
| | I | Marga- Marga |
| | CONTACTO | DIRECCIÓN |
| | 569 91337758 | |
| | TIPO DE SERVICIO | COMUNA |
| | Bienestar y Salud | Villa Alemana |
| TIPO DE PROPIEDAD | DOTACIÓN SERVICIOS BÁSICOS | LOCALIDAD O SECTOR |
| Privada | Excelente | Quebrada Escobares |
| ADMINISTRACIÓN | ESTADO DE CONSERVACIÓN | ESTACIONALIDAD DE USO |
| Privada | Excelente | Todo el año |
| DEMANDA TURÍSTICA | | PÁGINA WEB/FACEBOOK |
| Local | | |
| DESCRIPCIÓN GENERAL | | |
| <p>Parcela Luna es un centro de salud alternativa, donde se realizan clases y talleres de yoga, meditación, etc. En general diversas terapias de salud alternativas.</p> | | |

Fuente: Elaboración propia

| RESTAURANT EL CAMPITO | | |
|---|----------------------------|----------------------|
|  | NOMBRE DEL SERVICIO | REGIÓN |
| | Restaurant El Campito | Valparaíso |
| | JERARQUÍA | PROVINCIA |
| | I | Marga- Marga |
| | CONTACTO | DIRECCIÓN |
| | 569 78562569 | Av. Bellavista #3345 |
| TIPO DE SERVICIO | COMUNA | |
| Restaurante | Villa Alemana | |


| TIPO DE PROPIEDAD | DOTACIÓN SERVICIOS BÁSICOS | LOCALIDAD O SECTOR |
|--|-----------------------------------|------------------------------|
| Privada | Excelente | Quebrada Escobares |
| ADMINISTRACIÓN | ESTADO DE CONSERVACIÓN | ESTACIONALIDAD DE USO |
| Privada | Excelente | Todo el año |
| DEMANDA TURÍSTICA | | USO TURÍSTICO |
| Local | | |
| DESCRIPCIÓN GENERAL | | |
| <p>Restaurant en medio de un lugar rodeado de naturaleza, en este restaurant se puede apreciar directamente el contacto con algunos animales como: gansos, corderos, pavos. Tienes varias hectáreas rodeado de bosque nativo. En este restaurant se puede encontrar lo mejor de la comida tradicional chilena.</p> | | |

Fuente: Elaboración propia

| QUEBRADA EL ENCANTO | | |
|--|-----------------------------------|------------------------------|
|  | NOMBRE DEL SERVICIO | REGIÓN |
| | Quebrada el Encanto | Valparaíso |
| | JERARQUÍA | PROVINCIA |
| | I | Marga- Marga |
| | CONTACTO | DIRECCIÓN |
| | (32) 2820270 | Av. Bellavista #151 |
| | TIPO DE SERVICIO | COMUNA |
| | Complejo turístico o Resort | Villa Alemana |
| TIPO DE PROPIEDAD | DOTACIÓN SERVICIOS BÁSICOS | LOCALIDAD O SECTOR |
| Privada | Excelente | Quebrada Escobares |
| ADMINISTRACIÓN | ESTADO DE CONSERVACIÓN | ESTACIONALIDAD DE USO |
| Privada | Excelente | Todo el año |
| DEMANDA TURÍSTICA | | USO TURÍSTICO |
| Local | | |
| DESCRIPCIÓN GENERAL | | |
| <p>Consta con salones de eventos, Áreas verdes, Palafito Restaurant, piscina semi olímpica, piscina de niños, cancha de paintball, cancha de fútbol, cabañas, y todo lo necesario para eventos o una estadía con todas las comodidades en un ambiente natural.</p> | | |

Fuente: Elaboración propia

Ficha N°7 : RANCHO SANTANA

| RANCHO SANTANA | | |
|---|-----------------------------------|------------------------------|
|  | NOMBRE DEL SERVICIO | REGIÓN |
| | Rancho Santana | Valparaíso |
| | JERARQUÍA | PROVINCIA |
| | I | Marga- Marga |
| | CONTACTO | DIRECCIÓN |
| | +56 954165533 | |
| | TIPO DE SERVICIO | COMUNA |
| Restaurant | Villa Alemana | |
| TIPO DE PROPIEDAD | DOTACIÓN SERVICIOS BÁSICOS | LOCALIDAD O SECTOR |
| Privada | Excelente | El Patagual |
| ADMINISTRACIÓN | ESTADO DE CONSERVACIÓN | ESTACIONALIDAD DE USO |
| Privada | Excelente | Todo el año |
| DEMANDA TURÍSTICA | | USO TURÍSTICO |
| Local | | |
| DESCRIPCIÓN GENERAL | | |
| <p>Restaurant de comida criolla, cuenta con piscina, cabaña, juegos para niños y un hermoso comedor al aire libre bajo parras. Ideal para ir en familia o en pareja por el día o más.</p> | | |

Fuente: Elaboración propia

| EL CORRALERO | | |
|---|----------------------------|-------------------------|
|  | NOMBRE DEL SERVICIO | REGIÓN |
| | El Corralero | Valparaíso |
| | JERARQUÍA | PROVINCIA |
| | I | Marga- Marga |
| | CONTACTO | DIRECCIÓN |
| | 56998175439 | Av. Bellavista #2729 |
| | TIPO DE SERVICIO | COMUNA |
| Restaurant | Villa Alemana | |
| TIPO DE PROPIEDAD | DOTACIÓN SERVICIOS BÁSICOS | LOCALIDAD O SECTOR |
| Privada | Excelente | Quebrada Escobares |
| ADMINISTRACIÓN | ESTADO DE CONSERVACIÓN | ESTACIONALIDAD DE USO |
| Privada | Excelente | Todo el año |
| DEMANDA TURÍSTICA | | USO TURÍSTICO |
| Local | | |
| DESCRIPCIÓN GENERAL | | |
| <p>El Corralero es un restaurante que junta lo mejor de la comida de Campo chilena con postres alemanes .</p> | | |

Fuente: Elaboración propia

| PICÁ LO ÁLVARO | | |
|---|-----------------------------------|------------------------------|
|  | NOMBRE DEL SERVICIO | REGIÓN |
| | Picá Lo Álvaro | Valparaíso |
| | JERARQUÍA | PROVINCIA |
| | I | Marga- Marga |
| | CONTACTO | DIRECCIÓN |
| | | Camino troncal #03702 |
| | TIPO DE SERVICIO | COMUNA |
| | Restaurant | Villa Alemana |
| TIPO DE PROPIEDAD | DOTACIÓN SERVICIOS BÁSICOS | LOCALIDAD O SECTOR |
| Privada | Excelente | El Patagual |
| ADMINISTRACIÓN | ESTADO DE CONSERVACIÓN | ESTACIONALIDAD DE USO |
| Privada | Excelente | Todo el año |
| DEMANDA TURÍSTICA | | USO TURÍSTICO |
| Local | | |
| DESCRIPCIÓN GENERAL | | |
| <p>Lo de Álvaro es una chichería, y una típica quinta de recreo, que ahora es gusto de todos por su informalidad y aires y aromas a chile de campo....su aromas a chicha recién cocida, pan amasado y las pere exquisitas empanadas que cautivan a sus comensales, siendo uno de los más recurridos por la gente al estar abierto toda la semana.</p> | | |

Fuente: Elaboración propia

Ficha N°9: SALÓN SAN RAFAEL

| SALÓN SAN RAFAEL | | |
|--|-----------------------------------|------------------------------|
|  | NOMBRE DEL SERVICIO | REGIÓN |
| | Salón San Rafael | Valparaíso |
| | JERARQUÍA | PROVINCIA |
| | I | Marga- Marga |
| | Contacto | DIRECCIÓN |
| | 56982215620 | Parcela 6-A |
| | TIPO DE SERVICIO | COMUNA |
| Parcela Recreativa | Villa Alemana | |
| TIPO DE PROPIEDAD | DOTACIÓN SERVICIOS BÁSICOS | LOCALIDAD O SECTOR |
| Privada | Excelente | El Patagual |
| ADMINISTRACIÓN | ESTADO DE CONSERVACIÓN | ESTACIONALIDAD DE USO |
| Privada | Excelente | Todo el año |
| DEMANDA TURÍSTICA | | USO TURÍSTICO |
| Local | | |
| DESCRIPCIÓN GENERAL | | |
| <p>Esta parcela cuenta con un salón de eventos completamente de madera y rodeado de vegetación nativa, además de dos piscinas, una de ellas especialmente para niños, también cuenta con quinchos para poder realizar asado y paseos familiares o de fin de año.</p> | | |

Fuente: Elaboración propia

| PARCELA SOL CANELA | | |
|--|-----------------------------------|------------------------------|
|  | NOMBRE DEL SERVICIO | REGIÓN |
| | Parcela Sol Canela | Valparaíso |
| | JERARQUÍA | PROVINCIA |
| | I | Marga- Marga |
| | Contacto | DIRECCIÓN |
| | 09 6473 3979 | |
| | TIPO DE SERVICIO | COMUNA |
| Restaurant | Villa Alemana | |
| TIPO DE PROPIEDAD | DOTACIÓN SERVICIOS BÁSICOS | LOCALIDAD O SECTOR |
| Privada | Existente | Quebrada Escobares |
| ADMINISTRACIÓN | ESTADO DE CONSERVACIÓN | ESTACIONALIDAD DE USO |
| Privada | Excelente | Todo el año |
| DEMANDA TURÍSTICA | | USO TURÍSTICO |
| Local | | |
| DESCRIPCIÓN GENERAL | | |
| <p>Lugar rústico, campestre y acogedor para poder disfrutar un almuerzo u once enamorándote con la maravillosa vista de Quebrada Escobares. Cuenta son piscina la cual se puede reservar para ir con un grupo de amigos o familia.</p> | | |

