



Universidad de Valparaíso

Facultad de Arquitectura

Carrera Gestión en Turismo y Cultura

Título del Proyecto:

“Aplicación del Modelo de Gestión de Destino Turístico a la comuna de Petorca. (Basado en modelo SERNATUR)”

Proyecto de Título para optar al grado de Licenciado en Turismo y Cultura
y al título de Administrador Turístico Cultural

Alumna

Anita Olegaria Prado Fernández

Profesor Guía

Alan Muñoz Bascuñán

Año 2011

“Al fin y al cabo somos lo que hacemos para cambiar lo que somos”

Eduardo Galeano

AGRADECIMIENTOS

El gran esfuerzo y optimismo dedicado en todos estos años de estudio, son el gran fruto de la gente que creyó en mí, apoyándome en todo sentido día a día, con pequeñas y grandes cosas que me hacían seguir presente en la lucha por alcanzar el final del camino.

Los agradecimientos están dirigidos a esas personas que hicieron posible que finalizaré este trabajo, me acompañaron, iluminaron mi vida, y hoy aún siguen luchando a mi lado.

Agradecimientos infinitos para ti tía Cruz, que siempre creíste en mí, me diste la confianza y la fuerza para creer que yo SI podía salir adelante y lograr este sueño. Me tendiste la mano cuando más lo necesitaba, gracias por su ayuda y sus consejos porque eso nunca se olvida.

Gracias a ti Ñunguito, por tu apoyo constante, por tu motivación, por creer siempre en mí y en que este largo camino tendría buenos resultados.

A mis queridos Padres que como pudieron me brindaron su apoyo y creyeron en mí, me dieron la posibilidad de equivocarme y aprender de mis errores, errores de los que hoy estoy agradecida.

A mi tía Graciela que con sus pequeños detalles cotidianos me sacaba eternas sonrisas, siempre me brindo su ayuda.

A mis primas Natalia y Tamara que me incluyeron como una más en su familia, dándome el cariño y el calor de hermanas que me hacía falta, gracias por sacarme de apuros y compartir conmigo sus alegrías y penas.

Gracias a mis amigas; con las que compartí tantos momentos gratos en estos 5 años, de todas guardo una enseñanza especial que sé me servirán en el futuro.

Gracias a las personas que formaron parte de mi vida, y a las que hoy están presentes en cada momento, Daniela, Carmen, Kriss y César.

Gracias a mi profesor guía que me oriento, cuándo no veía la luz, esto es en gran parte fruto de su ayuda y comprensión. Esta es mi forma de compensarles todo lo que han hecho por mí, gracias por avanzar conmigo en este proyecto, por ayudarme alcanzar mis objetivos y por vivir conmigo esta experiencia universitaria que tanto soñé, a todos LOS AMO *:*.

ÍNDICE

RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	x
CAPÍTULO I Presentación del Proyecto	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
1.6 Orientación a la lectura del Proyecto	2
CAPITULO II Marco Teórico	4
2.1 Turismo	4
2.1.1. Definición de Turista.....	5
2.1.2. Definición de Oferta Turística	5
2.1.3. Definición de Demanda Turística	5
2.1.4. Definición de Planta Turística.....	5
2.1.5. Definición de Producto Turístico	6
2.1.6. Definición de Atractivo Turístico	6
2.1.7. Definición de Servicio Turístico	6
2.1.8. Definición de Infraestructura	6
2.1.9. Definición de Comunidad Local	6
2.1.10. Definición de Percepción imagen-emoción	6
2.1.11. Definición de Tipos de Turismo	6
2.2 La municipalidad como agente de desarrollo turístico	7
2.2.1. Liderazgo Municipal	8
2.2.2. Planificación para un desarrollo turístico sostenible.....	10
2.2.3. Integración de los municipios y su relación con áreas turísticas	11
2.3 Impactos Generados por la actividad turística a nivel local	12
2.3.1. Principales impactos económicos del turismo	13
2.3.2. Principales impactos socioculturales del turismo	20
2.3.3. Principales impactos ambientales del turismo	24
2.4 Modelo de gestión Integral de destino turístico SERNATUR	28
2.4.1. Etapas de Evolución de los destinos Turísticos	29
2.4.2. Por qué gestionar el destino a través de un modelo	30
2.4.3. Principales atributos de un modelo de Gestión Integral destino turístico.....	31
2.4.4. Estructura Funcional del Modelo de destino Integral de destino Turístico.....	32

2.4.5. Variables estratégicas del Modelo y de la Organización para la sustentabilidad del destino	33
2.4.6. Escenario para la aplicación de un modelo de gestión de destinos desde la perspectiva del sector público en Chile	39
2.4.7. Experiencias de la Implementación del Modelo de Gestión de Destino.....	41
2.4.8. Conclusiones del Modelo de Gestión de Destino en Chile	47
CAPITULO III Marco Referencial.....	50
3.1 Ley de Turismo	51
3.2 Estrategia de desarrollo Regional.....	54
3.2.1. Principios Orientadores del Desarrollo Regional.....	55
3.2.2. Compromiso de la Estrategia Regional con el Turismo.....	58
3.2.3. Compromiso de la Estrategia Regional con la Cultura	60
3.3 Estrategia Nacional de Turismo	62
3.3.1. Estrategia de Productos y servicios SERNATUR.....	63
3.3.2. Matriz de Productos y Motivadores 2010 Región de Valparaíso	67
3.4 Petorca Municipio Turístico	72
3.4.1. Estructura Municipal.....	72
3.4.2. Organización de Sistema Municipal	75
3.4.3. Instrumentos de Planificación de la Comuna.....	76
CAPITULO IV Comuna de Petorca	81
4.1 Ubicación	81
4.2 Historia	82
4.3 Aspectos Demográficos y Administrativos.....	186
4.3.1. Antecedentes geográficos	86
4.3.2. Superficie	86
4.3.3. Límites	86
4.3.4. Características físicas.....	86
4.3.5. Vías de Acceso.....	87
4.4 Antecedentes Demográficos	87
4.4.1. Sistema de Centros Poblado y su distribución Territorial	87
4.4.2. Población.....	89
4.4.3. Tasa de Crecimiento	91
4.4.4. Población comunal por área y sexo.....	91
4.4.5. Estructura por edades	92

4.5 Antecedentes Económicos	93
4.5.1. Caracterización socio-económica (ingreso y pobreza)	95
4.5.2. Empleo	96
4.5.3. Vivienda y hacinamiento	96
CAPITULO V. Modelo de Gestión de destino Turístico Comuna de Petorca	97
5.1 El territorio del destino	97
5.1.1. Catastro de Recursos naturales y culturales posibles de integrar a la oferta.....	97
5.1.2. Estado de conservación del medio ambiente.....	100
5.1.3. Calidad y estado de conservación de los atractivos turísticos naturales y culturales.....	103
5.1.4. Características de los eventos turísticos que se realizan en el territorio del destino.....	104
5.1.5. Calidad y estado del equipamiento y de las instalaciones turísticas	110
5.1.6. Cobertura y calidad de la infraestructura de conectividad y de los servicios básicos	111
5.1.7. Cobertura y calidad de los servicios de transporte internos en el destino	117
5.2 Los actores del destino.....	121
5.2.1. Grado de asociatividad existente. Entorno a los actores locales	123
5.2.2. Catastro del Nivel de capacitación de los recursos humanos que trabajen en el sector turismo.....	123
5.2.3. Grado de involucramiento de las autoridades locales en el turismo.....	124
5.2.4. Catastro de Existencia y cumplimiento de instrumentos de planificación que afecten al turismo	125
5.2.5. Técnicas de marketing y de comercialización de productos turísticos.....	126
5.2.6. Monto del presupuesto público destinado a turismo.....	130
5.2.7. Conciencia turística de los habitantes locales no involucrados en la actividad	130
5.2.8. Perfil y comportamiento de los actuales visitantes del destino.....	134
5.2.9. Pertenencia de la comunidad al destino	147
5.2.10. Involucramiento de la población local en proyectos turísticos	149
5.2.11. Percepción y grado de satisfacción de la comunidad con el turismo.....	150
5.3. Creación de la Organización de Gestión del Destino.....	151
5.3.1. Objetivo general.....	151
5.3.2. Indicador de Impacto	151
5.3.3. Fundamentación	152
5.3.4. Gobernanza para la gestión del destino.....	152
5.3.5. Ubicación de trabajo de la Mesa de Organización de Destino.....	152
5.3.6. Fuentes de Financiamiento.....	152
5.3.7. Organigrama de Mesa de Turismo.....	153

CAPITULOVI Diagnóstico	154
6.1 Análisis FODA.....	154
6.1.1 Fortalezas	154
6.1.2 Debilidades	154
6.1.3 Amenazas.....	155
6.1.4 Oportunidades.....	156
6.1.5 Potencialidades	157
6.1.6 Desafíos.....	158
6.1.7 Potencialidades	159
6.1.8 Limitaciones.....	159
6.2 Limitaciones relevantes reconocidos en el Diagnostico	160
6.2.1 Aspectos medioambientales y de paisaje	160
6.2.2 Aspectos de Gestión.....	161
6.2.3 Aspecto Económico	162
6.2.4 Aspectos Socioculturales	162
CAPITULO VII Plan estratégico para el destino turístico	164
7.1 Tabla de Objetivo.....	165
7.2 Eje Estratégico Gestión	166
7.3 Eje Estratégico Productos	170
7.4 Eje Estratégico Mercado	175
7.5 Eje Estratégico Territorio	178
7.6 Principales Fuentes de Financiamiento.....	179
Imágenes de la Comuna de Petorca.....	181
Conclusiones	184
Propuestas de Futura Investigaciones o Proyectos	185
Bibliografía	186
Anexos y apéndices	187

RESUMEN

El sostenible crecimiento del turismo a nivel mundial y nacional ha aumentado la competencia y ha hecho necesario que los territorios ya no sólo necesiten atractivos y servicios turísticos, sino que estos sean entendidos y gestionados como productos turísticos integrales capaces de hacer frente y competir ya sea en el mercado nacional o regional.

El modelo integral de destino turístico pretende apoyar la articulación público-privada a nivel local, para aumentar la sustentabilidad ambiental y económica de los territorios turísticos, de Chile. Ayudando así a planificar el desarrollo turístico comunal, siendo esta, una herramienta base, que de orientaciones a los personeros públicos y privados de un determinado territorio ligados al turismo, permitiéndoles alinear sus esfuerzos en común.

Es por esto que la propuesta del modelo responde a tres aspectos relevantes: *No todo territorio nacional tiene el mismo potencial turístico; la Calidad del destino, depende de la eficiente articulación de los servicios que lo conforman y por último que La sustentabilidad del destino es un factor para la competitividad.*

En territorios pequeños de escasos recursos, economías monopolizadas, escasos de recurso humano capacitado, pero con un enorme potencial turístico y cultural, como es el escenario actual de la comuna de Petorca. Este proyecto pretende ser una base para la pronta generación de estrategias y toma de decisiones, siendo una guía técnica para quienes enfrentan o puedan enfrentar la planificación turística local.

El proyecto además permite ser un elemento orientador, en relación; a la percepción de los habitantes de la comuna con la actividad turística, identificador de las características del escenario actual y sentar las bases que permitan competir en el mercado turístico regional.

Keywords: Destino Turístico, Planificación, Organización, Desarrollo Turístico Comunal.

ABSTRACT

The continuous national and worldwide evolution of tourism, has increased the competition and has made necessary for the territories not only the necessity of tourist attractions and services, but also that these are understood and managed as integrated tourist products, able to compete in national and international levels.

The integrated model of tourist destination aims to support the public-private articulation in a local level, in order to increase economic and environmental sustainability of tourist areas in Chile. Helping with this to the planning of the community tourism development, being this a key tool that gives orientation to public and private entities of a particular tourist area, allowing them to align their common efforts.

This is why the proposed model addresses has three important aspects: Not every national area has the same tourist potential: The quality of the destination depends on the efficient coordination of the services that conform it. And finally, that the sustainability of the destination is a key factor for its competitiveness.

In small areas with fewer resources, monopolized economies, shortage of trained human resources, but with a great tourist and cultural potential, as is the current scenario in the district of Petorca. This project aims to be a basis for the early generation of strategies and decision-making, being a technical guide to those who face or may face local tourism planning.

This project also can be a guiding element, in relation to the perception of the inhabitants of Petorca about tourism, as an identifying element of the features of the current scenario and lay the foundations to compete in the regional tourism market.

Key words: Tourist destination, Planning, Organization, Community Tourism Development.

INTRODUCCIÓN

El Modelo de Gestión de destino Turístico, es la base en que se sustenta este proyecto, debido a la utilidad, facilidad y campos de acción estratégicas para ser utilizados, en comunas con escasos recursos mal gestionados pero, posibles de ser aprovechado de ahí su aplicación a la comuna de Petorca.

La comuna de Petorca es una extensa área ubicada en el sector cordillerano norte de la región de Valparaíso, se caracterizó por su actividad minera en el pasado y hoy por la actividad agrícola. Es una de las comunas con mayor pobreza a nivel regional, sin embargo, posee características y recursos propios de una comuna rica en patrimonio, costumbres, belleza natural, sin desarrollo y mal gestionada.

Las características propias de la comuna, sumado el desarrollo de la actividad turística a nivel nacional y regional, propician en desarrollo de nuevos nichos de mercados posibles de ser utilizados y gestionados, para disminuir la demanda estacional y ayudar a mejorar la actividad económica del territorio.

Es por eso que se elige la comuna de Petorca, para servir como territorio posible de ser orientado en la actividad turística, ya que no posee intervenciones de mayor envergadura en esta actividad. Permitiendo hacer un plan piloto en relación al modelo de gestión de destino turístico fortaleciendo el destino a través de las instancias de gobernanza, líneas estratégicas y planes estratégicos que permitan mejorar resultados económicos en el corto, mediano y largo plazo.

El siguiente proyecto muestra paso a paso la aplicación de modelo de destino turístico a la comuna de Petorca, según sus necesidades, sus recursos y las potencialidades del entorno.

CAPÍTULO I Presentación del Proyecto

1.1.- Presentación del tema

La creación de una acción concreta para enfrentar la gestión Territorial de la Comuna de Petorca. En el marco de coordinación de la producción de servicios Turísticos y Culturales, el Consumo dado por la demanda, y sus estructuras formales. Es así como nace el nombre del siguiente proyecto de Título llamado: “Diseño de un Modelo de Gestión de Destino Turístico SERNATUR, aplicado a la comuna de Petorca”.

1.2.- Justificación y motivación

Dado que existen múltiples atractivos turísticos y culturales en la comuna de Petorca, y también la falta de recursos y experiencia a nivel comunal por desarrollar la actividad turística, es que se ha decidido enfrentar y desarrollar el diseño de modelo de destino turístico para la comuna. Motivada por dar valor en el futuro, a los diferentes atractivos turísticos y culturales comunales, además de ser una base para los siguientes requerimientos formales de las instituciones tanto públicas como privadas, posibilitando el desarrollo de la actividad turística.

1.3.- Objetivo General del proyecto de título

Desarrollo de un modelo de Gestión de destino Turístico para la comuna de Petorca que pretende gestionar y administrar la comuna de Petorca como un destino turístico coordinado en la estrategia común de los diferentes agentes involucrados.

1.4.- Objetivos Específicos

- Desarrollar el Turismo como otra forma de sustento económico para la comuna.
- Poner en Valor los diversos atractivos turísticos y culturales.
- Proteger el Patrimonio turístico y Cultural de la comuna
- Destino turístico sustentable.

1.5.- Metodología utilizada

Para poder realizar el diseño de una estrategia es necesario realizar una investigación, estudio, análisis del sector, desde ahí se ha diseñado la siguiente metodología:

- Revisión y toma de información de las estrategias del sector regional. A través de la estrategia de desarrollo Regional de Valparaíso 2001- 2010.
- Revisión y toma de información de la estrategias de productos y servicios de SERNATUR región de Valparaíso. Obtenida a través del sitio web; www.sernatur.cl y de entrevistas con el director Milos Miskovic.
- Diagnostico de la Comuna de Petorca. A través de revisión de documentación, entrevistas con personeros políticos, privados y personas de la localidad en general.
- Elaboración de entrevistas de personas claves en la comuna
- Trabajo de Campo.

1.6.- Orientación a la lectura del proyecto

El diseño del proyecto está orientado principalmente a un ordenamiento de la actividad Turística de la comuna de Petorca, por lo tanto los capítulos del proyecto están orientados a esa organización. Por lo tanto, el proyecto cuenta con seis capítulos que se detallaran a continuación.

El capítulo I trata de la orientación del proyecto, la ubicación dónde éste se ejecuta, especificando los objetivos específicos y generales además de la metodología utilizada.

El capítulo II muestra el marco teórico del proyecto, la información cuantitativa en la que se sustenta el proyecto. Respaldado básicamente en la estrategia de Desarrollo regional, en el modelo de destino turístico SERNATUR y finalmente en la Comuna de Petorca, Además es posible encontrar el vocabulario necesario para la lectura del proyecto.

El capítulo III muestra el marco referencial, los elementos que afectan en los objetivos del Modelo de Destino Turístico, tanto de forma directa como indirecta, a través de su definición y contexto.

El capítulo IV presenta a la comuna de Petorca presentando los antecedentes generales comunales, así mismo hace descripción de los principales antecedentes geográficos, demográficos y de la historia Comunal, necesarios de ser conocidos para el desarrollo del proyecto.

El Capítulo V se presenta desarrollado la aplicación el proyecto el modelo de gestión de destino turístico de la Comuna de Petorca, donde es posible encontrar el inventario de los recursos turísticos, conocer acerca de la situación medioambiental comunal, la situación de las entidades públicas, privadas y de la sociedad comunal respecto al turismo, finalmente se muestra el sistema institucional que debe tener la comuna para el optimo desarrollo del turismo.

El capítulo VI es un diagnostico realizado a través de un análisis FODA para identificar los pasos necesarios para llegar a la imagen objetivo que se desea para la comuna.

Finalmente el capítulo VII, plan estratégico y se detalla los mecanismos y tareas a ejecutar para conseguir que la comuna de Petorca logre ser un destino turístico.

2.1 El Turismo

La palabra turismo tiene diversas acepciones, dependiendo de los puntos de vistas que se le mire. Una de las definiciones mundialmente conocida, dice *“El turismo comprende conjuntamente el desplazamiento y las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias, así como las relaciones que surgen en ellos; en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año y mínimo de 24 horas (pernoctando en el destino); principalmente con fines de ocio, por negocios y otros”*.¹

Desde el punto de vista de demanda, La secretaría regional del turismo español, señala que el turismo es *“Desplazamientos a un lugar distinto del de la residencia habitual, con el propósito de gozar de una experiencia placentera de carácter vacacional o lúdico”*.² Dejando en claro que la actividad turística es la búsqueda de experiencia por parte de la demanda.

Finalmente, tenemos el punto de vista de la oferta, en donde la secretaría regional del turismo español, menciona que el turismo es *“Conjunto de servicios ofertados por múltiples agentes en un determinado espacio turístico (destino) para satisfacer determinadas experiencias”*.³ Es precisamente esta visión del turismo que se asemeja, mayoritariamente con el principio del proyecto, siendo el espacio turístico como destino turístico.

En este proyecto se hace necesaria la forma de entender al turismo como un sector amplio de servicios, dónde debe entenderse como una red de actividades turísticas: A continuación se presentan los elementos y componente del sistema turístico⁴

- Áreas emisoras de potenciales turistas y el turista mismo.
- La trama de relaciones y las formas de interacción entre anfitriones y turistas. Los servicios y dispositivos creados para canalizar y promover el funcionamiento de la actividad turística
- Los efectos o impactos de dicha actividad y de los agentes anteriores, sobre el entorno y la vida de las poblaciones de destino.

¹ 1991 la Organización Mundial del Turismo

² Modelo de Gestión Turístico local: Principios y Prácticas, editada por la Federación Española de Municipios y Provincias.

³ Modelo de Gestión Turístico local: Principios y Prácticas, editada por la Federación Española de Municipios y Provincias

⁴ Turismo y gestión del territorio pag,34 de Fernando Ros Galiana , diciembre 2005, José Ramón I. Alba y Elena Val Moreno

El turismo influye en el entorno físico, económico y sociocultural donde éste se desarrolla. Por lo que es de real importancia aclarar que este proyecto se enmarca en un espacio rural. Entendiéndose turismo rural según por La Comisión de las Comunidades Europeas (1990) como la realización de actividades turísticas implantadas en el medio rural., o como lo señala Bermejo (1993) definiéndolo como la prestación de servicios turísticos, por motivos vacacional y mediante precio, realizados en centros de acogida ubicados en el medio rural-natural.

Al hablar a grandes rasgos del turismo nos podemos encontrar con “Turismo de masas”, que como bien aparece en el libro de Vera (1997) el turismo es “*Una práctica social de naturaleza espacial*”⁵.

Pero para el entendimiento de concepto turismo encontramos la definición otorgada por la misma OMT (Organización mundial del Turismo) la cual plantea lo siguiente: “*el turismo comprende las actividades que hacen las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos*”⁶,

El turismo depende de una serie de factores que componen su desarrollo, y rigen el mercado turístico, encontrándonos con términos tales como⁷:

2.1.1 Turista: Visitante que pernocta. Persona que realiza un viaje fuera de su entorno habitual y que pernocta en el lugar visitado. Dicho viaje se realiza por cualquier motivo diferente al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.

2.1.2 Oferta turística: Corresponde al conjunto integrado por tres componentes básicos, a saber: atractivos turísticos, planta turística e infraestructura, los cuales pueden ser puestos en el mercado mediante procesos de gestión, desarrollados por los empresarios turísticos, por las propias municipalidades y por otros actores.

2.1.3 Demanda turística: Presencia de una demanda turística. Al menos de nivel regional, que justifique la creación de servicios turísticos.

⁵ Vera, J.F. López Palomeque, F. Marchenna, M.J. Anton, S. 1997. P-401. “*Análisis territorial del turismo*”

⁶ Definición dada para Turismo por la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas.

⁷ Definiciones dada por el Servicio Nacional de Turismo – Glosario de términos técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile 2008 (Versión 1), Página N° 10

2.1.4 Planta turística: Corresponde al subsistema integrado por el equipamiento (alojamiento, alimentación, esparcimiento y servicios turísticos) y las instalaciones turísticas.

2.1.5 Producto turístico: Se define como el conjunto de atributos físicos y psicológicos (tangibles e intangibles) que el consumidor considera que tiene un determinado bien o servicio para satisfacer sus deseos o necesidades (Iglesias, 1995:149)

Es la suma de componentes tangibles e intangibles, que incluye los bienes, recursos, infraestructuras, equipamientos, servicios, ingeniería de gestión, imagen de marca y precio que el turista percibe (ESADE, 1996).

Se puede sintetizar como la combinación de tres elementos básicos: los atractivos (naturales, culturales y eventos), las facilidades (alojamiento, alimentación, recreación y otros servicios) y accesibilidad (infraestructura de transporte) (Acerenza, 1982).

2.1.6 Atractivo turístico: Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico (OEA, 1978). Estos pueden ser atractivos naturales o culturales.

2.1.7 Servicios turísticos: Son todos los servicios que el turista requiere y consume mientras está de viaje, como el alojamiento, alimentación, transporte, agencias de viajes, etc.

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

2.1.9 Comunidad local (los habitantes, costumbres y tradiciones): El producto turístico debe incluir a los residentes, ya que son ellos los que ponen la diferencia principal entre un lugar y otro. En definitiva es el sello que hace que un lugar sea agradable y único para visitar, es lo que lo hace diferente.

2.1.10 Percepción – Imagen – Emoción (Sensación): Independiente de las características que posea un destino concreto, no todos los turistas que lo visitan van a percibirlo de igual forma, ya que cada uno construirá su propia imagen del destino.

2.1.11 Tipos de Turismo: Existen distintos tipos de turismo de acuerdo a las características y motivaciones que impulsan a las personas a realizar desplazamientos turísticos, aunque un mismo viaje puede suponer dos o más tipos de motivaciones.

Existen perfiles de los segmentos de mercados seleccionados por la OMT como los más importantes y dinámicos donde encontramos: agroturismo, ecoturismo, turismo aventura, turismo de cruceros, turismo cultural, turismo de carretera, turismo de descanso, turismo de ferrocarril, turismo de intereses especiales, turismo de naturaleza, turismo de negocios, congresos y seminarios, turismo de placer, turismo de playa, turismo deportivo, turismo de salud, turismo de pueblos, turismo de río o canal, turismo científico, turismo rural, turismo urbano, turismo religioso entre otros.

2.2 La municipalidad como agente de Desarrollo turístico⁸

Chile presenta un variado potencial de atractivos turísticos para sus habitantes y para los visitantes internacionales. En este sentido, desde el extremo norte hasta la Antártica pueden encontrarse lugares cuya diversidad le asegura al país una posición privilegiada en cuanto a su potencialidad de recursos, así también se puede llevar este ámbito de diversidad de diferenciación a las diversas regiones del país que también se diferencian por tener atractivos y recursos según posición territorial. Lo que hace de vital importancia incluir al municipio en el desarrollo y gestión territorial de esta actividad.

¿Por qué debemos considerar a la municipalidad y por lo tanto las decisiones de sus autoridades como agentes claves en el desarrollo turístico?

Por que debido a las características de la actividad turística todas las decisiones que en materia de construcción de obras de infraestructura, mejoramiento de áreas verdes, ordenanzas de urbanismo, cambio de destino de una propiedad fiscal, etc., tendrán un efecto directo o indirecto sobre la condición de destino turístico de la comuna. En consecuencia, un aspecto importante que es necesario evaluar constantemente es **¿en qué grado el turismo puede contribuir a mejorar la calidad de vida en la comuna?** Al responder esta pregunta se debe considerar que en muchos casos, **el territorio comunal pasa a constituirse como tal en un producto turístico**, y es allí donde concurrirán los visitantes tras la búsqueda del descanso y la recreación.

⁸ Extraído del Manual de Procedimientos para la construcción de un Plan de Desarrollo Turístico Comunal, Versión preliminar, SERNATUR.

Por lo tanto ¿Cómo se puede apoyar la gestión de la municipalidad para conducir su proceso de desarrollo turístico? Sobre este punto cabe señalar que en muchas localidades, especialmente en las zonas rurales del país, se escucha de parte de las autoridades expresiones como las siguientes:

“Somos una comuna turística”

“El futuro de la comuna está en el turismo”

“Nuestra apuesta es por el turismo”

“No tenemos que envidiarle nada a otros países”

Se puede señalar que impulsar la actividad turística es una tarea que se asume a partir de las propias atribuciones de las autoridades locales, así como de otras funciones que tienen un impacto directo en el éxito o fracaso del lugar como destino vacacional.

En este contexto, el fomento de inversiones turísticas, más bien del área inmobiliaria, y la promoción de los atractivos turísticos, han pasado a constituirse en algunas de las principales tareas en que se han involucrado las municipalidades del país. De igual forma, han cumplido un importante papel apoyando al sector privado en sus iniciativas, proporcionando información básica y participando en los distintos eventos que se organizan para dar a conocer la oferta local.

Es necesario potenciar aún más el rol municipal en la planificación del turismo a nivel local, ya que muchas veces por razones como la insuficiencia del financiamiento disponible, por la carencia de recursos humanos calificados o incluso porque no se le asigna a la actividad turística la importancia que tiene como fuente de ingresos y bienestar para la comunidad residente, son causados por la falta de esta herramienta fundamental. Cada una de las comunas del país tiene un rol que asumir, de acuerdo al nivel de crecimiento que haya generado en estos años y aún sabiendo que la realidad es diferente en cada una de ellas si cuentan con el conocimiento y la voluntad política para planificar la gestión en el territorio, los resultados en un mediano plazo serán indescriptibles tanto para los habitantes de la comuna como para los visitantes.

No obstante, aún cuando se reconoce que se han realizado importantes esfuerzos en materia de fomento y promoción del turismo a nivel local, debemos reconocer que son muy pocos los lugares donde el municipio ejerce un liderazgo en la conducción del desarrollo turístico, sea por insuficiencia del financiamiento disponible, por la carencia de recursos humanos calificados o incluso porque no se le asigna a la actividad turística la importancia que tiene como fuente de ingresos y bienestar para la comunidad residente.

2.2.1 Liderazgo Municipal⁹

El entendimiento del municipio como espacio en el que se organiza, manejar percibe el producto turístico final remite de forma inequívoca a la necesidad de afianzar el liderazgo municipal en la gestión sostenible de este producto, en sus distintas fases y componentes. Con esta finalidad es imprescindible la adaptación del concepto de municipalidad a nuevos tiempos, superando un papel pasivo y meramente regulador de la actividad.

La tendencia descentralizadora y de reforzamiento municipal que se viene produciendo en los países de Latinoamérica contribuye a superar las limitaciones institucionales y facilita la consecución de una mayor libertad de gestión y autonomía desde el ámbito local, considerando la importancia de una relación más directa con los problemas locales. El rol de lo público ha cambiado y adquiere un protagonismo esencial de fomento de inversiones públicas y privadas en su territorio.

Se entiende así que el municipio no es un mero contenedor de las actividades, sino productor y dinamizador, agente que desarrolla y proyecta iniciativas de interrelación entre las diferentes administraciones, los empresarios locales y los operadores externos, a la vez que representa y coordina las iniciativas con la comunidad.

Es, por tanto, el entendimiento de nuevas formas en la gestión y de ideas diferentes que han de transmitirse en la forma de diseñar, ordenar y gestionar el producto de base local. Esto implica una redefinición del papel del municipio como lugar de formulación de propuestas desde dentro y de negociación sobre las propuestas externas, frente al papel pasivo y receptor y al despilfarro de oportunidades. Al mismo tiempo, la gestión desde dentro supone la identificación de la comunidad con los procesos a acometer, la concienciación sobre el valor de los propios recursos y la posibilidad de una correcta y apropiada explotación de las verdaderas oportunidades basadas en la singularidad y la diferenciación de los activos turísticos.

La cuestión es cómo estructurar la capacidad de actuación del sector público local. La aceptación del papel del turismo en el desarrollo local debería comenzar con la creación y puesta en marcha de un consejo municipal de Turismo, presidido por el Alcalde; en él deben integrarse, además del área correspondiente, todos los departamentos que se sienten implicados en la estrategia turística, especialmente aquellos con mayor incidencia.

⁹ Extraído de la página 57 de la Agenda para Planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal, Edición para América Latina y el Caribe, Organización Mundial del Turismo.

En determinados ámbitos, el despegue de la actividad turística impulsa a construir Comités Locales para canalizar estas mismas funciones, con una fuerte implicación de la comunidad local, actuando éstos de verdadero instrumento de concienciación sobre lo que supone el turismo en el desarrollo local y la necesidad de generar iniciativas desde dentro.

La estrategia consensuada para el desarrollo del turismo debe institucionalizarse además con la elaboración de un plan local, en el que se recojan los aspectos relativos a situación actual del turismo, potencialidades, análisis de debilidades y fortalezas, programas a impulsar, fuentes de financiación y coordinación con otros programas (estatales, regionales) y actuaciones de otros departamentos (planificación física e infraestructuras, entre otros) y de las diferentes administraciones sectoriales. Este documento ha de contener asimismo los mecanismos para evaluar el funcionamiento de los programas y su grado de ejecución, como medio para una gestión permanente y actualizada.

2.2.2 Planificación para un desarrollo turístico sostenible

La aplicación de un proceso de planificación de las actividades turísticas a nivel local, que asegure su sostenibilidad, constituye uno de los principales objetivos que la comunidad residente en una zona turística exigirá de sus autoridades, especialmente en un momento en que el territorio ha dejado de considerarse como un simple “depósito” del equipamiento y de las obras de infraestructura, para desempeñar un papel determinante que reconoce que el crecimiento, y más aún la posibilidad de lograr el desarrollo del turismo, depende directamente de la protección ambiental del entorno en que se desenvuelve la actividad.

Los espacios protegidos (parques y reservas nacionales, por ejemplo), las zonas litorales o de montaña, las áreas de producción agropecuaria y otras que han motivado la creación de nuevas alternativas para la recreación, presentan condiciones que pueden estimular o frenar las iniciativas de inversión turística. En este sentido, la experiencia indica que sólo una evaluación previa de las condiciones de acogida del territorio permitirá disponer de antecedentes apropiados para seleccionar el tipo de proyectos más compatible con las características del ecosistema local y para prever los impactos del ciclo del crecimiento de una zona turística (Butler, 1980; OMT, 1993; Rivas, 1994; APEC, 1996; OMT, 1998).

En general, la actividad turística en las regiones del país presenta características muy diferentes en cuanto a la concentración e intensidad de la demanda receptiva e interna. Es un hecho que la división geográfico administrativa no tiene mayor importancia para delimitar las zonas de mayor atractivo turístico; por lo tanto, es necesario identificar estas zonas más bien por sus recursos naturales o culturales o por el interés de practicar alguna actividad deportiva, por ejemplo.

Es posible asegurar que mientras mayor es la concentración de atractivos de un destino, más oportunidades existen para crear productos y en consecuencia, negocios turísticos.

El principio que sustenta este planteamiento es que en el mundo competitivo en que se desarrolla la actividad turística las posibilidades de éxito de cada comuna como áreas o lugares para recibir turistas dependen directamente de su planificación bajo un enfoque integral de destino.

Este aspecto tiene directa relación con crear una imagen muy clara acerca de lo que ofrece un lugar en muchos ámbitos: sus condiciones ambientales, la oferta de servicios, las actividades de entretenimiento, la cultura local, la conciencia turística de sus habitantes, la calidad de atención, el nivel de capacitación de los trabajadores de las empresas turísticas, la gastronomía local, el estado de los caminos de acceso, la información, entre otros factores.

Una tarea fundamental ha sido identificar las áreas turísticas prioritarias para – en conjunto con todos los actores que correspondan – establecer programas de trabajo coordinados y consensuados entre los municipios que integran territorios que integran un destino complementario. Este es el caso de zonas costeras o rurales que cuando el turista las recorre no distingue en sus límites administrativos, pero sí en su condición de producto turístico.

2.2.3 Integración de los municipios y su relación con áreas turísticas

Un proceso de planificación es necesario para todas las comunas, de ahí que la Ley N° 18.695 establece en el párrafo segundo que “corresponde a las municipalidades en el ámbito de su territorio, las siguientes funciones privativas; elaborar, aprobar y modificar el plan comunal de desarrollo cuya aplicación deberá armonizar con los planes nacionales y regionales” asimismo, en el artículo 4 señala que “las municipalidades en el ámbito de su territorio, podrán desarrollar directamente ó con otros órganos de la administración del Estado funciones relacionadas con turismo, deporte y recreación” (letra e).

Esto da el marco de referencia y reconocimiento necesario respecto de que la planificación es elemental para obtener resultados concretos acorde a los requerimientos propios y en este sentido el turismo no queda fuera del campo de acción de cada comuna. Por otro lado estimular el desarrollo turístico en el país constituye sin duda uno de los objetivos prioritarios del programa de trabajo de SERNATUR, de ellos da cuenta el Plan de Acción de Turismo 2006–2010 donde uno de los ejes que lo sustentan es trabajar en pro de que el Turismo sea prioridad nacional, objetivo que se logrará si todos los esfuerzos se logran establecer en cada región, provincia y comuna. Sin embargo, es elemental entender que el “desarrollo turístico” no es sólo pensar en que el destino sea visitado por más turistas o que se genere más empleo o que exista un aumento en el ingreso de divisas, ya que también existirá un desarrollo si se logra organizar y planificar el turismo en el territorio, aunando criterios y trabajando con la comunidad toda, principalmente porque de esta manera se pueden trabajar de manera sistemática y en pro de un turismo sostenible, alcanzando los objetivos propuestos en pro del crecimiento del turismo a nivel comunal..

Al observar la forma que adopta el territorio turístico queda en evidencia que la actividad se concentra en lugares y destinos específicos, los que adquieren la capacidad para concentrar ventajas competitivas. Un término que se está empleando con frecuencia para identificar este tipo de lugares es el de **“clúster” (agrupamientos)** que se refiere al conjunto de atractivos, equipamiento, servicios, etc., ubicados en una determinada zona geográfica.