Fuente: Elaboración propia

Ficha N°11: VALLE VERDE

| VALLE VERDE | | |
|--|-----------------------------------|------------------------------|
|  | NOMBRE DEL SERVICIO | REGIÓN |
| | Valle Verde | Valparaíso |
| | JERARQUÍA | PROVINCIA |
| | I | Marga- Marga |
| | Contacto | DIRECCIÓN |
| | (09) 9519582 | Troncal #0388 |
| | TIPO DE SERVICIO | COMUNA |
| Complejo turístico o Resort | Villa Alemana | |
| TIPO DE PROPIEDAD | DOTACIÓN SERVICIOS BÁSICOS | LOCALIDAD O SECTOR |
| Privada | Existente | Lo Hidalgo |
| ADMINISTRACIÓN | ESTADO DE CONSERVACIÓN | ESTACIONALIDAD DE USO |
| Privada | Excelente | Todo el año |
| DEMANDA TURÍSTICA | | USO TURÍSTICO |
| Local | | |
| DESCRIPCIÓN GENERAL | | |
| Complejo turístico ubicado en el camino troncal entre Villa Alemana y Limache, cuenta con piscina. Cabañas, salón de eventos y restaurant. | | |

Fuente: Elaboración propia

Ficha N°12: ECO RESERVA PAVOS REALES

| ECO RESERVA PAVOS REALES | | |
|---|-----------------------------------|------------------------------|
|  | NOMBRE DEL ATRACTIVO | REGIÓN |
| | Eco Reserva Pavos Reales | Valparaíso |
| | JERARQUÍA | PROVINCIA |
| | I | Marga- Marga |
| | Contacto | DIRECCIÓN |
| | 56996749168 | Av. Bellavista #4545 |
| | TIPO DE ATRACTIVO | COMUNA |
| | Reserva ecológica | Villa Alemana |
| | | |
| TIPO DE PROPIEDAD | DOTACIÓN SERVICIOS BÁSICOS | LOCALIDAD O SECTOR |
| Privada | Excelente | Quebrada Escobares |
| ADMINISTRACIÓN | ESTADO DE CONSERVACIÓN | ESTACIONALIDAD DE USO |
| Privada | Excelente | Todo el año |
| DEMANDA TURÍSTICA | | USO TURÍSTICO |
| Local | | |
| DESCRIPCIÓN GENERAL | | |
| <p>La Reserva ecológica Los Pavos Reales, es un área protegida privada donde se cuida la flora y la fauna nativa, el suelo y las aguas. Geográficamente se ubica en el corredor biológico Peñuelas - La Campana, nombrado por la UNESCO, como reserva mundial de la Biosfera. Se realizan visitas guiadas a grupos de estudiantes y turistas, enseñando sobre la flora y fauna y la importancia de estas.</p> | | |

Fuente: elaboración propia

Ficha N°13: VIÑA EL SAUCE

| VIÑA EL SAUCE | | |
|---|-----------------------------------|------------------------------|
|  | NOMBRE DEL ATRACTIVO | REGIÓN |
| | Viña El Sauce | Valparaíso |
| | JERARQUÍA | PROVINCIA |
| | I | Marga- Marga |
| | Contacto | DIRECCIÓN |
| | 56996997820 | Casilla #547 |
| | TIPO DE ATRACTIVO | COMUNA |
| | Agroturismo, cata de vinos | Villa Alemana |
| TIPO DE PROPIEDAD | DOTACIÓN SERVICIOS BÁSICOS | LOCALIDAD O SECTOR |
| Privada | Excelente | El Patagual |
| ADMINISTRACIÓN | ESTADO DE CONSERVACIÓN | ESTACIONALIDAD DE USO |
| Privada | Excelente | Todo el año |
| DEMANDA TURÍSTICA | | USO TURÍSTICO |
| Local | | |
| DESCRIPCIÓN GENERAL | | |
| <p>Viña El Sauce es una Viña que tiene más de 100 años de existencia que produce vino y chicha de la misma manera hasta hoy en día, tiene un sector de camping, cabañas , degustaciones y guiados por la viña .</p> | | |

Fuente: Elaboración propia


| CAPILLA NUESTRA SEÑORA DEL CARMEN | | |
|--|-----------------------------------|------------------------------|
|  | NOMBRE DEL ATRACTIVO | REGIÓN |
| | Capilla Nuestra Señora del Carmen | Valparaíso |
| | JERARQUÍA | PROVINCIA |
| | I | Marga- Marga |
| | Contacto | DIRECCIÓN |
| | | |
| | TIPO DE ATRACTIVO | COMUNA |
| Histórico - Religioso | Villa Alemana | |
| | | |
| TIPO DE PROPIEDAD | DOTACIÓN SERVICIOS BÁSICOS | LOCALIDAD O SECTOR |
| Privada | Excelente | Quebrada Escobares |
| ADMINISTRACIÓN | ESTADO DE CONSERVACIÓN | ESTACIONALIDAD DE USO |
| Privada | Excelente | Todo el año |
| DEMANDA TURÍSTICA | | USO TURÍSTICO |
| Local | | |
| DESCRIPCIÓN GENERAL | | |
| <p>La capilla fue construida en el periodo de independencia de Chile en el año 1817, siendo una de las más antiguas de la región. La Quebrada Escobares en ese entonces era conocida como el fundo de las monjas claras, ya que esta congregación junto a los jesuitas eran los dueños del sector. Después de varios terremotos la iglesia tuvo que ser reconstruida en el año 1906 en el mismo sector pero con una arquitectura completamente distinta. Hoy en día pertenece al obispado de Valparaíso.</p> <p>Las principales celebraciones que se realizan en la capilla son la progresión de la virgen del Carmen y la misa a la chilena en fiestas patrias.</p> | | |

Fuente: Elaboración propia

| PROCESION VIRGEN DEL CARMEN | | |
|---|-----------------------------------|---|
|  | NOMBRE DEL ATRACTIVO | REGIÓN |
| | Procesión Virgen del Carmen | Valparaíso |
| | JERARQUÍA | PROVINCIA |
| | I | Marga- Marga |
| | Contacto | DIRECCIÓN |
| | | |
| | TIPO DE ATRACTIVO | COMUNA |
| | Manifestación religiosa | Villa Alemana |
| TIPO DE PROPIEDAD | DOTACIÓN SERVICIOS BÁSICOS | LOCALIDAD O SECTOR |
| No aplica | No aplica | Quebrada Escobares |
| ADMINISTRACIÓN | ESTADO DE CONSERVACIÓN | ESTACIONALIDAD DE USO |
| No aplica | No aplica | Celebración Virgen del Carmen Julio de cada año |
| DEMANDA TURÍSTICA | | USO TURÍSTICO |
| Local | | |
| DESCRIPCIÓN GENERAL | | |
| <p>La actividad religiosa era parte de las actividades tradicionales del poblado, el homenaje a la Virgen del Carmen, con paseo en anda y procesión hacia todas las casas del lugar, donde se preparaba un altar en espera de la visita cada 16 de julio.</p> | | |

Fuente: Elaboración Propia

Ficha N°16: CERRO TRES PUNTAS

| CERRO TRES PUNTAS | | |
|---|-----------------------------------|------------------------------|
|  | NOMBRE DEL ATRACTIVO | REGIÓN |
| | Cerro Tres Puntas | Valparaíso |
| | JERARQUÍA | PROVINCIA |
| | I | Marga- Marga |
| | CONTACTO | DIRECCIÓN |
| | | |
| | TIPO DE ATRACTIVO | COMUNA |
| | Montaña | Villa Alemana |
| TIPO DE PROPIEDAD | DOTACIÓN SERVICIOS BÁSICOS | LOCALIDAD O SECTOR |
| No aplica | No aplica | Quebrada Escobares |
| ADMINISTRACIÓN | ESTADO DE CONSERVACIÓN | ESTACIONALIDAD DE USO |
| No aplica | Bueno | Todo el año |
| DEMANDA TURÍSTICA | | USO TURÍSTICO |
| Local | | No aplica |
| DESCRIPCIÓN GENERAL | | |
| <p>El Cordón Cerro tres puntas, son tres cumbres contiguas ubicadas en el sector de Quebrada Escobares en Villa Alemana. De estas tres cumbres, la máxima altimetría se encuentra en los 1015 msnm, correspondiendo a la máxima altitud que podemos encontrar en nuestros alrededores. Con una hermosa hacia los valles. Además el cerro tiene piedras tacitas lo que según investigaciones reciente se dice que era un centro ceremonial de los indígenas que habitaron estas tierras hace más de 1000 años.</p> | | |

Fuente: Elaboración propia

4.3 Importancia el turismo rural en Villa Alemana

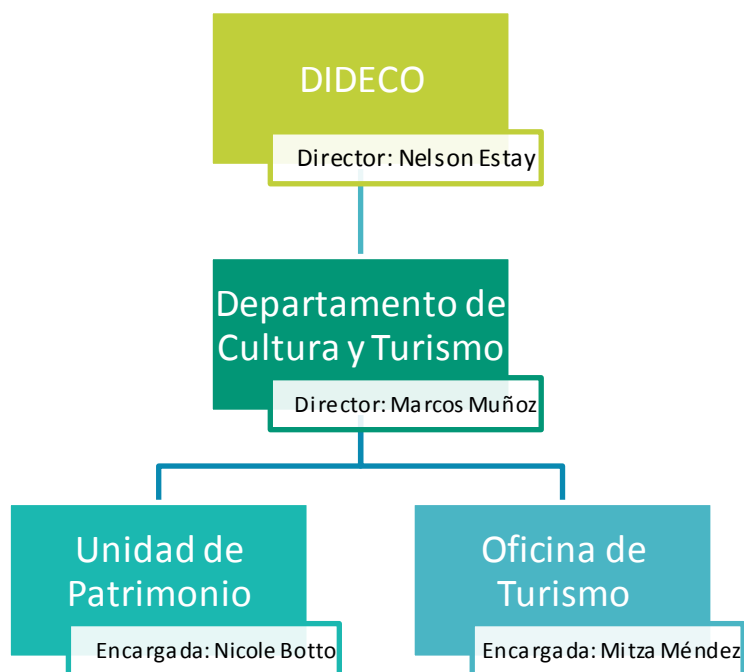
Villa Alemana no es conocida por ser una ciudad turística sino más bien por su carácter de ciudad dormitorio. Una de las causas de esto es por el desconocimiento de la riqueza natural, cultural y patrimonial de las localidades del sector rural que la componen, todas ellas más antiguas que Villa Alemana como ciudad. Cada una de estas localidades en sus inicios tenían un propósito, lo cual se ve reflejado el tipo de turismo o el potencial turístico de este, ya sea en turismo aventura o ecoturismo en quebrada escobares o agroturismo en la localidad de Lo Hidalgo y lo Moscoso.