Es importante entender en la práctica este concepto, porque aún cuando todas las regiones de Chile pueden hacer una apuesta importante por el desarrollo turístico, es necesario recalcar que no todo el territorio tendrá oportunidades de integrarse a la oferta turística, a menos que cuenten con las condiciones básicas necesarias para captar visitantes, cada día más exigentes e informados sobre las múltiples posibilidades de “turistear” en el mundo.

Chile ofrece actividades deportivas, circuitos temáticos, paisaje natural y atractivos culturales de jerarquía internacional, pero es preciso focalizar la asignación de recursos gubernamentales para el fomento productivo bajo un criterio que maximice las oportunidades de desarrollo de productos para el segmento del mercado al cual se espera captar, pero con profesionalismo y realismo.

Algunos lugares podrán aspirar a una demanda internacional selectiva otros serán ideales para el turismo interno más masivo. En cualquier caso, SERNATUR plantea que sólo una gestión integral a nivel local – en las comunas – con la participación de las instituciones públicas involucradas y con una gestión privada acorde a las actuales exigencias de los turistas, estaremos en condiciones de hacer de Chile un **destino turístico de excelencia para sus habitantes y para los visitantes internacionales.**

En este sentido, el territorio se transforma en el producto turístico, lo que determina un desafío ineludible para la gestión municipal de una zona turística, cuyas decisiones pueden estar marcadas por una interrogante clave.

Es así como contamos con herramientas de planificación y gestión municipal para el área del turismo en los cuales tenemos: El plan de desarrollo turístico comunal (PLADETUR) y El Modelo de gestión Integral de Destino Turístico

2.3 Impactos Generados por la actividad turística a nivel local

El turismo como actividad económica puede generar enormes beneficios para la comuna a condición de que éste se planifique y que, idealmente, su desarrollo no se produzca de manera explosiva. De esa manera tanto la población como el mercado y el medio ambiente tienen tiempo para ir adaptándose gradualmente a los cambios introducidos por el turismo e el sistema comunal.

Sin embargo, la actividad turística no es ni posible ni deseable en todas las comas y tampoco es una solución mágica a los problemas sociales y económicos. Más aun, un crecimiento espontaneo de la actividad turística podría ser un espejismo de bonanza económica que en el mediano plazo puede acarrear más problemas que beneficios a la comunidad local.

El turismo es sus aspectos económicos ha sido muy bien estudiado desde hace varias décadas. Perro recién hace 15 ó 20 años han recibido atención sus efectos sobre otros aspectos tales como la vida social y el medio ambiente. A continuación se describen los principales impactos económicos, sociales y ambientales que es necesario conocer cuando se planifica el desarrollo turístico comuna.

2.3.1. Principales impactos económicos del Turismo

1. Impactos Económicos Positivos

El gasto turístico se asocia al consumo realizado por los visitantes, en términos del valor de los bienes y servicios (alojamiento, alimentación, transporte, compras, etc.) utilizados durante su desplazamiento y su permanencia en el lugar de destino¹⁰.

No es fácil separar o identificar, dentro del gasto total realizado por el conjunto de las personas que se encuentran en un mismo momento en un país, región o comuna, lo que corresponde exclusivamente a gasto turístico. Por ejemplo, ¿cómo saber con plena exactitud qué parte de los viajes aéreos nacionales e internacionales son por motivos turísticos? O, ¿qué parte del consumo nacional o regional de bebidas corresponde a gastos turísticos? Pero sí se puede afirmar que el turismo es una importante actividad generadora y redistribuidora de recursos económicos.

Entre los impactos económicos positivos se destacan los siguientes:

a) El Turismo internacional transfiere divisas entre países

El Turismo receptor es un generador de divisas (usualmente dólares). El gasto que realizan los turistas extranjeros dentro de un país tiene los mismos efectos monetarios que una exportación de cualquier otro bien: cobre, manzanas, etc., en ambos casos se captan dólares u otra moneda extranjera, los que pasan a formar parte del dinero circulante de esa nación.

El turismo, por su parte, debe ser considerado como una importación, debido a que el gasto que hacen las personas que residen en el país cuando viajan al extranjero representa una salida de divisas hacia otros países, del mismo modo que cuando se adquiere algo producido en el extranjero, como petróleo, automóviles, etc.

Es evidente, entonces, que lo más conveniente para un país es que el gasto de los turistas que llegan a él sea superior al que producen sus habitantes cuando visitan países extranjeros.

¹⁰ Naciones Unidas, 1994.

b) El turismo interior tiene un rol de redistribución espacial de recursos económicos

El turismo interior, es decir aquel que realizan dentro del país, tanto las personas que residen de manera permanente en Chile como los extranjeros que nos visitan, tiene un importante rol de redistribución de dinero en el propio país. Cuando las personas que residen en la ciudad de Santiago se desplazan, por ejemplo, a San Pedro de Atacama con fines turísticos (u otros), a lo largo de la ruta y en su lugar de destino final demandan una serie de bienes- bencina, comestibles, artesanías, etc.- y servicios-hotel, transporte, entrada a atractivos turísticos, etc.-. Este consumo es pagado con dinero que han generado en su lugar de trabajo o de residencia habitual, por ejemplo, Santiago.

Este hecho es de suma importancia para las economías locales dado que ingresan recursos económicos externos al circuito económico comunal.

Las comunas poseen mayores atractivos que han sabido valorizarlos, captarán una parte más significativa del volumen total de dinero que los visitantes están dispuestos a gastar con fines turísticos.

El hecho de atraer un gran número de visitantes no asegura que la mayor parte de los recursos generados por el gasto turístico vaya en beneficio directo de los habitantes de la comuna, o que se reinviertan en el lugar cuyos atractivos turísticos motivaron las visitas.

Si en la comuna no existen suficientes personas con capacidad empresarial y/o los recursos financieros para hacerse cargo de la puesta en valor, administración y gestión de los atractivos turísticos existentes y/o de los servicios asociados, es muy probable que personas y/o empresas externas a la comuna lo hagan, produciéndose unas verdades “exportación de la riqueza”.

La presencia de inversionistas externos es importante en la generación de empleo e ingresos de capitales a la comuna. Sin embargo, mientras más inversionistas locales – pequeños, medianos y grandes – existan, mayor es la proporción de la riqueza generada por los recursos turísticos locales que probablemente se quedará y reinvertirá en la comuna.

¿Cómo evitar o disminuir la exportación de la riqueza hacia otras comunas?

Principalmente fomentando desde el municipio la capacidad emprendedora de los habitantes locales, por medio de cursos de capacitación (FOSIS, SENCE, SERCOTEC, por ejemplo), y orientándolos para la obtención de créditos que permitan financiar algunas inversiones iniciales.

Adicionalmente, es conveniente promover la asociatividad entre los pequeños y medianos empresarios locales con el propósito, entre otros, de realizar obras de beneficio común como la organización de cursos de capacitación, campañas publicitarias comunales, oficinas de información turística, contratación de expertos en turismo, y crear competitividad relativa frente a los grandes empresarios turísticos presentes en la comuna.

c) El Turismo ayuda a justificar el desarrollo de ciertas infraestructuras y servicios

En muchos casos los flujos de visitantes que recibe una localidad, aunque sea durante período del año, ayudan a justificar y a hacer más rentables algunos proyectos de inversión, por ejemplo, asfaltar caminos de acceso y calles, construcción o extensión de las redes deservicios básicos, instalación de teléfonos, etc. Estas mejoras, además de servir a los turistas durante su estadía en la comuna, favorecen durante todo el año a los residentes permanentes.

d) El turismo es una fuente generadora de empleos

Esta es una de las principales causas o argumentos con las cuales se puede despertar el interés de las autoridades políticas para que impulsen el desarrollo turístico comunal. Debido a su relevancia es importante desatacar lo siguiente:

El turismo es un importante creador de empleos, principalmente no calificados: maleteros, ascensoristas, aseadores, etc., y semi calificados –garzones, recepcionistas, choferes y otros. Esta última característica es clave en el caso de comunas rurales, las que por lo general carecen de mano de obra calificada.

Los empleos creados pueden ser calificados en:

- Empleos directos: Corresponden a las personas que trabajan en empresas de turismo tales como: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, tiendas de artesanía y recuerdos, en las que se desempeñan garzones, maestros de cocina, personal de gerencia y administrativo, vendedores, guías turísticos y otros.

Aunque no existen mediciones exactas, se estima que en términos generales en este sector un empleo directo genera tres empleos indirectos.

- Empleos indirectos: Corresponde a los empleados suplementarios generados en los sectores de actividad que abastecen o prestan servicios a las empresas turísticas. Entre ellos se encuentran los empleados suplementarios que los supermercados, envasadores de alimentos, empresas de transporte y otras, deben contratar para satisfacer el aumento de la demanda generada por los turistas.
- Empleos inducidos: Al crecer el empleo directo e indirecto, aumenta la cantidad de personas que cuentan con dinero y demandan más bienes y servicios, lo que obliga a incrementar la producción. Para ello en ocasiones es necesario contratar mano de obra suplementaria. Los puestos de trabajo así generados constituyen empleos inducidos.
- Empleos generados durante la construcción de infraestructura y equipamientos turísticos.

La construcción de hoteles, restaurantes, casas de veraneo, etc., producen empleos generalmente temporales, sin embargo en la fase de desarrollo turístico, una secuencia de construcciones puede mantener ocupad, por largo tiempo a un número a veces importante de trabajadores del rubro de la construcción.

¿Por qué es importante la calificación y la capacitación de los recursos humanos de la comuna?

Para que la población local se vea favorecida con la creación de empleos en su comuna es necesario que cuente con la calificación necesaria para ocuparlos. De otro modo, los puestos de trabajo mejor remunerados del sector turismo serán llenados por personas provenientes de otras comunas, las cuales no necesariamente fijarán sus residencia en ella

La experiencia muestra que en los grandes proyectos turísticos, la mayor parte de los cargos ejecutivos y administrativos de alto nivel son ocupados por personas externas a la comuna en donde el complejo se instala, en general debido a la falta de personal local calificado para sumirlos.

El municipio, en asociación con los empresarios turísticos comunales, puede organizar programas de capacitación en diferentes áreas de gestión: contabilidad, administración de personal, calidad de servicios, marketing... Sin olvidar que es necesario dimensionar correctamente las necesidades comunales de capacitación para no generar una sobreoferta, y consecuente cesantía, de trabajadores calificados que se vean obligados a migrar a otras comunas.

Capacitar 50 maestros de cocina, 159 garzones, 50 guías turísticos, 50 administradores hoteleros, etc., en una comuna pequeña, podría ser tanto o más perjudicial para ella como la inexistencia de personal capacitado.

En comunas grandes tanto desde el punto de vista demográfico como territorial y que además posean una clara vocación turística, sería deseable introducir en los programas de la educación media técnico-profesional algunas materias relacionadas con servicios turísticos.

2. Posibles Formas de crear empleo

- Aumentando los flujos turísticos

No existe una receta para la creación de empleos, sin embargo las acciones que se emprendan con el objeto de aumentar los flujos turísticos hacia la comuna tendrán directa o indirectamente un impacto en la creación de empleos. Por ejemplo, una compañía promocional consistente, acompañada de una buena calidad de los bienes y servicios entregados a los visitantes, debería producir, en el mediano y largo plazo, un aumento de las visitas a los atractivos que ofrece una comuna y consecuentemente, mayores necesidades de personas de distinto nivel.

- Incentivando la realización de proyectos turísticos

La puesta en marcha de nuevos proyectos turísticos –parques de atracciones, hoteles, complejos turísticos, conjuntos habitacionales-generará desde su etapa de construcción hasta su fase de operación una serie de empleos temporales y permanentes¹¹.

Para atraer a inversionistas que los financien es clave un buen Plan de desarrollo turístico Comunal, En él deben quedar medianamente claros los objetivos comunales en este tema, y las condiciones básicas de operación que se ofrecen, como posibilidad de compra de sitios urbanizados o urbanizables, vías de acceso expeditas, datos sobre la disponibilidad real de mano de obra, informaciones sobre los flujos turísticos actuales y potenciales, etc.

- Aumentando el valor agregado en el gasto turístico actual

Este aumento puede lograrse incentivando la venta de “paquetes turísticos organizados”, en los que se ofrece un servicio de calidad basado en el uso intensivo de recursos humanos: guías, choferes, coordinadores de grupo, secretarias, etc. Los turistas “no organizados” usualmente no utilizan la mayoría de estos servicios¹².

El turismo “organizado” tiene un importante beneficio adicional porque al existir mayor control, puede ser protector del medio ambiente que sustenta la actividad turística.

Promoviendo el turismo de negocios y congresos y de mercados más sofisticados.

El turismo de congresos tarea a personas que por lo general tiene un nivel cultural y/o económico superior al turista promedio. Además a menudo demanda servicios no habituales en otros tipos de turismo: secretarias, traductores, reses computacionales, servicios audiovisuales, espectáculos especiales, instalación de carpas stands, etc. (OEA, 1993:3-20).

- Aumentando el tiempo de estadía de los visitantes en la comuna

Por medio de una diversificación de la oferta de bienes y servicios, se puede “retener” al visitante por más días en la comuna y generar de esa forma más empleo. Para lograrlo es recomendable la asociación o simples acuerdos con comunas vecinas que cuentan con atractivos turísticos complementarios, con el propósito de promover circuitos intercomunales.

¹¹ OEA, 1993;3-20

¹² OEA, 1993;3-20

3. Impactos económicos negativos

Como es previsible, el turismo también puede tener impactos negativos, en especial cuando su desarrollo ha sido espontáneo, es decir no planificado.

Entre estos impactos negativos podemos destacar los siguientes:

a) Exportación de la riqueza

Aunque se ha insistido en este punto, lo retomamos en este contexto porque constituye una importante causa de impacto económico negativo.

Una primera forma de “exportación de riqueza” hacia otras comunas se produce cuando una localidad debe adquirir muchos bienes (alimentos, ropa, equipos de radio, equipos de computación, etc.) y servicios (personal calificado, organización de eventos, administración de los equipamientos turísticos, etc.) fuera de su territorio, para el normal desarrollo de la actividad turística. Pagar a empresas o personas de otras comunas para que satisfagan las necesidades del rubro significa que una parte quizás importante de los beneficios económicos “saldrán” de la comuna hacia otras bajo esta forma. Para evitar o disminuir la fuga de dinero hacia otras comunas es necesario incentivar la producción en la comuna de todos aquellos bienes y servicios que sea factible, generando empleo y disminuyendo, en parte la dependencia del exterior.

Tal como se ha señalado, otra forma de “exportación de riqueza” es la reinversión de beneficios en una comuna diferente de la que los produjo. Capacitar y fomentar el espíritu empresarial de los habitantes de la comuna aumentará la probabilidad de que la riqueza creada por estos sea reinvertida en la propia comuna o región.

b) Disminución de mano de obra

En algunas ocasiones el turismo puede crear problemas a otros sectores económicos al atraer demasiada mano de obra hacia sus actividades. Por ejemplo, la agricultura, para cuyas condiciones de trabajo son muy duras, puede experimentar escasez de mano de obra en un período de auge turístico.

c) Inflación estacional

A menudo los habitantes permanentes de las comunas turísticas se quejan de que la llegada masiva de visitantes genera alzas en los precios en los servicios y productos de consumo diario, igualmente se producen alzas significativas en el valor del suelo.

Estos problemas inflacionarios pueden reducirse bastante cuando el desarrollo del turismo se hace de manera gradual; de esa manera la economía local tiene más tiempo para ajustarse al nuevo desarrollo y la población local puede prepararse (capacitarse, crear una empresa, etc.) para participar de mejor forma de los beneficios del turismo.

La Organización Mundial de Turismo plantea que el desarrollo del turismo puede tener tanto impactos positivos como negativos sobre las prácticas sociales culturales de la comunidad donde éste se desarrolla. A continuación se presenta lo más importante.

2.3.2 Principales impactos socioculturales del turismo

1. Principales Beneficios socio-culturales del Turismo

El desarrollo del turismo bien planificado puede otorgar, entre otros, los siguientes beneficios:

a) Calidad de vida

Si se inscribe en una política con vocación redistributiva, el turismo puede ayudar a elevar el nivel de vida de las personas, además de colaborar en el financiamiento de las infraestructuras (pavimentación, electrificación, etc.) y servicios locales (telefonía y otros medios de comunicación, bancos, etc.).

Ejemplos: Pavimentación de caminos hacia algunos lagos- Todos Los Santos, Puyehue - del sur de Chile; apertura de la Carretera Longitudinal Austral, etc.

b) Promoción y conservación del patrimonio cultural

En muchos casos el interés de los turistas por conocer aspectos de la cultura local permite mantener o hace revivir algunas practicas que forman parte de la herencia cultural, Los ingresos económicos generados por el turismo permiten financiar la mantención o restauración de sitios históricos y/o arqueológicos, el funcionamiento de grupos de danzas típicas, y en general mantener vivas una serie de actividades artísticas, estilos de vida, ceremonias, formas económicas tradicionales, que de lo contrario podrían perderse por completo.

Ejemplos: La restauración de los fuertes de Niebla, Corral y Mancera; los poblados altiplánicos; los palafitos de Castro; la preparación de curantos en Chiloé; la artesanía en greda en Pomaire y en Quinchamalí, etc.

c) Creación y/o mantención de infraestructura

La afluencia de visitantes ayuda a mantener o crear equipamientos culturales tales como: teatros, museos, centros de exportaciones, etc., los que además de ser usados por turistas, sirven durante todo el año a los habitantes permanentes.

Ejemplos. Anfiteatro Arena Gruesa en Ancud; Museo de Arte Moderno de Chiloé (Castro); Quinta Vergara en Viña del Mar, etc.

d) Fortalecimiento de la identidad y cultura locales

El interés mostrado por los visitantes por ciertas manifestaciones culturales locales provocar en la población residente un sentimiento de orgullo y deseo de preservarlas. Esto es muy positivo, especialmente en culturas tradicionales que corren el riesgo de ser absorbidas o reemplazadas por prácticas tomadas de otras culturas más dinámicas pero no necesariamente mejores.

Ejemplos. La realización anual de un Festival de Cultura Mapuche, distintas manifestaciones folclóricas chilotas, rodeos; exposiciones gastronómicas regionales, etc.

e) Intercambio Cultural

El turismo favorece el intercambio cultural entre los turistas y la población residente, lo que permite un mejor conocimiento y respeto mutuo.

2. Principales Problemas Socio-Culturales Generados por el Turismo

A pesar de los beneficios que puede traer para una comuna o localidad el desarrollo del turismo, existe el riesgo de que surjan algunos problemas socio-culturales que pueden poner en cuestión el futuro de la actividad turística en la comuna, especialmente cuando dicho desarrollo ha sido espontaneo (no planificado).

Los posibles impactos socio culturales negativos del turismo se dan gradualmente a medida que la actividad se desarrolla. Y la aceptación a los visitantes por parte de la población local también varía según la intensidad alcanzada por la actividad turística en su territorio y el grado de participación que se tiene en ella. La actitud de los comerciantes y empresarios turísticos será siempre mucho mas favorable en relación con la llegada masiva de visitantes que la de los residentes locales que no se beneficia directamente con esos flujos.

Algunos de los impactos negativos son los siguientes:

a) Rechazo a la “invasión”

En las primeras etapas del desarrollo de la actividad, cuando aún el numero de visitantes es pequeño, su presencia generalmente es bien aceptada por la población local. Pero cuando la población flotante supera en una o más veces a la población local, surge, principalmente en las personas que no se benefician directamente con el turismo, sentimiento de rechazo hacia los visitantes de los cuales se dice que “invaden” “su” ciudad o pueblo y privan a los residentes –o al menos les dificultan- del acceso a los servicios, calle, comercio, restaurantes, etc.

Pensemos, por ejemplo, en la escasez de agua potable que, independiente de si el año es seco o no, deben sufrir los habitantes de muchas comunas litorales durante el verano a cauda de la llegada masiva de turistas.

b) Comercialización de valores culturales

Aunque algunos casos el interés demostrado por los turistas sirve para rescatar fortalecer antiguas tradiciones culturales, existe el riesgo de que con el fin comercial de “explotar al turistas”, se pierda la autenticidad de la música, ceremonias, artesanías, etc. Aprovechando el desconocimiento que éste tiene de las reales características de estas manifestaciones culturales, Es así como muchas tradiciones se transforman en meros espectáculos para los turistas.

Las “trtrucas” de plástico, las mismas artesanías “típicas de la zona” (con honrosas excepciones) vendidas desde Arica a Magallanes a las que sólo se les cambia el nombre de la localidad, los ponchos “artesanales” ecuatorianos o peruanos vendidos como chilenos, etc., son algunos ejemplos de esta degradación de prácticas culturales autóctonas.

Adicionalmente, el uso turístico intensivo no controlado de algunos atractivos culturales puede ser causa de graves alteraciones o deterioros. Los ejemplos son múltiples y ellos van desde escribir en los muros o rocas de los atractivos, hasta robar algunos elementos para llevarlos como recuerdo.

c) Pérdida o deterioro de la identidad cultural

El rico intercambio cultural que puede darse cuando los visitantes no superan en número a los habitantes locales, frecuentemente se transforma en confrontaciones culturales cuando la presencia de visitantes es masiva. Peor aún si ella ocurre en localidades rurales pobres, en las que los visitantes mayoritariamente urbanos y relativamente más ricos, imponen algunas de sus prácticas culturales y provocan, por una parte, un sentimiento de rechazo o resentimiento de parte de la población local, pero al mismo pueden generar un efecto “demostrativo”, especialmente entre los jóvenes, que los impulsa a adoptar algunos de los comportamientos y/o hábitos (música estridente, consumo de drogas, forma de vestir y hablar estandarizadas, etc.) de los visitantes, lo que atenta la riqueza de la diversidad cultural local.

d) Agravamiento de problemas sociales

El turismo, con sus flujos masivos de personas, puede profundizar en las comunas o localidades de destino problemas sociales tales como. La drogadicción, la prostitución, el alcoholismo, el vandalismo, la delincuencia, etc.

Basta leer los diarios o ver los noticieros de televisión para darse cuenta que en periodo de vacaciones en los balnearios este tipo de problemas sociales aumenta considerablemente. Es sabido que los delincuentes, traficantes, comerciantes sexuales, etc. “siguen” el desplazamiento de los consumidores.

3. La participación ciudadana como forma de prevenir los problemas socio-culturales

Igual que en el caso de los impactos económicos negativos, los problemas socio-económicos y culturales que pueden surgir a causa del turismo son evitables o reducibles cuando éste se desarrolla de manera gradual (no explosiva) y planificada. Esto permite a la comunidad adaptarse a los cambios, y que las personas se preparen para obtener los legítimos beneficios del desarrollo de la actividad turística comunal.

La participación ciudadana desde sus primeras etapas es fundamental para el éxito del desarrollo turístico en la comuna. Sólo de esta forma se podrán evitar o minimizar los problemas económicos, ambientales y socio-culturales que se generen. Los residentes deben percibir desde el inicio que a cambio de compartir el uso de su territorio con los turistas, recibirán compensaciones adecuadas. De otra manera, tendrán motivos para apoyar su desarrollo.

Especial importancia adquiere la formulación de un Plan Comunal de Desarrollo Turístico, en el que se plantee que todos los actores locales involucrados, directa e indirectamente, en la actividad turística deben participar de manera activa en su elaboración, conscientes de los beneficios y riesgos de desarrollar el turismo en la comuna.

2.3.3. Principales impactos ambientales del turismo

Existe una clara independencia entre turismo y medio ambiente. Por si parte, el último es el sustento para el desarrollo del primero, por otra, el desarrollo del turismo puede generar recursos para la mantención, mejoramiento y puesta en valor de los recursos del medio ambiente.

Ahora se hará mención de algunos de los principales impactos positivos y negativos del turismo sobre el medio ambiente.

1. Impactos ambientales positivos del turismo

El desarrollo de las actividades turísticas en diversas zonas del mundo ha generado un importante efecto para la conservación del ambiente natural y para la valoración del patrimonio histórico-cultural. Las áreas protegidas, parques y reservas nacionales, representan ecosistemas singulares que han recibido a través del turismo aportes significativos para su manejo.

Hoy se aprecia una clara tendencia de los viajeros por visitar sitios naturales, que requieren de una preocupación por mantener el equilibrio entre la magnitud del desarrollo turístico y la capacidad de acogida de los ecosistemas.

Por otra parte, la práctica del turismo ha permitido incorporar progresivamente a las comunidades locales a los beneficiarios económicos generados por las afluencias de visitantes, y en la medida que su crecimiento responde a condiciones de sustentabilidad, ha contribuido al logro de sustanciales mejoras en el medio ambiente.

Si el turismo está bien planificado, desarrollado y administrado puede generar algunos de los siguientes beneficios según la Organización Mundial de Turismo.

A continuación se presenta la siguiente tabla de de beneficios del turismo bien planificado según la organización Mundial de Turismo.

TABLA N° 1 Beneficios del Turismo Gestionado.

Impactos positivos del turismo en el medioambiente
<ul style="list-style-type: none">• Ayuda a justificar y financiar las inversiones que se hacen para proteger y conservar las áreas naturales y la vida salvaje.
<ul style="list-style-type: none">• Ayuda a justificar y financiar la preservación de sitios históricos y/o arqueológicos en tanto que atractivos turísticos.
<ul style="list-style-type: none">• Ayuda a mejorar la calidad ambiental de ciertas áreas dadas que a los turistas les gusta visitar lugares atractivos, limpios y sin productos.
<ul style="list-style-type: none">• Aumenta la conciencia ambiental local cuando los residentes, especialmente los jóvenes, observan el interés de los turistas en la conservación.

Fuente: Tabla extraída pagina 59, del Manual Gestión y turismo Municipal 1997

De esta forma se pueden alcanzar importantes objetivos de desarrollo local. Entre otros se pueden mencionar los siguientes:

- Mantener la calidad del ambiente del cual dependen las comunidades locales.
- Crear empleo local.
- Estimular la creación de industrias.
- Generar divisas al municipio provenientes de la demanda turística nacional o internacional
- Diversificar la economía local, principalmente en áreas rurales y en las cercanías de áreas silvestres protegidas.
- Estimular el mejoramiento de la infraestructura de transportes, las comunicaciones y los servicios básicos.
- Crear instalaciones recreativas que contribuyen a financiar la protección de los sitios arqueológicos y del patrimonio histórico.
- Estimular la utilización productiva de los terrenos destinados a la agricultura.
- Mejorar la autoestima de la población local a través el conocimiento de la cultura.

2. Impactos ambientales negativos del turismo

Si el turismo no está ni bien planificado ni bien administrado, se desencadenará una serie de impactos ambientales como los que se indican en la tabla N° 2, elaborada a partir del análisis de la experiencia internacional y de la situación nacional.

Los impactos ambientales se manifiestan en distintas etapas de desarrollo turístico, en muchas ocasiones como respuesta a un proceso de crecimiento espontaneo es sitios que no disponen de condiciones mínimas para recibir una creciente demanda, y otras veces como consecuencia de la saturación de lugares que por atractivo concentran grandes volúmenes de visitantes.

En ambas situaciones, los problemas se originan debido a los efectos derivados de la concentración de turistas y a la presión que ejercen las propias actividades –pesca, natación, excursiones, etc.-, la instalación de la planta turística y la construcción de infraestructura, sobre un territorio muchas veces limitado en extensión y que presenta una alta fragilidad ambiental.

Es importante conocer qué tipo de impactos son los más frecuentes, de tal forma que las autoridades locales y especialmente las municipalidades que cuentan con un patrimonio natural poco alterado, pueden tomar las medidas oportunas de control para reducir dichos impactos.

TABLA N° 2 Principales impactos ambientales negativos producidos por el turismo

Agentes causales ¹³	Impactos
Construcción y operación de equipamiento turístico en general.	Remoción de vegetación. Erosión del suelo Pérdida del hábitat Acumulación de agua potable Pérdida de calidad escénica Descarga de Residuos Captación y uso intensivo de agua.
Construcción y operación de rutas de acceso	Interrupción de la migración animal. Aumento de concentración de aguas lluvias. Alteración de hábitats frágiles.
Flujos Turísticos	Contaminación acústica. Producción atmosférica. Cambios en el comportamiento de la vida silvestre. Congestión vehicular. Mala disposición de residuos sólidos y líquidos. Hacinamiento en parques y otras áreas recreativas. Sobreutilización de sistemas de tratamiento de aguas servidas. Riesgo de incendios. Presión sobre lugares de carácter patrimonial.
Paseo en automóvil	Congestión de tránsito. Polución atmosférica. Muerte de flora y fauna en rutas turísticas. Erosión y compactación del suelo.
Excursionismo y paseos ecuestres	Destrucción de la vegetación. Erosión y compactación del suelo. Disturbios a la fauna. Creación de barrera a la fauna. Creación de corredores de especies exóticas. Contaminación acústica.
Observación de flora y fauna	Acumulación de basuras. Pérdidas de vegetación y hábitats Alteración del hábitat de la flora y fauna.
Camping, trekking, ski y andinismo.	Acumulación de basura. Remoción del bosque. Incremento del riesgo de erosión y deslizamientos. Compactación del suelo. Incendios Forestales. Destrucción de vegetación. Alteración a la fauna. Introducción de especies foráneas. Destrucción de Nutrientes. Contaminación acústica.

¹³ Se incluyen principalmente los impactos al medio natural.

	<p>Polución al aire. Incremento de contaminación por desechos y combustibles. Destrucción de sitios de interés geológico.</p>
Visitas a zonas desérticas	<p>Perdida de vegetación frágil. Dificultades para la biodegradación de basuras. Consumo excesivo de energía. Agotamiento de acuíferos.</p>
Uso intensivo y disperso de lagos y ríos	<p>Eliminación de hábitat. Alteración de ciclos de vida. Interrupción de vida silvestre y plantas acuáticas por embarcaciones. Remoción de áreas pantanosas. Agotamiento de la pesca. Carencia de tratamiento de residuos. Sobrecarga de campistas y rutas de navegación acuática.</p>
Circuitos de vida silvestre	<p>Caza o invasión de la vida silvestre. Intensificación de caza para fines comerciales. Destrucción de suelos y vegetación por vehículos. Interferencia con el hábitat y vida animal natural.</p>
Caza	<p>Disminución de especies Competencia con depredadores naturales. Crueldad con algunas especies.</p>
Pesca deportiva	<p>Alteración a la fauna acuática. Disminución de especies. Competencia con depredadores naturales.</p>
Natación	<p>Incremento de basura. Erosión de riberas de ríos y lagos. Perturbación de sitios de nidificación. Perdida de aves acuáticas.</p>
Viajes en vehículo todo terreno off road	<p>Contaminación acústica Destrucción de hábitats Perdida de vegetación Perturbación de fauna Erosión y compactación del suelo Riesgos de deslizamientos</p>
Transporte aéreo, terrestre y acuático	<p>Alteración a la fauna Deforestación Contaminación del aire, agua y suelos Eutrofización de cuerpos de agua Alteración del paisaje Cambio de la red de drenaje Daño a vegetación de riveras de ríos y lagos</p>

Fuente: Tabla extraída pagina 60-63, del Manual Gestión y turismo Municipal 1997

2.4 Modelo de gestión integral de destino turístico SERNATUR

El modelo de destino no necesariamente debe estar enfocado o diseñado para el uso a nivel comunal a diferencia del PLADETUR, siendo esta la base y sustento, en el que se apoya el proyecto, estimando a la Comuna de Petorca como un destino integral, que une a la comunidad local, el municipio y el sector privado.

Entenderemos así como **Destino Turístico**¹⁴ el espacio físico donde el visitante permanece y consume al menos una noche. Incluye diversos tipos de productos, servicios y atractivos dentro de un radio de influencia de un día de ida y regreso. Tiene un límite físico y administrativo que define su administración. Su imagen y percepción determina su competitividad en el mercado. Incluye distintos grupos de interés, entre ellos la comunidad local. Puede conformar destino amplio y **a la Comuna**¹⁵ como la unidad territorial en que se divide la provincia para efectos de su administración local. Tiene por objeto facilitar la prestación de servicios, satisfacer los intereses locales, y estimular la organización y participación de la comunidad.

- La administración comunal corresponde a la Municipalidad, compuesta por el Alcalde como autoridad superior y el Concejo Municipal, presidido por el Alcalde, como órgano resolutivo, nominativo y fiscalizador de aquel. Alcalde y Concejo se eligen por sufragio popular cada cuatro años.
- Para cumplir sus funciones, la Municipalidad cuenta con Unidades, como la Secretaría Comunal de Planificación y Coordinación. Además, en cada comuna hay un Consejo Económico y Social, de carácter consultivo, representativo de los organismos sociales.
- El gobierno municipal representa la instancia más cercana de encuentro entre la ciudadanía y sus autoridades.

Un destino está integrado por elementos que inducen el viaje como atractivos naturales o culturales; centros poblados que actúan como núcleos de servicios; instalaciones turísticas; red vial e infraestructura; precio e imagen. Todos condicionan la distribución de los flujos turísticos, así como su intensidad de uso potencial.

Los destinos pueden estructurarse como un núcleo de atractivos de tipo concentrado, como es el caso de una pequeña localidad, lo que implicará distintas formas de asumir su gestión.

¹⁴ Concepto definido por la Organización Mundial de Turismo (OMT)

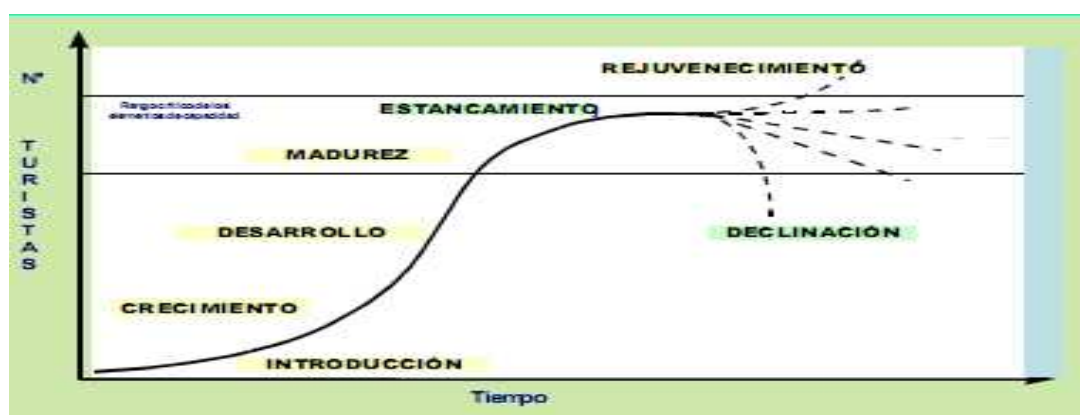
¹⁵ Educar Chile, Chile: Organización nacional y regional

En la práctica es el contacto entre el visitante y el lugar turístico determinan lo que se denomina destino turístico, por lo que el radio de desplazamiento del turista es determinante para establecer la configuración del destino.

2.4.1 Etapas de Evolución de los destinos turísticos

Un aspecto importante a considerar en el análisis de los destinos es su estado de evolución a partir del momento en que se incorporan al mercado turístico. Bluter (1980), los identificó como entidades dinámicas en permanente evolución. A partir del análisis de distintos lugares, especialmente de zonas costeras concluyó que éstos crecen y se desarrollan siguiendo un ciclo evolutivo: desde la fase inicial o de introducción, para avanzar hacia una fase de desarrollo intensivo, que puede continuar con los años hasta la fase de madurez y declinación.

Figura N° 1 Ciclo de evolución de los destinos turísticos



Fuente: Extraído de la pagina 5, *Gestión de Integral de destino turístico 2008*, SERNATUR.

Los destinos pueden evolucionar siguiendo pautas que no responden a un modelo rígido y pueden presentar rasgos de desarrollo acelerado en algunos componentes del producto turístico, (por ejemplo, las instalaciones de alojamiento), mientras que en otros aspectos pueden evidenciar rezagos importantes, como es el caso de la diversificación y especialización de productos. De cualquier modo, conviene evaluar cada caso con determinación a objeto de tener claridad sobre el tipo de intervención y medidas que habrá que priorizar en función de la etapa del ciclo de vida en que se encuentre.