4.4 Ilustre Municipalidad de Villa Alemana y el Turismo.

La Municipalidad de Villa Alemana consta con un departamento de Cultura y Turismo en donde la componen dos unidades que son turismo y patrimonio. Este departamento sigue perteneciendo a la Dirección de desarrollo comunitario.

La estructura de este departamento es la siguiente:

Figura N°1: Estructura Departamento de Cultura y Turismo



Fuente: Elaboración propia

La estructura de la municipalidad ayuda bastante, al ver en la teoría el turismo, la cultura y el patrimonio como un todo, que interactúan entre sí y se necesitan uno del otro.

El turismo rural al ser parte del turismo cultural necesita del departamento de cultura y turismo en su conjunto, con la responsabilidad mayor en la unidad de turismo, ya que es la más apta para coordinar a los distintos actores involucrados.

En la práctica sólo cultura y patrimonio trabajan en conjunto, mientras turismo trabaja por separado, ya que no se ha elaborado un plan de trabajo común, ya que la Oficina de Turismo fue recién creada el 2014 y la Unidad de patrimonio el año 2015. Teniendo sólo esta última, lineamientos estratégicos y operacionales.

4.4.1 Plan de desarrollo Comunal 2010- 2014

En el Plan de desarrollo comunal¹⁰ de Villa Alemana del año 2010 -2014, se puede ver como el turismo rural específicamente es un tema de relevancia para los distintos actores que fueron partícipes de la elaboración del PLADECO, como se ve en su análisis FODA, donde se rescatan los aspectos más relevantes de los distintos entes involucrados, ya sea en Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Recogiendo lo allí expuesto en relación al turismo rural, se tiene que:

Análisis FODA

FORTALEZAS

Departamento de Cultura:

- Ubicación de la comuna, en el contexto provincial y regional.
- Posee lugares de potencial turístico no explotado como Quebrada Escobares, sector Patagual, Lo Hidalgo.
- Cantidad de artistas que potencian el turismo cultural en el campo de la pintura, literatura, poesía y música.

Fomento Productivo:

- Dada la geografía de Villa Alemana, se implementa además el turismo rural, donde destacan microempresarios del área, donde en futuro serán atracción turística de nuestra comuna.

¹⁰ El Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO) es un instrumento indicativo que cada municipio debe tener según la Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades y debe orientar el desarrollo de la comuna.

OPORTUNIDADES

Secretaría municipal:

- Desarrollo del Turismo aventura (Quebrada Escobares, El Patagual y Lo Hidalgo).

Departamento de Cultura:

- Consolidación de la recientemente creada Asociación de Empresarios del Turismo y coordinación de las actividades de promoción
- Difusión de fiestas tradicionales, como Cuasimodo, Procesión de la Virgen del Carmen, Fiesta de La Tirana Chica y del Museo comunal, que son hitos relevantes de la comuna.
- Conexión y coordinación entre los entes Público (Municipio) y Privado (Empresarios), para todo tipo de actividades de promoción, capacitación y desarrollo del sector.
- Alianzas con instituciones como SERNATUR, CORFO y SERCOTEC para el desarrollo de nuevos proyectos y acceso a financiamiento.
- Organización y difusión de los lugares turísticos
- Educación para la recuperación de las tradiciones.
- Promover las actividades del mundo agrícola, por ejemplo la producción de vino dulce de la Viña el Sauce y de cerveza.
- Explotación del clima como elemento de identidad.
- Obtención de recursos (financiamiento compartido) para la materialización de proyectos de solución de señalética de las actividades turísticas de la zona.
- Mejoramiento de los caminos de Quebrada Escobares y de los servicios básicos de agua potable y alcantarillado, dado que es el sector geográfico de mayor potencial turístico de la comuna.

Fomento Productivo:

- Geográficamente Villa Alemana es un pasadizo para trasladarse de una comuna a otra, y dada esa cualidad es que el sector turístico tiene opciones de prestar sus servicios a viajeros, o realización de eventos como seminarios, charlas etc., donde se convoquen a las comunas de la provincia.

DEBILIDADES

Secretaría Municipal

- Poca integración del sector rural al desarrollo de la comuna.

La conclusión que llega el PLADECO tomando en cuenta los antecedentes anteriores Es el siguiente.

Se debe señalar como una oportunidad de desarrollo económico para la comuna, el surgimiento de la industria turística, materia en la que ya se observa la aparición de pequeñas empresas familiares orientadas al segmento de turismo rural ubicadas en el sector de Quebrada Escobares, que es un polo de desarrollo comunal vigente y de gran proyección.

Por este motivo, se estima que esta actividad requiere de recursos y estímulo a la inversión para el desarrollo de este potencial turístico y polo de desarrollo económico para la comuna de Villa Alemana.

AMENAZAS

No existen indicadas AMENAZAS asociadas al Turismo Rural

4.4.2 Departamento de Cultura y Turismo.

Al haberse formado hace tan poco tiempo, el Departamento de Cultura y Turismo tiene lineamientos por cada área y no una general que oriente el quehacer en forma global, dado que las unidades se fueron creando en distintos momentos lo que no ha permitido una sincronía en el desarrollo de sus actividades aun.

El departamento de Cultura consta con un Plan de gestión cultural del Centro cultural Gabriela Mistral que data desde el año 2013, y en esa fecha aún no estaba creado el Departamento de Turismo ni la Unidad de Patrimonio.

A) Misión del Centro Cultural Gabriela Mistral

La misión del Centro Cultural Gabriela Mistral de Villa Alemana es contribuir, a través de la gestión cultural pública y municipal, al desarrollo cultural de los habitantes de la comuna de Villa Alemana, asegurando la expresión de todas sus manifestaciones artísticas y culturales. (Centro Cultural Gabriela Mistral, 2013)

B) Objetivos y medidas a realizar por Unidad de Patrimonio

Objetivo General: La Unidad de Patrimonio es un área desarrollada por el Centro Cultural Gabriela Mistral del municipio de Villa Alemana que tiene por objeto proteger, conservar y difundir el patrimonio material e inmaterial de la comuna, estimulando el rescate de la memoria histórica a través de distintos proyectos e iniciativas, con el fin de facilitar instancias que motiven a la comunidad a generar un sentido de pertenencia y un proceso de construcción y rescate identitario. (Botto, 2015)

Objetivos Específicos:

1. Proteger los bienes del Patrimonio Cultural de la comuna procurando los medios que sean necesarios para su continuidad y salvaguarda.
2. Fortalecer el sentimiento de arraigo y pertenencia de la ciudadanía a través del conocimiento y reconocimiento del Patrimonio Cultural de la comuna.
3. Fomentar, promocionar e impulsar actividades e instancias relacionadas con el Patrimonio.
4. Puesta en marcha de programas estables de difusión del Patrimonio.

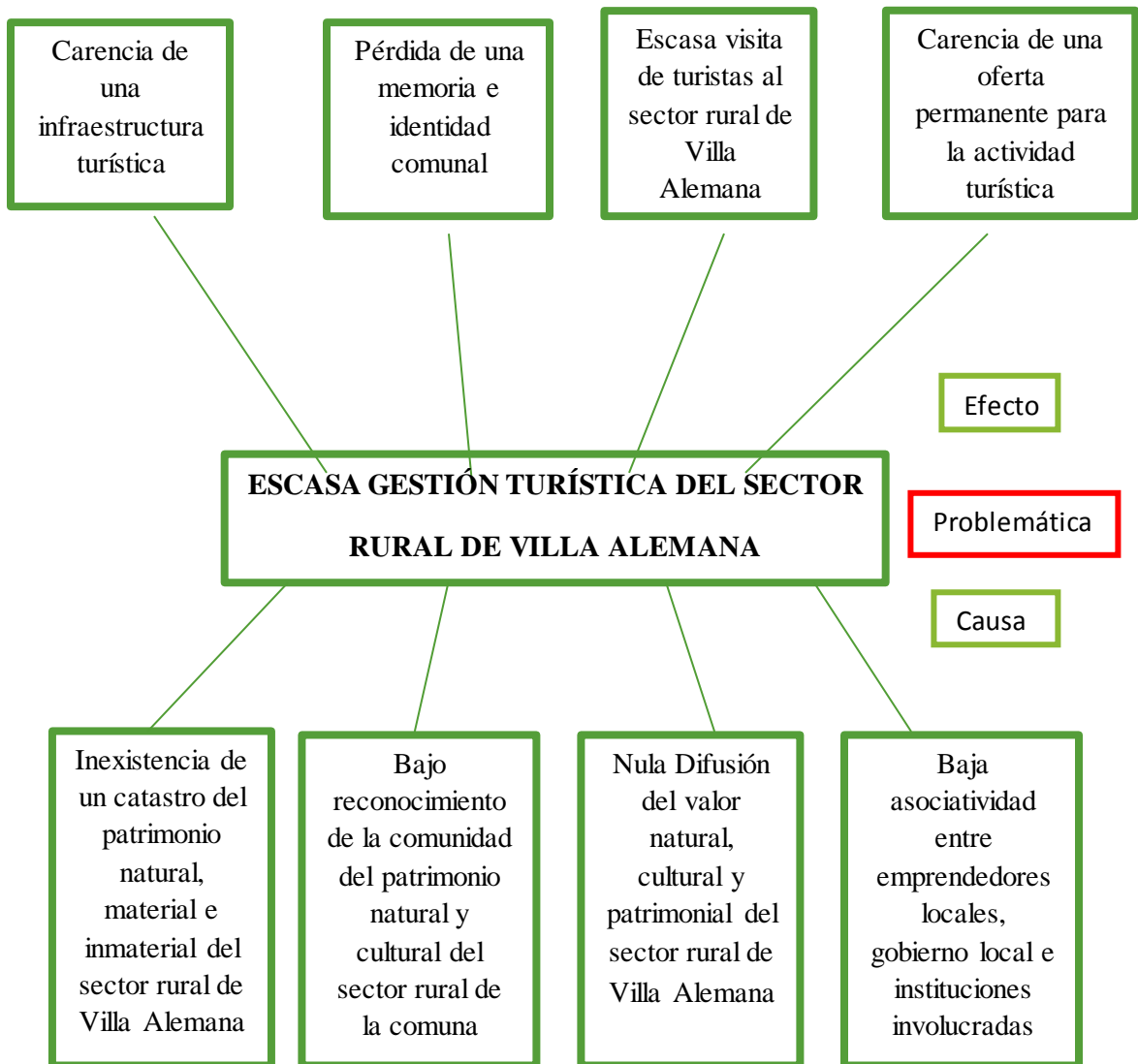
Medidas o acciones a desarrollar:

1. Articulación con actores público-privados relacionados con el Patrimonio con el objetivo de recopilar, conservar y difundir el Patrimonio cultural de la comuna.
2. Realización de catastro del patrimonio material e inmaterial de la comuna para su protección, conservación y difusión a la comunidad.
3. Formulación de expediente a presentar a CMN, en conjunto con otros organismos públicos, para Declaratoria de Molinos de Viento como Monumento Histórico Nacional.
4. Coordinación y gestión de actividades a desarrollar para el Día del Patrimonio Cultural de Chile.
5. Diseño y generación de rutas patrimoniales históricas culturales y material de difusión.
6. Gestión del Museo Histórico Costumbrista con el objetivo de rescatar el patrimonio local, provincial, regional y nacional.
7. Generación de material e instancias de rescate y difusión del patrimonio cultural de la comuna a través de recursos audiovisuales, conferencias, talleres, publicaciones, etc.

8. Generación de un programa educativo patrimonial que contemple instancias de mediación, diseño y edición de material didáctico específico para la comunidad educativa.

4.5 Árbol de Problemas

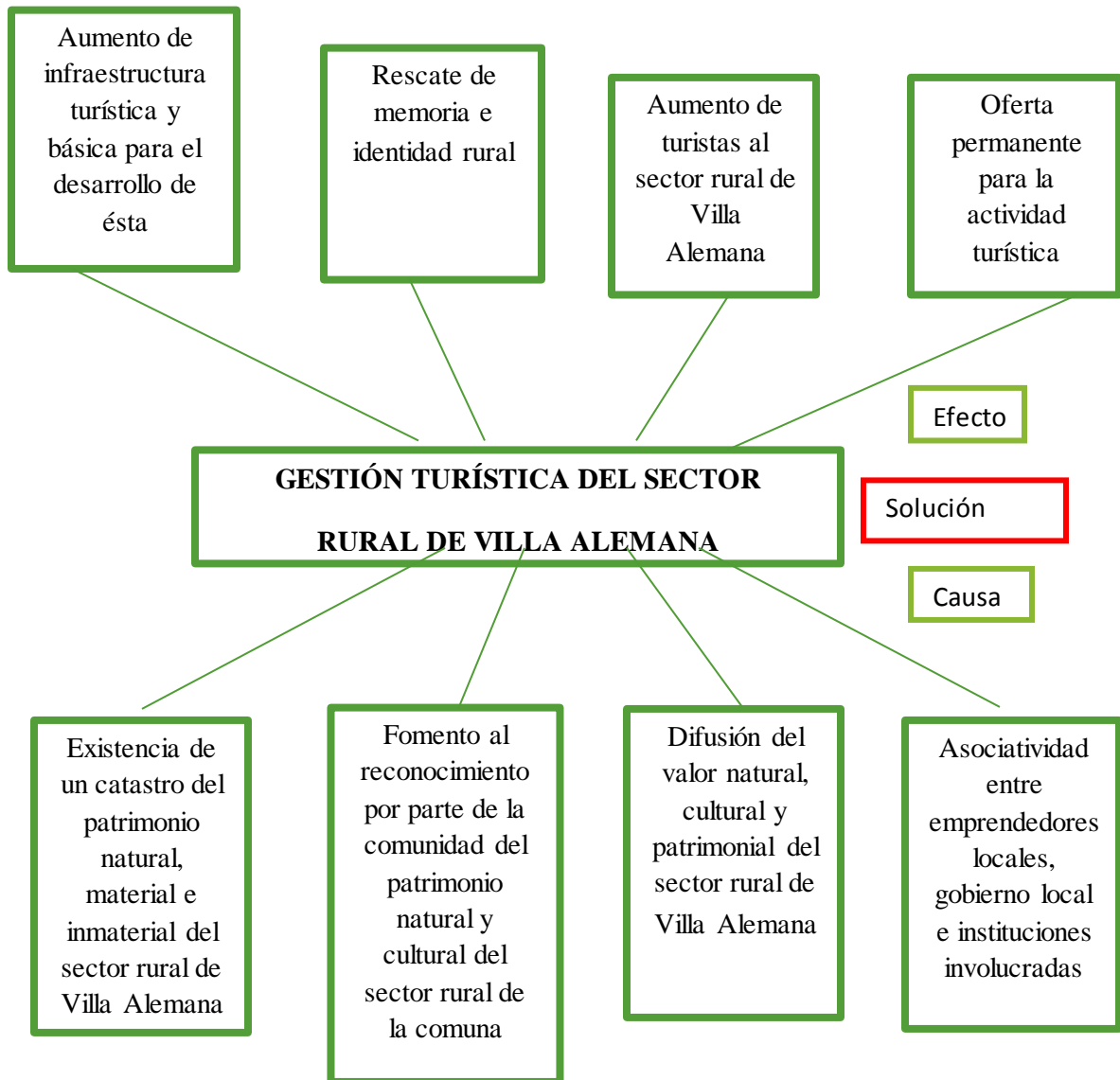
ÁRBOL DE PROBLEMAS Figura N°2:



Fuente: Elaboración propia

4.6 Árbol de objetivos

Figura N°3: ÁRBOL DE OBJETIVOS



4.7 Actores Relevantes en el turismo rural

Al desarrollar cualquier proyecto de turismo rural hay que tener en cuenta a todos los actores que son relevantes, ya sea porque el impacto es en su territorio (habitantes de la localidad, Juntas de Vecinos, Centro de Madres, Escuela, etc.) o porque son los beneficiarios directos (emprendedores o empresarios que ya están prestando algún servicio). Es importante considerar también a los

organismos públicos o gubernamentales que pueden colaborar: Municipio a través de sus respectivos departamentos de Cultura, Patrimonio y Turismo; SERNATUR, INDAP, CNCA¹¹

Figura N°4: ACTORES RELEVANTES EN EL TURISMO RURAL



Fuente: Elaboración propia

4.7.1 SERNATUR

El Servicio Nacional de Turismo es un organismo público encargado de promover y difundir el desarrollo de la actividad turística de Chile. La Dirección Nacional está ubicada en la ciudad de Santiago y tiene representación en todas las regiones del país a través de las Direcciones Regionales de Turismo. SERNATUR, además, cuenta con Oficinas Locales en San Pedro de Atacama, Isla de Pascua, Chillán, Los Ángeles, Arauco, La Unión, Osorno, Chiloé, Palena y Puerto Natales. Está regida por la Ley Orgánica N° 1.224 (22.10.75) del Ministerio de Economía. Ley de Turismo N° 20.423. (SERNATUR, 2008)

Misión Institucional:

Ejecutar planes y/o programas basados en la Política Nacional de Turismo, impulsando el desarrollo sustentable de la actividad turística, incentivando la especialización, la calidad y la

¹¹ Servicio Nacional de Turismo, Instituto de Desarrollo Agropecuario, Consejo de la Cultura y las Artes

competitividad de la industria y promocionando los destinos y atractivos turísticos nacionales, para contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país.

Objetivos Estratégicos:

- Ejecutar acciones de promoción y difusión de los productos y destinos turísticos del país, a través de la participación y acción coordinada de los actores públicos y privados, para generar crecimiento en la industria turística.
- Promover la competitividad de la industria turística, formalizando la oferta e incorporando estándares de calidad, seguridad y sustentabilidad.
- Fortalecer los programas de turismo social para reducir la estacionalidad de la industria y promover el desarrollo regional y local.
- Ejecutar acciones orientadas al desarrollo y posicionamiento de destinos/productos para generar una oferta turística país integrada, especializada, diversa y sustentable.
- Desarrollar y especializar al capital humano en el sector turístico como factor estratégico para el logro de objetivos de competitividad y diferenciación.

4.7.2 INDAP

El Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP), es un servicio dependiente del Ministerio de Agricultura, creado el 27 de noviembre de 1962, cuyo mandato está establecido por la Ley Orgánica 18.910, modificada por la Ley 19.213 en mayo de 1993. Es un servicio descentralizado que tiene por objeto:

“Promover el desarrollo económico, social y tecnológico de los pequeños productores agrícolas y campesinos, con el fin de contribuir a elevar su capacidad empresarial, organizacional y comercial, su integración al proceso de desarrollo rural y optimizar al mismo tiempo el uso de los recursos productivos”.

Bajo este mandato, se faculta a la institución para desarrollar una amplia gama de acciones relacionadas con el desarrollo productivo y rural y se define la condición de sus beneficiarios/as que pueden ser:

- Pequeño/a productor/a: Pequeño(a) Productor(a) Agrícola: Es la persona natural que explota una superficie no superior a las 12 Hectáreas de Riego Básico, cuyos activos no superen el equivalente a 3.500 Unidades de Fomento, que su ingreso provenga principalmente de la explotación agrícola, y que trabaje directamente la tierra, cualquiera sea su régimen de tenencia.
- Campesino/a: Campesino(a): Es la persona natural que habita y trabaja habitualmente en el campo, cuyos ingresos provengan fundamentalmente de la actividad silvoagropecuaria realizada en forma personal, cualquiera que sea la calidad jurídica en que la realice, siempre que sus condiciones económicas no sean superiores a las de un pequeño(a) productor(a) agrícola, y las personas que integran su familia.