Para impulsar un proceso de desarrollo turístico que efectivamente conduzca a lograr una investigación acorde con el objetivo de asegurar la satisfacción de todos los visitantes al destino, sería muy recomendable que las autoridades locales trabajen a partir de escenarios de desarrollo turístico que permitan analizar la etapa del ciclo de vida en que se encuentra cada destino turístico de su territorio, de modo de tener claridad sobre el tipo de intervención y medidas que habrá que priorizar en los planes específicos.

2.4.2 Por qué gestionar el destino a través de un modelo¹⁶

El turista demanda una amplia gama de bienes y servicios que sólo si actúan como un sistema integrado (producto) podrán cumplir sus expectativas de viaje. El modelo es una herramienta capaz de articular este sistema asegurando la sustentabilidad del destino.

FIGURA N°2 Sistema Turístico Local



Fuente: Rivas 2006

¹⁶ Extraído del Modelo de Gestión integral de Destino Turístico, elaborado por SERNATUR

2.4.3 Principales atributos de un modelo de gestión integral de destinos turísticos

a. Visión integral

Lo satisfactoria que sea una experiencia de viaje no depende de la suma de parcialidades de un destino sino de su calidad integral. Ésta se sustenta en tres premisas:

1. La especialización del producto-destino permite satisfacer de mejor forma las expectativas, por cuanto concentra los esfuerzos en determinadas motivaciones.
2. La diversificación de la oferta de servicios del destino, bajo el prisma de la especialización del producto, permite dar consistencia a éste.
3. La eficiente articulación de las ofertas relacionadas permite consolidar un producto-destino y proyectar una imagen fuerte y atractiva.

b. Sustentabilidad

El turismo es un fenómeno económico que tiene un soporte territorial y otro sociocultural. Los impactos en estas tres estructuras pueden disminuir la capacidad de atracción del destino. El uso de un modelo puede aunar esfuerzos en torno a reducir estos impactos.

c. Coordinación entre actores e instituciones

Un modelo de gestión de destinos es una herramienta indicativa que desde una perspectiva sistémica, busca que los distintos actores compartan instrumentos de gestión en el área de la planificación y control de programas y proyectos. Por eso, es clave que exista una base asociativa sólida, ya que el modelo opera a partir de la confianza entre los actores.

d. Innovación

El crecimiento de los destinos genera un proceso de clusterización que amerita nuevas formas de cooperación público-privada. Al mismo tiempo, el dinamismo del sector, marcado por la permanente evolución de las preferencias del público, implica la constante necesidad de innovación. El modelo de gestión de destinos es una apuesta en ambos sentidos. Para poder implementar ésta y otras innovaciones es necesario identificar la estructura de clúster existente y las brechas en los encadenamientos productivos.

2.4.4 Estructura Funcional del Modelo de Destino Integral de Destino Turístico

Para lograr una gestión eficiente, el destino turístico requiere conformar una estructura de gestión público-privada con capacidad para impulsar programas y proyectos orientados a un propósito central; satisfacer las expectativas de la demanda turística. De esta forma, la asignación de recursos, las decisiones estratégicas de programación, la definición de instrumentos de planificación y cualquier otra iniciativa orientada a la acción del sector público vinculada a turismo en el territorio debieran responder a dicho propósito.

Es conveniente dejar claro que no se pretende duplicar ninguna estructura administrativa existente en el territorio, sino aprovecha las instancias existentes, si las hubiese, cuando estas han demostrado un grado de cohesión y eficacia.

2.4.5 Variables estratégicas del modelo y de la organización para la sustentabilidad del destino

Las variables estratégicas comunes a la mayor parte de los destinos turísticos tienen relación con los siguientes aspectos de la actividad: Territorio del destino, Actores del destino, Organización de Gestión del destino, Plan estratégico del destino.

a. El territorio del destino

Las condiciones y el estado de conservación del territorio son estratégicas debido a que son estas las que generalmente motivan la visita de los turistas. Entre las variables ligadas las características del territorio, y que son estratégicas para la sustentabilidad del destino se encuentran las siguientes.

- Tipo de recursos naturales y culturales posibles de integrar a la oferta
- Estado de conservación del medio ambiente.
- Calidad y estado de conservación de los atractivos turísticos naturales y culturales, tanto actuales como potenciales.
- Características de los eventos programáticos turísticos que se realizan en el territorio del destino.
- Calidad y estado del equipamiento y servicios básicos.

- Cobertura y calidad de los servicios de transporte internos en el destino
- Variedad y calidad de los productos turísticos.
- Variedad y calidad de los servicios turísticos.

b. Los actores del destino

Una de las condiciones básicas para iniciar la gestión es conocer a los actores locales y el tipo y grado de asociatividad que los vincula. En el caso que los actores locales no valoren e internalicen que deben asumir responsabilidades directas con el turismo no es mucho lo que se podrá hacer y muy probablemente el nivel de desarrollo turístico no se reflejara en el territorio.

Son estos actores estratégicos los que una vez concertados en torno a objetivos comunes podrán fijarse en el ámbito del turismo, acciones concretas y efectivas en beneficio de las comunidades locales.

Entre las variables ligadas a los actores locales que será necesario conocer y hacer un seguimiento se encuentran los siguientes:

- Grado de asociatividad existentes entre los actores locales de turismo
- Nivel de capacitación de los recursos humanos que trabajan directamente en el sector turismo
- Grado de involucramiento de las autoridades locales en el turismo
- Existencia o no y grado de cumplimiento de instrumentos de planificación turística y otras que influyen directa o indirectamente en esta actividad.
- Técnicas de Marketing y de comercialización de productos turísticos.
- Monto del presupuesto público destinado al turismo.
- Nivel de conciencia turística de los habitantes locales no involucrados directamente en la actividad.
- Perfil y comportamiento de los actuales visitantes al destino.
- Pertenencia de la comunidad con el destino.
- Involucramiento de la población local en proyectos turísticos

- Participación de la comunidad en empleos e ingresos
- Percepción y grado de satisfacción con el turismo.

Uno de los objetivos principales del trabajo concertado a nivel local a partir del análisis de las variables mencionadas, será obtener información oportuna y confiable para la toma de decisiones.

c. Organización de Gestión del Destino

Existe una nutrida documentación y una abundante lista de ejemplos respecto de las estructuras organizacionales establecidas para la conducción de los destinos turísticos (OMT, 2007; Valls, 2004; Ejarque, 2003) y uno de los aspectos en que sobre los que hay consenso es que la gestión integral de un destino requiere una instancia formal – de composición pública, privada o mixta (público – privada) – que tenga como principal misión aplicar un sistema de *Gobernanza*, que se denomina *Organización de Gestión de Destino (OGD)*.

Esta estructura asociativa ha sido empleada en lugares y regiones turísticas reconocidas a nivel mundial (Andalucía, Castilla La Mancha, Galicia, Miami, Barcelona, Hong Kong, París, Viena), como instrumento de coordinación de iniciativas públicas y privadas y se han consolidado sobre la base de contar con equipos humanos altamente calificados que aseguren un trabajo integral en el territorio con la concurrencia del organismo turístico gubernamental, municipalidades y de las principales instancias empresariales en turismo.

Es conveniente dejar claro que propuesta operativa no pretende duplicar ninguna estructura administrativa existente en el territorio, sino proponer una forma lógica de gestión coordinada, cuya efectividad está garantizada por la experiencia práctica a nivel nacional e internacional. De hecho, si las hubiere, es conveniente utilizar las instancias existentes, cuando hayan demostrado cohesión y eficacia.

Para la implementación de una estructura como la mencionada se requiere contar como condición de base con una instancia de coordinación que tenga como referencia esquemas de asociatividad que han demostrado resultados en la conducción de proyectos de fomento productivo en turismo, como por ejemplo programas Emprende; Programas Territoriales Integrales de CORFO; la experiencia del proyecto que está ejecutando Eurochile en conjunto con SERNATUR y financiamiento de INNOVA y las mesas de Turismo que han funcionado en distintos lugares como un mecanismo de coordinación público – privada..

En todos los casos el proceso de decisiones requiere contar con una estructura de gestión (directorío o consejo estratégico) y un profesional responsable, cuyas funciones debieran ser similares a las de un Gerente en la empresa privada.

Las principales funciones de este directorío o consejo estratégico, son las siguientes:

- En función de las directrices nacionales, proponer los lineamientos temáticos que guiarán el desarrollo del Plan Estratégico del Destino.
- Evaluar su desempeño, proponiendo acciones correctivas o complementarias si fuere necesario.
- Formalizar los compromisos necesarios, con los distintos organismos del ámbito nacional y regional, especialmente financieros, para apoyar la implementación de los planes estratégicos para el destino. La figura de los convenios de programación y otros acuerdos colectivos con el sector privado resultan determinantes para concretar programas sectoriales.

d. Plan estratégico para el destino turístico

Existe suficiente información técnica para orientar la elaboración de los planes estratégicos. Lo más importante es pensar en cómo organizar y financiar – en una primera etapa – la elaboración del plan (talleres, entrevistas, informes, etc.), y una vez diseñado el plan, los programas y proyectos que aseguren alcanzar la *visión expresada por los actores locales*.

Como se ha dicho, para iniciar este proceso las tareas pueden ser asumidas por profesionales municipales y de servicios públicos, lo que no implicaría mayores costos, pero posteriormente ello debe ser financiado por los propios beneficiarios del modelo.

En la experiencia desarrollada en los programas *Emprende Chile*, existe un importante aporte del Estado para la ejecución de proyectos en los territorios priorizados, pero no necesariamente este financiamiento podrá sostenerse en el tiempo en todos los ámbitos y en la misma proporción, por lo que habrá que analizar nuevos mecanismos de financiamiento que consoliden el destino turístico desde la óptica de negocio..

Para la realización de las actividades de elaboración del plan, y en particular para la formulación de la visión, y los objetivos estratégicos, será indispensable contar además con profesionales del área de las comunicaciones, especialistas en técnicas de trabajo participativas y expertos en planificación estratégica. Esto con el fin de generar instancias de trabajo productivas que mantengan el interés de los actores locales por seguir involucrados activamente en todo el proceso de implementar un modelo de gestión sustentable para el destino que comparten.

Los profesionales de las diferentes áreas operativas de la gerencia, en conjunto con los de servicios públicos y/o entidades privadas que les presten apoyo, deberán generar un banco de proyectos estratégicos orientados al logro de los objetivos del plan, cada uno desde su área operativa, pero coordinadamente buscando las máximas sinergias en sus acciones. El logro de esto será supervisado estrechamente por el gerente del destino.

Una labor permanente del directorio o consejo estratégico y de la gerencia, será la búsqueda de financiamiento, tanto para su funcionamiento, como para los proyectos que apunten al logro de los objetivos estratégicos del plan. Se debe recurrir tanto a fuentes de financiamiento públicas como privadas, las que generalmente asignan recursos cuando existe un número significativo de beneficiarios asociados en pos de objetivos comunes. Esta es otra razón para no descuidar la función de mantener unidos a los actores locales en torno a la iniciativa de implementar el modelo de gestión sustentable en un destino turístico.

Por otra parte, deberán diseñarse herramientas que faciliten la evaluación periódica de las variables estratégicas y se deberán elaborar pautas de acción planes de contingencia para diferentes escenarios sean ellos para aprovechar oportunidades o enfrentar amenazas o situaciones coyunturales.

En el proceso de elaboración del plan estratégico participarán activamente los actores relevantes del turismo que operan en el destino, el que será ejecutado por la gerencia (incluidas todas sus áreas) con el apoyo de los servicios públicos que operan en el territorio y de los actores privados locales, cada uno según sus recursos y compromisos adquiridos con el modelo. El éxito del sistema, dependerá de la eficiencia de los mecanismos de articulación que se establezcan entre los distintos actores comprometidos. Importará establecer los énfasis de cada programa en función de la situación o estado del desarrollo turístico local (diagnóstico), los actores involucrados en cada acción, los tiempos (cuánto y cuándo) y recursos destinados a la realización de las mismas.

Uno de los instrumentos de planificación más importante que debe elaborarse durante esta etapa son los planes de ordenamiento territorial en función del turismo, los que serán probablemente el único instrumento con fuerza legal vinculante para los actores que operan en el destino. Su diseño no estará exento de dificultades ya que normar el uso del suelo frecuentemente genera conflictos entre diferentes sectores de la actividad económica local o regional. Si bien este proceso puede requerir mucho tiempo, es indispensable que este instrumento rector del uso del territorio se elabore de una manera participativa.

Dada la permanente carencia de recursos humanos y presupuestarios que tiene el sector en general, la primera acción estratégica que se propone implementar es la “*focalización territorial*”, con el objetivo de hacer más eficiente las acciones de fomento y desarrollo en los destinos turísticos. Esto implica priorizar zonas relevantes del país y centrar el trabajo de los distintos organismos con competencias sectoriales en turismo, sobre los territorios seleccionados, de tal manera que ellos se constituyan en polos de desarrollo, posicionen la imagen del Chile turístico y estimulen a otros destinos hacia una búsqueda de la excelencia mediante la imitación del modelo (best practices).

Un factor clave y determinante a tomar en cuenta en la selección de estos destinos será la capacidad de organización e involucramiento local, en otras palabras, el compromiso de participación activa de los actores del proceso del desarrollo turístico.

La estrategia de focalización implica las siguientes acciones:

- Determinación de destinos prioritarios en el ámbito regional

- Proposición del modelo de gestión integral de destinos turísticos adaptado a la realidad local
- Implementación de un ente de gestión turística local

4Proposición de una estrategia y plan de trabajo de mediano y largo plazo

- Desarrollo de proyectos y programas orientados a articular y consolidar el destino como producto turístico

Cada de una de las instancias propuestas responde a la necesidad de establecer competencias y funciones específicas relativas al ámbito de acción y estructura operativa respectivamente. Esto tiene por objeto, agilizar al máximo el aspecto ejecutivo (proyectos y programas) del plan en las áreas en que éste intervenga:

Articular eficientemente el desarrollo de los programas, así como aquellos que son complementarios y suponen proyectos y/o acciones conjuntas entre ellos, es un objetivo prioritario del plan, de modo de sincronizar cada proyecto como eslabones de un mismo sistema.

2.4.6 Escenario para la aplicación de un modelo de gestión de destinos desde la perspectiva del sector público en Chile.

De acuerdo a la experiencia desarrollada SERNATUR a través del programa Emprende Chile, uno de los principales logros del trabajo en los territorios ha consistido en acordar la ejecución de proyectos turísticos en el ámbito de la capacitación, desarrollo de productos, medición estadística, entre otros, que han contado con financiamiento compartido entre las instituciones que integran el programa (SERNATUR, FOSIS, SERCOTEC, INDAP y SENCE), los municipios y el sector privado. Conviene poner énfasis en algunos aspectos que a partir de la experiencia práctica se deberá abordar:

Los servicios públicos y especialmente SERNATUR cumplen un rol clave en la medida que aportan al destino una visión explícita del escenario del desarrollo turístico regional clara y precisa, con suficiente información básica para proporcionar al conjunto de actores la propuesta que desde el punto de vista técnico le corresponde en atención a sus funciones dentro de la administración pública. Se entiende que la “construcción” de esta visión regional, la identificación de los mercados a desarrollar, la valorización del territorio turístico y los programas y proyectos a priorizar serán el resultado de un trabajo de prospección consensuada con los actores claves del sector turismo a nivel regional y local.

En la década de los 90 el Estado – a través del Servicio Nacional de Turismo, elaboró Planes Maestros de Desarrollo Turístico a nivel regional que en parte cubrían esta necesidad. No obstante, parece necesario enfrentar con otros instrumentos la situación actual y en este sentido cobra importancia la idea de la gestión integral de destinos. Ésta es una innovadora herramienta, destacable particularmente porque supone nuevas formas de participación ciudadana, determinante para el éxito de los procesos de planificación local.

A nivel regional el esquema de trabajo en los programas Emprende ha demostrado la ventaja de contar con estructuras funcionales público – privadas, basadas en convenios específicos que han logrado establecer planes de intervención de corto plazo que facilitan la asignación de “recursos frescos” para fomento productivo.

Otro aspecto importante de esta experiencia es el nivel de “involucramiento” de los distintos actores que concurren en la gestión, como es el caso del sector público, municipalidades y sector privado, que en función de metas muy concretas, acordadas en conjunto, deciden intervenir

Adicionalmente se requerirá complementar el financiamiento territorial mediante la participación de otros organismos del Estado integren en sus estrategias y programas la variable turismo. Un ejemplo, es el Ministerio de Obras Públicas que en su cartera de inversiones de corto y largo plazo cuenta con proyectos viales, entre otros, definidos con este propósito.

Hoy en día nos encontramos ante un nuevo escenario, que seguramente introducirá una revisión de la organización para la gestión a nivel de destinos turísticos. Esto por la reciente creación de las Agencias Regionales de Desarrollo Productivo, que constituyen una instancia exclusiva de los Gobiernos regionales en materia de fomento productivo.

El estudio que realizó el Boston Consulting Group, concluyó el turismo y particularmente, el turismo de intereses especiales, es uno de los sectores que en todas las regiones debe impulsarse en el marco de la estrategia de innovación y competitividad del país y que las principales brechas que hoy muestra el sector son posibles de superar con una mayor coordinación público – privada .

En este marco de gestión el trabajo que pueden impulsar los actores locales será fundamental para integrar en la Agenda Regional los programas vinculados al sector turismo. El organismo técnico - SERNATUR - será el encargado de generar una contraparte que respalde la ejecución de iniciativas con criterios objetivos para orientar la participación de los otros organismos públicos y fomentar iniciativas privadas sustentables en el largo plazo.

2.4.7 Experiencias de la Implementación del Modelo de Gestión de Destino.

El modelo de Ge

TABLA N° 3 Principales experiencias a nivel Nacional

Nombre del Destino / Zona	Región	Comuna
Parque nacional Luca	XV Región de Arica y Parinacota	Putre Y General Lagos
Altiplano de Pica y Colchane y Zona Indígena Adi Jwasa Orage	I Región de Tarapacá	Pica y Colchane
San Pedro de Atacama-Cuenca Geotérmica del Tatio	II Región de Antofagasta	San Pedro de Atacama
Copiapó y Volcán Ojos del Salado	III Región de Atacama	Copiapó
Valle del Huasco	III Región de Atacama	Huasco, Freirina, Vallenar, Alto del Carmen
Bahía Inglesa y Parque Nacional Pan de Azúcar	III Región de Atacama	Caldera y Chañaral
Zona costera intercomunal – La Serena – Coquimbo	IV Región de Coquimbo	Coquimbo, La Serena
Parque Nacional Fray Jorge – Ovalle – Río Hurtado Monte Patria – Combarbala	IV Región de Coquimbo	Ovalle- Río Hurtado, Combarbalá, Monte Patria
La Serena – Valle del Elqui – Andacollo	IV Región de Coquimbo	La Serena, Vicuña, Paihuano, Andacollo
Ruta de Darwin	V Región de Valparaíso	Nogales, La Calera, La Cruz, Quillota, Hijuelas, Limache y Olmué.
Litoral de Los Poetas	V Región de	Algarrobo, El Quisco,

	Valparaíso	El Tabo, Cartagena, San Antonio, .Santo Domingo.
Pichilemu	VI Región del Libertador Bernardo O'Higgins	Pichilemu, Litueche y Paredones
La costa sorprendente del Maule	VII Región del Maule	Vichuquén, Licantén, Chanco, Pelluhue, Constitución y Curepto.
Saltos del Laja	VII Región del Bío Bío	Los Ángeles y Cabrero.
San Fabián	VII Región del Bío Bío	San Fabián
Araucanía Andina	IX Región de la Araucanía	Curacautín, Lonquimay, Vilcún, Melipeuco, Victoria y Cunco.
Panguipulli	X Región de Los Lagos	Panguipulli
Lago General Carrera	XI Región de Aysén	Río Ibáñez y Chile Chico
Punta Arenas y Estrecho de Magallanes	XII Región de Magallanes y Antártica Chilena	Punta Arenas, San Gregorio, Río Verde y Laguna Blanca.

Fuente: Extraído pág., 38 del Modelo de gestión Integral de destino Turístico, Experiencias Regionales 2006

Las fichas de acción 2006 de los Modelos de Gestión Integral de Destinos Turísticos para los destinos mencionados anteriormente contempla: programas, junto con los proyectos para tales programas y finalmente los logros obtenidos, con su implementación.

A continuación se hará referencia de las fichas donde se especifica los programas, proyectos y logros alcanzados, de los destinos contemplados de forma Comunal, teniendo en cuenta que el destino tiene una mirada comunal para mostrar una mayor similitud en los programas y los logros que se pueden llegar a obtener en el fin del proyecto.

a).Ficha de acción del Modelo de Gestión Integral de destinos turísticos para la Comuna de San Fabián en la región del Bio Bio.

Programa 2 Gestión de Calidad de los Servicios Turísticos, donde se presenta el siguiente proyecto: Capacitar en gestión de calidad, formalizaciones y elaboraciones de proyectos.

Programa 4 Desarrollo de Productos Turísticos, donde se presentan los siguientes proyectos:

- Estudio prospectivo del mercado y caracterización de la oferta de turismo rural en la comuna de San Fabián.
- Programa Desarrollo Inversiones
- Capital semilla varios emprendedores turismo rural

b).Ficha de acción del Modelo de Gestión Integral de destinos turísticos para Copiapó y Volcán Ojos del Salado, en la Región de Atacama.

Programa 1 Desarrollo de Recurso Humano, donde se presentaron los siguientes Proyectos:

- Desarrollo de Recurso Humanos Sence-Sernatur
- Coordinación y orientación de la oferta de Formación y Capacitación
- Requerimientos y evaluación técnica de los cursos FONCAP y programas de Becas individuales 2006 (área turismo)
- Acciones en Copiapó

Programa 2 Gestión de Calidad de los Servicios Turísticos, donde se presento el siguiente proyecto:

- Gestión comité de normas de calidad, 3 reuniones del comité local (Copiapó) para discusión de borrador de normas.

Programa 3 Gestión Sostenible de Destinos Turísticos, donde se presento el siguiente proyecto:

- Declaración de ZOIT volcán ojos del Salado, según Res. Ex. N° 662 DEL 10 DE Julio del 2006.

Programa 4 Desarrollo de Productos Turísticos, donde se presentan los siguientes proyectos:

- Trabajo coordinado con comité sendero de Chile en la definición del nuevo trazado de ciclovía costera en Atacama

- Participación activa en selección y evaluación técnica de la convocatoria de proyectos ecoturísticos en Áreas silvestres protegidas del Estado: PN Nevado Tres Cruces: 1 proyecto adjudicado.

Programa 5 Posicionamiento de la Imagen de Destino, donde se presentan los siguientes proyectos:

- Programa Difusión de Atacama en el mercado de Turismo de Intereses especiales.
- Participación en Ferias nacionales e internacionales, elaboración de material publicitario de la región, press trip, campaña en diario y metro, publicación de avisos en medios TIE, guía Petit fute.

Programa 6 Sistema de Información para la Gestión Turística, donde se presenta el siguiente proyecto:

- Desarrollo y aplicación de sistema de información estadístico y sistema de información georreferenciado.

Programa 8 Gestión de la Infraestructura Turística, donde se presentan los siguientes proyectos:

- Catastro coordinado con vialidad Atacama de las necesidades de infraestructura turística en destinos.
- Fomento a la accesibilidad turística en infraestructura y equipamiento (eliminación de barreras arquitectónicas).

Logros alcanzados por los programas e implementación del Modelo de Gestión integral de destinos turísticos para el destino Copiapó y Volcán ojos del Salado:

1) Difusión del destino en acciones promocionales e internacionales:

- Ferias Adventures un Travel Expo, Chicago EE.UU.
 - Feria FITUR Madrid 2006
 - Feria ITB, Berlín
 - Feria ACAV, Córdoba Argentina.
 - Feria FIT de Buenos Aires 2006
-
- Feria Chile Travel Expo- 12º Salón Internacional del turismo viajantes 2006.

- Workshop a operadores turísticos en Santiago; La Serena, San Pedro de Atacama.
- Expo en Mall Plaza Vespucio y Parque Arauco.

2) Participación en ferias en conjunto con operadores de Atacama que trabajan con el destino.

c).Ficha de acción del Modelo de Gestión Integral de destinos turísticos para Panguipulli, en la Región de los Ríos.

Programa 1 Desarrollo de Recursos Humanos, donde se presentan los siguientes proyectos:

- El Servicio Nacional de Turismo, oficina local Valdivia a través del Programa del gobierno Regional DICATUR, realizó un seminario denominado “Recursos Termales y su vinculación con los productos de su entorno en un escenario competitivo”, en la actividad participaron 60 empresarios y microempresarios del destino Sietelagos.
- El servicio Nacional de Turismo Oficina local Valdivia a través del programa del Gobierno Regional DICATUR, realizo el Tercer encuentro empresarial de la Provincia de Valdivia “Un aporte para mejorar la gestión de la Empresa Turística Provincial”, la actividad se realizó el 07 de Noviembre y participaron 100 empresarios y microempresarios de la Provincia. Se extendió la invitación a los empresarios des destino sietelagos son embargo solo participaron 2 personas de Termas de Coñaripe.
- La oficina local de Valdivia participa desde inicio de su implementación en el territorio Sietelagos Emprende, oportunidad en la que confluyen diversos servicios Públicos, sector privado y la Ilustre Municipalidad de Panguipulli, este trabajo ha permitido ejecutar las líneas de acción del SERNATUR generando alianzas con SERCOTEC y la Dirección de Turismo de la Ilustre Municipalidad de Panguipulli.

Programa 2 Gestión de Calidad de los Servicios Turísticos, donde se presentan los siguientes proyectos:

- Mejoramiento de los estándares de los Servicios de Alojamientos Turísticos. En Junio del año 2006, con el fin de preparar al sector privado para el proceso piloto nacional inserto en el Proyecto Sistema Normativo para la Calidad de los Servicios Turísticos, se implemento el pre piloto de evaluación de calidad para 10 empresarios del destino Sietelagos. El ejercicio permitió evaluar la situación

actual de la oferta turística y la brecha existente con la futura normativa con el fin de iniciar el proceso de preparación para la certificación.

- Desarrollo de Normas de Calidad para servicios Turísticos Básicos. Dentro de las acciones se hizo; Periódica y oportunamente se distribuyen vía email a los empresarios, entidades educacionales y Asociaciones gremiales de la provincia de Valdivia.

Programa 3 Gestión sostenible de Destinos Turísticos, donde se presentan los siguientes proyectos:

- Catastro análisis y sistematización de los instrumentos de apoyo a iniciativas de turismo sostenible.

Se actualizó el documento técnico denominado “Catastro Instrumentos de Fomento Productivo”. El documento fue distribuido a través de la red de turismo Municipal a todas las comunas de la Provincia de Valdivia, incluyendo el destino Sietelagos.

- Se declara como Zona de Interés Turístico al Destino Sietelagos, según resolución n° 665 del 10 de Julio del 2006, cumpliendo las etapas exigidas en el mismo y encontrándose en elaboración el Plan de Ordenamiento Territorial desarrollado en conjunto con la Universidad Austral de Chile, la Ilustre Municipalidad de Panguipulli y SERNATUR.

Programa 5 Posicionamiento de la Imagen de Destino, donde se presentan el siguiente proyecto:

- Portal Internet del “Destino Local”. Donde el portal Sietelagos cuenta con el portal www.visitapanguipulli.cl. Cuenta con un centro de negocios, donde se presenta la oferta turística del Destino el que está conectado con la OIT del SERNATUR para efectos de actualización de información en el portal de SERNATUR.

Se logró una mayor coordinación con la Dirección de Turismo para actualizar e inscribir a empresarios turísticos en el Portal www.sernatur.cl.

Se solicitó a los presidentes de las asociaciones del Destino Sietelagos, listado de empresarios para revisión de las páginas en el portal de SERNATUR y para apoyo en actualización para temporada estival 2006-2007.

Programa 6 Sistema de Información para la Gestión Turística, donde se presenta el siguiente proyecto.

- Sistema de Información Estadístico: Diseño y elaboración de instrumentos de levantamiento de información de perfil, tendencia y satisfacción a aplicar en temporada estival 2005-2006. Compilación, actualización y difusión de compendio estadístico 2000-2005.

Programa 7 Desarrollo de Tecnologías para la Gestión Turística, donde se presentan los siguientes proyectos.

- Catastro y difusión de nuevas tecnologías aplicables al sector turismo
- Acciones: Se actualizó el documento técnico denominado “Catastro de fomento productivo”. El documento fue distribuido a través de la red de Turismo Municipal a todas las comunas de la Provincia de Valdivia, incluyendo el Destino Sietelagos.

Logros Alcanzados del Destino Panguipulli para el año 2006

- Se ha capacitado a más de 7.000 personas entre estudiantes, taxistas, juntas vecinales y carabineros.
- Difusión del sistema normativo a los empresarios del destino Sietelagos y a presidentes de las Asociaciones de las distintas localidades de la Comuna.
- Actualización de documentos técnico de compilación de instrumentos de fomento productivo dirigido a empresarios, inversionistas, estudiantes, consultores, entre otros. Y que ha sido distribuido a todos los coordinadores de turismo de la Provincia de Valdivia.
- Declaración del destino sietelagos como Zona de Interés Turístico ZOIT, siendo la primera ZOIT de la Provincia de Valdivia.
- Introducción a las temáticas de productos temáticos como el termal donde se capacitaron a más de 60 empresarios.
- Se coordinó con la Dirección de Turismo apoyo en la actualización e inscripción de empresarios turísticos en el portal de SERNATUR.
- Solicitud a presidentes de las asociaciones de Destino Sietelagos, listado de empresarios para revisión de las paginas en el portal de SERNATUR y para apoyo en actualización para temporada estival 2005-2006.
- Homologación de registro de consultas realizadas en Oficinas de Información Turísticas Municipales.
- Elaboración de Compendio estadísticos 2000-2005.

2.4.8 Conclusiones de El modelo de Gestión de Destino en Chile.

El Modelo de gestión turística promovido por SERNATUR y la OMT como herramienta de coordinación y organización de los actores y sus productos en un territorio, en torno a las necesidades de la demanda, Este modelo ya se ha instaurado exitosamente en los destinos de Pica, Valdivia, Arica, Caldera, Chañaral y Salto del Laja. Para el año 2010 se estaba trabajando en Rapanui¹⁷.

La Gestión de destinos permite¹⁸:

- Interacción público privada, desarrollada en forma coordinada y planificada para lograr una mayor competitividad del destino turístico.
- Organización de la oferta local, asegurando la calidad de la experiencia turística y la sustentabilidad ambiental económica de la actividad.
- Capacidad de agregar valor a la marca territorial generando acciones de difusión y promoción en los mercados meta seleccionados.

Gestión de destino tiene por objetivo lo siguiente¹⁹:

- Aumentar la competitividad.
- Favorecer el desarrollo de micro pymes turísticas locales.
- Dar sustentabilidad al territorio turístico.
- Integrar a los actores locales al desarrollo turístico local.
- Optimizar y orientar los esfuerzos públicos.
- Minimizar las externalidades negativas del turismo en la comunidad local.

Desafíos de Gestionar los destinos en Chile²⁰

Trabajar en la generación de un sistema público privado que permita poner los principales destinos turísticos en Chile a un nivel competitivo.

- Considerar las estructuras legales que den soporte institucional al sistema.
- Conocer experiencias internacionales, que orienten al modelo,
- Considerar las experiencias desarrolladas a nivel público privado, así como esfuerzos individuales de actores locales.
- Construir el modelo en forma participativa.

¹⁷ Tomado del Acta N° 1 de la reunión constitución O.G.D, para el Valle de Aconcagua, Realizada en San Felipe 26 de Octubre de 2010.

¹⁸ Presentación de Modelo de Gestión Sustentable para destinos Turísticos, Eurochile.

¹⁹ Presentación de Modelo de Gestión Sustentable para destinos Turísticos, Eurochile.

²⁰ Presentación de Modelo de Gestión Sustentable para destinos Turísticos, Eurochile.

Características Centrales del Modelo de Gestión de Destinos²¹

- Participación de organismos públicos, empresas privadas y la comunidad local,
- Estructuras de administración orientadas al cumplimiento de objetivos estratégicos a partir de procesos de planificación participativa.
- Sistema de inteligencia de mercado, para desarrollar productos y servicios.
- Conducción del proceso por parte de SERNATUR: identificación de oportunidades de desarrollo turístico, guía de los planes sectoriales y articulación de los actores regionales.
- Estructura organizacional con un grupo directivo público-privado, un equipo técnico representante de las instrucciones especializadas, una gerencia y un equipo administrativo financiero con aportes mixtos.
- Involucramiento de los municipios: estos pueden constituir unidades de turismo y ser plataformas de gestión. Si el destino no coincide con límites administrativos comunales, se recomienda integrar a todos los municipios.
- Recursos públicos para el fomento turístico.

CAPÍTULO III MARCO REFERENCIAL

El diseño de una estrategia requiere un completo estudio, acerca de los factores que afectan e influyen directa o indirectamente, en lo que se desea proyectar. Por lo que se hace estrictamente necesario conocer, tanto el entorno, como el micro entorno en donde se desarrollará la estrategia. Para esto se hace fundamental entender Qué es una estrategia?.

²¹ Presentación de Modelo de Gestión Sustentable para destinos Turísticos, Eurochile.

Estrategia es el conjunto de decisiones fijadas en un determinado contexto o plano, que proceden del proceso organizacional y que integra misión, objetivos y secuencia de acciones administrativas en un todo independiente. (Klotler y Armstrong 2001)

Mario Rovere plantea la estructuración de las Estrategias por niveles²²:

Nivel I: En este nivel, la Estrategia se considera sinónimo de " Cómo lograr los Objetivos ",

Nivel II: En este nivel se acepta la detección de ciertos obstáculos y de factores facilitadores que deben ser tenidos en cuenta. Se refiere a las circunstancias o hechos que se interponen entre el presente y la situación objetivo.

Nivel III: Cuando los obstáculos y factores facilitadores no son hechos o circunstancias, sino sujetos que piensan y controlan recursos de poder, es decir, que voluntariamente pueden obstaculizar o facilitar el alcance de nuestros objetivos. Se refiere a una confrontación bajo reglas.

Nivel IV: Las estrategias deben enfrentar situaciones en las que las reglas mismas son parte de lo que se disputa.

Dada la definición de Klotler y Armstrong, es que se hace evidente el estudio del contexto de la comuna de Petorca, por esta razón estudiaremos, principalmente la Estrategia Regional de Desarrollo de Valparaíso, el Servicio nacional de turismo (SERNATUR) y finalmente a la comuna de Petorca, para determinar los lineamientos y parámetros básicos que sustentaran el diseño de la estrategia de destino turístico y cultural para la comuna de Petorca.

3.1. Ley de Turismo

Ley N° 20.423, del sistema Institucional para el desarrollo del Turismo, Esta Ley fue promulgada el 04 de Enero del 2010, y publicada el 12 de Enero del 2010.

En resumen esta trata:

- La política nacional de Turismo, planificación y coordinación del sector.
- Para la administración en el artículo III se refiere a la subsecretaría de Turismo.

²² Planificación Estratégica en Recursos Humanos en Salud. Serie Desarrollo de Recursos Humanos, No. 96 Mario Rovere, OPS, OMS, 1993, 226 pp.

- En planificación se desarrolla el título IV referente a las zonas de interés turístico.
- Para la protección se legisla en el título V del desarrollo turístico en las áreas silvestres protegidas del estado.
- El título VI de promoción
- En relación a calidad, se desarrolla el título VII del sistema de clasificación y seguridad de los prestadores de servicios turísticos.
- Y finalmente las Disposiciones complementarias.

Sin embargo acá se abordaran los títulos referentes a planificación, que se inserten en el contexto de destino turístico y lo que ello conlleve.

En relación las disposiciones Generales del Título 1 la ley tiene por objetivo desarrollo y promoción de la actividad turística, por medio de mecanismos destinados a la creación, conservación y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales²³.