Durante sus más de 50 años de funcionamiento, la institución ha desarrollado una amplia gama de acciones destinadas al desarrollo productivo y rural.

INDAP está compuesto por 15 direcciones regionales más 127 agencias y oficinas de áreas, distribuidas a lo largo de Chile; y un nivel central, donde se ubican las autoridades nacionales y los encargados nacionales de las diferentes divisiones de trabajo y programas. (INDAP, s.f.)

Misión

Contribuir al desarrollo económico sostenible y a la valorización de la Agricultura Familiar Campesina y sus organizaciones, mediante una acción de fomento tendiente a fortalecer el capital humano, social, productivo, natural y cultural, de hombres, mujeres, jóvenes y pueblos originarios en los territorios.

Objetivos Estratégicos

- Apoyar el acceso de la Agricultura Familiar Campesina a un sistema de extensión y apoyo a la innovación que mejore sus capacidades y habilidades para desarrollar emprendimientos agrícolas y rurales, considerando las oportunidades y restricciones que señalan los mercados, los territorios y el medio ambiente.
- Facilitar el acceso de la Agricultura Familiar Campesina a programas de financiamiento (créditos e incentivos) adecuados a las necesidades de capital de trabajo e inversiones requeridos para potenciar la diversidad de emprendimientos económicos, individuales y asociativos.
- Ampliar y mejorar las condiciones de acceso de la Agricultura Familiar Campesina a los mercados locales regionales, nacionales e internacionales, promoviendo productos tradicionales y diferenciados de alta calidad y buscando un acercamiento entre el productor y el consumidor final.
- Fortalecer el desarrollo organizacional de la Agricultura Familiar Campesina para así contribuir al desarrollo de su actividad productiva y de su integración a los mercados, así como al fortalecimiento de su participación y posicionamiento como un actor relevante en la sociedad.

- Apoyar el desarrollo y fortalecimiento del capital social de la Agricultura Familiar Campesina, impulsando la cooperación entre productores, así como la constitución de redes y alianzas entre éstos y los actores públicos y privados, para canalizar nuevos recursos y competencias hacia el mundo rural.

4.7.3 Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

Misión:

Promover un desarrollo cultural armónico, pluralista y equitativo entre los habitantes del país, a través del fomento y difusión de la creación artística nacional; así como de la preservación, promoción y difusión del patrimonio cultural chileno, adoptando iniciativas públicas que estimulen una participación activa de la ciudadanía en el logro de tales fines.

El Consejo fue creado por la Ley 19.891, que entró en vigencia el 23 de agosto de 2003, y fue promulgada el 31 de julio del mismo año por el entonces Presidente Ricardo Lagos Escobar. El 23 de agosto fue publicada en el Diario Oficial. (CNCA, s.f.)

Funciones:

- Estudiar, adoptar, poner en ejecución, evaluar y renovar políticas culturales, así como planes y programas del mismo carácter, con el fin de dar cumplimiento a su objeto de apoyar el desarrollo de la cultura y las artes, y de conservar, incrementar y difundir el patrimonio cultural de la Nación y de promover la participación de las personas en la vida cultural del país.
- Ejecutar y promover la ejecución de estudios e investigaciones acerca de la actividad cultural y artística del país, así como sobre el patrimonio cultural de éste.
- Apoyar la participación cultural, la creación y difusión artística, tanto a nivel de las personas como de las organizaciones que éstas forman y de la colectividad nacional toda, de modo que encuentren espacios de expresión en el barrio, la comuna, la ciudad, la región y el país, de acuerdo con las iniciativas y preferencias de quienes habiten esos mismos espacios.
- Facilitar el acceso a las manifestaciones culturales y a las expresiones artísticas, al patrimonio cultural del país y al uso de las tecnologías que conciernen a la producción, reproducción y difusión de objetos culturales.

- Establecer una vinculación permanente con el sistema educativo formal en todos sus niveles, coordinándose para ello con el Ministerio de Educación, con el fin de dar suficiente expresión a los componentes culturales y artísticos en los planes y programas de estudio y en la labor pedagógica y formativa de los docentes y establecimientos educacionales.
- Fomentar el desarrollo de capacidades de gestión cultural en los ámbitos internacional, nacional, regional y local.
- Impulsar la construcción, ampliación y habilitación de infraestructura y equipamiento para el desarrollo de las actividades culturales, artísticas y patrimoniales del país, y promover la capacidad de gestión asociada a esa infraestructura.
- Proponer medidas para el desarrollo de las industrias culturales y la colocación de sus productos tanto en el mercado interno como externo.
- Establecer vínculos de coordinación y colaboración con reparticiones públicas que, sin formar parte del Consejo ni relacionarse directamente con éste, cumplan también funciones en el ámbito de la cultura.
- Desarrollar la cooperación, asesoría técnica e interlocución con corporaciones, fundaciones y demás organizaciones privadas cuyos objetivos se relacionen con las funciones del Consejo, y celebrar con ellas convenios para ejecutar proyectos o acciones de interés común.
- Diseñar políticas culturales a ser aplicadas en el ámbito internacional, y explorar, establecer y desarrollar vínculos y convenios internacionales en materia cultural, para todo lo cual deberá coordinarse con el Ministerio de Relaciones Exteriores.
- Desarrollar y operar un sistema nacional y regional de información cultural de carácter público.

Programa de Turismo Cultural CNCA

El programa surge de la política cultural 2005-2010 del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, que esgrimía la necesidad de contar con un Plan Nacional de Turismo Cultural, para la correcta puesta en valor del patrimonio en el uso turístico. Luego de este proceso, la política cultural 2011 – 2016, en su eje de patrimonio y objetivo número catorce mandata lo siguiente:

14. Contribuir a fomentar el turismo cultural respetando la diversidad y la conservación del patrimonio cultural de la nación

14.1. Se promueve el patrimonio cultural tangible e intangible como fin turístico; vinculante con el desarrollo socio-económico regional.

113.- Se promueve la capacitación de los agentes culturales hacia el turismo patrimonial.

114.- Se fomentan clúster turísticos como focos de desarrollo local.

115.- Se releva las identidades y particularidades de la región potenciando sus capacidades turísticas.

116.- Se incrementan significativamente las instancias e instrumentos de fiscalización que aseguren el resguardo tanto de los destinos culturales y turísticos, como de las comunidades en los cuales se insertan, con la participación de la sociedad civil y con particular énfasis en la creación de microempresas debidamente capacitadas.

117. Se promueve la necesaria conciencia sobre la relación cuidadosa que debe haber entre el patrimonio cultural y su uso turístico.

14.2. Se promueve la articulación institucional pública entre los actores comprometidos para abordar el desarrollo del sector.

118.- Se fomentan líneas investigativas del sistema turístico-cultural.

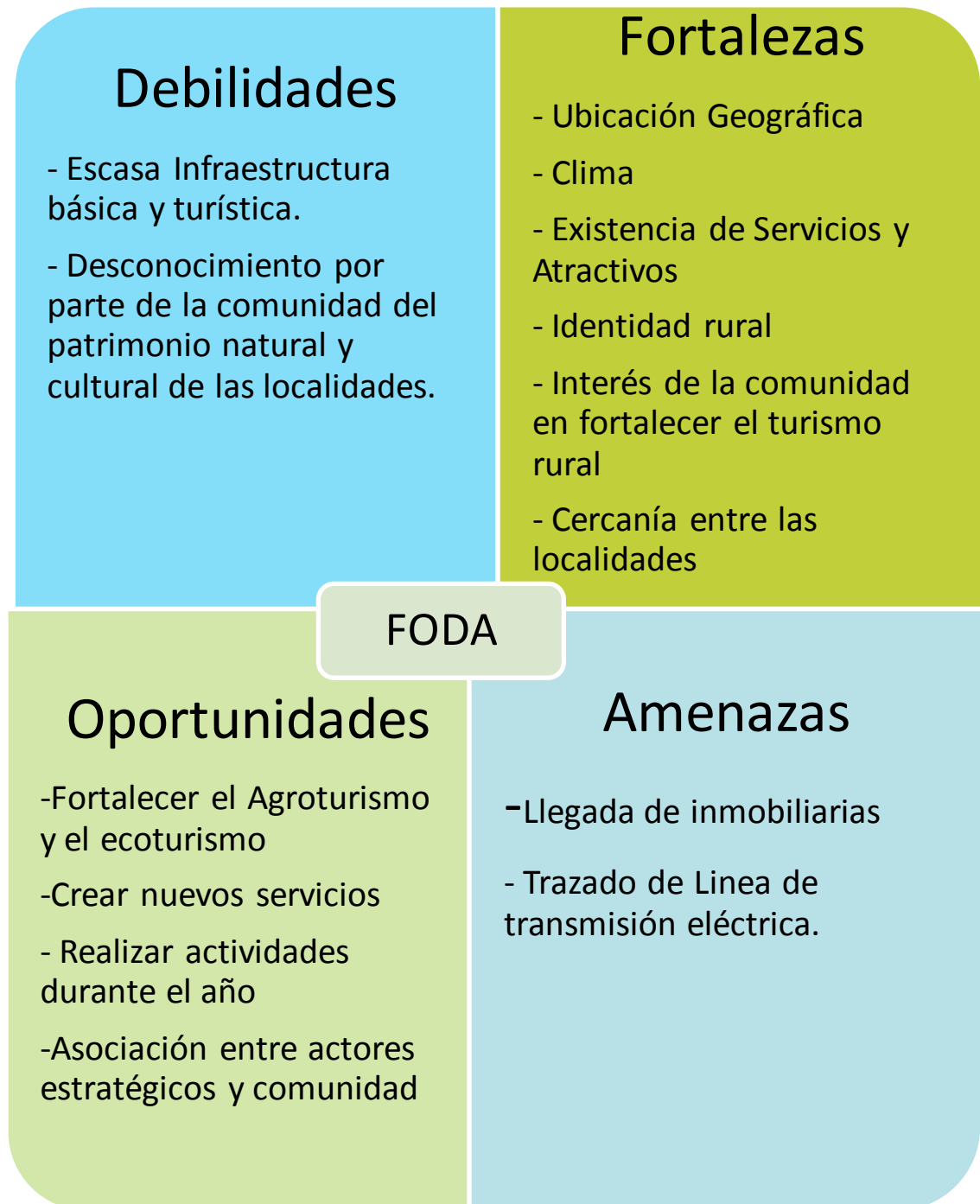
119.- Se contribuye al conocimiento de las rutas turísticas culturales en el país.