En lo que corresponde al rol del Estado según el artículo 2º la ley dice que El turismo Constituye una actividad estratégica para el desarrollo del país, siendo prioritaria dentro de las políticas de Estado, por lo que éste deberá promoverla de modo armónico e integral, impulsando su crecimiento sustentable en conformidad con las características de las regiones, comunas y localidades del país. Donde, Los órganos del Estado que diseñen, ejecuten, coordinen o participen en el desarrollo de actividades o programas asociados al turismo, deberán considerar en sus planes y programas el sistema institucional estableciendo en la presente ley²⁴.

El Estado será quien, impulsará a asociatividad entre los actores del sector privado y establecerá programas encaminados a fortalecer las organizaciones empresariales, especialmente de las empresas de menor tamaño²⁵.

En relación, a la Política Nacional de Turismo, Planificación y coordinación del sector, se establece que la Política Nacional de Turismo tendrá por propósito determinar los objetivos, acciones y prioridades que regirán al sector, con arreglo a los principios consagrados en la ley. . Debiendo esta considerar, para el desarrollo promoción de la actividad, el rol de las regiones y comunas en el cumplimiento de los propósitos, objetivos, acciones y prioridades fijadas. Asimismo, promoverá el desarrollo de programas sociales que, junto con permitir el acceso a los diferentes grupos de interés social a los beneficios del turismo, contribuyan a crear empleo; a fomentar la inversión de las empresas, especialmente las de menor tamaño; a disminuir la estacionalidad turística y a la descentralización del país²⁶.

En relación a la administración de la Ley en el párrafo 2º se Indica las disposiciones Del Comité de Ministros del Turismo. Donde, Créase el Comité de Ministros del Turismo, en

²³ Artículo 1º de La ley nº 20.423 de Turismo.

²⁴ Artículo 3º de la Ley nº 20.423 de Turismo.

²⁵ Artículo 4º de la Ley nº 20.423 de Turismo.

²⁶ Artículo 6º del Párrafo 1º de la Política Nacional de Turismo, Ley nº 20.423 de Turismo

adelante "el Comité", cuya función será, a través del Ministro Presidente del mismo, asesorar al Presidente de la República en la fijación de los lineamientos de la política gubernamental para el desarrollo de la actividad turística.²⁷

Referente a la Planificación turística en el título IV de las zonas de interés turísticos la ley de Turismo, señala lo siguiente: Los territorios comunales, intercomunales o determinadas áreas dentro de éstos, que tengan condiciones especiales para la atracción turística y que requieran medidas de conservación y una planificación integrada para promover las inversiones del sector privado, podrán ser declarados Zonas de Interés Turístico.

Un reglamento del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, suscrito además por los otros ministros que integran el Comité, normará la forma y condiciones para proceder a la declaración aludida en el inciso anterior. Ella se realizará por medio de decreto supremo del mencionado Ministerio, previo acuerdo del Comité de Ministros del Turismo, informe del Servicio Nacional de Turismo e informes vinculantes de los municipios cuyos territorios, o parte de ellos, se vean afectados por aquella²⁸.

En relación, a los instrumentos de planificación de las zonas de interés turístico la ley señala que: La formulación o modificación de un instrumento de planificación territorial en aquellas zonas declaradas de Interés Turístico, requerirá informe del Servicio Nacional de Turismo. Éste versará sobre la conservación y desarrollo sustentable de recursos turísticos en el territorio de que se trate.

En el caso de la elaboración o modificación de Planes Reguladores Comunales y Límites Urbanos en zonas declaradas de Interés Turístico, se requerirá, previo a su discusión por el Concejo Comunal, de un informe del Servicio Nacional de Turismo. Este documento deberá ser incorporado en la información que se entregue a los vecinos y en la que se provea para las audiencias públicas a que se refieren los números 1 y 2 del artículo 43 de la Ley General de Urbanismo y Construcciones.

²⁷ Artículo 7° de la Ley n° 20.423 de Turismo.

²⁸ Artículo 13° de la Ley n° 20.423 de Turismo

La modificación de los Planes Reguladores Intercomunales o Metropolitanos a que se refiere el artículo 36 de la mencionada ley, y que involucre zonas declaradas de Interés Turístico, requerirá consulta al Servicio Nacional de Turismo por parte de la Secretaría Regional de Vivienda y Urbanismo.

Los informes establecidos en este artículo deberán evacuarse a más tardar en 45 días. Trascurrido el plazo sin que se haya dado cumplimiento a esa obligación, se entenderá realizado el trámite²⁹.

Para las modificaciones de dichos instrumentos, El Subsecretario de Turismo podrá proponer al Ministerio de Vivienda y Urbanismo, a través de la respectiva Secretaría Regional, o de los municipios, según corresponda, las modificaciones a los Planes Reguladores Comunales, Intercomunales y Metropolitanos que estime necesarias.

El aludido Ministerio se pronunciará sobre las modificaciones que le correspondan, previo informe de la municipalidad respectiva, la que deberá evacuarlo en el plazo de 45 días. Vencido éste, el Ministerio podrá resolver sin más trámite³⁰.

Debido a lo anterior, Cuando se solicite la aplicación del artículo 55 de la Ley General de Urbanismo y Construcciones fuera de los límites urbanos de las comunas con zonas declaradas de Interés Turístico, se requerirá informe previo del Servicio Nacional de Turismo. Este último deberá evacuar su informe en un plazo de 30 días, vencido el cual podrá resolverse prescindiendo de aquél³¹

Finalmente, en relación a las ZOIT es que estas, tendrán carácter prioritario para la ejecución de programas y proyectos públicos de fomento al desarrollo de esta actividad, como asimismo para la asignación de recursos destinados a obras de infraestructura y equipamiento necesarios³².

En relación al título III de la subsecretaria de Turismo se crea el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo la Subsecretaria de Turismo, como órgano de colaboración inmediata del Ministerio Presidente del Comité, a quien corresponderá, además, la coordinación de los servicios publico del sector.

La administración interna de la subsecretaria corresponderá al subsecretario de Turismo, quien será el jefe superior de la misma.

²⁹ Artículo 14° de la Ley de Turismo.

³⁰ Artículo 15° de la Ley de Turismo.

³¹ Artículo 16° de la Ley de Turismo.

³² Artículo 17° de la Ley de Turismo.

Sin embargo, las labores financiera y de auditoría, relacionadas con la administración interna de la subsecretaría de turismo, podrán ser efectuadas por la subsecretaría de economía y empresas de menor tamaño.

En conformidad con lo establecido en la ley n 18.575, el subsecretario, con sujeción a la planta y a la dotación máxima de personal, establecerá la organización interna de la subsecretaría y determinará la denominaciones y atribuciones que correspondan a cada una de las unidades establecidas para el cumplimiento de las funciones que les sean asignadas³³.

3.2 Estrategia de Desarrollo Regional³⁴, Región Valparaíso 2001-2010

La estrategia regional de desarrollo de la región Valparaíso, fue aprobada por el Consejo Regional de la época el 29 de marzo del 2001 y tiene su alcance hasta el año 2010.

La formulación del documento es amplia, participativa y coordinada por la Secretaría Ministerial de Planificación y Coordinación. En dónde se realizaron doce seminarios que fueron organizados por las Universidades Regionales, seis seminarios temáticos y seis territoriales. Otros dos seminarios fueron organizados por el SERNAM y el SEREMI de Gobierno.

Dado, que La Estrategia regional de desarrollo de la región de Valparaíso tiene un plazo estimado al año 2010, y dónde aún no se ha realizado una nueva estrategia o una actualización del mismo documento, es que se ha decidido trabajar con la Estrategia de Desarrollo de la Región de Valparaíso (2001-2010), dejando en claro que en el próximo periodo se desarrollaran actualización y cambios a la estrategia en cuestión derivados del cambio de Gobierno.

Dentro de La Estrategia de desarrollo de la Región de Valparaíso, se han determinado los puntos que tienen directa relación con el proyecto:

3.2.1 Principios Orientadores del Desarrollo regional

Como visión regional la Estrategia de desarrollo Regional tiene como Objetivo principal ser una Región Portal, saludable, integrada, equilibrada, de recursos y humanidad diversos: Islas, costa, valles y cordillera, inserta en un contexto nacional e internacional.

³³ Artículo 11 de la Ley de n° 20.423 Turismo.

³⁴ **Estrategia Regional de Desarrollo:** Desarrollo es el principal instrumento para regular, orientar y gestionar el desarrollo de una región, en armonía con las políticas y planes nacionales y considerando los planes comunales respectivos. Como instrumento ciudadano y de largo plazo -cuya vigencia excede a los de un gobierno nacional-, tiene por objeto encausar y controlar el proceso de desarrollo regional en función de una imagen futura de región, de su estructura y funcionamiento, en el marco de las políticas del Estado y en respuesta a las aspiraciones de la sociedad. (SUBDERRE)

Como Misión regional el Objetivo está basado en Pretender al desarrollo regional basado en un principio de equidad socioeconómica y geográfica mejorando las condiciones de vida de la población regional y favorecer el desarrollo económico basado en un principio de sustentabilidad ambiental.

Dándole énfasis a asuntos como:

La Región en su entorno: Donde los objetivos principales se central: en la integración intrarregional de su territorio continental e insular, como la interregional a nivel país e internacional. Además de favorecer los procesos de descentralización del Estado, regionalización y desconcentración de los servicios públicos a fin de potenciar su poder de decisión y gestión respecto del destino de la Región.

Como Función económica la estrategia de desarrollo regional tiene como objetivo La maximización de su crecimiento económico basado en el uso sustentable de sus recursos naturales, en el fortalecimiento de las capacidades productivas y en el mejoramiento integral de los recursos humanos e institucionales.

Como Función social el Objetivo es que “La región debe propiciar el fortalecimiento de los organismos sociales para la integración de sus habitantes a los beneficios del desarrollo, en un contexto de equidad y de igualdad de oportunidades para la satisfacción de las necesidades básicas de educación, salud y vivienda; favoreciendo en las mismas el acceso a la institucionalidad como también la posibilidad de acceso al empleo y la capacitación, integrando a los grupos prioritarios y propendiendo a una mayor equidad en la distribución de los ingresos. Esta función del Gobierno Regional debe en consecuencia contribuir a una mayor equidad en la distribución de los recursos.

Como función cultural el objetivo central es propiciar la socialización de una cultura de descentralización y regionalización mediante el fortalecimiento de las identidades locales, la protección del patrimonio y la valorización de las expresiones culturales que existen y se desarrollan en su territorio, contribuyendo a su plena integración y valorización.

Como función territorial la estrategia de desarrollo regional tiene por objetivos: la creación de una malla intermedia de desarrollo entre el borde costero, el interior y los territorios insulares, reconociendo vínculos tangibles e intangibles y sus nodos articuladores. Dicha malla deberá conectar armónicamente la región costa con la interior, procurando entre otras materias la potenciación de la producción de los valles, la inversión minera y el desarrollo de las ciudades.

En lo que contempla la estructura regional de asentamientos se busca que en los Lugares Centrales serán tipificados como centros mayores, medianos, menores y subcentros, de acuerdo 3 variables; proveedor de bienes y servicios básicos y no básicos para su población, para su entorno y la población actual.

La comuna de Petorca se encuentra inserta en los Centros Menores y Chicolco cabe en la denominación de subcentro.

Los ejes de desarrollo que presenta la estrategia de desarrollo regional dictan lo siguiente:

Estos ejes están dados por la intensidad de la relación entre lugares centrales, medidos en flujo de personas, bienes y servicios, y las comunicaciones que entre ellos ocurren. La infraestructura y servicios a desarrollar a lo largo de los ejes de desarrollo y entre lugares centrales es la de transporte, energía y comunicaciones.

En la región existe una red jerárquica de ejes de desarrollo conectados y supuestos entre sí demarcado a través del sistema vial. En ellas se distinguen tres niveles:

Ejes Nacionales e internacionales: Estos hacen posible la integración de la región al territorio nacional y al mismo tiempo conecta la Región Central del país con el Mercado mundial a través de los centros estratégicos ubicados en la Región. Se reconoce en la comuna de Petorca: el eje Santiago-V región de Valparaíso-Región de Coquimbo por el interior (Putendo-Cabildo-Petorca-Illapel), siendo nombrado como Potencial

Ejes Regionales. Son aquellos que tienen la capacidad de conectar los centros mayores con los medianos al interior de la red de asentamientos humanos de la Región. La comuna de Petorca no incorpora eje regional.

Ejes subregionales: Son los que cumplen la función de conectar los centros medianos de la red de asentamientos regional con otros centros medianos y/o menores a través del sistema vial. En este Nivel la comuna de Petorca presenta el siguiente eje: La ligua-Cabildo-Petorca (ruta E-35).

De la Infraestructura Regional los objetivos están orientados a la:

- expansión y mejora
- funcional al desarrollo de actividades productivas aprovechando las ventajas económicas comparativas
- fortalecer la modernización y expansión de la infraestructura marítima, terrestre, aérea y de comunicaciones, que otorgue viabilidad al corredor bioceánico

- desarrollar la infraestructura y tecnología de riego asociada a la agricultura de exportación a la agroindustria
- Desarrollar la infraestructura social propiciando el mejoramiento de los servicios de salud, educación, vivienda, servicios básicos, de seguridad y para el uso del tiempo libre, todos funcionales a estilos de vida saludable.

En las actividades económicas, se tiene por objetivo: “favorecer el desarrollo de las actividades económicas ambientalmente sustentables, valorando la base productiva diversa, promoviendo su expansión, modernizadora, competitividad e internalización. Esta actividad debe sustentarse en la amplia concertación entre trabajadores y empresarios que promueva un armónico marco de relaciones laborales”.

En medio ambiente la estrategia de desarrollo regional tiene el siguiente objetivo:

- La región debe promover la sustentabilidad ambiental orientado a favorecer el desarrollo económico, procurando llegar a ser una región caracterizada por un ambiente libre de contaminación, por la protección del entorno, por la preservación de la naturaleza y la conservación de su patrimonio ambiental, y por la participación comprometida de la ciudadanía en el resguardo del medio ambiente.
- Para Implementar la política ambiental en la región se consideraran objetivos específicos la recuperación y mejoramiento de la calidad ambiental; la prevención del deterioro ambiental, el fomento a la protección del patrimonio ambiental y el uso sustentable de los recursos; la introducción de consideraciones ambientales en el sector productivo; el compromiso de la ciudadanía en la gestión ambiental, el fortalecimiento de la institucionalidad ambiental regional, y el perfeccionamiento de los instrumentos de gestión ambiental.
- Garantizar un medio ambiente libre de contaminación colaborando en el proceso de crecimiento económico con equidad y sustentabilidad.

Del desarrollo social y cultural La estrategia de desarrollo regional se orienta a lo siguiente:

- la integración social e igualdad de oportunidades,
- La preservación y el respeto de las identidades y del patrimonio natural y cultural regional

- Ampliación y mejoras la infraestructura social y cultural, tanto patrimonial como funcional.
- La Gestionar y coordinación de intervenciones integrales del sector público y privado en las comunas para su desarrollo local que valore positivamente los distintos recursos patrimoniales culturales. Estas acciones deben además ser una contribución al desarrollo integral de las comunas.

3.2.2 Compromiso de la Estrategia Regional con el Turismo³⁵

La estrategia pretende Orientar, potenciar, dinamizar y consolidar el desarrollo del turismo en la Región, estimulando la competitividad, la transparencia del mercado turístico y delineando claramente el rol del sector público en el ámbito económico. Esta misión debe desarrollarse desde la perspectiva de la oferta turística, en su dimensión de actividad económica.

Debido a esto se trabaja orientado a una **Política de turismo para la Región**³⁶ estableciendo como estrategia y planes las especificidades y diversidad de recursos turísticos de la Región, poniendo su quehacer al desarrollo sostenible e incorporando la experiencia internacional exitosa.

Además de Establecer una alianza estratégica público-privada para la gestión del desarrollo turístico regional, provincial y comunal, a través de la constitución de un organismo asesor de turismo, institucionalizado, que cumpla las funciones de orientar y promover el mejoramiento de la competitividad y asociatividad del sector.

En relación a la **Planificación turística y desarrollo de productos**³⁷, se pretende: Preservar y desarrollar los recursos turísticos actuales y potenciales a través de la priorización de la dimensión turística en los planes de inversión pública e instrumentos de ordenamiento territorial e infraestructura, de tal manera de hacer compatible el crecimiento de otros sectores de la economía con el aprovechamiento integral y racional de los recursos turísticos naturales y culturales de la Región.

³⁵ Estrategia de Desarrollo Regional Región de Valparaíso (2001-2010), Capítulo 4 de Actividades Económicas pág. 69

³⁶ Estrategia de Desarrollo Regional Región de Valparaíso (2001-2010), Capítulo 3 de Infraestructura Regional pág. 43

³⁷ Estrategia de Desarrollo Regional Región de Valparaíso (2001-2010), Capítulo 4 Actividades económicas pág. 71

Aparte Fortalecer el desarrollo de la oferta turística en asociación y complementación con la actividad portuaria, pesca artesanal en caletas, expansión urbana en zonas costeras, y con el patrimonio arquitectónico y medioambiental de la Región.

Además fortalecer y crear nuevos productos y recursos turísticos integrados en circuitos de turismo que permitan una adecuada comercialización, complementando aquellos de menor jerarquía con los atractivos de importancia internacional, incorporando territorios que tienen intereses de carácter potencial y definiendo un rol para estas localidades.

Finalmente elaborar un sistema de información eficiente, integrada y transparente, sobre las principales variables e indicadores que describen la situación y evolución de la actividad turística regional, provincial y comunal, necesaria para planificar, evaluar y orientar tanto la gestión como las inversiones públicas y privadas en turismo.

Para la **Competitividad regional de la oferta turística**³⁸ se pretende Promover el mejoramiento productivo de la gestión de las empresas turísticas y la calidad de los servicios que ofrecen, flexibilizando y adecuando el uso de los instrumentos y recursos de fomento y apoyo crediticio. Así como también, orientar e incentivar a las instituciones de educación superior respecto a las demandas laborales del sector turismo y la investigación en las universidades e incorporar dentro de la reforma educacional la temática de turismo en la educación formal.

En relación a la venta de bienes servicios y experiencias, se propende a consolidar y diversificar los mercados nacionales y extranjeros mediante la promoción de una oferta turística coordinada y cofinanciada entre el sector público y privado.

Para la promoción de la región se pretende Promocionar estilos de vida saludable y con la imagen corporativa identificable de un destino turístico cuya oferta se refleje en la diversidad de atractivos y servicios.

Como eje final de la competitividad de la oferta turística se desea promover el desarrollo de sistemas de certificación de calidad basados en la autorregulación de los agentes turísticos que ofrecen servicios que están relacionados directa e indirectamente con el turismo. Establecer las regulaciones y estándares de calidad necesarias que permitan que las actividades informales

³⁸ Estrategia de Desarrollo Regional Región de Valparaíso (2001-2010), Capítulo 4 de Actividades económicas pág. 72

directas o indirectamente relacionadas con el turismo, puedan ser desarrolladas dentro de un marco legal.

Información turística orientada a la demanda³⁹ pretende Actualizar y difundir en forma permanente los sistemas de información regional orientados al turista, como a los potenciales inversionistas y. Contribuir al desarrollo de la conciencia turística de la población regional para una mayor competitividad del sector, una mejor receptividad al turista, realizando las acciones comunicacionales que correspondan y la capacitación de quienes se relacionan habitualmente con turistas.

3.2.3 Compromiso de la Estrategia Regional con la Cultura

La Formulación de una política cultural regional que reconociendo los criterios nacionales fije objetivos de desarrollo basados en la identidad, las expresiones y el patrimonio cultural de la propia Región.

Además *de* promover la participación ciudadana y facilitar las condiciones para que la cultura se exprese a través de sus distintas formas.

Los compromisos están orientados a los siguientes ítems:

- **Identidad y patrimonio**⁴⁰: Donde se debe propiciar el fortalecimiento, integración y desenvolvimiento cultural de las identidades locales, patrimonio, expresiones y producciones.

Rescatar, conservar, promover y difundir el patrimonio cultural, histórico y natural, tangible e intangible mediante acciones coordinadas entre las instancias sectoriales y territoriales para el diagnóstico, evaluación técnica y formulación de proyectos de restauración y puesta en valor de edificios de interés patrimonial.

Promover a la región como centro generador de bienes y manifestaciones culturales diversas.

Apoyar las expresiones culturales y artísticas locales, otorgando financiamiento y respaldo.

³⁹ Estrategia de Desarrollo Regional Región de Valparaíso (2001-2010), Capítulo 4 de Actividades económicas pág. 73

⁴⁰ Estrategia de Desarrollo Regional Región de Valparaíso (2001-2010), Capítulo 7 de Cultura pág. 118

Incentivar la participación e integración ciudadana, generando un mayor intercambio y cooperación entre las comunas, potenciando el desarrollo de actividades que rescaten las diversas identidades culturales de los grupos y sectores de la Región.

Propiciar la participación e integración ciudadana, generando un mayor intercambio y cooperación entre las comunas, potenciando el desarrollo de actividades culturales que rescaten el patrimonio y las diversas identidades culturales de los grupos y sectores de la Región, asimismo, promover un eje transversal de participación, en la generación de políticas y programas en estas materias.

Promover la integración de las minorías étnicas al desarrollo regional e incentivar la conservación, fortalecimiento y difusión de sus expresiones y valores culturales y difundir las variadas y particulares expresiones culturales existentes en la Región.

- **Fomento a la creación⁴¹:** Se tiene por objetivo el desarrollo de la cultura mediante la dictación y cumplimiento de una política de fomento del arte y la cultura que valore el patrimonio y los atractivos culturales de la Región, además de Propiciar la generación de instancias de formación artística y fortalecimiento de las áreas de excelencia de la creación artístico-cultural en la Región.
- **Formación de recursos humanos⁴²,** se pondrá énfasis en promover instancias de capacitación de recursos humanos en administración y gestión cultural, en el ámbito de la gerencia cultural y de la utilización de herramientas e instrumentos.
- **Proyección Internacional⁴³:** se pretende la nacionalización y la internacionalización mediante la cooperación y vinculación, promover el intercambio cultural a nivel nacional y con países del MERCOSUR y el resto del mundo. Finalmente en esta materia se trabajará en la articulación de organismos gubernamentales, privados y de educación superior

⁴¹ Estrategia de Desarrollo Regional Región de Valparaíso (2001-2010), Capítulo 7 de Cultura pág. 120

⁴² Estrategia de Desarrollo Regional Región de Valparaíso (2001-2010), Capítulo 7 de Cultura pág. 121

⁴³ Estrategia de Desarrollo Regional Región de Valparaíso (2001-2010), Capítulo 7 de Cultura pág. 122

3.3 Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR)⁴⁴

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 tiene como Misión Institucional; Ejecutar la Política Nacional de Turismo mediante la implementación de planes y programas que incentiven la competitividad y participación del sector privado, el fomento de la oferta turística, la promoción y difusión de los destinos turísticos resguardando el desarrollo sustentable de la actividad, que beneficien a los visitantes, nacionales y extranjeros, prestadores de servicios turísticos, comunidades y al país en su conjunto.

Como Objetivos Estratégicos SERNATUR pretende

- Coordinar a los actores públicos y privados del sector a participar, alinear y potenciar las acciones de promoción y difusión de los productos y destinos, con el fin de generar el crecimiento de la industria turística.
- Promover la competitividad del sector mediante la incorporación y certificación de estándares para asegurar la calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos.
- Generar información de calidad, oportuna y accesible que facilite la definición de estrategias y la toma de decisiones del sector, para potenciar la oferta turística.
- Fortalecer los programas de turismo interno para reducir la estacionalidad de la industria, promover el desarrollo regional y la descentralización.
- Fomentar y velar por el desarrollo integral de los territorios para así, contribuir con la sostenibilidad y sustentabilidad de los destinos y productos turísticos.
- Diseñar e Implementar la estrategia de desarrollo de la gestión interna en el marco de la implementación de la Ley de Turismo.

3.3.1 Estrategia de Producto y servicio de SERNATUR⁴⁵

La actividad turística a nivel mundial aporta a la generación de más de *230 millones de empleos* y tiene como impacto la generación de un *9,2% del PIB* superando los 5.750 billones de USD (WTTC, 2009).

Tan solo el turismo internacional, viajes de personas fuera de su país de residencia,

⁴⁴ Servicio Nacional de Turismo , Acerca de Sernatur ¿Qué hacemos?, obtenido el 05 de mayo del 2011 en <http://www.sernatur.cl>

⁴⁵ Brief Turismo SERNATUR Valparaíso, elaborado el 9 de Junio del 2011.

registró un movimiento el 2009 de unos *900 millones de turistas* (OMT, 2010).

El turismo demostró ser un sector que se ve menos afectado ante crisis y coyunturas económicas y un rápido acelerador de la recuperación y el desarrollo. Es así como las exportaciones a nivel mundial sufrieron el año 2009 bajas del 12%, mientras que los ingresos internacionales por turismo de tan solo un 5,8% enfatizando un crecimiento a inicios del 2010 de un 7% (OMT, 2010).

A nivel nacional el turismo contribuye con un *3,2% al PIB* y ha tenido un leve crecimiento el 2009 de un 0,3% versus la baja económica general de un -1,5%. El año pasado se contabilizaron más de *2,7 millones de arribos de turistas extranjeros*, que significaron un aporte cercano a los 2 mil millones de USD, y además se registraron unos *6 millones de turistas nacionales* (SERNATUR, 2010).

Desde el mes de febrero 2010 el país cuenta con la *Ley de Turismo*, N° 20.423, cuyo objetivo es “*el desarrollo y la promoción de la actividad turística por medio de mecanismos destinados a la creación, conservación y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales*” reconociendo al turismo como una *actividad estratégica para el desarrollo de Chile*.

En tal sentido SERNATUR, como organismo oficial del turismo, define nuevos objetivos enfocados hacia:

- a) El aumento del flujo, la estadía y el gasto promedio de los visitantes.
- b) El posicionamiento de Chile como destino a través de un incremento en la inversión y la eficiencia en la promoción.
- c) El incremento y la mejora de los productos turísticos de calidad permitiendo mayor generación de empleo y una mejor experiencia turística.
- d) Un desarrollo de turismo de calidad y económica, cultural, social y ambientalmente sustentable.

La Región de Valparaíso se ha estado consolidando como la principal Región-destino turístico de Chile que acoge *más del 25% del flujo* de turismo interno (nacionales) y receptor (extranjeros) que viajan principalmente por razones de ocio y recreación realizando actividades vinculadas con el litoral, la cultura y áreas naturales (SERNATUR, 2010). Además, el turismo aporta al PIB regional con un *6,9%* y genera más del *20% de los empleos* (ARDP, 2009), donde destaca su tejido basado en MIPYMES y PYMES.

La realidad turística en la Región hoy enfrenta las oportunidades de fortalecer la integración de los productos turísticos territoriales, permitiendo incrementar la competitividad del sector en

los mercados nacionales e internacionales apoyándose en la estrategia englobada por *motivadores de viaje* segmentados en 7 tipologías principales:

- a) Cultura y patrimonio;
- b) Naturaleza;
- c) Deporte y aventura;
- d) Gastronomía y vino;
- e) Estilo de vida y entretenimiento;
- f) Bienestar y salud;
- g) Viajes por incentivos, congresos y reuniones.

El trabajo turístico a nivel de la Región responde así a una subdivisión en 7 *territorios concatenados* donde en cada uno existe un área central de concentración de turismo y de productos. Estos territorios deben potenciarse entre sí para la sinergia y eficiencia en los esfuerzos que se emprenden. A continuación se presenta la tabla elaborada por SERNATUR Región de Valparaíso.

TABLA N° 4 Productos Turísticos según Territorio Regional

Territorio	Área distribución de demanda	Tipología de productos principales
Litoral Norte	Quintero, Puchuncavi, Zapallar, la Ligua, Petorca	Naturaleza Deportes y aventura Gastronomía y vinos Bienestar y salud Incentivos, congresos y reuniones

Litoral Centro	Valparaíso, Viña del Mar, Concón	Cultura y patrimonio Naturaleza Deporte y aventura Gastronomía y vinos Estilo de vida y entretención Bienestar y salud Incentivos, congresos y reuniones.
Litoral sur	Casablanca, Algarrobo, San Antonio, Santo Domingo	Cultura y Patrimonio Naturaleza Deporte y aventura Gastronomía y vinos Estilo de vida y entretención Bienestar y salud
Aconcagua	San Felipe, Rinconada, Putaendo, San Esteban, Los Andes, Portillo	Cultura y Patrimonio Naturaleza Deporte y aventura Gastronomía y vinos Estilo de vida y entretención Bienestar y salud
Campana Peñuelas	Peñuelas, Quilpué, Villa Alemana, Limache, Olmué, Quillota, Hijuelas	Naturaleza Deporte y aventura Gastronomía y vinos Estilo de vida y entretención Incentivos, congresos y reuniones
Juan Fernández	Archipiélago Juan Fernández	Naturaleza Deporte y aventura
Isala de Pascua	Isla de Pascua	Cultura y patrimonio Deporte y aventura

Fuente: Extraído de Brief Turismo 2011, SERNATUR Valparaíso Pagina 2-3.

Para su cumplimiento SERNATUR Región de Valparaíso propone e impulsa la necesidad de generación de facilidades para la *máxima coordinación y colaboración* de instituciones públicas y privadas que apoyan al fomento y desarrollo del turismo optimizando de esta forma los recursos que respondan a los desafíos de:

1. Desarrollo turístico:
 - a. Valorización y desarrollo de productos sobre polos de turismo prioritarios.
 - b. Desarrollo de programas de capacitación y formación.
 - c. Desarrollo de programas de sensibilización.

- d. Apoyo al fortalecimiento de la asociatividad entre actores del turismo regional.
- e. Seguimiento e impulso a programas estadísticos y de mejora de infraestructura y servicios turísticos y complementarios.

2. Marketing turístico:

- a. Establecimiento del posicionamiento y la imagen turística integral en base a mercados.
- b. Desarrollo de materiales de soporte para la promoción.
- c. Desarrollo y apoyo a programas dirigidos los canales de posicionamiento (tour operadores, agencias), prensa en turismo y turistas potenciales.

Los incentivos y aportes para el desarrollo de la actividad turística tienen como resultado:

- a) Mayor bienestar y calidad de vida de los habitantes.
- b) La dinamización de la generación del empleo directo e indirecto. c) Mejora en las capacidades y habilidades del capital humano.
- c) La generación de condiciones para la preservación de la identidad y de los recursos naturales y culturales.
- d) Mayores oportunidades para el desarrollo de futuras generaciones en los propios territorios.
- f) El desarrollo y posicionamiento territorial como apertura de posibilidades de fortalecimiento de otras ramas productivas regionales estratégicas, por ejemplo la agroalimenticia y educación superior.

En este sentido, por último, la Región de Valparaíso en el próximo período debe cumplimentar los objetivos de:

- a) *Ser los primeros*. Consolidarse como la puerta de entrada al país y ser una Región-

destino exportable fortaleciendo su capacidad y posicionamiento de la oferta turística.

b) *Ofertar lo que el turista desea.* Priorizar acciones en mercados con mayor potencial de repetibilidad anual (Santiago, Argentina, Brasil) y los de mayor gasto diario (Alemania, Francia, Reino Unido, España, Estados Unidos) en virtud de sus actuales y prospectivos consumos de productos turísticos.

c) *Garantizar la experiencia.* Incentivar la certificación bajo normas de calidad turística – Q – y generar condiciones para la ampliación de sellos de categoría internacional en ámbito de sustentabilidad y servicios.

d) *Medir y prospectar.* Implementar un sistema oportuno y fiable de indicadores cuantitativos y cualitativos que permita el seguimiento de la actividad en los territorios y del comportamiento y la prospección de los mercados.

3.3.2 Matriz de Productos y Motivadores 2010 Región de Valparaíso

Realizado en Base a consultas de equipo técnico interno, valorización en base a mercado y potencial de desarrollo en programación para el año 2011.

TABLA N° 5 de Producto Cultura y Patrimonio

MOTIVADOR	PRODUCTO	LUGAR*
Cultura y patrimonio	Ciudad Patrimonio de la humanidad (UNESCO)	Valparaíso (L-C)
	Patrimonio de la Humanidad (UNESCO)	Isla de Pascua (IPC)
	Valle de Aconcagua	Putendo (A)
	Festival de las Artes	Valparaíso (L-S)
	Isla Negra	El Quisco (L-S)
	Calendario Cultural	Valparaíso, Viña del Mar (L-C)

Fuente: Extraído de Matriz de Productos Motivadores 2010, SERATUR.

TABLA N° 6 De Producto Naturaleza

MOTIVADORES	PRODUCTO	LUGAR*
Naturaleza	Reserva de la Biósfera (UNESCO)	Juan Fernández (JF)
	Reserva de la Biósfera (UNESCO)	Campana-Peñuelas (C-P)
	Turismo Rural	Campana-Peñuelas (C-P)
		Valle de Aconcagua (A)
		La Ligua, Cabildo, Petorca (L-N)
		Casablanca, Totoral, El Quisco. (L-S)
	Humedales	Algarrobo, Santo Domingo (L-S)
		Concón (L-S)
		Quintero- La Ligua (L-N)
	Valle de Aconcagua	Valle del Aconcagua (A)
	Jardín Botánico Nacional	Viña del Mar (L-C)
	Campo Dunar	Concón (L-C)
	Isla Cachagua	Zapallar (L-N)

Fuente: Extraído de Matriz Productos Motivadores 2010, SERNATUR.

TABLA N°7 De Producto Deporte Aventura

MOTIVADORES	PRODUCTOS	LUGAR*
Deporte Aventura	Turismo Azul – Actividades Nauticas	Valparaiso (L-C)
		Isla de Pascua (IPC)
		Juan Fernández (JF)

		Los Molles (L-N)
	Esquí	Portillo, El Arpa (A)
	Trekking y Montañismo	La Campana (C-P)
		Sendero de Chile (A)
		Sendero de Chile (JF)
		Precordillera río Claro (A)
	Cabalgatas	Concón (L-C)
		Valle de Aconcagua (A)
		Olmué (C-P)
		El Quisco (L-S)
		Quintero, La Laguna (L-N)
		Juan Fernández (JF)
	Equitación	Quillota (C-P)
	Carreras de Caballo	Viña del Mar (L-C)
	Observación de Aves	Laguna Verde (L-C)
		Viña del Mar (L-C)
	Aconcagua	Cordillera de los Andes (A)

Fuente: Extraído de Matriz Productos Motivadores 2010, SERNATUR.

TABLA N°8 De Producto Gastronomía y Vinos

MOTIVADORES	PRODUCTOS	LUGAR*
Gastronomía y Vinos	Valles Vitivinícolas	Aconcagua (A)
		Casablanca(L-S)

		San Antonio (L-S)
	Gastronomía	Valparaíso (L-C)
		Concón (L-C)
		Algarrobo, Santo Domingo (L-s)
		Maitencillo-Papudo (L-N)
		Olmué (C-P)
		Valle de Aconcagua (A)

Fuente: Extraído de Matriz de Productos Motivadores 2010, SERNATUR.

TABLA N°9 De Productos Estilo de vida y entretenición

MOTIVADORES	LUGARES	LUGARES*
Estilo de vida y entretenición	Entretenición y Casinos	Viña del Mar (L-C)
		San Antonio (L-S)
		Rinconada (A)
	Estilo de vida	Valparaíso (L-C)
	Diversión Nocturna	Valparaíso, Viña del Mar (L-C)
	Festival del Huaso	Viña del Mar (L-C)
	Turismo recreativo, pintura, danza, textil	Olmué (C-P)
	Filmaciones	Valparaíso (L-C)
	Compras Boutique	Valparaíso (L-C)
	Compras	Valparaíso (L-C)
		Viña del Mar (L-C)

Fuente: Extraído de Matriz de Productos Motivadores 2010, SERNATUR.

TABLA N° 10 De producto Bienestar y Salud

MOTIVADORES	PRODUCTOS	LUGAR*
Bienestar y Salud	Termas	Aconcagua (A)
	Spa	Valparaíso, Viña del Mar (L-C)
		Puchuncavi, Marbella, Zapallar (L-N)
		Algarrobo L-S)
	Esparcimiento, Recreación	Viña del Mar (L-C)

Fuente: Extraído de Matriz Productos Motivadores 2010, SERNATUR.