120.- Se promueve la inclusión del turismo intercultural en la educación formal.

Hoy, el programa de Turismo Cultural, depende de la sección de patrimonio cultural inmaterial del Departamento de Patrimonio Cultural, orientado a la salvaguarda del patrimonio, su correcta interpretación y la puesta en valor para el desarrollo del turismo.

4.8 Análisis FODA del Turismo rural en Villa Alemana

Figura N°5: Análisis FODA Del Turismo Rural



Fuente: Elaboración propia

CAPITULO V: PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL EN LA COMUNA DE VILLA ALEMANA

En el capítulo IV, se trató el tema de la situación actual del turismo rural en la comuna de Villa Alemana, visualizando así el catastro de atractivos y servicios turísticos existentes en estas localidades, la importancia del turismo rural para la municipalidad y las entidades relacionadas al rubro y las problemáticas identificadas por parte de la comunidad correspondientes a las juntas de vecinos de las tres localidades, centro de madres, empresarios turísticos y a las autoridades municipales.

Estos antecedentes recopilados son la base para la elaboración de una propuesta que fomente el desarrollo del turismo rural en la comuna de Villa Alemana, y que contribuya a superar el escenario de escasa gestión turística en estas localidades.

Es un hecho ineludible que la actividad económica de las localidades, por concepto de turismo rural, ya existe hace varios años, aun así, sólo los esfuerzos individuales de los empresarios en cada uno de sus emprendimientos ha logrado frutos, siendo mínimo, hasta ahora, el aporte hecho por la Municipalidad, quien es el organismo encargado de la gestión turística del territorio.

El diagnóstico de la situación del desarrollo turístico de las localidades está claro, desde sus problemáticas hasta sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Las localidades rurales de Villa Alemana ya cuentan con servicios y atractivos aprovechados turísticamente, incluso dos de ellos casi sólo por turistas extranjeros, lo que demuestra el potencial de estos destinos y cómo la gestión de estos puede transformar la realidad de las familias rurales. Quebrada Escobares es la que está más avanzada en cuanto a turismo, ya que es la que cuenta con más servicios y atractivos y además tienen una asociación de empresarios del turismo.

Entre las problemáticas detectadas se pueden visualizar algunas de carácter turístico como otras de carácter básico.

Entre las de carácter básico se detectan problemas con el alcantarillado, pues al no existir la habilitación de este servicio en toda la zona rural, los emprendedores tienen problemas para poder legalizar sus negocios por asuntos sanitarios. Por ahora la única solución que se ha propuesto para la instalación de alcantarillado es construir una población de 500 casas que afectaría el carácter rural de las localidades.

Mientras tanto, entre los problemas de carácter turístico se encuentran: la falta de señalética turística, inexistencia de página web adecuada para la difusión de atractivos y servicios y el poco conocimiento del patrimonio natural y cultural de la zona rural de Villa Alemana, tanto por la comunidad local como por los potenciales turistas.

Son tres las localidades que se quiere potenciar: Quebrada Escobares, Lo Hidalgo y El Patagual, las cuales se encuentran muy cerca entre ellas y solo divididas por el camino troncal en el caso de Quebrada Escobares con El Patagual, pero no están vinculadas entre sí y no trabajan en conjunto

como un solo polo de desarrollo del turismo rural. Hay opiniones divididas ante la propuesta de asociatividad entre los habitantes locales, pues algunos vecinos creen que no es conveniente trabajar en conjunto debido a la competencia que se genera naturalmente y otros sí creen que es importante trabajar juntos pero no saben cómo hacerlo para congregarse a todos los actores involucrados.

Por todo lo mencionado anteriormente y aun ante la existencia de algunos detractores, se propone la asociatividad como principal eje estratégico para fomentar el turismo rural en la comuna de Villa Alemana y de esta forma intentar dar solución a los problemas antes mencionados. Es importante destacar que en la vida rural desde siempre han tenido que trabajar en conjunto los campesinos necesitando uno del otro, es así como una propuesta orientada a trabajar en redes se perfila como una adecuada forma para lograr esfuerzos colectivos.

Debido a la inexistencia de un plan o lineamientos estratégicos para el desarrollo turístico rural de Villa Alemana, es que se hace una propuesta basada en 4 líneas estratégicas con sus respectivas actividades, que para el autor de este proyecto de título se consideran relevantes para mejorar la actual situación turística en la que está la comuna, en cuanto a turismo rural.

5.1 Mapa de Actores relevantes

Tabla N°1: MAPA DE ACTORES RELEVANTES

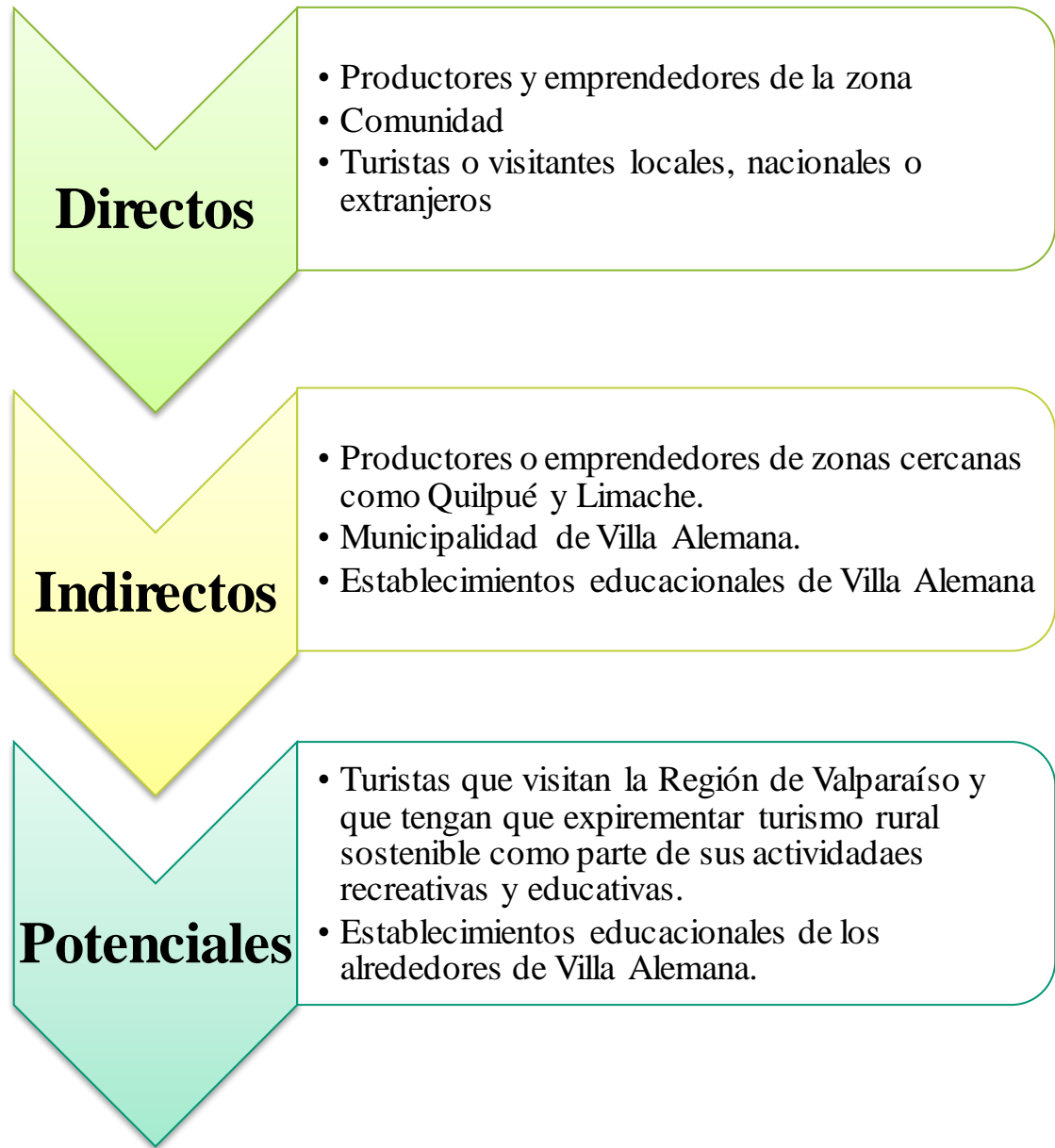
| Tipo de actor | Institución o área específica | Función o Rol | Aporte al Proyecto | Encargado Clave y contacto |
|---------------------------------------|-------------------------------|-------------------------|---|-------------------------------|
| Municipalidad de Villa Alemana | Departamento de Turismo | Encargado del proyecto. | Realizar el proyecto juntando a todos los actores relevantes para este. | Mitza Méndez 965728530 |
| | Unidad de Patrimonio | Encargado del Proyecto | Trabajar en conjunto con la Unidad de Patrimonio | Nicole Botto |
| Otras Instituciones públicas | SERNATUR | Asesor y apoyo | Aporta con la metodología del proyecto enfocada en gestores públicos. | Anita Prado 32 288 22 85 |
| | INDAP | Asesor y apoyo | | Sebastián Buló |

| | | | | |
|-------------------------------------|---|---|---|--|
| | CNCA | Asesor y apoyo | Aporta con su red de emprendedores rurales de la zona y con su fondo para emprendimiento rural. Aporta con su metodología en turismo Cultural enfocada en servicios. | 33-2344209 Cristina Gálvez 26189053 |
| Industria turística | Agrupación de empresarios turísticos | Asesor, apoyo y beneficiario. | Aportan con el conocimiento de la problemática y lo que necesitan para mejorar como destino | Gloria Rodríguez 96749168 |
| Comunidad de las localidades | JJ.VV Quebrada Escobares JJ.VV El Patagual JJ.VV Lo Hidalgo Centro de Madres El Patagual | A la comunidad se le consultara y se le hará participe de las iniciativas de actividades del proyecto | Aportan con el conocimiento de la problemática y lo que necesitan para mejorar como destino | Abel Olguín 997291650 Mirta Montenegro 982215620 Helena 322821050 |

Fuente: Elaboración propia

5.2 Beneficiarios del proyecto

Figura N°6: BENEFICIARIOS DEL PROYECTO



Fuente: Elaboración propia

5.3 Ejes estratégicos

5.3.1 EJE 1: Sensibilización de actores relevantes

La sensibilización entre los actores relevantes es de real importancia, ya que sin la voluntad política de las autoridades, el interés de la comunidad o el compromiso de los emprendedores el

proyecto fracasará. Se busca sensibilizar sobre la importancia del turismo, y la importancia de la asociatividad en el rubro, especialmente en el turismo rural.

Esta sensibilización será realizada tanto a las autoridades como Alcalde, Concejo Municipal, y encargado de las áreas de turismo, patrimonio, cultura, y también a la propia comunidad y emprendedores turísticos.

Tabla N°2: Objetivos y actividades

| | |
|------------------------------------|--|
| Objetivo de Eje estratégico | Sensibilizar a los actores relevantes sobre la importancia del turismo, la asociatividad y sobre el potencial turístico cultural de la zona. |
| Actividades | <ul style="list-style-type: none"> • Seminario sobre turismo y asociatividad. • Visita a atractivos y emprendimientos de la zona |

Fuente: Elaboración propia

Actividad N°1

| | |
|------------------------------------|---|
| Nombre de la actividad | Seminario sobre turismo y asociatividad |
| Descripción de la actividad | <p>Este seminario está dirigido a todas las autoridades municipales, como el Alcalde, Concejo Municipal, DIDECO, etc. Además de emprendedores turísticos de la zona rural, la comunidad a través de las JJ.VV, etc.</p> <p>Este seminario consiste en exposiciones impartidas por SERNA TUR, INDAP sobre el escenario del turismo mundial, nacional y regional y sobre la importancia del turismo rural y la asociatividad.</p> <p>Después de ambas exposiciones se harán mesas de trabajo para discutir sobre qué esperan unos de los otros.</p> |
| Duración | 2 días |
| Lugar | Quebrada el Encanto – Quebrada Escobares |

| | |
|---------------------------------|--|
| Responsable de actividad | I.M. Villa Alemana - Guillermo Barra Arancibia |
| Indicadores de logro | Cantidad de asistentes en relación a número potencial de participantes, para cada categoría de invitados: emprendedores, autoridades, habitantes de la zona, etc. Material resultante de las mesas de trabajo. |
| Cronograma | <p>Día 1</p> <p>09:00 – 9:30 Llegada y acreditación</p> <p>09:30 – 10:00 Inauguración seminario</p> <p>10:00 – 11:00 Exposición “Hablemos de turismo” – Anita Prado</p> <p>11:00 – 11:30 Coffee Break</p> <p>11:30 – 13:00 Exposición “Hablemos de turismo” – Sebastián Bulo</p> <p>13:00 – 14:00 Almuerzo</p> <p>14:15 – 17:00 Mesa de trabajo entre distintos actores</p> <p>17:00 Fin de la jornada.</p> <p>Día 2</p> <p>09:00 – 9:45 Desayuno</p> <p>10:00 – 11:30 Exposición “Asociatividad en el mundo rural”</p> <p>11:30 – 12:00 Ronda de preguntas</p> <p>12:00 – 13:00 Actividad grupal : Practicando la Asociatividad</p> <p>13:00 – 14:00 Almuerzo</p> <p>14:15 – 17:00 Mesa de trabajo entre distintos actores</p> <p>17:00 Despedida seminario y fin de la jornada.</p> |

Tabla N°3: Ficha de Actividad

Actividad N°2

| | |
|------------------------------------|--|
| Nombre de la actividad | Visita a atractivos y emprendimientos de la zona |
| Descripción de la actividad | Esta actividad está dirigida a las autoridades de la municipalidad, INDAP Y SERNATUR, en el cual se visitarán los atractivos y emprendimientos de las tres localidades. Con el fin de que estas conozcan sobre el potencial turístico de la zona y las problemáticas que enfrentan los emprendedores. |
| Duración | 3 día |
| Lugar | Quebrada Escobares, Lo Hidalgo y El Patagual |
| Responsables de actividad | Guillermo Barra Arancibia |
| Indicadores de objetivos | Cantidad de emprendedores a mostrar sus negocios. Cantidad de asistentes a la actividad. |
| Cronograma | <p>Día 1 : Visita Localidad de Quebrada Escobares</p> <p>09:00 – 9:30 Llegada y punto de partida “el cruce” 09:30 – 10:00 Inauguración e introducción. 10:00 – 11:00 Cabalgata a “Estero Aranda” – El Campesano 11:00 – 11:30 Desayuno por “Café Canela” en el Cerro 11:30 – 13:00 Visita a “Eco Reserva Pavos Reales” 13:00 – 14:00 Almuerzo en “El Campito” 14:15 – 17:00 Mesa de trabajo y reflexión entre los actores 17:00 Fin de la jornada.</p> <p>Día 2: Visita Localidad de El Patagual y Lo Hidalgo</p> <p>09:00 – 9:30 Llegada y punto de partida. “El cruce” 09:30 – 10:00 Introducción a la localidad 10:00 – 11:00 Desayuno en “Rancho Santana” 11:30 – 13:00 Visita a emprendimientos turísticos 13:00 – 14:00 Almuerzo en La Pica de Lo Álvaro 14:15 – 17:00 Visita Al Fundo el Sauce 17:00 Despedida actividad y fin de la jornada.</p> |

5.3.2 EJE 2: Asociatividad de emprendedores

La asociatividad es el principal eje estratégico para este proyecto, debido a que es necesario que todos los actores involucrados trabajen en conjunto para lograr un objetivo en común, en este caso fomentar el desarrollo del turismo rural en la comuna de Villa Alemana y así solucionar las diferentes problemáticas que existen en cuanto a turismo rural.

En primera instancia se pretende que se asocien los emprendedores turísticos y comunidades de cada localidad, con la finalidad de que se potencien y complementen entre ellos como aliados para el desarrollo de su actividad turística y no como una competencia. Luego de logrado esto, se pretende identificar posibles actividades conjuntas que permitan potenciar el desarrollo de todas las localidades generando productos turísticos tales como “Red de turismo rural en la comuna de Villa Alemana”.

| | |
|------------------------------------|--|
| Objetivo de Eje estratégico | Crear organización de emprendedores turísticos de cada localidad y zona rural. |
| Actividades | <ul style="list-style-type: none"> • Conociendo a mis colegas vecinos • Creando organización Asociativa. |

Actividad N°1

| | |
|------------------------------------|--|
| Nombre de la actividad | Conociendo a mis colegas |
| Descripción de la actividad | Esta actividad consiste en que los distintos emprendedores locales visiten los atractivos y emprendimientos de cada localidad, visualizando así posibles alianzas estratégicas y la importancia de la asociatividad. Donde cada localidad mostrara lo mejor de lo suyo tanto en atractivos como de su patrimonio natural y cultural. |
| Duración | 2 días |

| | |
|----------------------------------|--|
| Lugar | Quebrada Escobares, Lo Hidalgo y El Patagual |
| Responsables de actividad | Guillermo Barra Arancibia |
| Indicadores de objetivos | Porcentaje de participantes en la actividad. |
| Cronograma | <p>Día 1 : Visita Localidad de Quebrada Escobares</p> <p>09:00 – 9:30 Llegada y punto de partida “el cruce” 09:30 – 10:00 Inauguración e introducción. 10:00 – 11:00 Cabalgata a “Estero Aranda” – El Campesano 11:00 – 11:30 Desayuno por “Café Canela” en el Cerro 11:30 – 13:00 Visita a “Eco Reserva Pavos Reales” 13:00 – 14:00 Almuerzo en “El Campito” 14:15 – 17:00 Mesa de trabajo y reflexión entre los actores 17:00 Fin de la jornada.</p> <p>Día 2: Visita Localidad de El Patagual y Lo Hidalgo</p> <p>09:00 – 9:30 Llegada y punto de partida. “El cruce” 09:30 – 10:00 Introducción a la localidad 10:00 – 11:00 Desayuno en “Rancho Santana” 11:30 – 13:00 Visita a emprendimientos turísticos 13:00 – 14:00 Almuerzo en La Pica de Lo Álvaro 14:15 – 17:00 Visita Al Fundo el Sauce 17:00 Despedida actividad y fin de la jornada.</p> |

Actividad N°2

| | |
|------------------------------------|---|
| Nombre de la actividad | Creando organización asociativa |
| Descripción de la actividad | Esta actividad consiste en crear la Agrupación de emprendedores de la zona rural de Villa Alemana en una reunión en dónde se propone diseñar desde la organización hasta la creación de una página web en |

| | |
|----------------------------------|--|
| | conjunto entre todas las localidades para difundir sus respectivos atractivos y servicios. Además de visualizar o geolocalizar los lugares más idóneos para instalar la señalética turística. |
| Duración | 1 día |
| Lugar | Salón San Rafael– El Patagual |
| Responsables de actividad | Guillermo Barra Arancibia |
| Indicadores de objetivos | Creación de la agrupación. Participación en la actividad. |

5.3.3 EJE 3: Dar a conocer el patrimonio natural y cultural de Villa Alemana a la comunidad

Unas de las problemáticas encontradas es que la comunidad de Villa Alemana no conoce de las localidades rurales de la comuna, no conocen sus atractivos o servicios que pueden encontrar, como restaurantes, centros de eventos de alta calidad.