TABLA N° 11 De Producto Viajes por Incentivos congresos y Reuniones

MOTIVADORES	PRODUCTOS	LUGAR*
Viajes por Incentivos Congresos y Reuniones	Congresos y Convenciones	Valparaíso, Viña del Mar (L-C)
		Marbella (L-N)
		Olmué (C-P)
	Turismo Universitario-Educativo	Valparaíso, Viña del Mar (L-C)

Fuente: Extraído de Matriz de Productos Motivadores 2010, SERNATUR.

*Descripción de Territorios Regionales

L-N: LITORAL NORTE: área: Quintero, Puchuncavi, Papudo, La Ligua, Petorca

L-C: LITORAL CENTRO: área: Valparaíso, Viña del Mar, Concón.

L-S: LITORAL SUR: área: Casablanca, Algarrobo, San Antonio, Santo Domingo.

A: ACONCAGUA: área: San Felipe, Rinconada, Putaendo, San Esteban, Los Andes, Portillo.

C-P: CAMPANA-PEÑUELAS: área: Peñuelas, Quilpué, Villa Alemana, Limache, Olmué, Quillota, Hijuelas.

JF: JUAN FERNÁNDEZ: área: Archipiélago Juan Fernández

IPC: ISLA DE PASCUA: área: Isla de Pascua

3.4 Petorca Municipio Turístico

Alcalde: Gustavo Valdenegro Rubillo

Administrador Municipal: Luis Robles

El Consejo Municipal está compuesta por miembros denominados concejales, está integrado de la siguiente manera.

TABLA N°12 Concejal por Área

Concejal	Área
Rodrigo Cuevas Vivanco	Desarrollo Comunitario
René Rodríguez Fredes	Deporte y Recreación
Ignacio Villalobos Henríquez	Obras
Patricio Rojas O 'Rían	Educación y Salud
Augusto Correa Correa	Fomento Productivo
Juan Prado Díaz	Finanzas, Gestión interna y Cultura

Fuente. Elaboración propia en base a información Municipal

El Personal de la Ilustre Municipalidad de Petorca, se distribuye de acuerdo a las funciones que se asignan a cada dirección, departamento u oficinas, y regulado mediante un reglamento interno. Tal distribución, tiene como objetivo procurar la máxima eficiencia de la gestión municipal y los mecanismos de coordinación interna.

3.4.1 Estructura Municipal⁴⁶

La estructura de la municipalidad, se conforma de la siguiente forma:

1. Alcaldía

1.1 El jefe de Gabinete de Alcalde

1.2 Relaciones Públicas

2. Administración Municipal

3. Juzgado de Policía Local

4. Control y Legalidad

5. Secretaria Municipal. Donde se encuentran las oficinas de:

5.1 Oficinas de Partes y Alcaldía

5.2 Oficinas de Concejalía

5.3 Oficinas de personal transcripción decretos alcaldicios, organizaciones comunitarias y servicios de Bienestar.

⁴⁶ Título II De la estructura, Reglamento de Estructura, Funciones y Coordinación de la Ilustre Municipalidad de Petorca, 2005,

5.4 oficina central telefónica-fotocopiadora y fax

5.5 servicios menores

6. Secretaria Comunal de Planificación: Donde se ubican la oficina y departamento de:

6.1 oficina técnica-administrativa

6.2 Departamento de operaciones, emergencias, minería-mejoramiento agua de riego.

7. Dirección de Obras Municipales, tendrá la oficina de:

7.1 Oficina Técnica administrativa y atención de público

8. Departamento de Educación-Cementerios

9. Departamento de Salud

10. Departamento desarrollo comunitario y social: tendrá las oficinas de:

10.1. Oficinas de secretaria administrativas Dideco y Social

10.2. Oficina de Becas Estudiantiles-Apoyo Adulto Mayor

10.3. Oficina de la Vivienda

10.4. Biblioteca

10.5. Oficina de la Juventud-Deportes y Cultura

10.6. Oficina de la Mujer y de Intervención Familiar Puente

10.7. Oficina de Desarrollo Social

10.8. Oficina Cas II

10.9. Oficina subsidio Red Social

11 Departamento Administración de Finanzas, tiene las oficinas de:

11.1. Oficina de Tesorería

11.2. Oficina de Contabilidad, presupuesto, adquisiciones e inventario

11.3. Oficinas Rentas y patentes

11.4. Oficina de Informática

11.5. Inspección Municipal-Movilización

12. Departamento desarrollo Productivo, tiene las oficinas de:

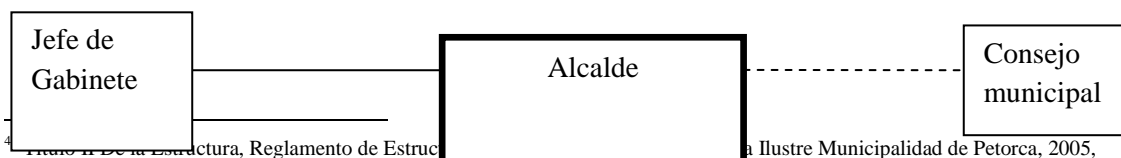
12.1. Oficina Municipal de Colaciones Capacitación y empleo

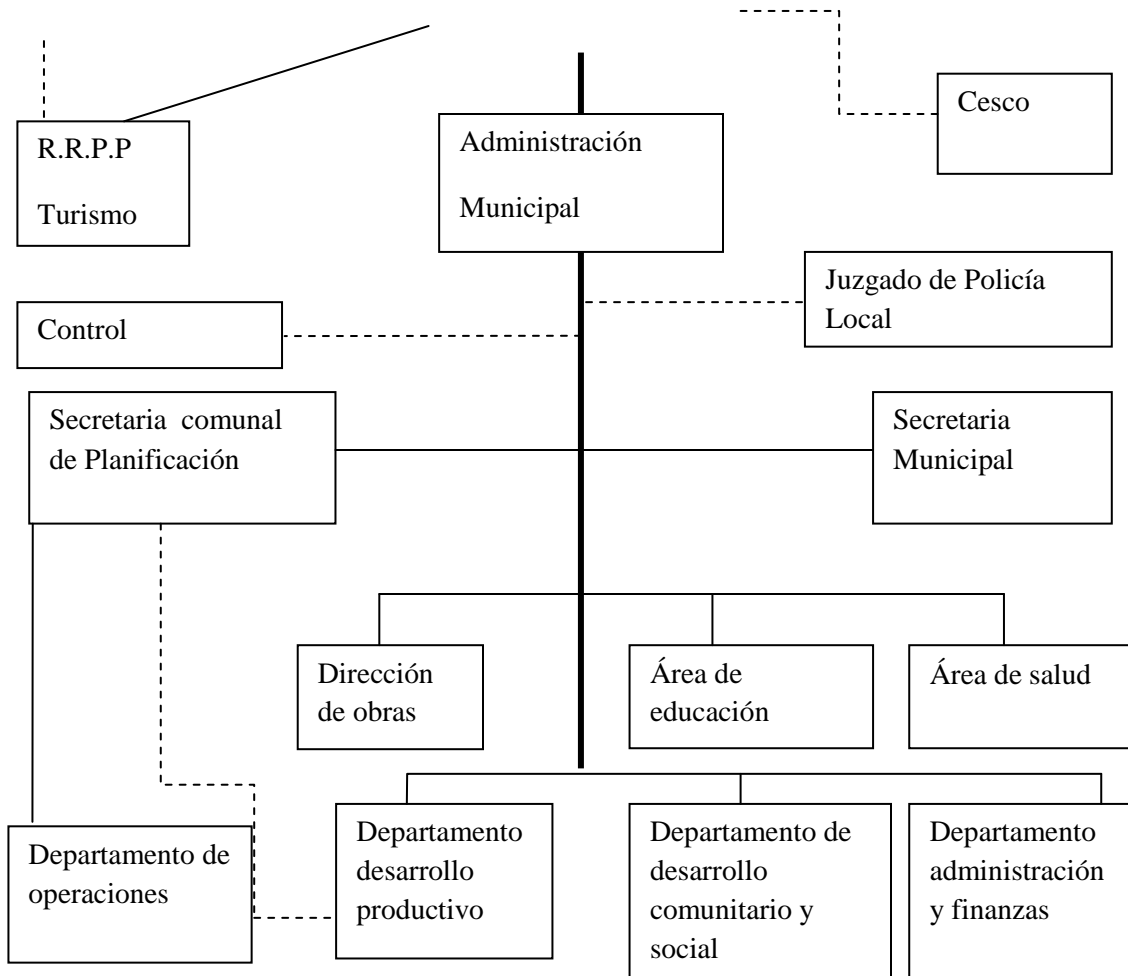
12.2. Oficina de Turismo

12.3. Oficina Infocentro

3.4.2 Organigrama del Sistema Municipal⁴⁷

FIGURA N° 3 Organigrama sistema municipio de Petorca





Fuente: Ilustre Municipalidad de Petorca

Si bien, el organigrama muestra al departamento de turismo en relaciones directas con el alcalde y jefe de gabinete, en el presente proyecto lo que se busca es generar instancias de desarrollo y trabajo complementarias con otros departamentos municipales que permitan el desarrollo integral de la actividad turística a nivel comunal.

3.4.3 Instrumentos de Planificación de la Comuna

De acuerdo a una investigación previa en la comuna de Petorca en relación a los instrumentos de Planificación vigentes que tengan inferencia en la actividad turística, a través de don Víctor Rebolledo, encargado de la Secretaría Comunal de Planificación quien explico que “ No existe ningún instrumento de planificación, vigente”.

Por lo tanto es de vital importancia investigar los instrumentos de planificación existentes caducados, que nos entregan matices de visión y planificación para el área del turismo.

En el plan regulador año 2005 se señala el siguiente objetivo ligado al turismo **“Rescatar los elementos patrimoniales de la comuna de Petorca, ya sean edificios, áreas o lugares, que permitan reforzar la identidad comunal y, a la vez, cuenten con el potencial de atraer la llegada de visitantes”**⁴⁸.

La imagen Objetivo de la comuna de Petorca según el PLADECO⁴⁹ dice “Petorca, es una comuna agrícola, próspera, moderna, con servicios propios, que satisfaces adecuadamente los requerimientos de la comunidad. Con una completa cobertura de los servicios básicos en todas las localidades y una planificación estratégica que permite un mejor aprovechamiento y conservación del recurso hídrico.

Los establecimientos educacionales tienen un gran nivel académico, lo cual proporciona mejores expectativas a los jóvenes y al desarrollo de la comuna. Se cuenta con un Instituto técnico profesional, que permite a la ciudadanía optar a otros campos laborales.

La Comuna explota sustentablemente sus recursos turísticos, tales como paisajes, bellezas naturales, jeroglíficos, tradiciones y calidez de sus habitantes. Generando valor agregado y prestación de servicios para una gran demanda turística, lo que beneficia al desarrollo económico y social de Petorca.

Petorca cuenta con importantes empresas no contaminantes y complementarias a la actividad agrícola que absorben mano de obra local y genera, así, nuevas fuentes de trabajo durante todo el año.

Por último, nuestra comuna trabaja de manera organizada creando redes sociales y alianzas entes las distintas organizaciones comunitarias con todos los actores sociales relevantes, realizando distintas iniciativas y actividades recreativas, deportivas y culturales por el beneficios de toda la comunidad”

La misión pretende **“Orientar a la comuna de Petorca hacia un desarrollo equilibrado consolidándola como una comuna agroturística, a través de planificaciones estratégicas, aprovechando sustentablemente sus recursos y atractivos naturales, culturales e históricos, Logrando así un mayor dinamismo en las actividades económicas y competitividad dentro del ámbito regional y provincial”**.

⁴⁸ Objetivo 16 del Plan Regulador Comunal, Comuna de Petorca.

⁴⁹ PLADECO de Petorca. I. Municipalidad de Petorca. Año 2005.

Fortalecer la participación a partir de las organizaciones comunitarias, crear vínculos y alianzas con el municipio, realizando un trabajo en conjunto para alcanzar mejores condiciones de vida y un desarrollo local⁵⁰”.

En relación a los objetivos estratégicos orientados a la actividad turística; se menciona en Fomento Productivo: **Fomentar el desarrollo de actividades económicas en la comuna, fortaleciendo las actividades agrícolas y potenciando el turismo en la comuna.**

En deporte y cultura se menciona lo siguiente. Fomentar, promover y apoyar el deporte y la cultura de la comuna de Petorca.

En relación al ordenamiento territorial, el objetivo estratégico del anteproyecto se orienta a Planificar y orientar el proceso de desarrollo y crecimiento comunal, considerando las áreas con mayores potenciales y los requerimientos de los habitantes de la comuna. Considerando el emplazamiento de servicios, equipamiento e infraestructura que promueva la actividad turística y mejores condiciones de habitabilidad de la población de Petorca, generando la posibilidad de atraer inversionistas e incrementar el número de visitantes a la comuna propagando un mayor dinamismo.⁵¹

En el anteproyecto de Plan regulador Comunal para la actividad turística y su planificación en la localidad de Petorca pretende lo siguiente. En relación a los objetivos este pretende en el objetivo 5 Identificar y potenciar los elementos y sectores con valor patrimonial. Y en objetivo 6 Restringir el crecimiento urbano en áreas de riesgo y controlarlo en áreas de protección⁵².

Los objetivos de desarrollo urbano para Chicolco ligados a la actividad turística son los siguientes: Restringir el crecimiento urbano en áreas de riesgo y controlarlo en áreas de protección. Además de Identificar y potenciar los elementos y sectores con valor patrimonial, principalmente asociados al espacios urbano en torno a la calle Pedro Montt.

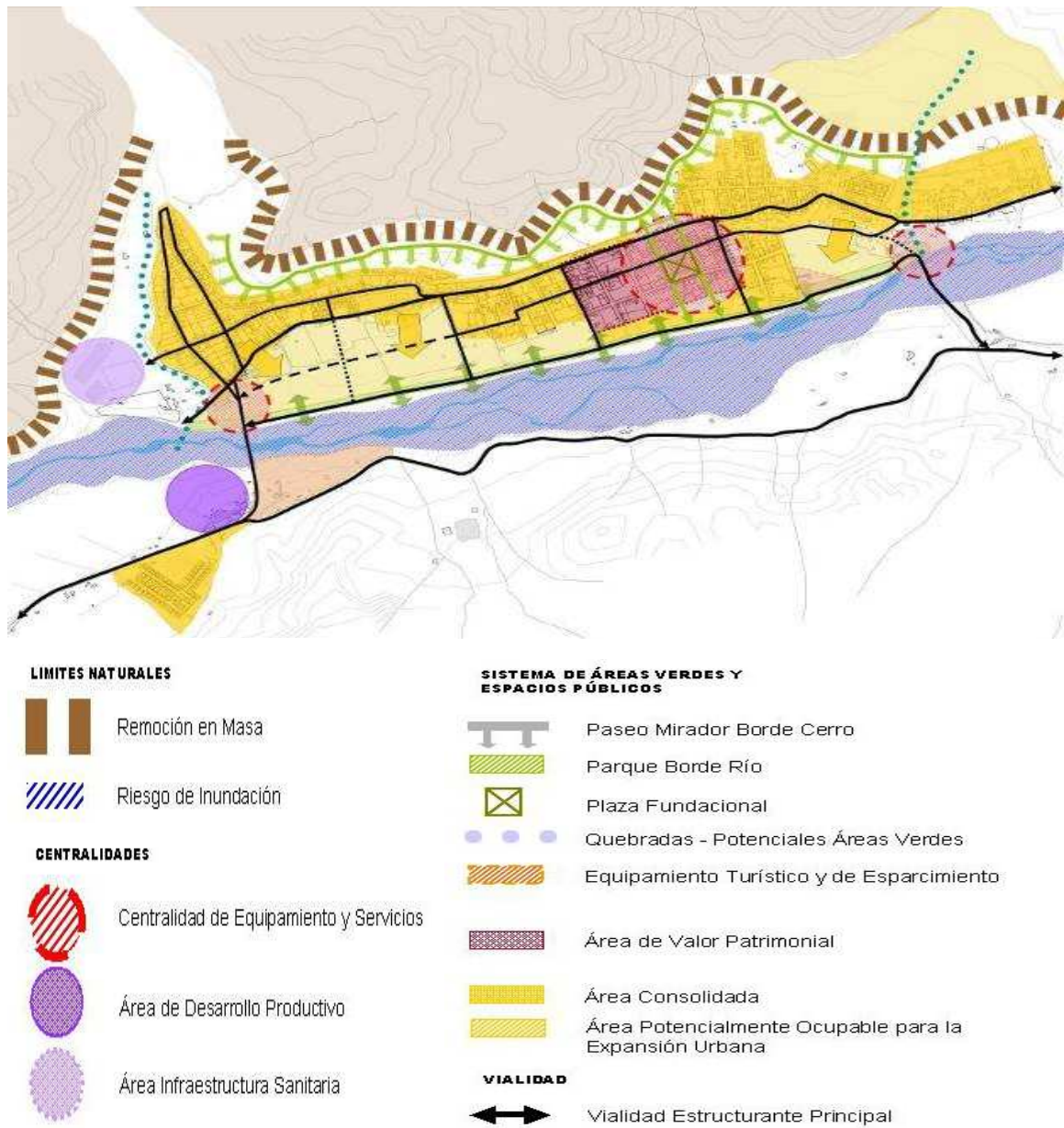
a) Imagen Objetivo de la Localidad de Petorca

IMAGEN N° 1 Imagen objetivo para Petorca

⁵⁰ Pladeco Petorca, Municipalidad de Petorca, 2005.

⁵¹ Pladeco Petorca, Municipalidad de Petorca, 2005.

⁵² Plan regulador Comunal Petorca. Localidades Petorca y Chicolco.

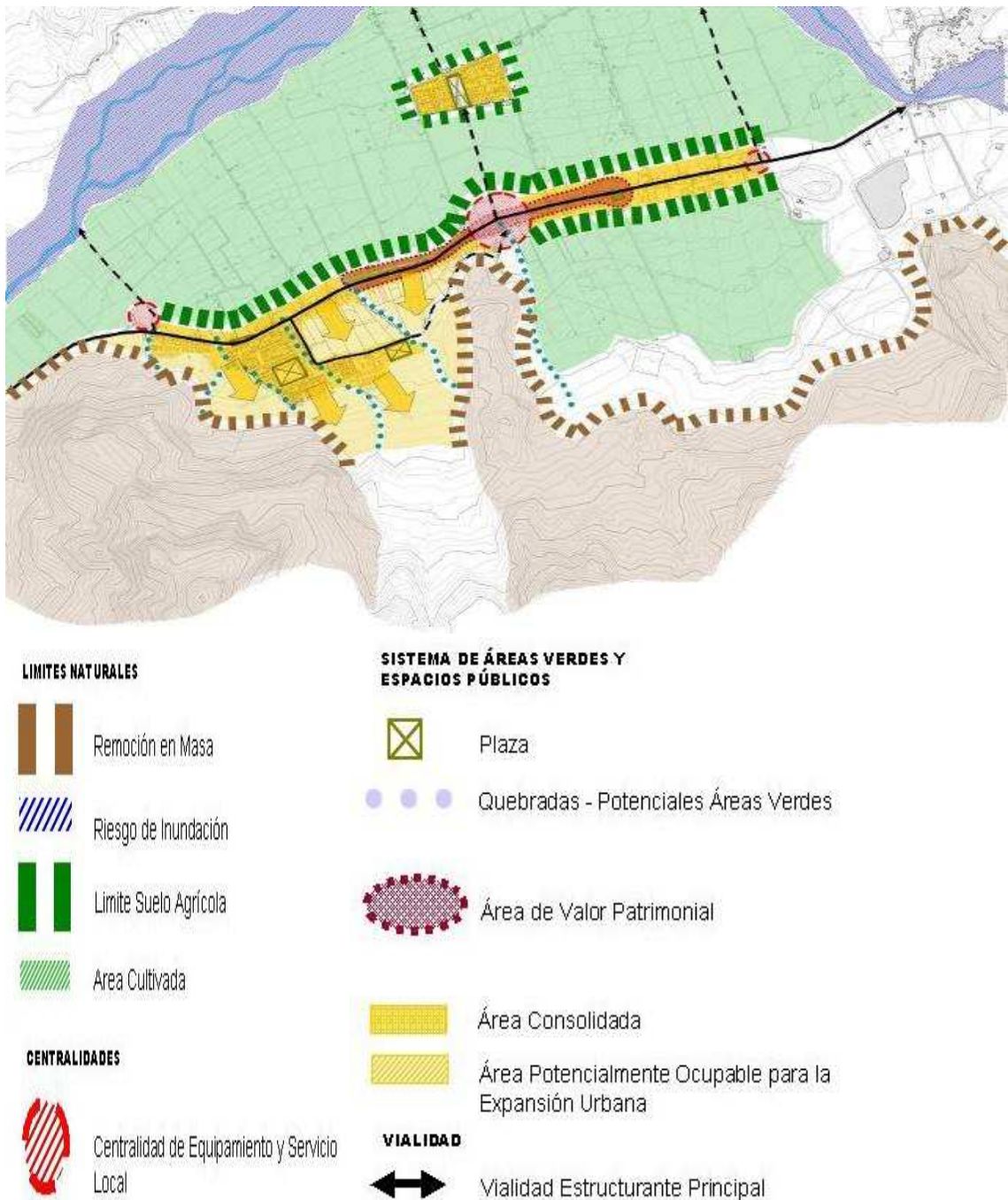


Fuente: Extraído de Memoria Plan Regulador Comuna de Petorca.

La Imagen Objetivo presenta una consolidación del centro histórico como principal centralidad concentradora de equipamiento y servicios, tanto locales como comunales. Adicionalmente, propone otras dos subcentralidades emplazadas en los accesos ponientes y oriente de la localidad. Por otra parte, presenta dos áreas destinadas a generar equipamientos turísticos y de esparcimiento, uno de mayor extensión asociado a la ribera sur, de características comunales, y otro de menor tamaño en el acceso oriente asociado a demandas locales.

B) Imagen Objetivo de la Localidad de Chincolco

IMAGEN N°2 Imagen Objetivo Chicolco



Fuente: Extraído Memoria Plan Regularos Comuna de Petorca

La imagen objetivo de Chicolco persigue potenciar el concepto de “calle larga” como principal elemento estructurador e identitario de la localidad. De este modo, la calle Pedro Montt se estructura como una centralidad lineal y el principal espacio público, que concentra los principales equipamientos, áreas verdes, además de su característico valor patrimonial.

Buscando potencias centros de esta estructura lineal distintas concentraciones de equipamiento, La principal en el sector de la Iglesia y dos subcetráldades secundarias emplazadas en ambos extremos, determinando los “accesos” a Chicolco.

El proyecto Plan regulador Comunal de Petorca se sustenta en los siguientes Objetivos ligados al turismo.

- a) Consolidar a la localidad de Petorca como el centro urbano principal de la comuna otorgándole todas las condiciones normativas para favorecer el emplazamiento y concentración de servicios y equipamiento.
- b) Procurar la protección del Patrimonio construido y natural existente en las localidades urbanas y favorecer el mejoramiento de las condiciones espaciales y morfológicas de Petorca y Chicolco.

CAPÍTULO IV COMUNA DE PETORCA

4.1 Ubicación de la Comuna

IMAGEN N°3 Mapa Comuna de Petorca en el Mapa Regional



Fuente: Memoria Plan Regulador Comuna de Petorca, pag 33

La Comuna de Petorca, en conjunto con las comunas de La Ligua, Papudo, Zapallar y Cabildo, conforman la Provincia de Petorca, perteneciente a la V Región de Valparaíso. Está ubicada geográficamente entre 32° 15' Latitud Sur y 70° 57' Longitud Poniente, aproximadamente a 220 kilómetros al Norte de la ciudad de Santiago y 190 kilómetros al este de Valparaíso. Su extensión territorial es de 1.516,6 Km², una de las más extensas dentro de la provincia y región, representando el 33,04 % de la superficie provincial y el 9,2 % regional.

La principal vía de conexión del territorio de la comuna de Petorca es la Ruta E-35, que permite comunicarse con Cabildo, a través del túnel La Grupa y, a partir de ahí con La Ligua y Finalmente con la Ruta 5, a todo el país. Otra conexión de importancia es a través de la ruta E-253, que también permite comunicarse a la Ruta 5, o a través de la ruta E-255 que comunica con La Ligua a través de Valle Hermoso. Hacia el norte del territorio se encuentra la Ruta E-37-D, que comunica con el territorio de la comuna de Salamanca a través del Túnel Las Palmas. Por último, la ruta E-375, constituye una vía cordillerana hacia el norte y sur.

4.2 Historia

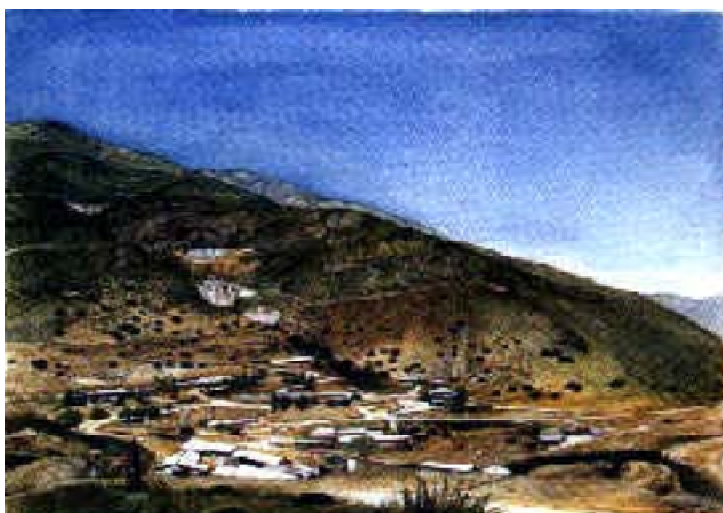
La ocupación del valle por la localidad de Petorca posee antecedentes de tiempos prehispánicos, "los Incas tenían un mitimae en La Chimba, cuyo jefe era el cacique Carante. Más al interior se hallaba la reducción araucana de Artificio cuya existencia se proyectaba aún

en el siglo XVII”⁵³. Durante la conquista, Pedro de Valdivia en 1543 entrega una merced a Luis de Cartagena correspondiente al sector de Artificio, quedando así Petorca bajo su administración, mientras que La Ligua (sector de La Chimba) pasaría a manos de Gonzalo de Los Ríos.

El descubrimiento de vetas auríferas en los cerros cercanos a Petorca, trae cambios en la vida de hacienda que se llevaba hasta la época. Comienza la llegada de nuevos pobladores provenientes de otras provincias en búsqueda de oro. Entre esta inmigración se destaca la de la familia de los Montt, en el departamento aurífero de Casablanca.

Durante toda la mitad del siglo XVIII se observa una intensa actividad de exploración, sin embargo muy pocas pudieron desarrollarse en gran envergadura, ya sea porque la veta se agotaba, por falta de recursos técnicos o por la no formalización de la labor. Esto fue distinto para los que disponían de las Mercedes de Mina y el capital para contratar mineros y habilitar faenas de mayor alcance. En la actualidad la minería es aún una actividad de gran importancia para la comuna.

IMAGEN N°4 Mina el Bronce



Fuente:<http://www.cdchile.cl/petor.htm>

Petorca fue fundada el 4 de abril de 1753 por Domingo Ortiz de Rozas, teniendo como nombre original "Villa Santa Ana de Briviesca". Más tarde adquiriría el nombre "Petorca", palabra Quechua que significa "dar picotazos".

El resto del proceso de ocupación comunal se realiza a través de tres procesos históricos, siendo el elemento clave para el reconocimiento de cada periodo el trazado de ferrocarril.

⁵³ Fuente: www.angelfire.com/magic/petorca

- **Ocupación territorial previa al trazado del ferrocarril:** este periodo se destaca por una ocupación dispersa del territorio en torno a la actividad minera, concentrando la población alrededor de los yacimientos.
- **Ocupación territorial posterior al trazado del ferrocarril:** esta infraestructura de transporte trae un fuerte desarrollo urbano para los pueblos que se establecen alrededor de sus estaciones, sobretodo en Petorca (última estación).
- **Desarrollo posterior al retiro del ferrocarril:** Actualmente la vía principal ocupa el mismo lugar del trazado ferroviario en la cuenca de Petorca, reconociendo y reafirmando cada poblado que se originó en base al ferrocarril. Estos poblados poseen un trazado de manzanas regulares en el sentido longitudinal de la vía.

IMAGEN N°3 Tren en Petorca



Fuente: www.biblioredes.cl

IMAGEN N°4 Últimos viajes de Tren



Fuente: www.biblioredes.cl

El sistema de asentamientos (localidades más importantes) formado por este proceso histórico, se localizan en torno al río Petorca y son los siguientes:

- **Pedegua:** distrito agrícola que en el siglo XVIII era una sección de la Hacienda de Longotoma de propiedad de los Padres Agustinos.

IMAGEN °5 Puente Pedegua



Fuente: www.gaidobukku.com

- **Hierro Viejo:** cuyo nombre deriva de una fragua y constituye uno de los parajes más favorecidos por la naturaleza en toda la extensión del valle de Petorca.

IMAGEN N°6 Hierro Viejo



Fuente: Facebook; Yo conozco Hierro Viejo

- **Petorca:** cuyo nombre deriva de una grieta sinuosa abierta entre montañas al pie de una corrida de cerros que la dominan por el Norte, y se encuentran al margen del río.

IMAGEN N° 7 Petorca



Fuente:www.chile-tuerca.com

- **Chincolco:** distrito que se extiende hacia la cordillera por el sector de El Sobrante, corresponde al sector de mayor desarrollo agrícola y minero de la comuna.

IMAGEN N°8 Chincolco



Fuente: Elaboración Propia

4.3 Aspectos Demográficos y Administrativos

4.3.1 Antecedentes geográficos La Comuna de Petorca se encuentra inserta en la Quinta Región, Provincia del mismo nombre, a una distancia de 220 Kms. Norte de Santiago, capital de la República y a 178 Kms. Noreste de Valparaíso, capital de la Quinta Región.

4.3.2 Superficie: La superficie comunal es de 1.516,6 kms.2 con una densidad de población equivalente a 5,97 habitantes por kilómetro cuadrado.

4.3.3 Límites: Emplazada en el Valle del Río de Petorca, la Comuna limita al noreste con la comuna de Salamanca, al noroeste con la comuna de los Vilos, al sureste con la comuna de Cabildo y al suroeste con la comuna de la Ligua.

4.3.4 Características Físicas: La Comuna se encuentra ubicada en una región Montañosa conocida como “región de los valles transversales”, es de origen glacial y ofrece una variada gama de paisajes en su trayectoria.

4.3.5 Vías de acceso: La principal vía de acceso a la Comuna de Petorca la constituye la

ruta E-35, llamada cruce longitudinal (Quebradilla) – La Ligua, que proviene de la Comuna de Cabildo y se encuentra asfaltada y en buen estado, a Illapel con Pedegua (paso hacia la 4° región) los une la ruta E-37D constituyendo una vía de acceso en buen estado a la comuna. Otra vía de acceso a la comuna de Petorca es la vía E-375 Alicahue – Chicolco- Pedernal, y constituye sólo un camino de tierra.

Dentro de la comuna, encontramos la vía E-325 que une Manuel Montt con Palquico, y se encuentra en parte asfaltada y en buen estado. También se visualiza la vía E-315 que une Palquico con Frutillar y presenta un segmento de tierra y un segmento de tratamiento superficial (no se encuentra en muy buen estado). La vía E-365, de ripio, une la localidad de Petorca con el Mineral El Bronce, y finalmente la vía E-31 constituye los accesos a la localidad de Petorca, encontrándose con asfalto y en buen estado.

IMAGEN N° 8 Mapa Petorca



IMAGEN N°9 Camino Pedernal

Fuente: Facebook Liceo Manuel Borgoño Núñez

Fuente: www.Bikemont.cl

4.4 Antecedentes Demográficos

4.4.1 Sistema de Centros Poblados y su distribución en el Territorio

La comuna de Petorca presenta una población rural con 4.095 habitantes representado el 52,02%. La mayor parte de los asentamientos de la comuna se encuentran ubicados principalmente en los fondos del valle, debido a que estos les permiten el desarrollo de actividades productivas.

Los poblados ubicados en zonas rurales son los siguientes: Las Palmas, Frutillar, Palquico, El Francés, San Ramón, Pedegua, Manuel Montt, Santa Julia, La Canelilla, Hierro Viejo, La ñipa, Petorca, La Chimba, Chicolco, El sobrante, El Valle, Chalaco, Los Comunes, Calle Larga, Pedernal, El Bronce, y El Durazno.



Entre los centros poblados se encuentran Petorca y Chicolco, cabe destacar que Chicolco, en el censo de 1992 se encontraba clasificado como aldea rural y en el 2002 pasa a convertirse en pueblo.

El resto del territorio comunal se encuentra deshabitado, principalmente el sector oriente por las bajas condiciones de habitabilidad que ofrece el territorio, tanto climáticas como topográficas.

TABLA N°13 Centros Urbanos y Rurales Comuna de Petorca

Localidades Rurales	El sobrante, El Valle, Chalaco, Los Comunes, Calle Larga, Pedernal, El Bronce, y El Durazno, Las Palmas, Frutillar, Palquico, El Francés, San Ramón, Pedegua, Manuel Montt, Santa Julia, La Canelilla, Hierro Viejo, La ñipa, y la Chimba
Centros Urbanos	Chicolco y Petorca ⁵⁴

Fuente. Elaboración Propia

⁵⁴ Petorca y Chicolco, los únicos que clasifican como entidades urbanas, según los indicadores demográficos del INE.

TABLA N°14 Pueblo según Categoría

COMUNA	LOCALIDAD	Categoría
PETORCA	PETORCA	Pueblo
	CHINCOLCO	Pueblo
	EL VALLE (P)	Aldeas
	LA ÑIPA	Aldeas
	HIERRO VIEJO	Aldeas
	PEDEGUA	Aldeas
	EL CHIVATO	Caserío
	CALLE LARGA	Caserío
	LA POLCURA	Caserío
	LOS COMUNES	Caserío
	EL BRONCE	Caserío
	QUEBRADA HOMDA	Caserío
	EL MANZANO	Caserío
	LAS PALMAS	Caserío
	ALTO EL PUERTO	Caserío

Fuente: Elaboración propia en base a antecedentes INE

4.4.2 Población

De acuerdo a la información proporcionada por el XVIII Censo de Población y VI de vivienda efectuado en el año 2002, la Provincia de Petorca, posee 70.610 habitantes, la cual representa un 4.59% de la Región de Valparaíso. Ubicándose, la Provincia de Petorca en el sexto lugar en concentración de la población de la Región de Valparaíso, siendo solo superior a la provincia de Isla de Pascua. En cambio, en la Provincia de Valparaíso, habita el 56.9% de la población. Estas cifras reflejan la desigual concentración de la población en la región de Valparaíso y el bajo peso de la población de Petorca en la región de Valparaíso.

La comuna de Petorca, en el contexto provincial ocupa el tercer lugar en concentración de población con 9.440 habitantes, lo que representa un 13.4% de la población total de la provincia. Las comunas de La Ligua (31.987) y Cabildo (18.916), son las comunas que presentan mayor cantidad de población en la provincia de Petorca. Estas tres comunas se encuentran próximas entre sí en la precordillera de la Región, no obstante, la comuna de Petorca presenta una población inferior a la comuna de Cabildo en aprox. 50%.

Al analizar el comportamiento de la población de la provincia de Petorca en el período 1992 y 2002. La comuna de Petorca, a nivel provincial es la comuna con menor crecimiento en este período con un aumento de solo 167 habitantes, lo que equivale a una

TABLA N°15 Población a Nivel Provincial

	1992	% región	% provincia	2002	% región	% provincia
V región	1384336	100,0	----	1539852	----	----
Prov. de Valparaíso	808576	58,4	----	876022	56	----
Prov. de Quillota	203603	14,7	----	229241	14	----
Prov. San Felipe de Aconcagua	116443	8,4	----	131911	8,6	----
Prov. San Antonio	112860	8,2	----	136594	8,9	----
Prov. Los Andes	77525	5,6	----	91683	6,0	----
Prov. Isla de Pascua	2764	0,2	----	3791	0,2	----
Prov. Petorca	62565	4,5	100	70610	4,6	100
Comuna de La Ligua	27322	2,0	43,7	31987	2,1	45,3
Comuna de Cabildo	17520	1,3	28,0	18916	1,2	26,8
Comuna de Petorca	9273	0,7	14,8	9440	0,6	13,4
Comuna de Zapallar	4554	0,3	7,3	5659	0,4	8,0
Comuna de Papudo	3896	0,3	6,2	4608	0,3	6,5

Fuente: pag. 49. Plan Regulador Comunal de Petorca y Chincolco V Región.