Este eje es importante debido a que los mismos habitantes de tienen que conocer lo mejor de su comuna para así poder incentivar la llegada de turistas y visitantes, además de ellos mismo aprovechar de los recursos naturales, culturales y de los mismos servicios existentes, ya sea con fines educativos o recreativos.

| | |
|------------------------------------|--|
| Objetivo de Eje estratégico | Que la comunidad conozca y valore el patrimonio natural y cultural de Villa Alemana y que conozca la actividad turística existente. |
| Actividades | <ul style="list-style-type: none"> • Visita a la zona con establecimientos municipales. • Visita a la zona con adultos mayores |

Actividad N°1

| | |
|------------------------------------|--|
| Nombre de la actividad | Visita a la zona con establecimientos educacionales |
| Descripción de la actividad | <p>Esta actividad consiste en realizar salidas pedagógicas con establecimientos educacionales a los distintos atractivos, pudiendo vincularlo con algunas asignaturas como ciencias sociales, historia, educación física , etc.</p> <p>La idea es que esta actividad se realice durante 1 año entre los distintos establecimientos. En el cronograma a continuación se mostrara un ejemplo de lo que se quiere replicar en los diferentes establecimientos educacionales.</p> |
| Duración | 1 año |
| Lugar | Quebrada Escobares, Lo Hidalgo y El Patagual |
| Responsables de actividad | Guillermo Barra Arancibia |
| Indicadores de objetivos | · Cantidad de salidas realizadas por establecimientos |
| Cronograma | <p>Día 1: salida a terreno “Escuela el Patagual” para vinculación con el medio natural y rural.</p> <p>Nota: Durante el transcurso de la actividad se hará énfasis en el Patrimonio Natural de la comuna de Villa Alemana.</p> <p>09:00 – 9:30 Llegada al establecimiento</p> <p>09:30 – 09:40 Partida y llegada a Quebrada Escobares</p> <p>10:00 –11:00 Visita a la “Eco Reserva Los Pavos Reales”</p> <p>11:00 – 11:30 Desayuno en “Rancho Santana”</p> <p>11:30 – 13:00 Visita “Cerro Tres Puntas”</p> <p>13:00 – 14:00 Almuerzo en “Pica lo Álvaro”</p> <p>14:15 – 17:00 Visita a Fundo El Sauce</p> <p>17:00 Regreso</p> |

Actividad N°2

| | |
|------------------------------------|--|
| Nombre de la actividad | Visita a la zona con adultos mayores |
| Descripción de la actividad | Esta actividad consiste en realizar visita con los adultos mayores de la comuna que estén interesados en recorrer algunos de los atractivos de la zona rural de Villa Alemana. Esta será convocada y organizada en conjunto con la oficina del adulto mayor de la Municipalidad. Cada salida será de un día y se financiará a través de proyectos del SERNATUR. |
| Duración | 1 año |
| Lugar | Quebrada Escobares, Lo Hidalgo, El Patagual |
| Responsables de actividad | Guillermo Barra Arancibia |
| Indicadores de objetivos | . Cantidad de participantes y número de viajes realizados con éxito. |
| Cronograma | 09:00 – 9:30 Llegada al establecimiento 09:30 – 09:40 Partida y llegada a Quebrada Escobares 10:00 –11:00 Visita a la “Eco Reserva Los Pavos Reales” 11:00 – 11:30 Desayuno en “Rancho Santana” 11:30 – 13:00 Visita “Cerro Tres Puntas” 13:00 – 14:00 Almuerzo en “Pica lo Álvaro” 14:15 – 17:00 Visita a Fundo El Sauce 17:00 Regreso |

5.3.4 EJE 4: Difundir los atractivos turísticos de la zona rural

Este eje estratégico tiene la relevancia de querer mostrar los atractivos de la zona rural de Villa Alemana a la región y al país. Difundiendo estratégicamente a los posibles turistas y visitantes que podrían visitar la zona o posibles agencias de viajes o tour operadores para que incluyan la zona en sus paquetes turísticos.

| | |
|------------------------------------|--|
| Objetivo de Eje estratégico | Se busca difundir el patrimonio natural y cultural para posibles turistas y visitantes. |
| Actividades | <ul style="list-style-type: none"> • Feria de turismo • Fam trip |

Actividad N°1

| | |
|------------------------------------|--|
| Nombre de la actividad | Fam Trip |
| Descripción de la actividad | El Fam trip o viaje de familiarización, se realizará tanto con medios de comunicación estratégicos como con tour operadores y agencias de viaje de Valparaíso y Santiago. Este viaje de familiarización recorrerá lo mejor de los destinos de cada localidad pero demostrando la zona rural como un solo destino. Este paquete será creado por la misma asociación de emprendedores. |
| Duración | 6 meses |
| Lugar | Quebrada Escobares, Lo Hidalgo y El Patagual |
| Responsable de Actividad | Guillermo Barra Arancibia |
| Indicadores de objetivos | Cantidad de participantes en los Fam trip y de acciones que éstos realizan para difundir las localidades como destino de turismo rural |

Actividad N°2

| | |
|------------------------------------|--|
| Nombre de la actividad | Participación en ferias de turismo |
| Descripción de la actividad | Se busca participar en las ferias de turismo realizadas en la región como en Santiago, y así difundir los atractivos y servicios del territorio rural de Villa Alemana. En estas irán representantes de emprendedores como personal municipal del área. |
| Duración | Se pretende participar en al menos 2 ferias de turismo |
| Lugar | Santiago y Valparaíso |
| Responsable de Actividad | Guillermo Barra Arancibia |
| Indicadores de objetivos | Cantidad de ferias que se logre participar |

Es necesario tener en cuenta que todas estas actividades requieren de financiamiento para realizarlas.

En Chile existen diversas fuentes de financiamiento gubernamental, para la actividad turística y cultural, Tales como:

- Programa de fortalecimiento de la identidad regional.
- Programa de infraestructura rural para el desarrollo territorial.
- FOSIS.
- CORFO.
- SERNATUR.
- I. Municipalidad de Villa Alemana.

APRECIACIONES

Este proyecto de título “Turismo Rural en la Comuna de Villa Alemana” surgió por el interés personal, profesional y por las ganas de hacer algo en beneficio de la comunidad villalemanina en el ámbito turístico y cultural. Al comenzar el proyecto se visualizó la carencia de un diagnóstico respecto al turismo rural en Villa Alemana, por lo que, la prioridad fue investigar y descubrir si las localidades contaban con un Plan de gestión o un eje estratégico que guíe el aspecto turístico rural. Por otro lado se descubrió que no existe un catastro de servicios y atractivos, señalética turística, difusión del patrimonio natural y cultural.

La propuesta generada está compuesta en 4 ejes estratégicos, las cuales son: sensibilizar; para que los actores relevantes comprendan que el turismo rural en Villa Alemana es importante, que está surgiendo y necesita el apoyo de todos para que se desarrolle de manera más óptima. Asociatividad; para que todos los actores trabajen en conjunto por un objetivo común, ya sea entre los emprendedores, localidades y estos último con el municipio y organizaciones gubernamentales, que la comunidad villalemanina conozca y disfrute del patrimonio natural y cultural de la zona rural. Y por último difundir; para que las localidades sean conocidas y visitadas por turistas y visitantes. Generando así mayores ingresos para la comuna. Cada una de ellas con un objetivo estratégico y actividades para lograr aquellos objetivos. Estos lineamientos u ejes podrían servir de base para futuras gestiones tales como un PLADETUR o ser consideradas en el próximo PLADECO 2016-2020.

En un futuro será ideal realizar proyectos concretos que vayan en directa relación con lo expuesto anteriormente en los ejes estratégicos y que la Municipalidad de Villa Alemana considere al turismo rural como un eje estratégico de desarrollo de la comuna.

BIBLOGRAFÍA

Albuquerque, C., 2001. *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina*. Santiago de Chile: s.n.

Asociación Chilena de Empresas de Turismo (ACHET), 2011. *Desarrollo y comercialización de productos turísticos..* s.l.:s.n.

Botto, N., 2015. *Lineamientos estrategicos Unidad de Patrimonio*. Villa Alemana: s.n.

Capece, G., 2011. Diseño y Gestión de los productos turísticos. El Rol de los mediadores culturales.. En: Buenos Aires, Argentina: s.n., pp. 174-259.

Centro Cultural Gabriela Mistral, 2013. *Plan de Gestion Cultural*, Villa Alemana: s.n.

CNCA, s.f. *Consejo de la cultura*. [En línea]

Available at: <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>

ECLAC CEPAL, 2001. *CEPAL*. [En línea]

Available at: <http://repositorio.cepal.org/handle/11362/4503>

Heriberto ulises Muñoz Acuña, M. E. R. C., 2001. *Cuando Todo Era Un Vergel*. Villa Alemana: s.n.

I. Municipalidad de Villa Alemana, s.f. *PLADECO 2010-2014*, Villa Alemana: s.n.

INDAP, s.f. s.l.: s.n.

Molano, 2007. Identidad cultural un concepto que evoluciona.. *Revista Opera* , pp. 69-84.

Organización Mundial del Turismo (OMT), s.f. *unwto.org*. [En línea]

Available at: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
[Último acceso: 14 Octubre 2014].

SERNATUR, 2008. *SERNATUR*. [En línea]

Available at: <http://www.sernatur.cl/documentos/?did=74>

The international ecotourism society, s.f. *TIES*. [En línea]

Available at: <http://www.ecotourism.org/site/c>

UNESCO, 2001. *UNESCO.ORG*. [En línea]

Available at: <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>