4.4.3 Tasas de crecimiento

Según el Censo 2002, la comuna de Petorca cuenta con 9.440 habitantes, lo que representa un crecimiento demográfico muy menor respecto del Censo de 1992, si se compara con el aumento en las cifras provinciales, regionales y nacionales, todas éstas en torno a un 12%

TABLA N°16 Crecimiento de la Población

Nive l	POBLACION		Variació %
	19	2002	
Comuna	9.27	9.44	1
Provincia	62.56	70.40	12
Región	1.384.33	1.542.49	11
País	13.348.40	15.050.34	12

Fuente: Censo 2002

El Instituto Nacional de Estadísticas (INE), en una proyección de los datos obtenidos en el Censo 2002, estima para la comuna de Petorca una población de 9.745 habitantes calculando un aumento cercano al 3,2% para ese mismo período.

TABLA N°17 Proyección del crecimiento de la población

Nivel Territorial	Año 2002	Proyección año 2008	Variación (%)
Comuna	9.940	9.745	3
País	15.	16.763.47	9

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE)

4.4.4 Población comunal por área y sexo

Según las cifras que arrojó el Censo 2002 la población comunal masculina, con 4.806 hombres, supera por escaso margen (172) a la población femenina que registra 4.634 mujeres.

Por otra parte y de acuerdo a la misma fuente, la población urbana resulta casi equivalente o ligeramente inferior a la población residente en las áreas rurales. Lo anterior indica un alto grado de dispersión de la población comunal, a diferencia de la clara tendencia a la concentración en polos urbanos presente en las cifras regionales y nacionales.

TABLA N° 18 Según Sexo y Territorio

Nivel territorial	Pobl. total Censo 2002	Por Sexo		Por Área	
		Hombre	Mujer	Rural	Urbano
Petorca	9.440	4.806	4.634	4.905	4.535
V Región	1.539.852	752.828	787.024	129.950	1.409.902
Total País	15.116.435	7.447.695	7.668.740	2.026.322	13.090.113

Fuente: Censo 2002

4.4.5 Estructura por edades

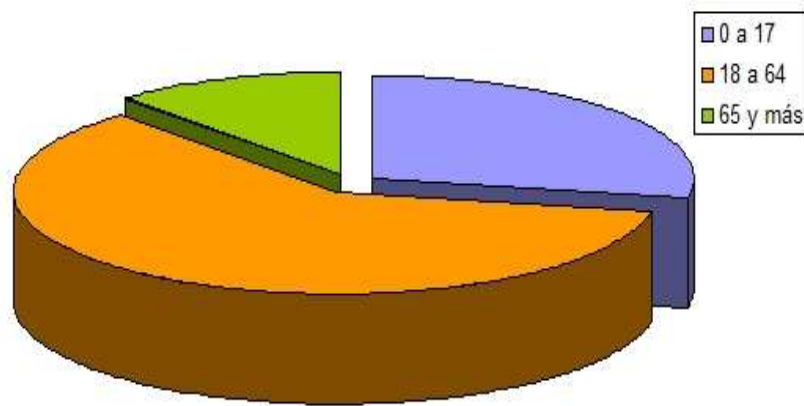
En cuanto a la estructura de la población comunal, la proyección del INE supone una importante disminución para el rango 0 a 17 años, el que constituye la población escolar y por otra parte, considera un incremento bastante mayor para el rango comprendido entre los 65 y más años.

TABLA N°19 Estructura Poblacional Comunal por Edades

Rango de edad	20	Proyección año 2008	Variación (%)
0 a 17	3.151	2.731	-
18 a 64	5.357	5.889	9
65 y más	932	1.125	20
TOTAL	9.440	9.745	3

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE)

FIGURA N°3 Rangos de edad al 2008, según proyección INE



Fuente: Proyecciones 2008 INE

4.5 Antecedentes Económicos

La actividad económica principal de la población de la comuna de Petorca es la agricultura (29,3%), en detrimento de la actividad minera que no absorbe una significativa fuerza de trabajo en la actualidad, como era en el pasado. Destaca también con un 9,7% la construcción y un 8% en comercio al por menor.

De la población urbana de la comuna Petorca, un 13,6% se dedica a la agricultura, un 11,3% a la construcción y un 11,2% al comercio al por menor. Por su parte, la población rural se dedica mayoritariamente a la agricultura con un 45%, igualmente a la construcción con un 8,2% y con un 8% al comercio al por mayor.

Las últimas cifras arrojadas por el CENSO 2002, nos señalan que la población económicamente activa de la comuna, es decir de 15 años de edad y más, es de 6.804 personas, representando un 72,1% del total de la población. De esta población, un 49% corresponden a mujeres y un 51% a hombres. Lo que indica que existe una gran mano de obra potencial en la comuna.

En Petorca la agricultura y la minería son las actividades económicas más importantes, alcanzando la actividad agrícola más del 50% de la fuerza de trabajo. A pesar de que la actividad minera ha decaído a nivel provincial y regional, esta muestra una fuerte presencia local de pequeña minería, constituyendo un significativo aporte a la economía y fuentes laborales de la comuna de Petorca.

La actividad minera se basa en la explotación de minerales de cobre y oro, con una fuerte actividad a escala de pirquineros.

La agricultura en la comuna estaba orientada en un comienzo a la producción de hortalizas y cereales, sin embargo en los últimos años se ha generado un proceso de reconversión aprovechando las ventajas climáticas e incorporando tecnología de riego, provocando un gran desarrollo de la fruticultura, especialmente cítricos y paltos.

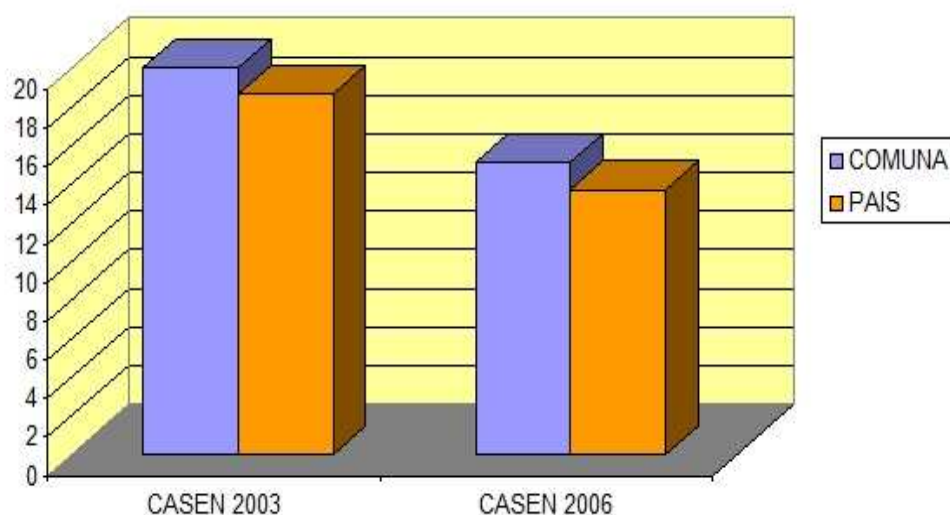
Por otra parte, desde la I. Municipalidad de Petorca pretende fomentar la actividad turística, ya que ésta puede constituir un nuevo polo de desarrollo económico, a partir de proyectos como el Sendero de Chile, la Ruta de la Palta, la Red de turismo de la provincia de Petorca, entre otros. De hecho, la Gobernación de la Provincia de Petorca, se encuentra desde el año 2007 realizando acciones que permitan impulsar el ámbito turístico de ésta, y a nivel local se han realizado algunas acciones aisladas como diagnósticos preliminares en el área.

En lo que se refiere a ocupados, en la comuna son un total de 2.721 habitantes, equivalentes al 81,8% del total de la fuerza de trabajo, mientras que los desocupados suman 606 hab. Representando un 18,2%. Estos últimos a nivel regional representan el 0,93%.

A nivel intercomunal el número de empresas son en total 1.019, concentrándose en Petorca el 27,7%, equivalente a 272 empresas en total. Dentro de la composición de empresas, en la comuna de Petorca las orientadas al sector comercio representan un 41,9%, siguiéndole las agrícolas con un 21,7%.

Parte importante del patrimonio de estas comunas pertenece al sector privado y está constituido por un número reducido de pequeñas empresas del sector agrícola, en donde la inversión fundamental pertenece al grupo de medianos ingresos.

FIGURA N°4 Total de pobres en la comuna de Petorca y en el país



Fuente. Encuesta CASEN, Ministerio de Planificación (MIDEPLAN)

4.5.1 Caracterización socio-económica (ingreso y pobreza)

Las encuestas CASEN 2003-2006 registran un descenso importante de las cifras de pobreza en el país y también en la comuna de Petorca, donde el total de pobres disminuye en la misma proporción global (casi cinco puntos), aunque llama la atención que el número de pobres indigentes casi se triplica.

TABLA N°20: % De Pobres por comuna y país

Comuna de PETORCA	2003 (%)	2006 (%)	PAIS	2003 (%)	2006 (%)
Total pobres	20	15,1	Total pobres	18,7	13,7
Pobres no indigentes	18,9	12	Pobres no indigentes	14	10,5
Pobres indigentes	1,1	3,1	Pobres	4,7	3,2

Fuente: Encuesta CASEN, Ministerio de Planificación (MIDEPLAN)

4.5.2 Empleo

Lo relativo al empleo la comuna registra para el período 2003-2006, a diferencia de lo que ocurre en el país, un fuerte aumento de los desocupados, que en tres años se duplican, junto al crecimiento de la fuerza laboral de un 6.3

TABLA N° 21 Fuerza de trabajo

Comuna de PETORCA	2003 (%)	2006 (%)
Fuerza de trabajo	43,7	50
Ocupados	95,8	92
No ocupados	4,2	8,1

Fuente: Encuesta CASEN, Ministerio de Planificación (MIDEPLAN)

4.5.3 Viviendas y hacinamiento

Según los indicadores usados en la encuesta CASEN (metodología CELADE), se considera que no hay hacinamiento cuando en el hogar existen 2,4 personas y menos, por dormitorio.

TABLA N°22 Viviendas (variación intercensal)

Nivel territorial	VIVIENDAS		Variación
	1992	2002	%
Comuna	2.716	3.292	21,4
Provincia	19.266	26.856	39,4
Región	409.026	551.125	34,7
País	3.369.849	4.434.521	31,6

Fuente: Censo 2002

TABLA N° 23 Hacinamiento (2006)

Nivel territorial	Sin hacinamiento	Con hacinamiento	Total
	%	%	%
Comuna	1	0	100
Región	99,37	0,63	100
País	99,18	0,82	100

Fuente: Encuesta CASEN, Ministerio de Planificación (MIDEPLAN) 2006

CAPÍTULO V MODELO DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO COMUNA DE PETORCA

5.1 El territorio del destino

La Comuna de Petorca es un área compuesta por valles transversales y bañada por el río Petorca, propiciando así un relieve de verdes valles. En estos valles se pueden encontrar localidades caracterizadas por un pintoresco atractivo. Donde es posible encontrar atractivos de tipo histórico, folklórico, cultural, natural, y por sobre todo de gran atractivo arqueológico.

Este capítulo muestra a través de catastros y descripción general de la comuna de Petorca, las características y perfil de la oferta y demanda turística y hace referencia a la importancia de la actividad turística para la localidad y los actores locales.

En relación, a la información utilizada en este capítulo, ésta ha sido recopilada en diferentes estudios y levantamientos de información realizados en la Comuna, además de ser verificado con trabajo en terreno, a través de entrevistas sostenidas con diversos actores locales y encuestas realizadas a la comunidad y turistas.

5.1.1 Catastro de Recursos Turísticos y culturales posibles de integrar a la oferta.

La comuna de Petorca cuenta con diversos tipos de atractivos Turísticos, estos se encuentran a lo largo y ancho de toda la comuna. Localizándose principalmente en la localidades de el Sobrante, el Pedernal, Chicolco y Petorca.

Para hacer el catastro de los recursos turísticos comunales se ha recurrido a las siguientes fuentes; Memoria Explicativa de Modificación del Plan Intercomunal de Valparaíso satélite Petorca Cabildo elaborado por Arcadis Geotecnia, y un exhausto trabajo de campo.

A continuación se detallan los atractivos detallados según categoría y tipo de atractivo.

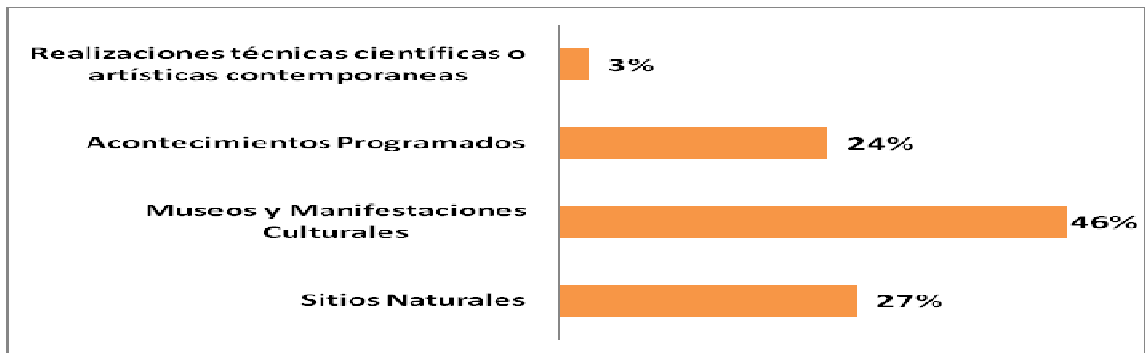
TABLA N°23 Atractivos turísticos según categoría y Ubicación

Nombre Del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Ubicación
Altos de Petorca y Alicahue	Sitios Naturales	Montañas	Valles Quebradas	Cordillera de Sobrante
Las Palmas	Sitios Naturales	Reserva de Flora y Fauna		Las Palmas
Camping el Arenal	Sitios Naturales	Ríos		Pedernal
Camping el Sobrante	Sitios Naturales	Ríos		Pedernal
Cerro Altos de Caren	Sitios Naturales	Montaña	Alta Montaña	Los Comunes
Chincolco	Sitios Naturales	Caminos Pintorescos		Chincolco
Valle de Pedernal	Sitios Naturales	Lugares de Observación de Flora y Fauna		Pedernal
Valle de Chalaco	Sitios Naturales	Lugares de Observación de Flora y Fauna		Chalaco
Valle de Sobrante	Sitios Naturales	Lugares de Observación de Flora y Fauna		El Sobrante
Valle de Frutillar	Sitios Naturales	Caminatas Pintorescas		Frutillar
Casa de Manuel Montt	Museos y Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos	Arquitectura	Petorca
Iglesia Nuestra señora de la Merced	Museos y Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos	Arquitectura	Petorca
Iglesia Sagrado Corazón	Museos y Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos	Arquitectura	Chincolco
Capilla de Sobrante	Museos y Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos	Arquitectura	El Sobrante
Observatorio	Realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas			El alto del Puerto
Refugio	Museos y Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos	Arquitectura	El Sobrante
Estación de Ferrocarriles	Museos y Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos	Arquitectura	Petorca
Cordillera de Chincolco	Sitios Naturales	Montañas	Mesetas	Chincolco
Santa Gabriela	Museos y Manifestaciones Culturales	Ruinas y lugares arqueológicas	Arte rupestre	Chalaco Alto
El Arenal 18(*)	Museos y Manifestaciones Culturales	Ruinas y lugares arqueológicas	Arte Rupestre, campo de petroglifos	El Arenal, Pedernal

Mina el Cobre 19	Museos y Manifestaciones Culturales	Ruinas y lugares arqueológicas	Laboreo minero y campamento	El arenal, Pedernal
Panguecillo Taller Lítico (*)	Museos y Manifestaciones Culturales	Ruinas y lugares arqueológicas	Taller lítico y campamento	Pedernal
Portero el Ucillal (Sector 1)	Museos y Manifestaciones Culturales	Ruinas y lugares arqueológicas	Habitacional y arte rupestre	Estero La Tejada, Pedernal
Porteto el Ucillal (Sector 2)	Museos y Manifestaciones Culturales	Ruinas y lugares arqueológicas	Habitacional y arte rupestre	Estero La Tejada, Pedernal
Cerro los higüeros	Museos y Manifestaciones Culturales	Ruinas y lugares arqueológicas	Piedra tacita: roca con 14 oquedades	Cumbre cerca de Petorca
Hierro viejo (*)	Museos y Manifestaciones Culturales	Ruinas y lugares arqueológicas	Petroglifos: Bloques dispersos en la ladera del cerro con grabados	Hierro Viejo
Cerro Tongorito 8*9	Museos y Manifestaciones Culturales	Ruinas y lugares arqueológicas	Petroglifos: Bloques en la cima del cerro con grabados antropomorfos y geomorfos	El Sobrante, Chicolco, Petorca
Morro la Cabra (*)	Museos y Manifestaciones Culturales	Ruinas y lugares arqueológicas	Petroglifos: Afloramiento rocosos en el lado norte del morro, 20 bloques con grabados antropomorfos, zoomorfos y geomorfos	Chalaco, Petorca, a 8 kms. de Chicolco
Fiesta Nuestra señora de la Merced	Acontecimientos Programados	Otros	Fiestas Religiosas	Chicolco
Semana Santa	Acontecimientos Programados	Otros	Fiestas Religiosas	Petorca
Fiestas Huasas	Acontecimientos Programados	Otros	Otros	Chicolco-Chalaco y el Sobrante
Cuasimodo Rural	Acontecimientos Programados	Otros	Fiestas Religiosas	Petorca
Sagrado Corazón de Jesús	Acontecimientos Programados	Otros	Fiestas Religiosas	Chicolco
Nuestra señora del Rosario	Acontecimientos Programados	Otros	Fiestas Religiosas	Hierro Viejo
Fiesta Tipica	Acontecimientos Programados	Otros	Otros	Pedegua
Fiesta Criolla	Acontecimientos Programados	Otros	Otros	Sobrante
Veranada	Acontecimientos Programados	Otros	Rodeos	Toda la Comuna

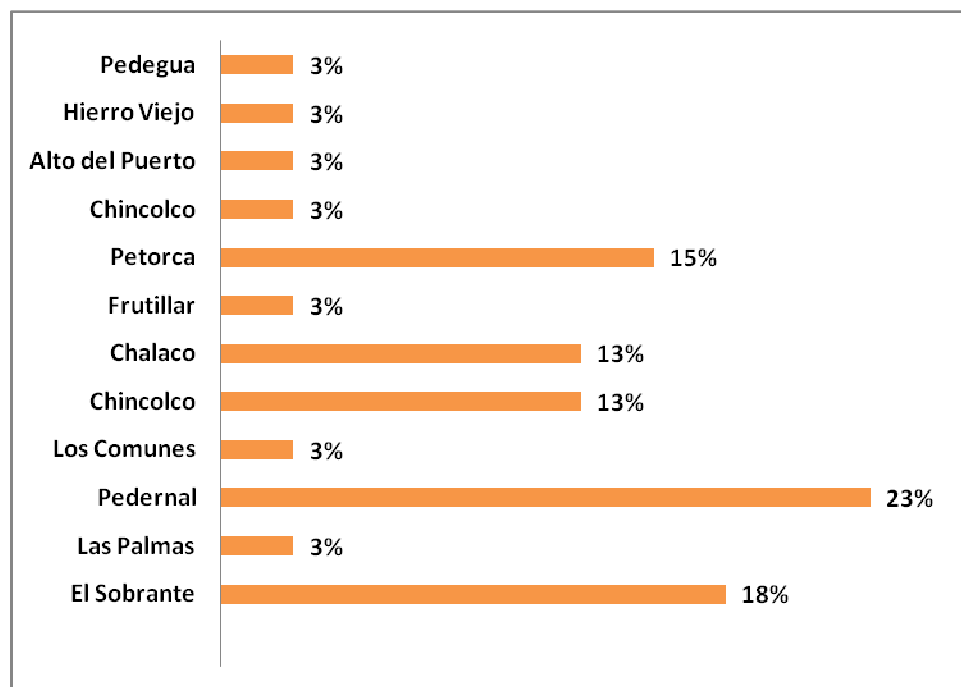
Fuente: Elaboración Propia

FIGURA N°5 Atractivos Turísticos según Tipo



Fuente: Elaboración propia

FIGURA N°6 Atractivos Turísticos según ubicación



Fuente: Elaboración Propia

5.1.2 Estado de conservación del medio ambiente

A) Clima y Meteorología

Las cuencas de los Ríos Petorca y La Ligua, por su ubicación latitudinal y longitudinal, presenta un clima mediterráneo gobernado por la interacción entre el Anticiclón Subtropical del Pacífico Sur Oriental y el Cinturón de los Oestes (Gamboa, 2001).

B) Precipitaciones

Para la comuna el régimen pluviométrico presenta características propias de una zona semiárida. A pesar de ello, se aprecia una incidencia constante de periodos de sequía las que han afectado en primer término a la producción de biomasa vegetal en las áreas de bosque praderas y cultivos de secano y también ha repercutido en la producción caprina y la agricultura de riego. Esta última se ha visto afectada con intensidad variable, según la fuente de abastecimiento (superficial, subterráneo o mixto), la tecnología de riego utilizada y el tipo de cultivo, etc. (Martínez, 2001). (Ver figura 2).

C) Temperatura

La temperatura, así como otros elementos climáticos se encuentran fuertemente influenciados por el relieve y por el alejamiento de la influencia marítima. Las temperaturas son típicas de una zona semiárida con fuertes oscilaciones térmicas, tanto diarias como estacionales. Un elemento importante a considerar y destacar es la diferencia de oscilaciones térmicas existentes entre el valle y la montaña, producto de la inversión térmica, que denota menores oscilaciones (que van desde 3° a 6°C) en el sector de laderas. Finalmente en los sectores de mayor altura predomina el clima cordillerano con temperaturas extremadamente bajas en invierno en verano, no sobrepasando en ésta última los 7,6°C.

D) Vientos

La calidad del aire monitoreado por estudios de impacto ambiental para actividades mineras, muestra que los vientos tienen variaciones entre invierno y verano siendo en este último periodo menores las intensidades. Conforme a ello la dispersión de los contaminantes de origen principalmente minero, es menor durante la época estival con una dirección predominantemente SW. La menor velocidad del viento en época estival disminuye la dispersión de contaminantes, sin embargo el arrastre de ellos por encontrarse livianos (baja humedad) es mayor que en invierno, por lo tanto, depende del manejo que los relaves presenten.

E) Calidad del Aire

La calidad del aire de la comuna de Petorca se considera en términos relativos muy buena, pues se trata de un área rural donde las actividades contaminantes se localizan en puntos específicos, correspondiendo, más bien a escasas fuentes fijas asociadas a la actividad minera de pequeña y mediana escala, especialmente la acumulación de relaves en sectores cercanos a poblados o lugares donde los vientos pueden desplazar material articulado a áreas pobladas cercanas.

El viento sopla principalmente desde el noroeste o desde el suroeste, con variaciones entre la temporada de invierno y verano y también con variaciones diarias por el movimiento de los vientos desde el valle a la montaña y de la montaña a los valles, por lo que, se hace difícil determinar la dispersión real de los contaminantes.

El único estudio detallado respecto de la calidad del aire correspondió al análisis de PM10 efectuado por Minera Las Cenizas¹. Dicho estudio, establece como conclusión que los niveles de material particulado para el periodo analizado (casi tres años) no sobrepasaron los niveles considerados como peligrosos (100 µg/m³).

A pesar de los positivos resultados de este estudio se rescata el sentido de que la calidad del aire corresponde a un elemento de muy difícil descripción, dada la dinámica de los factores naturales y antrópicos que se conjugan. Con lo anterior se quiere decir que los resultados no son bajo ningún caso homologables a otros embalses o tranques de relave, ya que depende ciertamente de la mantención y manejo que éstos tengan tanto en su etapa de operación como de abandono. Sin embargo actualmente, la comuna se ha paralizado y efectuado marchas, debido a las fumigaciones aéreas que realizan las diversas agrícolas de la zona. Estas fumigaciones han afectado la salud de ancianos y niños que viven cerca de dichas agrícolas.

F) Hidrología

Río Petorca: El río Petorca posee un régimen nivopluvial, con gastos mayores en primavera y largos periodos de estiaje. La hoya del Río Petorca, tiene una orientación generalizada NE/ SW, en la comuna de Petorca, con una extensión de unos 36 Km. y ancho promedio del orden de los 20 Km. La gran mayoría de los tributarios son de corto recorrido y especialmente aquellos que se originan en la vertiente Sur.

El Río Petorca se constituye como tal aguas abajo de la confluencia de sus dos afluentes cordilleranos de mayor importancia: El Río Pedernal o también llamado Estero Chalaco, y el Río del Sobrante, que se juntan en la localidad de Chicolco (650 m.s.n.m). Aguas debajo de la localidad de Chicolco y salvo el denominado Estero Las Palmas, todos los tributarios son de importancia menor, aunque, evidentemente contribuyen en su conjunto al desarrollo y recarga del sistema.

Calidad de los Ríos: En general los afluentes del río de Petorca; como el estero Chalaco y el Río Sobrante, se encuentran libres de contaminación, se caracterizan por ser ríos limpios, sin basura, a excepciones en algunas localidades como el valle los olmos dónde hay lugares dónde la población bota la basura doméstica a las orillas del río, ya sean restos de madera, fierros, cartones, etc.

Hoy en día se han encontrado drenes ilegales en la comuna, que perjudican considerablemente la vegetación y la vida silvestre propia de la localidad, a esto sumado la importante sequía que sufre la localidad, lo que genera migración de las especies a otros lugares y la muerte, además de ocasionar graves prejuicios a la comunidad que trabaja con cultivos pequeños y la mediana ganadería.

5.1.3. Calidad y estado de conservación de los atractivos turísticos naturales y culturales.

A nivel general los atractivos turísticos de la comuna de Petorca se encuentran en estado de conservación vulnerables. Esto debido a que no existe una puesta en valor de estos atractivos, especialmente de los atractivos de tipo arqueológico.

Principalmente los atractivos arqueológicos, están al descuido, y al principal deterioro que se exponen es al mal uso que hacen los visitantes y comunidad poco informada, quienes rayan escriben y pintan sobre estos.

El deterioro de estos atractivos podría ser mayor aun, si es que estos se encontraran más cerca de los centros poblados, pero como ya se ha mencionado se encuentran en sectores de difícil acceso, sin embargo el deterioro es inminente.

IMAGEN N°10 Tomadas en los petroglifos ubicados en cerro Tongoro



Fuente: Elaboración Propia

En lo que corresponde a atractivos de tipo sitios Naturales, estos a nivel general se encuentran en buen estado de conservación, altos de Petorca y Alicahue se encuentran en la cordillera, con difícil acceso a turistas y personas en general, los valles de Chicolco, El Sobrante y Frutillar, se encuentran con buen acceso, calles pavimentadas, sin embargo existen inmuebles de valor patrimonial que se encuentran sin mayor conservación, estas corresponden a casas particulares que no han sido restauradas, pero aún siguen en pie.

Los acontecimientos programados en su mayoría son de carácter religioso y siguen en pie y debido al trabajo de las comunidades católicas y a la comunidad adulta, ya que año a año van perdiendo vigencia y la motivación por los jóvenes. Los acontecimientos programados como rodeos son parte y permanecen vigentes a la unión y trabajo de la comunidad en general, que se esmeran por mantener viva dichas actividades

5.1.4. Características de los eventos turísticos que se realizan en el territorio del destino.

Los eventos turísticos, que se realizan en la comuna tienen características similares, estos suelen realizarse durante todo el año, de forma dispersa.

Según tipología estos se caracterizan por ser de tipo religiosos, y típicos. Ubicándose principalmente en las localidades de Chicolco y Petorca.

Los atractivos de tipo típicos, son principalmente rodeos y trillas realizadas, en fiestas patrias y fin de semana largo. Las fiestas religiosas, se celebran según el calendario de festividades de la iglesia cat

A continuación se detallan tales festividades:

Fiesta Alojada de la Virgen Merced: Festividad Religiosa que consiste en la peregrinación de la Imagen de la Virgen a partir del 14 de Agosto con una visita a la Parroquia de Chicolco, luego se interna en las diferentes localidades según este orden: Pederal, Chalaco, El Valle, Sobrante, Chicolco, Población el Bajo, Los Comunes finalizando por la población O'Higgins de Chicolco.

Siendo escoltada y recibida en las casas de los devotos. Estos son recibidas con comidas y bailes chinos la virgen descansa una noche en la casa que así requiera, haciendo vigilia, cantando rezando, bailando y comiendo

La fiesta termina el último domingo de septiembre de cada año, con una procesión solemne por la ciudad con la presencia del Obispo, bailes chinos y toda la comunidad religiosa que la despiden.

IMAGEN N° 10 Altar Virgen de La Merced en Casa de Chicolco



Fuente: Jafharda Carrasco

Semana Santa en Petorca: Recurso festivo religioso organizado en torno a la muerte y resurrección de Jesucristo. En las diferentes localidades de la comuna se realiza la quema de judas.

IMAGEN N°11 Quema de Judas en Petorca



Fuente: facebook I. Municipalidad de Petorca

Fiestas huasas en Chicolco, Chalaco y El Sobrante: Fiesta tradicional que se realiza en la localidad de Chicolco. Sus principales actividades corresponden a rodeos, carreras a caballo, domaduras, montura de toros, entre otros. También se realizan carreras a la chilena. Esta Fiesta se realiza durante todo el año, según la ocasión lo amerite,

IMAGEN N° 12 Trilla a yegua suelta sector el Valle los Olmos



Fuente: Facebook Museo Petorca e Historia

Sagrado Corazón de Jesús: Consiste en una Procesión en el mes de julio por el pueblo de Chicolco, acompañado de bailes religiosos y oraciones.

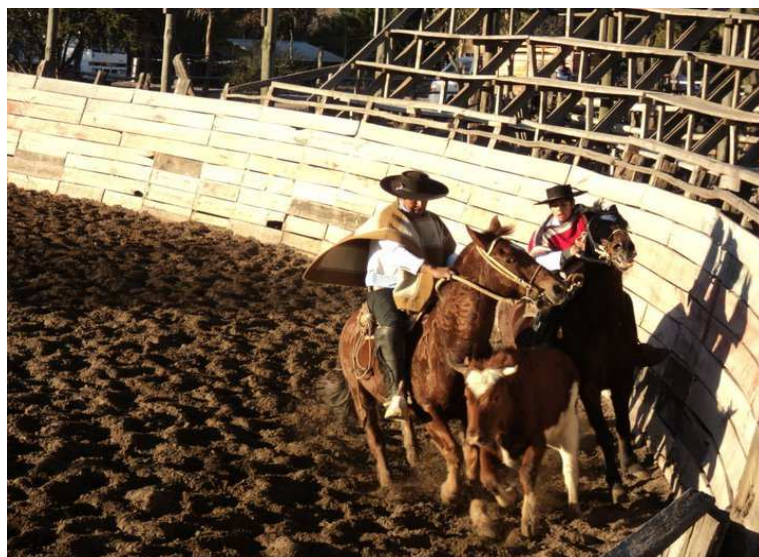
IMAGEN N°13 Procesión Fiesta Sagrado Corazón de Jesús.



Fuente. Facebook Recuerdos Chicolco

Fiesta Criolla: Fiesta Huasa donde la actividad principal es el rodeo, se celebra el 21 de mayo, primer fin de semana de Septiembre, Fiestas Patrias y segundo fin de semana de noviembre en el sector de El Sobrante.

IMAGEN N°14 Rodeo Sobrante



Fuente: Viviana Fernández Sánchez

Nuestra Señora de la Merced: Misa y procesión por el pueblo sobre una alfombra de flores realizada por la población en las calles del pueblo. Esta procesión se acompaña de bailes religiosos (chinos y de la Tirana). Esta celebración se realiza en la localidad de Hierro Viejo y Petorca el primer domingo de Octubre.

IMAGEN N°15 Camino de Flores



Fuente: facebook I. Municipalidad de Petorca

IMAGEN°16 Festividad Nuestra Sra. de la Merced



Fuente: facebook I. Municipalidad de Petorca

Fiesta Típica: Celebración Huasa que consiste en actividades de rodeo, ramadas y carreras a la chilena. Se realiza durante la Semana Pedeguana en Pedegua (entre enero y febrero, no existe fecha prefijada) y Fiestas Patrias.

IMAGEN N°17 Rodeo Pedegua



Fuente: Viviana Fernández Sánchez

Veranada: Celebración en base a la actividad de pastoreo de ganado vacuno. Es posible en estas fiestas encontrar enormes corrales de pirca donde se separa, marca y capa el ganado. Se sube en diciembre y se baja en abril, abarcando el período de mayor calor y de falta de pasto en las zonas bajas. Esta festividad se celebra en diversos lugares como el Chalaco, Pedernal y Sobrante. Se realiza durante todo el año.

IMAGEN N°18 Invernada Arsila



Fuente Viviana Fernández Sánchez

5.1.5. Calidad y estado del equipamiento y de las instalaciones Turísticas.

A) Planta e Infraestructura Turística:

La planta turística de la Comuna de Petorca presenta, en términos de tipologías de establecimientos turísticos, una escasa variedad de alojamiento en los que destaca, sitios de camping, hospedajes y residenciales.

Lo mismo sucede con los establecimientos dedicados a los servicios de alimentación y gastronomía, en este tipo, se cuenta con café, shoperias, cantinas, restaurantes que por lo general ofrecen similares tipos de comida especializándose en comida típica o nacional y comida rápida. Los niveles de calidad del servicio, por cierto son relativamente similares, cuentan con una elaboración básica de productos alimenticios, sólo en algunos recintos en dónde se puede degustar una especialización más acabada de platos elaborados en base a productos típicos de la localidad.

Sin duda la mayor concentración de establecimientos de la planta turística está localizada en la localidad de Petorca y Chicolco, de forma casi nula en las demás localidades.

En relación a la infraestructura de los servicios de alojamiento encontramos que las residenciales la Taquilla y Valsol, se encuentran en casonas antiguas de origen colonial, el negocio lo trabajan sus propios dueños, acompañados de servicio de Restaurant para un mayor giro del negocio. En general estas dos residenciales son simples, básicas y sencillas. Hoy en día en la comuna se ha construido un nuevo servicio de alojamiento; Apart Hotel parque andino y residencial Jacaranda, los dueños son los mismo y próximamente evalúan construir otro hotel. Este nuevo concepto de servicio de alojamiento a generado, un aumento en la competencia, en estos dos lugares existe mayor servicios y valor agregado.

En relación al estado de conservación de la infraestructura de los servicios de alimentación estos son básicos, sencillos, pequeños, en su gran mayoría estos no cuentan con infraestructura para discapacitados y niños y en las propias casas de sus dueños han habilitado espacios para su funcionamiento.

B) Instalaciones Turísticas

Al hablar de Instalaciones turísticas de la comuna de Petorca, hablamos de falta y escases de ellas. La comuna de Petorca se encuentra en una etapa de incubación de esta actividad, no se encuentra en esta localidad mayores instalaciones; existe un mirador en el sector del valle los olmos con vista a todo el valle, que tiene luz, y bancos, en buen estado, sin embargo en la comuna no existen rutas turísticas, de ningún tipo, las caminatas que hacen los turistas y visitantes de la comuna se limita al seguimiento de huellas, y ascensos a los diferentes cerros y lomas que por lo general tienen cruz en la cima.

En lo que corresponde a la señalética turística, esta no existe, en ninguno de los atractivos mencionados anteriormente⁵⁵, los atractivos turístico tales como; casas patrimoniales, la estación de trenes, las iglesias, no cuentan con información del tipo de inmueble al que corresponde, tampoco existe información caminera acorde.

En relación a los estacionamientos; la comuna de Petorca y en general la comunidad no usa estacionamientos formalizados, al ser una comuna espaciosa y libre de delincuencia, el uso de esta infraestructura es innecesaria, los espacios son amplios y siempre hay lugar para estacionar, sin embargo en el centro de Petorca, dónde se encuentran localizados la mayor cantidad de servicios alimenticios y comercial, no cuenta con estacionamientos y las calles son angostas, por lo que la comunidad utiliza las orillas de la plaza para estacionar.

5.1.6. Cobertura y calidad de la infraestructura de conectividad y de los servicios básicos.

A) Red Vial

Subsistemas viales: Corresponde a la separación de espacios dada la estructura vial existente.

Subsistema Petorca

Este se estructura a lo largo del cauce del río Petorca, y su eje vial estructurante lo constituye la ruta E-35, que comunica a la ciudad de Petorca con las localidades principales de Artificio, Manuel Montt, Hierro Viejo, La ñipa y Chicolco.

Dentro de este subsistema la localidad de Artificio queda como un eje articulador, comunicando a las ruta E-35 con la ruta E-325 camino a Longotoma. Lo mismo sucede en Pedegua, localidad de una la ruta E-35 con la región de Coquimbo a través de la ruta E-37-D.

⁵⁵ Véase punto 4.1.1

La Ruta E-35 permite la conexión de la ciudad de Cabildo con la ciudad de Petorca, con una longitud de 45 kms. A través del Túnel la Grupa.

Ruta Regional Primaria

- Ruta E 35: Ruta que une a la comuna de Petorca con la ruta 5 norte, pasando por las ciudades de la Ligua, Cabildo, Petorca y finalmente Chicolco.

Rutas Regionales Secundarias

- Ruta E 37-D: ruta interior que une las localidades de Pedegua y Palquico y a la ruta E-35 con la IV región de Coquimbo, ciudad de Illapel.
- Ruta E-253: Ruta que une la localidad de Artificio, con la comuna de la Ligua a través del valle de Longotoma. Llegando a la ruta 5.

Rutas Comunales Primarias

- Ruta E-315: Une la ruta E37-D en Palquico con Frutillar.
- Ruta E-325: Une la ruta E-35 en Manuel Montt con Santa Julia y Palquico (ruta E-37-D).
- Ruta E-31: Variante ciudad de Petorca.
- Ruta E- 375 tramo Norte: Une la ruta E-35 en Chicolco con las localidades de el Valle los Olmos, Calle larga, Chalaco y Pederal. La Ciudad de Petorca se une con la Comuna de Putaendo a través de esta ruta.

Rutas Comunales Secundarias.

- Rutas E-329: Acceso a mina el Bronce desde Petorca.
- Ruta E- 365: Acceso a la mina El Rosario desde Petorca.
- Ruta E-375 tramo sur: une la ruta E-35 en la localidad de Chicolco, comuna de Petorca con la localidades de Alicahue comuna de Cabildo

Caminos Locales

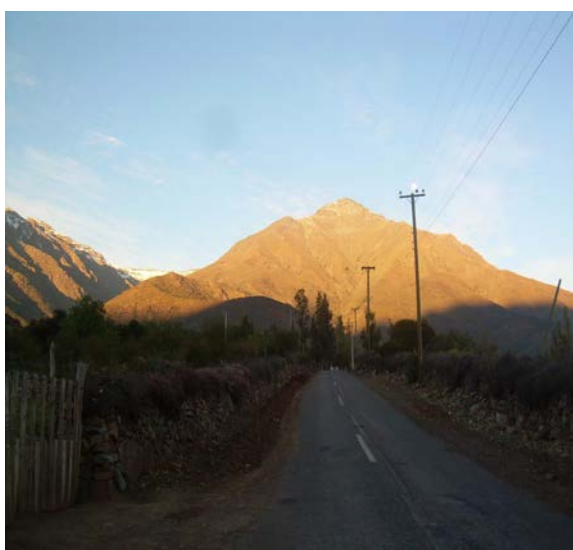
Estos caminos cumplen la función de conectar las diversas localidades rurales con vías Provinciales o comunales. Estos caminos son por lo general de 1 o 1 pista y media, con carpetas de tierra o ripio.

IMAGEN N°19 Camino las Palmas



Fuente: Fernanda Segura

IMAGEN N°20 Camino Chalaco



Fuente: Fernanda Segura

A continuación se presenta en tablas el estado de conservación de las rutas de la Comuna.

TABLA N° 24 Estado de Conservación según Asfalto en las rutas:

Nombre de Ruta	Estado de Ruta	Observaciones
Ruta E-35 principal de vía de acceso a la Comuna Petorca	Asfaltada y en buen estado	La ruta se encuentra en buen estado, el camino se encuentra con sinuosidades, y se angosta a la altura de Hierro viejo.
Ruta vía E-37D que une Illapel con Pedegua	Se encuentra en pavimentada y en buen estado	Se han finalizado hace poco los trabajos de asfalto
Ruta E-375 Alicahue – Chicolco, sector el Sobrante	Mal estado del camino, camino sin asfalto	Lo constituye sólo un camino de tierra

TABLA N° 25 Estado según asfalto de vías dentro de la Comuna:

Nombre de Ruta dentro de la comuna	Estado de Ruta	Observaciones
Vía E-325, que une Manuel Montt con Palquico	Estado regular, Parte del camino se encuentra asfaltado y parte camino de tierra	El camino asfaltado se encuentra en buen estado
Vía E-365, que une Palquico con Frutillar	Mal estado, presenta un segmento de tierra y un segmento de tratamiento superficial	
vía E-365 que une a Petorca con el Mineral el bronce	Mal estado, camino de ripio	Esta ruta no presenta uso de la localidad, sino más bien de trabajadores y por requerimientos mineros.
Vía e-31 acceso a la Localidad de Petorca	En buen estado, con asfalto	

Fuente Elaboración Propia

Del total de caminos cartografiados dentro del territorio comunal, un 17% se encuentra pavimentado y un 83% se encuentra sin pavimento, como se indica en el siguiente cuadro:

TABLA N° 26 Camino según Pavimento

Rol	Con Pavimento (km)	Sin Pavimento (km)
E-31	2,0	1,8
E-315		21,4
E-325	5,0	6,2
E-327		5,9
E-329	1,2	5,0
E-35	34,2	0,0
E-375	4,1	20,9
E-37-D	27,0	
Sin rol	11,4	345,6
Totales	84,8	406,9

*Fuente: Memoria Explicativa Modificación Plan Intercomunal de Valparaíso Satélite Petorca
Cabildo*

Localidad de Petorca

En el área urbana de Petorca la vía estructurante correspondiente a la Av. Borgoño opera adecuadamente y está exenta de flujo de paso de tipo suburbano, ya que el camino público discurre por el costado sur del río; no obstante, en su extremo oriente se encuentra sin pavimento, dificultando el acceso a la Chimba Norte y al vado sobre el río. En cuanto a pavimentación, dentro del área urbana que totaliza 10.358 metros, un 51% está pavimentado.

Localidad de Chicolco

En la localidad de Chicolco, en cambio, la vía estructurante Pedro Montt corresponde al camino público y en consecuencia, sirve al flujo suburbano; no obstante, se trata de una localidad relativamente al extremo del camino y por lo tanto el flujo suburbano es de menor magnitud. La principal característica de la operación de transporte dentro del área urbana de Chicolco está dada por la carencia de pavimentación; de hecho, solo se encuentra pavimentado el camino público correspondiente a un 15% del total de 3.577 m de vialidad urbana. En especial las vías que comunican Pedro Montt con los dos sectores más poblados a norte y sur.

c) Conectividad Comunicacional

Información recopilada de un estudio realizado por la Municipalidad de Petorca en conjunto con la Universidad de Viña del Mar. El estudio revela lo siguiente:

Antecedentes de Conectividad Comunicacional

La telefonía de red fija corresponde a un 28, 8% de los hogares estudiados en un universo de 132 casos. Donde el 94 de los casos no cuentan con telefonía de red fija, siendo más severa la situación en las localidades de Chalaco y el Sobrante, donde la conectividad llega a cero.

La telefonía de red fija se utiliza mayor prioritariamente para comunicarse a nivel comunal. Es así como 55,3% de los hogares declaran realizar un mínimo de 7 de 10 llamadas dentro de la comuna.

Un 50,8% de los hogares, cuentan con algún equipo computacional tipo PC, sin embargo, sólo un 5,3% de los hogares cuenta con PC e internet.

Según la cuenta pública año 2010 hasta ese año se habían implementado la instalación de nuevas antenas de conectividad Wi-Fi de forma gratuita en los sectores de Chicolco, Petorca y Santa Julia.

Dónde se registraron para esa fecha 1.000 personas en los servidores comunales y más de 400 conexiones diarias dentro de la comuna.

En cuanto a la telefonía móvil, en la comuna se cuenta con señales de telefonía móvil de las tres compañías que hay a nivel nacional (Entel, Movistar y Claro).

En relación a la calidad de la señal ésta es de buena cobertura en las zonas cercanas donde se encuentran ubicadas las antenas. Teniendo Buena cobertura las localidades de Petorca, Chicolco, La Ñipa, Pedegua, Hierro Viejo y Manuel Montt.

La señal de telefonía móvil que representa la mayor cobertura a nivel comunal es la compañía Movistar que tiene antenas en casi todo el territorio comunal, prestando servicios en zonas más alejadas como: Sobrante, Chalaco, Calle Larga y Santa Julia.

5.1.7. Cobertura y calidad de los servicios de transporte internos en el destino.

Equipamiento de transporte rodoviario. En la comuna de Petorca hay 3 terminales de buses, de los cuales uno es de tipo oficina (agencia) operando en el centro de la localidad de Petorca, mientras que los dos restantes operan como circunvalación, en las localidades de Alicahue y Chicolco. Hay dos empresas que ofrecen servicio de bus: Cóndor Bus y La Porteña.

TABLA N° 27 Cobertura de la Locomoción Colectiva (buses)

Localidad	Nombre de Alicahue	Terminal	Dirección	Tipo de Terminal	Tipo de Servicios	Empresas	Salidas Diarias Temporada Resto del año			Salidas Diarias Temporada de Verano		
							Originadas	De Paso	total	originadas	De paso	Total
Alicahue	Circunvalación Plaza de Alicahue	05-01	Plaza de Alicahue	Circunvalación	Rural	Condor Bus	1		6	1		6
						La Porteña	5			5		
Chicolco	Circunvalación Plaza de Chicolco	05-02	Plaza de Chicolco	Circunvalación	Rural	Condor Bus	2		25	3		22
						La Porteña	22			19		
Petorca	Terminal Cóndor Bus de Petorca	05-03	Centro de Petorca	Circunvalación-Agencia	Interurbano	Condor Bus	0	8	8	0	7	7

Fuente: Memoria Explicativa Modificación Plan Intercomunal de Valparaíso Satélite Petorca Cabildo:

En la siguiente tabla se muestran los servicios de buses rurales e interurbanos que operan en la comuna de Petorca, según sus tipos de recorrido.

TABLA N° 28 Servicio de Buses Rurales e interurbanos

Comuna de Origen	Comuna de Destino	Empresas	Código Terminal Destino	Oferta de Servicio	
				Temporada	Total Bus Clásico
Los Andes	Petorca	La Porteña	05-02	Verano	1
Los Andes	Petorca	La Porteña	05-02	Resto del Año	1
Valparaíso	Petorca	La Porteña	05-01	Verano	4
Valparaíso	Petorca	La Porteña	05-02	Verano	18
Valparaíso	Petorca	La Porteña	05-01	Resto del Año	5
Valparaíso	Petorca	La Porteña	05-02	Resto del Año	21
Santiago	Petorca	Cóndor Bus	05-01	Verano	0,6
Santiago	Petorca	Cóndor Bus	05-02	Verano	2
Santiago	Petorca	Cóndor Bus	05-01	Resto del Año	1
Santiago	Petorca	Cóndor Bus	05-02	Resto del Año	3

Fuente: Memoria Explicativa Modificación Plan Intercomunal de Valparaíso Satélite Petorca Cabildo:

El transporte público para acceder a la Comuna se realiza desde la ruta E-35, por donde acceden las tres líneas de transporte principales que comunican a la comuna internamente, con las comuna y el resto de la región. Estas son

- Héctor Santana (servicio dentro de la comuna)
- La porteña Ltda. (servicio local e interurbano)
- Cóndor Bus ltda. (servicio local e interurbano)

Cabe destacar el uso de la bicicleta en la comuna, sobre todo entre aquellas localidades que comunican la ruta E-35.

TABLA N° 29 Viajes generados y Atraídos

	Resto del Año				Verano			
	Publico	Publico	Privado	Privado	Publico	Publico	Privado	Privado
	Generado	Atraído	Generado	Atraído	Generado	Atraído	Generado	Atraído
Petorca	8	8	23	42	174	167	86	75
Sta. Julia	0	0	11	0	0	0	17	12
Chincolco	8	18	5	0	93	59	13	2
Palquico	0	0	13	8	0	0	10	17
Hierro Viejo	5	5	2	2	6	37	0	12
Pedegua	0	0	75	77	31	34	206	212
Chalaco	0	0	0	0	0	3	0	0
El Valle	0	0	0	0	6	0	0	0
La Polcura	0	0	0	0	2	10	0	0
Los Comunes	0	0	0	0	2	0	0	0
Quebrada de Castro	0	0	0	0	0	2	0	0
El bronce	0	0	0	0	0	0	0	0
La Ñipa	0	0	2	2	9	11	4	0
Las Palmas	0	0	1	1	0	0	2	8

Fuente: Memoria Explicativa Modificación Plan Intercomunal de Valparaíso Satélite Petorca

Cabildo:

A) Calidad de Los servicios de transporte

Como el servicio de Transporte público está dado por 2 líneas de buses interurbanos y autos colectivos, es que la oferta es limitada. Cabe destacar que el sistema de transporte no llega a todas las localidades, siendo el sector de Calle larga, Pedernal, Santa Julia, Las Palmas y Frutillar, los desfavorecidos con el transporte de buses.

En el caso de Pedernal, el transporte es más ineficiente aún, debido al estado de las calles y la escasa población que habita el lugar, por lo que para llegar hasta allí se debe pagar altas sumas de dinero a personas particulares para tal viaje, los precios van desde \$15.000 hasta \$30.000 dependiendo la hora en que se solicita, siendo los viajes nocturnos los más altos.

Para determinar la calidad de los servicios es que se ha diseñado la siguiente tabla:

TABLA N° 30 Medición de Servicios de Transporte

Categoría	Buses la Porteña	Cóndor Bus	Autos colectivos
Comodidad del Asientos	Bueno En su mayoría los buses la porteña cuentan con buses relativamente nuevos y en buen estado	Bueno Debido a que realizan viajes a Santiago, el requerimiento es mayor.	Regular En un marco general se puede encontrar de todo tipo de autos colectivos, por lo general se encuentran en buen estado, la variedad es impar.
Rapidez	Regular Debido a que la capacidad es mayor debe recorrer la mayoría de las localidades.	Regular Debido a que la capacidad es mayor debe recorrer la mayoría de las localidades.	Buena Debido a que solo pueden transportar a 4 pasajeros, por lo que no debe hacer tantas paradas.
Frecuencia	Regular Salen Buses cada media Hora Saliendo el Primero a las 4 am y el último a las 7 pm El último en llegar a las 00:00 hrs	Malo Cuenta con tan solo 3 recorridos diarios de llegadas y salidas	Medio Debido a que comienzan a trabajar desde las 9 am hasta las 22:00 hrs
localidades a las que	Medio	Malo	Bueno

tienes acceso	Han incorporado líneas que llegar a Chalaco (1 llegada al día) y tres llegadas al sector del Sobrante	Pasa solo por el cordón principal	Llega a todas las localidades exceptuando Pedernal
Tarifas acordes al Mercado	Buena \$600 tarifa local	Buena \$600 tarifa local	Buena \$800
Calidad Total según Empresa	Regular	Media	Buena

Fuente: Elaboración Propia

Bueno - Regular – medio- Malo

Cabe mencionar, que está tabla se diseñó, tomando en cuenta la capacidad con la que cuenta la comuna, por lo general, los habitantes de la comuna se trasladan, en bicicleta, y las salidas se hacen en baja frecuencia.

En relación a la frecuencia de la locomoción, cabe mencionar que la oferta nocturna de locomoción colectiva es nula, según conversaciones realizada con la comunidad hay vehículos particulares, que funcionan como taxi, pero no cuentan con las condiciones necesarias mínimas de seguridad para realizar está actividad

5.2 Los Actores del destino

Para conseguir información relevante acerca de los actores del destino se utilizaron las siguientes herramientas, entrevistas, encuestas, catastros y trabajo de campo.

Nombre Encuesta: Encuesta Realizada a los habitantes de la comuna de Petorca⁵⁶

Objetivos

⁵⁶ Ver Encuesta en anexo 2

Conocer:

- Concientización turística de los habitantes locales
- Cuan involucrados se sienten los habitantes con la comuna con
- Involucramiento de la población local en proyectos turísticos
- Percepción y el grado de satisfacción con el turismo

La formula es

$$N: k^2 * p * q * n / (e^2 * (n-1)) + k^2 * p * q$$

Dónde:

K= 95% de seguridad por eso es 1,96 porque se traduce en decimal

N= total de la población en este caso 9.762(Ficha comunal actualizado hasta el 2010)

P= proporción esperada que siempre va a ser 5% que también va en decimal es decir 0,05

Q= 1-p, en este caso 1-0,05 =0,95

E= en general se utiliza un 3%, 0,03 decimal

Entonces la definición de la muestra es:

$$N= 1,96^2 * 0,05 * 0,95 * 9440 / 0,03^2 * (9440-1) + 1,96^2 * 0,05 * 0,95$$

$$N=1722/8,4951+0,182476$$

$$N=1723/9= 191 \text{ redondeado a } 190$$

5.2.1 Grado de Asociatividad existente. En torno a los actores locales.

En relación al grado de asociatividad existente entre los diferentes grupos sociales de la comunal, se registran diversas organizaciones sociales, en dónde reside el mayor compromiso y voluntad en relación a la asociatividad. Sin embargo no existe un compromiso global que involucre al sector público- privado y al municipio, en relación a la actividad turística. De la misma forma, no existe alguna asociación entre los diversos servicios asociados al turismo; tales como restaurantes, discotecas y servicios de alojamiento.

Respecto a las relaciones que se tienen entre los empresarios de servicios asociados al turismo, no existe levantamiento de datos relevantes, por parte del departamento de turismo municipal. Esto debido a que el municipio de Petorca y el sector privado no ha planificado el área turismo, sin embargo, hoy en día se han realizado trabajos para potenciar el desarrollo en la comuna, a través de diversos trabajos que está realizando el municipio, SERNATUR, INDAP, SAG y el Museo de la Ligua para potenciar el turismo rural y arqueológico en el sector del Pedernal a través de un plan de manejo, donde la idea fundamental, es aprovechar el conocimiento específico de los profesionales de cada área, para generar una mirada de ayuda y profesional para este sector. Como propuesta futura de generar rutas turísticas en la que los vecinos de la localidad puedan generar y trabajar en ellas.

5.2.2 Catastro del Nivel de capacitación de los recursos humanos que trabajen en el sector Turismo.

Partiendo de la base en que se genera la planificación del turismo a nivel municipal, se debe tener claro que el desarrollo de este se ve perturbado por el bajo nivel de conocimiento de las personas encargadas a esta área, al no tener presupuesto el municipio se ve limitado a poner al mando de esta área a profesionales que no tienen educación ni conocimientos específicos, en gestión turística.

En relación a los servicios que se encuentran en la comuna, estos destacan por ser atendidos por sus propios dueños, dueños que tienen una escasa capacitación hacia en turismo, ya que sus servicios fueron creados para satisfacer a la comunidad y a trabajadores que llegan a la zona, de forma ocasional.

En su gran mayoría los dueños sólo han terminado el cuarto medio, y no tienen formación profesional. Por lo tanto, en la comuna nos encontramos con personas que no manejan temas como: promoción, plan de negocios, técnicas de marketing e idiomas.

5.2.3 Grado de involucramiento de las autoridades locales en el turismo.

Para determinar el grado de involucramiento de las autoridades locales en relación al turismo. Se realizaron entrevistas, con los el encargado del departamento de Turismo de la Comuna de Petorca, el señor Javier Rodríguez Valenzuela. Quien señalo lo siguiente “existe un compromiso por parte del municipio y el consejo municipal por el desarrollo de la actividad Turística”.

En relación al trabajo que se está realizando actualmente, existe la propuesta de crear una página web que permita mostrar y promocionar los atractivos y servicios turísticos a través de una propuesta de diseño grafico eco referenciada, al mismo tiempo se desarrolla un trabajo de propuesta de turismo rural con INDAP en el sector de el Pedernal.

Para este año 2011 el encargado de turismo Municipal pretende instalar las bases de posicionamiento turístico y generar vínculos a con los diversos actores locales. Para el año 2012 se pretende generar acciones concretas de propuestas de proyectos. A su vez, El señor Javier Rodríguez, expone lo siguiente para el desarrollo de Turismo Comunal:

El Turismo Como Eje de desarrollo Local en la Comuna de Petorca: donde la propuesta que ofrece es:

- Fomentar el desarrollo en la comuna.
- Generar Estrategias entre la municipalidad, comunidad y las empresas privadas.

Los objetivos de las propuestas son generales, como:

- Chequear la situación turística que presenta la comuna de Petorca, hoy en día no existe diagnostico.
- Elaborar un instrumento orientador del desarrollo turístico en la comuna, que incluya objetivos, estrategias, programas de acción, para el fomento como: turismo rural, urbano, patrimonial, el problema que existe es que no hay capital humano que se pueda hacer cargo de esta situación

Los objetivos Específicos son:

- Realidad turística
- Canalizar el Turismo

Trabajo actual del turismo para la comuna de Petorca: Hoy en día se está trabajando para que el turismo sea una unidad productiva todo el año, no solamente en los meses de verano, hay que identificar los flujos turísticos que visitan la comuna, realizar un análisis FODA localizado, desde pedernal hasta Pedegua, San Ramón, caracterizar los estados de planificación, delinear una estrategia metodológica que permita lograr la participación y acuerdo comunitario. (acta 76 de la exposición sobre turismo que presenta el señor Javier Rodríguez en la Ilustre de Municipalidad de Petorca, con fecha 04 de Enero de 2011, en la alcaldía)

5.2.4 Catastro de existencia y cumplimiento de instrumentos de planificación que afecten el turismo.

La comuna de Petorca no cuenta con instrumentos de planificación a nivel comunal vigentes. A continuación se detallan los instrumentos de planificación que tienen estrecha relación con el turismo.

TABLA N° 31 Vigencia de Instrumentos de Planificación

Instrumento de Planificación	Existencia	Fecha de Elaboración	Año de Caducidad
Plan de Desarrollo Comunal (Pladeco)	Si	2005	2008
Plan de desarrollo Turístico	No		
Plan regulador Comunal	No		2008

Fuente: Elaboración Propia

Como se aprecia en la tabla n° 31, la comuna de Petorca no presenta instrumentos de planificación vigentes, estos en su totalidad se encuentran caducados, en espera y desarrollo de elaboración.

5.2.5 Técnicas de Marketing y de comercialización de Productos Turísticos.

En su mayoría las técnicas se basan en la venta de productos, orientándose al volumen sin planificación a largo plazo. De técnicas de Marketing que centren el interés en los deseos del consumidor. No existe creación en el proceso operativo de Marketing y no hay planes de marketing que permitan conocer las necesidades del mercado, y ejecutar planes para llegar a ellos.

Actualmente no existe técnica de Marketing para comercializar los productos turísticos a nivel comunal, como una propuesta de marketing integrada para la Comuna de Petorca.

Las empresas dedicadas a la entrega de servicios asociados a la actividad turística, sólo ocupan la estrategia de promoción, siguiendo los siguientes tipos de promoción:

- Letreros o similar cerca del lugar físico del Negocio
- Letreros y similar en toda la localidad o comuna; cuándo hay actividades programadas
- Radio local: Amanecer y radio Chicolco
- Canal de televisión: Itv Petorca, canal de televisión local.
- A través de Internet: Pagina web y redes sociales.

A) Promoción y difusión a través de Carteles:

IMAGEN N°21 Letrero Caminero Soviet Pub



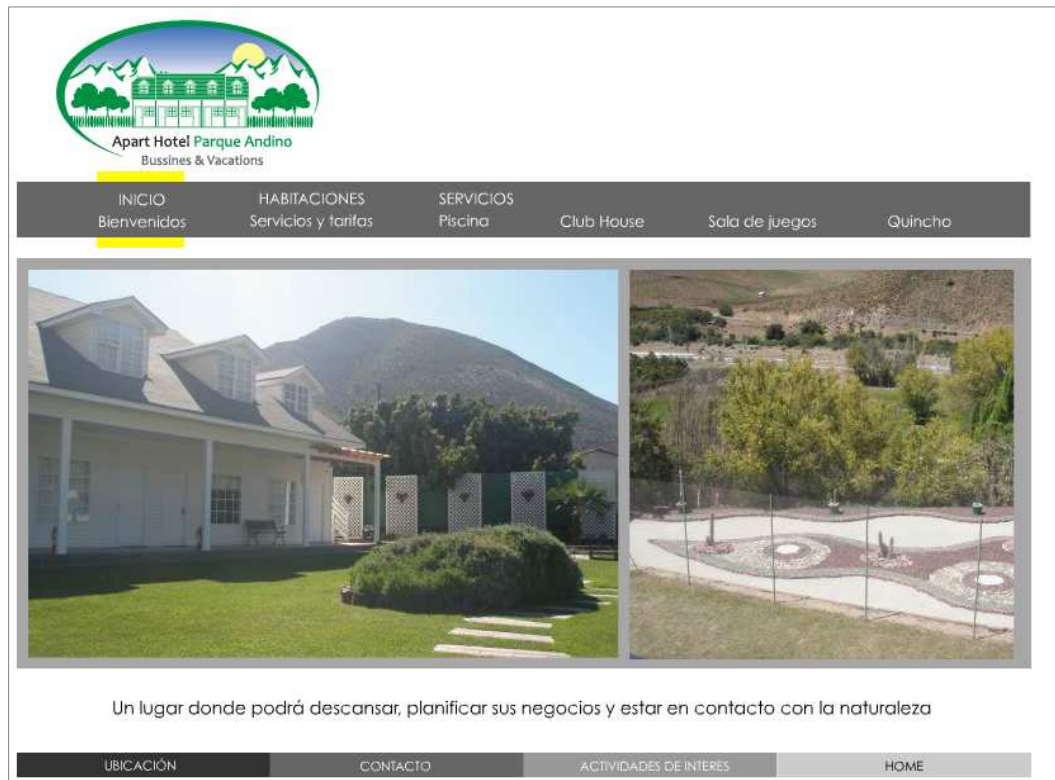
Fuente: fotolog Soviet Pub

IMAGEN N°22 Letrero Caminero Valsóf



B) Promoción y difusión a través de Internet: a continuación se muestran una serie de imágenes que muestran la forma de promoción en internet de los diferentes servicios ofrecidos en la comuna de Petorca

IMAGEN N° 23 Foto página de internet de Apat Hotel Parque andino



Fuente: www.aparthotelparqueandino.cl

IMAGEN N° 24 Foto vista pagina web de Residencial Jacaranda



Fuente: www.aparthotelparqueandino.cl

IMAGEN N°25 Foto página Facebook de residencial la Taquilla



Fuente: a través de facebook la taquilla Chincolco

IMAGEN N° 26 Rincón Criollo Chicolco a través de facebook.



Fuente: a través de Facebook Rincon Criollo

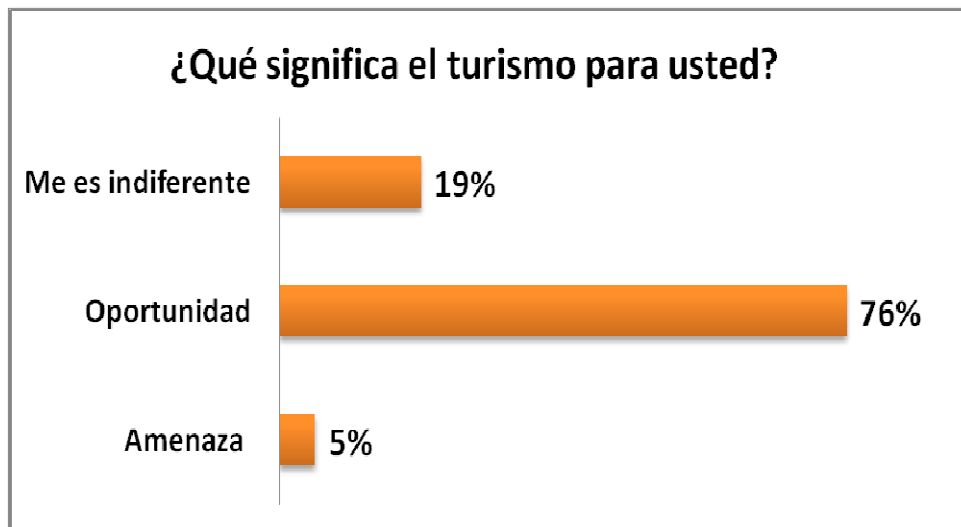
5.2.6 Monto del Presupuesto público destinado al Turismo.

En entrevistas realizadas con el encargado del departamento de Planificación de la comuna de Petorca, en dónde se señala que no existe presupuesto público destinado al Turismo más que el sueldo que se paga al encargado del departamento de Turismo Municipal por el programa Servicio País. El sueldo mensual corresponde a \$465.000.

5.2.7 Conciencia Turística de los habitantes locales no involucrados en la actividad Turística.

Para conocer si los habitantes de la comuna de Petorca tienen conciencia de lo que significa el turismo para ellos, si sienten que la comuna es un lugar turístico, además si conocen que tipo de turismo se pueden desarrollar en la zona, se incorporaron las siguientes preguntas en la encuesta para la comunidad de Petorca:

FIGURA N° 7 ¿Qué significa el Turismo para usted?



Fuente: Elaboración Propia

En esta pregunta el 76% de los encuestados respondió que significa una oportunidad, al 19% le es indiferente, mientras tanto el 5% dice ser una amenaza. Siendo la oportunidad el significado de mayor importancia para la comunidad en general.

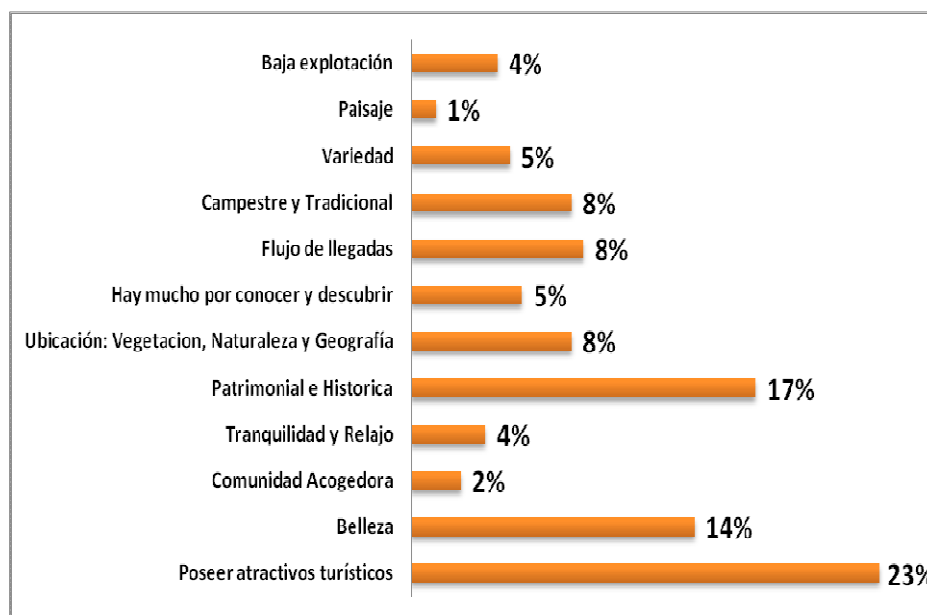
FIGURA N°8 ¿La comuna de Petorca es un lugar turístico?



Fuente: Elaboración Propia

El 81% que respondió que si consideraban a la comuna como un lugar turistico. Luego se les consultó el porque creían esto a lo que ellos respondieron que la comuna de Petorca posee los siguientes atributos turisticos.

FIGURA N° 9 ¿Por qué cree que la comuna es un lugar turístico?

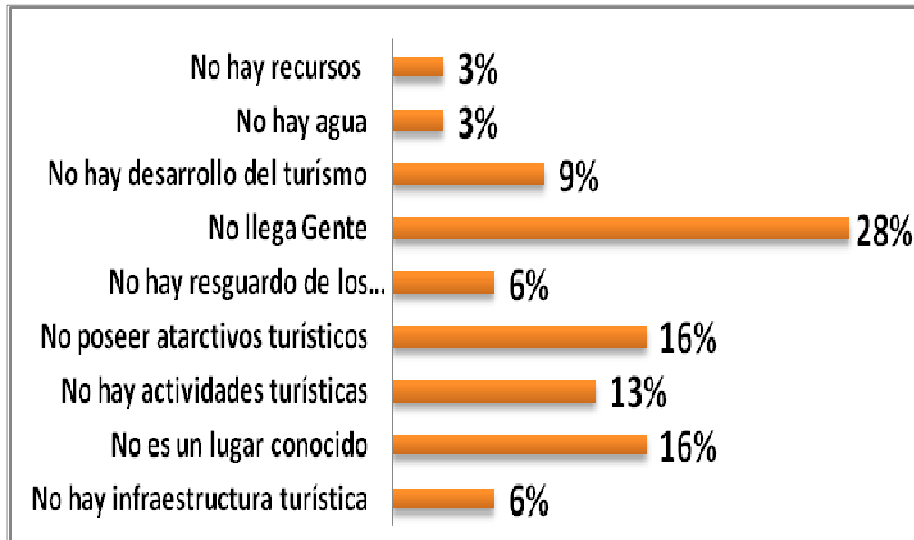


Fuente. Elaboración Propia

El 23% reconoce que la comuna posee atractivos turísticos, el 17% dice que es un lugar turístico por su patrimonio e Historia, el 14% dice que por su belleza, porque es un lugar campestre y tradicional 8%, por su ubicación que lo privilegia con su vegetación naturaleza, cordillera y clima el 8%, un 8% dice que es por el flujo de llegadas, tan sólo el 4% dice que por su tranquilidad y relajo que se condice con lo que opinan los turistas, lo mismo sucede con que es una comunidad acogedora ya que solo un 2% considera esto.

La personas que respondieron que la comuna de Petorca no es un lugar turístico, lo atribuyen a las siguientes razones: el 28% dice que no llega gente a turistar, el 16% asegura que no posee atractivos turísticos, un 16% lo atribuye a que la comuna no es un lugar conocido, un 9% dice que no hay desarrollo del turismo, el 6% lo atribuye a que no hay resguardo de los atractivos turísticos, que no hay infraestructura turística lo dice el 6%, y a aspectos más específicos como que no hay agua y no hay recursos 3% para cada ítem.

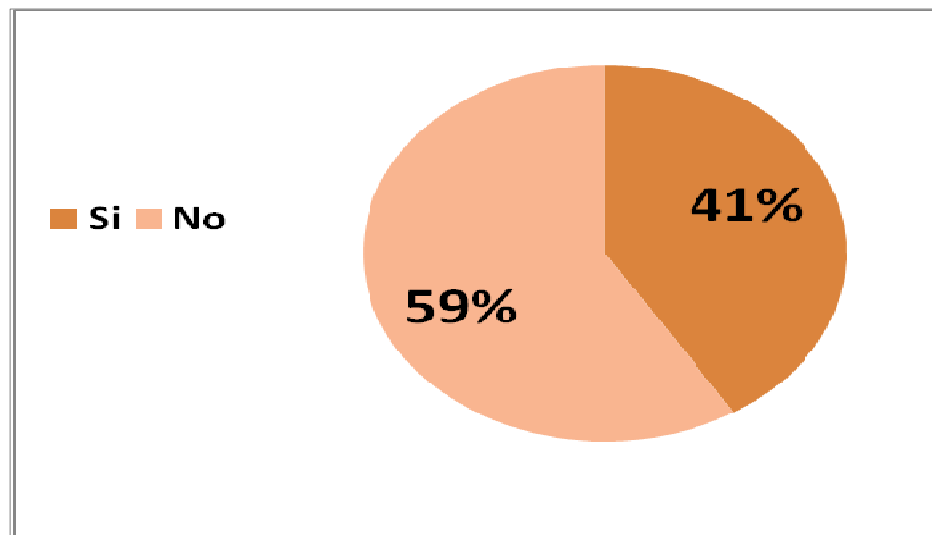
FIGURA N°10 ¿Por qué cree que la comuna de Petorca no es un lugar turístico?



Fuente: Elaboración Propia

Para saber si la comunidad tiene conocimiento de las diferentes tipologías de turismo posibles de desarrollar en la zona, en concordancia con los recursos disponibles es que se les desarrolló la siguiente pregunta:

FIGURA N°11 ¿Tiene conocimiento de los diversos tipos de turismo que se pueden desarrollar en la comuna?



Fuente: Elaboración Propia

A lo que el 59% dice tener conocimiento, y el 41% dice no tener conocimiento, para lo que se deberían generar propuestas para educar a la población.

5.2.8 Perfil de los actuales visitantes al destino de Petorca

Para determinar el perfil de comportamiento del actual visitante a la comuna de Petorca. Se tuvo que recurrir a una investigación para saber de la existencia de estudios preliminares, dónde se hiciera referencia al perfil del turista. Tal investigación se hizo por medio de la revisión de documentos, y a través de una investigación de trabajo de campo en conversaciones realizada a empresarios dedicados a los servicios turísticos y entrevistas a la comunidad.

La investigación arrojó, que no existe un monitoreo de tal actividad por lo tanto no existe castro ni estadísticas en los diferentes establecimientos ligados a la actividad turística. Quienes indicaron que gran parte de las personas que visitan la comuna son familiares y amigos de las familias residentes en dicha localidad.

Objetivo General: Conocer e identificar las características de las personas que visitan la comuna de Petorca, para contar con información específica, relevante y real que permita crear valor y orientar las estrategias a la oferta turística.

Objetivos Especifico de la Investigación

- Identificar si es turista o visitante
- Identificar el Perfil demográfico
- Identificar días de Visita
- Identificar las actividades que realiza durante su estadía en la comuna
- Identificar el tipo de alojamiento utilizado
- Identificar el tipo de transporte utilizado para llegar al destino
- Identificar aspecto adversos del destino
- Identificar aspectos favorables del destino
- Identificar lo que le gustaría hacer en el destino

Metodología

Tipo de la investigación: exploratoria de primera fuente.

Grupo Objetivo: Todas aquellas personas que visitan la comuna de Petorca.

Sujeto a entrevistar: Personas mayores de 15 años que visitan la comuna de Petorca.

Instrumento de Recopilación de datos: El instrumento de Recopilación de datos es a través de una encuesta, en un cuestionario semiestructurado⁵⁷.

Aplicación de la encuesta: Vía facebook a través de la Página de internet www.encuestafacil.com. Utilizando como soporte un mail personal. Fecha de inicio de aplicación de la encuesta 13 de Julio del 2011, fecha de término 18 de Agosto de Agosto 2011.

La metodología para la realización de esta encuesta consta de un diseño de introducción dónde se explicaba los motivos de la encuesta, aduciendo además que las personas aptas para responde, corresponde a personas que visitaran la comuna de Petorca con fines turístico, finalizando con información del ejecutante y datos de contacto.

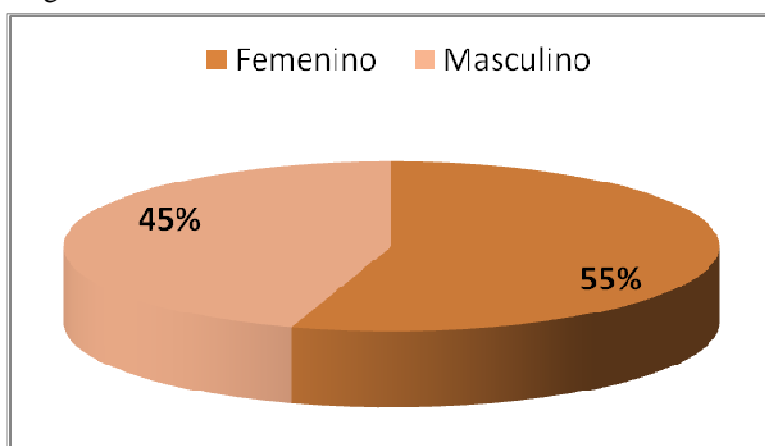
Al segundo metodológico se hicieron links introduciendo la encuesta en páginas facebook de visitas masivas de los visitantes como: Chicolco la radio, Ilustre municipalidad de Petorca, Itv Petorca, Biblioteca Pública Petorca, Grupos deportivos y a personas de la localidad, pidiendo difundir la encuesta.

Cabe destacar que muchos facebook tenían los muros inhabilitados para dejar comentarios por lo que se dificultó el levantamiento de información.

⁵⁷ Ver encuesta en Anexo 3

a) Tabulación y análisis de la encuesta.

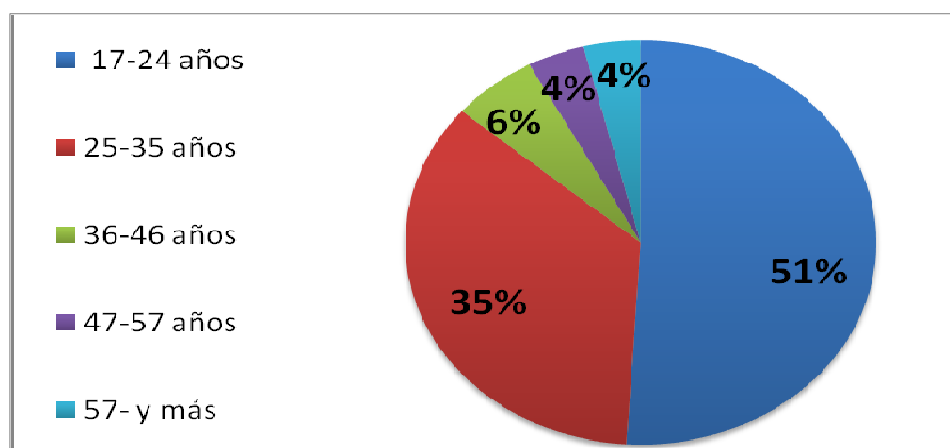
FIGURA N°12 Pregunta 1 Sexo:



Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la figura n° 12, un 55% de los encuestado son hombres, y el 45% corresponde a personas del sexo femenino.

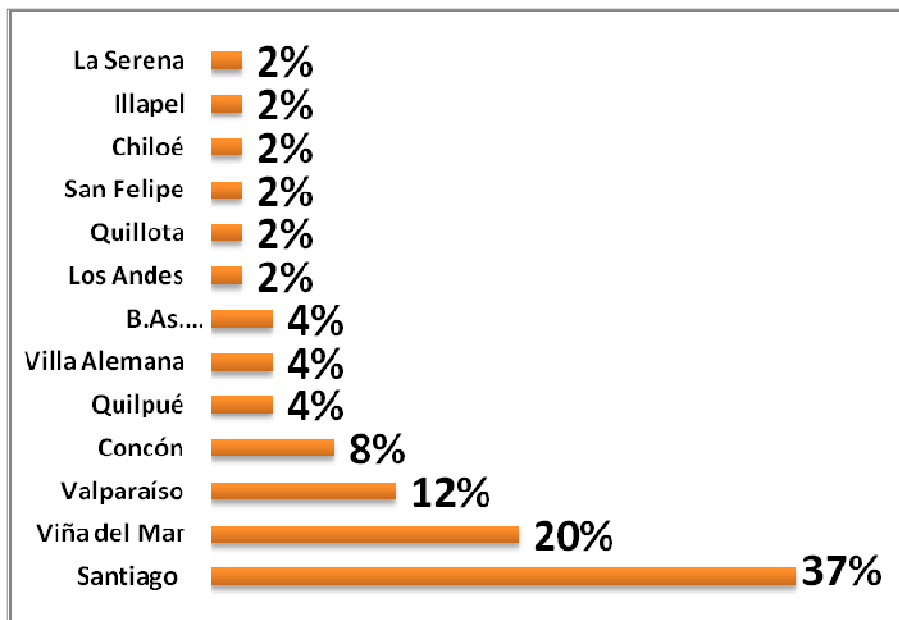
FIGURA N°13 Pregunta n° 2 Edad



Fuente: Elaboración Propia

En relación a la edad del visitante de la comuna de Petorca, se puede determinar que el mayor porcentaje de encuestado se encuentra en el segmento juvenil, en el rango que va desde los 17 a 24 años. Seguido por el segmento juvenil-adulto de rango de edad que va desde los 25 a 35 años, el segmento adulto ubicado en los rangos 36-46 y 47-57 representan entre los dos el 10% y finalmente el segmento adulto mayor que representa el 4%, es el segmento con menos representatividad.

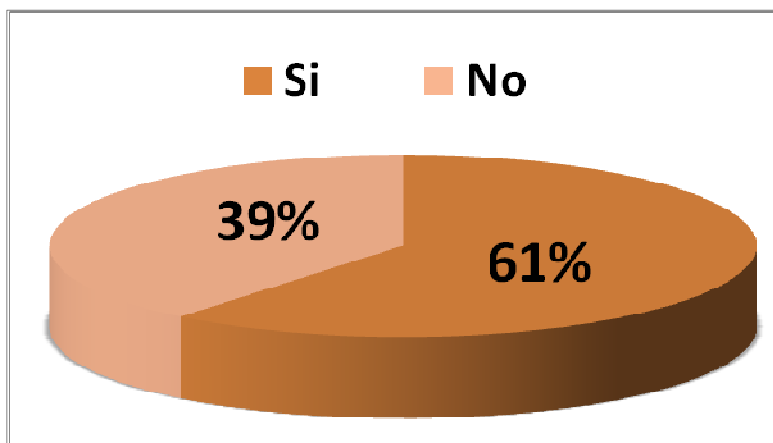
FIGURA N°14 Pregunta n° 3 Localidad de dónde viene:



Fuente: Elaboración Propia

Para la pregunta número 3 que pretende determinar la procedencia del visitante o turista de la Comuna de Petorca, se refleja que el mayor porcentaje proviene de la Región Metropolitana con 37%, le sigue la comuna de Viña del Mar con 20%, sin embargo, la región de Valparaíso es la que tiene mayor representatividad de visitas a la comuna representando un 54%, si se desglosa por provincia, la de Valparaíso lleva la delantera con un 40% del porcentaje general.

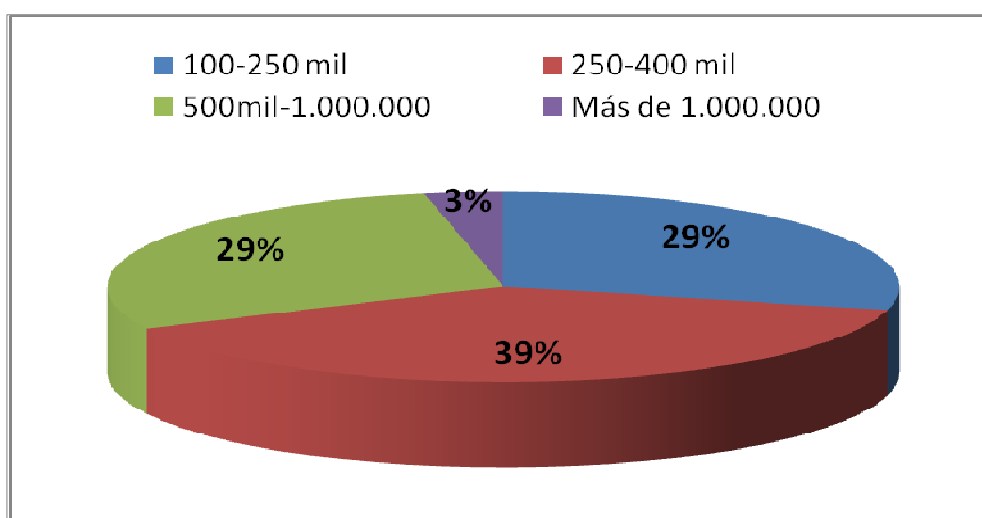
FIGURA N°15 Pregunta n°4 recibe ingresos



Fuente. *Elaboración Propia*

El 61% de los encuestados respondió que si recibía ingresos, por lo tanto, se puede determinar que el 39% son estudiantes, que no reciben ningún tipo de ingresos y que sus costos los mantienen sus sostenedora o padres.

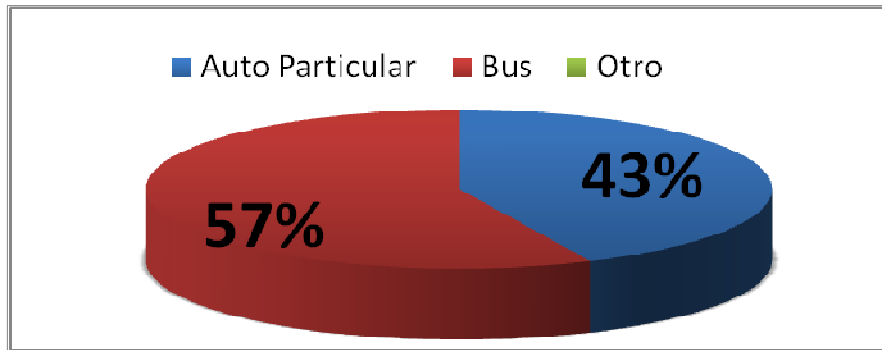
FIGURA N° 16 Pregunta n° 5 Ingreso promedio mensual



Fuente: *Elaboración propia*

Del 61% de los encuestados que respondió recibir algún tipo de ingresos. El 39% de estos ingresos se encuentra entre los 250-400 mil pesos, le siguen personas que reciben 100-250 mil pesos mensuales con 29% de representatividad. Las personas que reciben de 500 mil pesos a más de 1.000.000 de pesos representan el 32%.

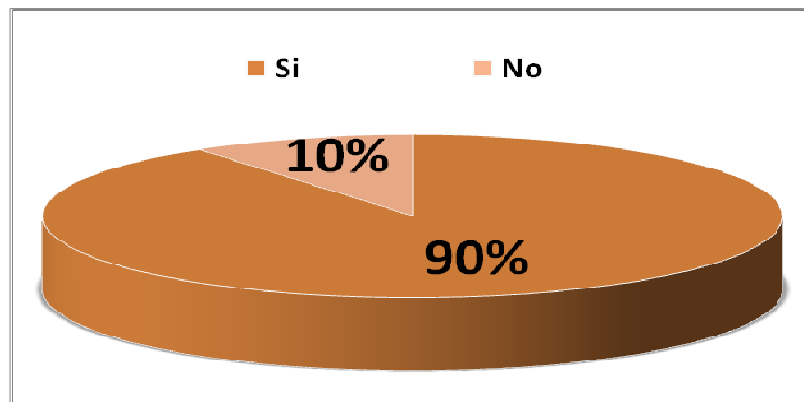
FIGURA N° 17 Pregunta n°6 ¿Qué medio de transporte utiliza para llegar a la comuna de Petorca?



Fuente: Elaboración Propia

El 57% de los encuestados dijo que el medio de transporte utilizado para llegar a la Comuna es a través de bus, por lo tanto este 53% presenta dificultades para trasladarse dentro de la comuna así como también, hacen uso de medios de transporte público para trasladarse en su estadía en la comuna. El 43% contestó que hace uso de auto particular para llegar a la comuna de Petorca, mientras que el ítem otros no fue mencionado en las respuestas.

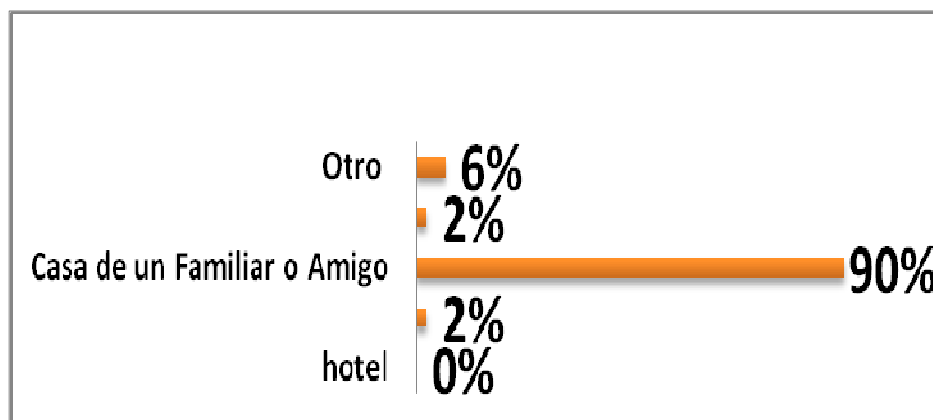
FIGURA N°18 Pregunta n°7 ¿Usted aloja en la Comuna de Petorca?



Fuente: Elaboración Propia

Para determinar si las personas que visitan la comuna de Petorca son turistas o visitantes se les consultó si alojaban en la Comuna de Petorca, a lo que el 90% de los encuestados dijo que si, por lo tanto se puede determinar que el 90% corresponde a turistas.

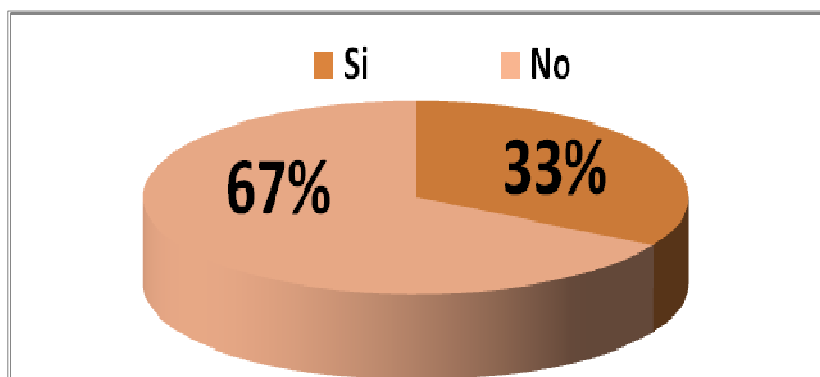
FIGURA N°19 Pregunta n°8 ¿Qué tipo de alojamiento utiliza?



Fuente: Elaboración Propia

Para conocer si los turistas alojan en hoteles o residenciales de la comuna se les consulto por el tipo de alojamiento utilizado durante su estadía en la comuna, donde el 90% de los encuestados dijo hacerlo en la casa de un familiar o amigo y el ítem Hotel no fue mencionado en las respuestas.

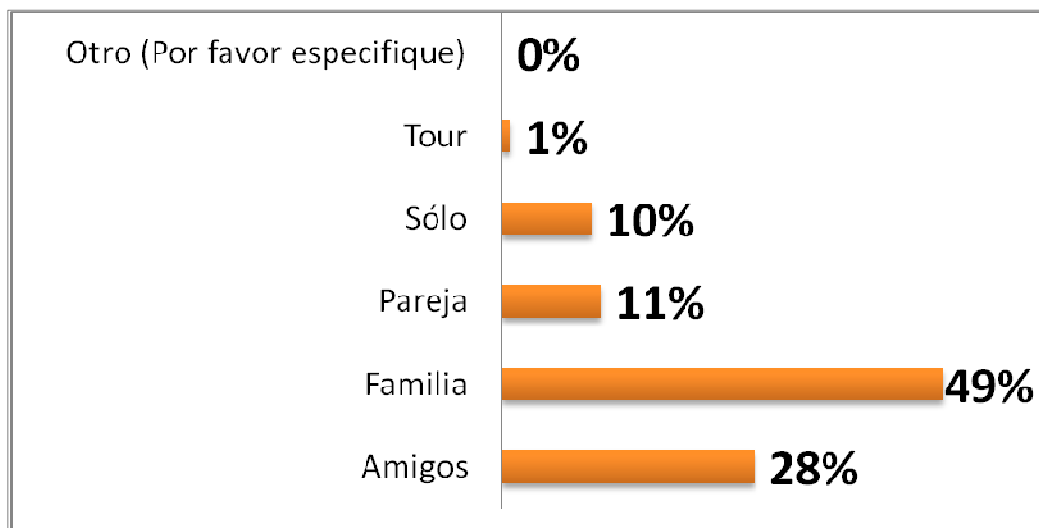
FIGURA N°20 Pregunta n°9 ¿Usted posee segunda residencia en la comuna de Petorca?



Fuente. Elaboración Propia.

El 67% de los encuestados dicen poseer segunda residencia en la comuna de petorca, y el 33% no posee, sin embargo, aloja en casas de familiares u amigos.

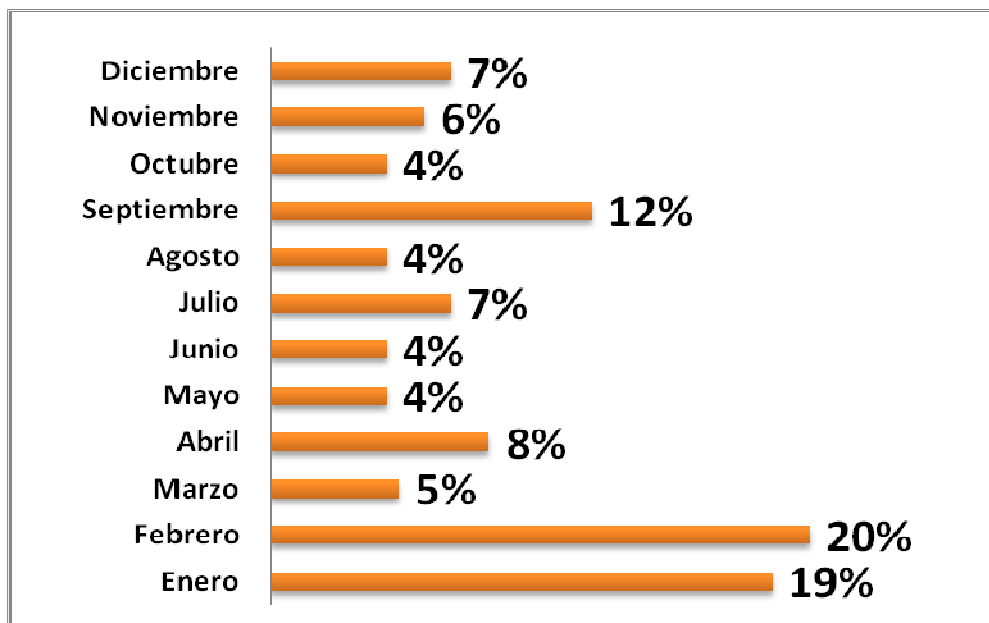
FIGURA N° 21 Pregunta n°10 ¿Con quién comparte el viaje?



Fuente: Elaboración Propia

El 49% de los encuestados dice compartir el viaje con la familia, el 28% con amigos, solo el 1% dice hacerlo en tour.

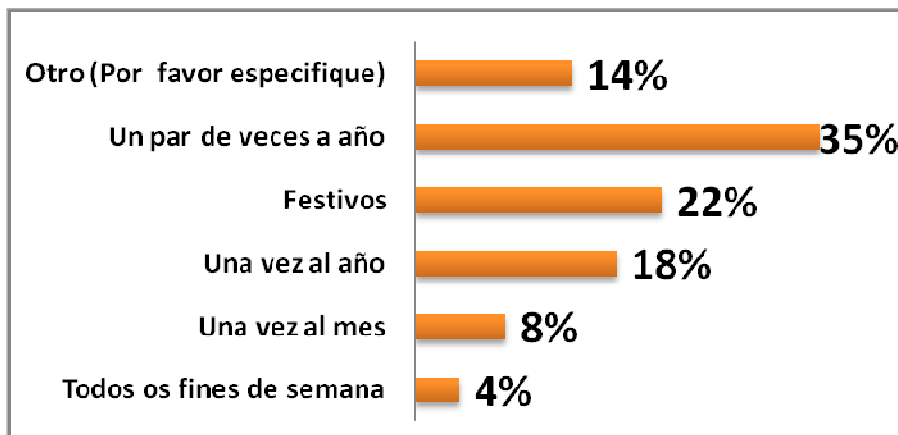
FIGURA N°22 Pregunta n°11 durante que meses visita preferentemente la comuna



Fuente: Elaboración Propia

Los meses en que los turistas prefieren visitar la comuna, son preferentemente los meses de verano; 19% elige el mes de Enero y 20% el mes de Febrero, el mes de Septiembre posee un alto porcentaje 12% esto se puede deber a las fiestas patrias al igual que el mes de Abril con 8%, debido a que en este mes se celebra Semana Santa.

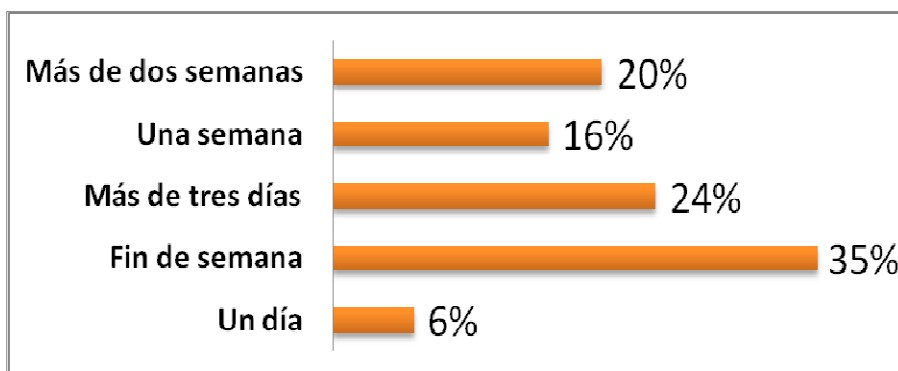
FIGURA N°23 Pregunta n°12 ¿Con que frecuencia visita la comuna?



Fuente: Elaboración Propia

Para saber la cantidad de viajes a la comuna, se les consultó por la frecuencias de viajes a la comuna de Petorca a lo que el 35% contestó hacerlo un par de veces al año, 22% durante festivos, el 18% una vez al año y el 8% una vez al mes, en tanto que un 14% dijo que iba cada un año, o había ido sólo una vez.

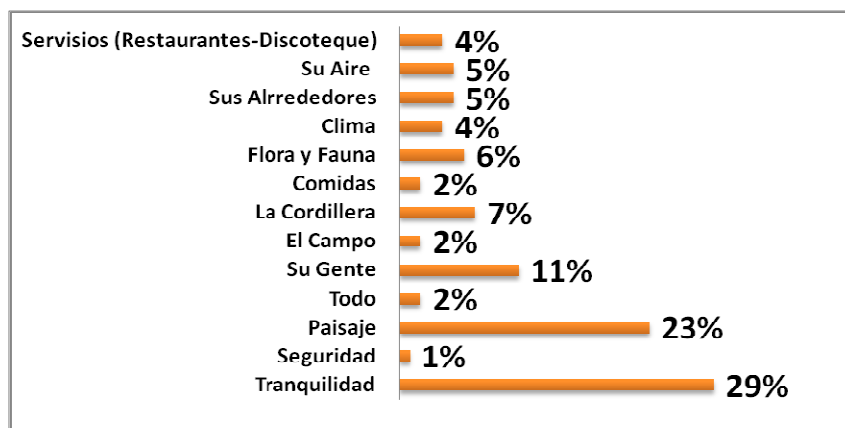
FIGURA N° 24 Pregunta n° 13 Su tiempo de permanencia en la zona es de:



Fuente: Elaboración Propia

El tiempo de permanencia en la zona está representado por un 35% fin de semana, 24% más de tres días, el 20% dijo permaneces más de dos semanas, una semana permanecen el 16%, en tanto que el 6% lo hace sólo un día

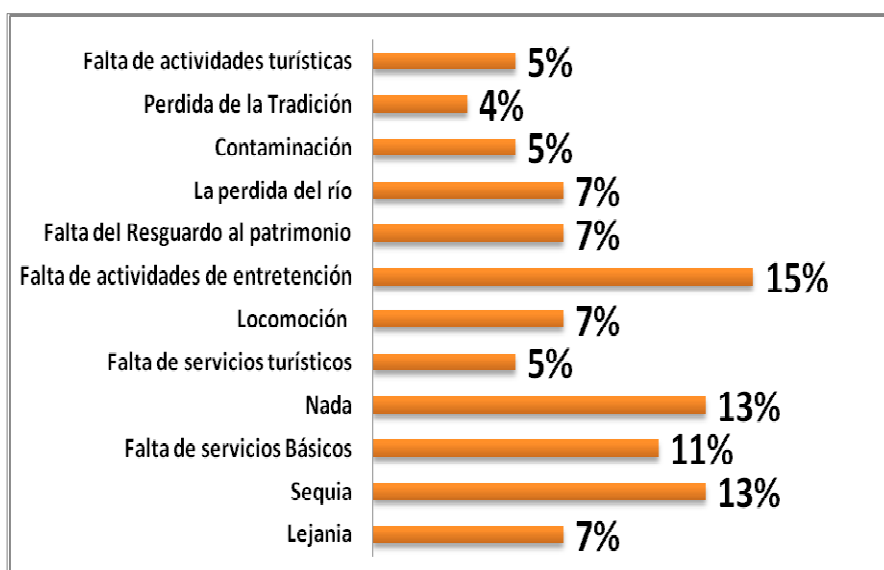
FIGURA N°25 Pregunta n°14 ¿Que es lo que más le gusta de la Comuna?



Fuente. Elaboración Propia

Para conocer acerca de la conformidad de los turistas, se les consultó en una pregunta abierta que era lo que más les gustaba de la comuna. A lo que la mayoría lo asumió con aspectos turísticos, siendo la tranquilidad representada con 29% uno de los mayores atributos. Seguido por el paisaje con 23%, su gente representa 11%, aspectos geográficos como el aire, clima, flora - fauna y la cordillera representan 22%.

FIGURA N°26 Pregunta n°15 que es lo que menos le gusta

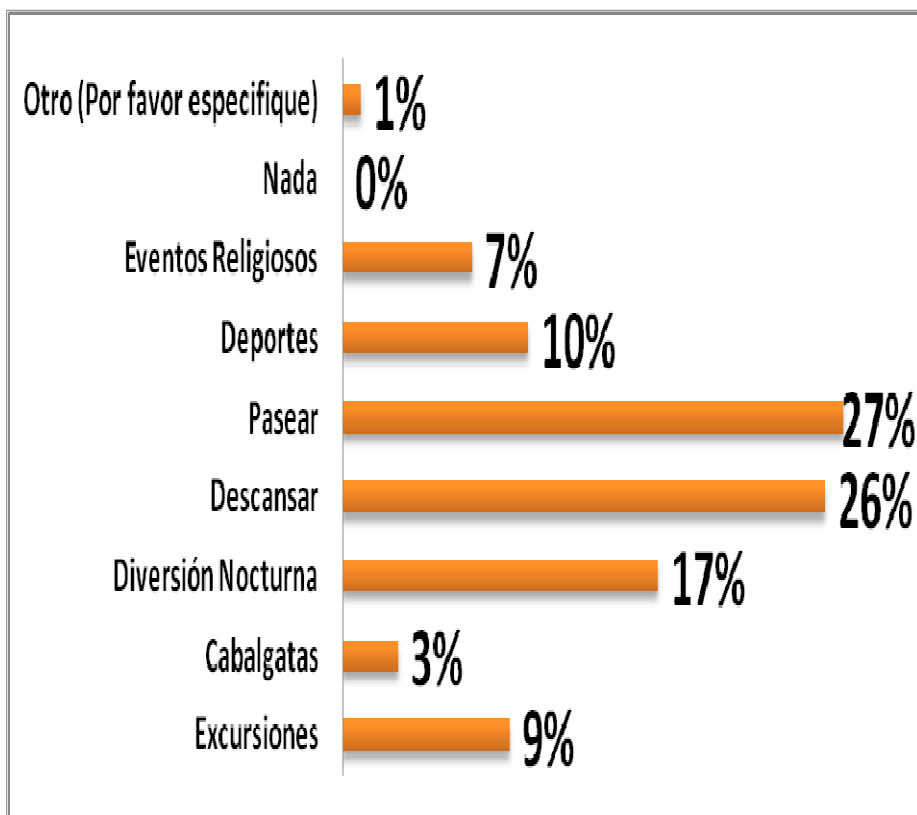


Fuente: Elaboración Propia

Para conocer su descontento con el destino, se les consultó a través de una pregunta abierta que era lo que menos les gustaba de la comuna. A lo que el 15% que falta de actividades de entretenimiento, asociándose al 5% que nombra la falta de actividades turísticas, el 13% dice que la sequía es un factor de disgusto, sumado la pérdida del río con 7% , el 11% señala la falta de servicios básicos, de esta respuesta se puede deducir que servicios básicos se asocia al alcantarillado.

En relación a resguardo y fomento del patrimonio, el 7% dice no gustarle la falta de resguardo al patrimonio, así como el 5% dice que no le gusta la pérdida de tradición.

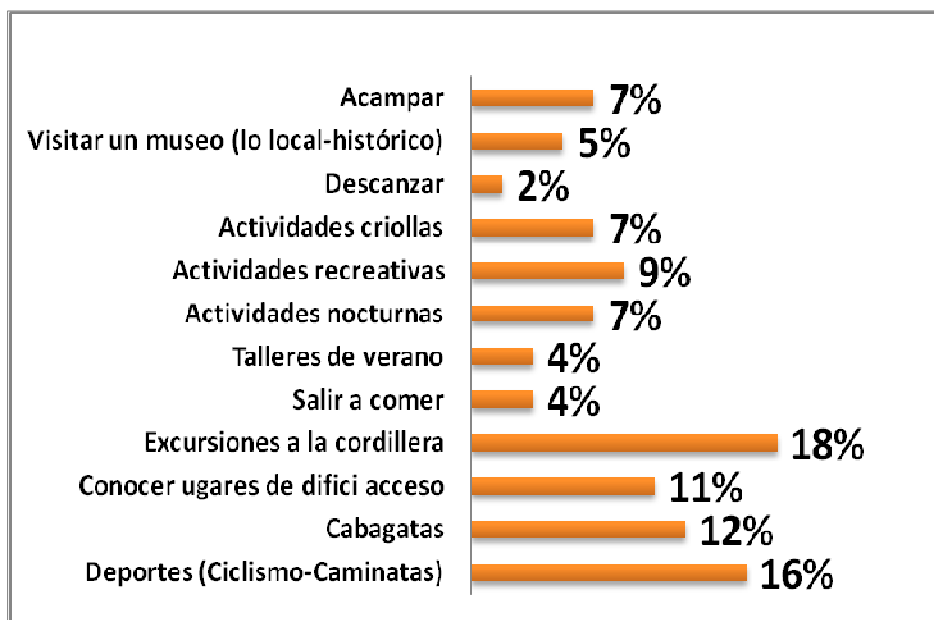
FIGURA N°27 Pregunta n°16 ¿Qué tipo de actividades realiza durante su estadía en la comuna de Petorca?



Fuente: Elaboración Propia

Para conocer en que ocupan su tiempo los turistas en la comuna de Petorca, se les consulto que hacían durante su estadía, a lo que el 27% dijo pasear, el 26% dice descansar, 17% dice divertirse en la noche, 10% hace deportes el 9% hace excursiones. El 1% corresponde a personas que dicen visitar amigos y familiares.

FIGURA N°28 Pregunta n°17 ¿Qué actividades le gustaría realizar durante su próxima estadía en la comuna de Petorca?



Fuente: Elaboración Propia

Para conocer sus motivaciones en el viaje se les consultó que les gustaría hacer durante su próxima estadía en la comuna. A lo que el 18% quiere hacer excursiones a la cordillera, 16% quiere hacer deportes tales como ciclismo o caminatas, el 12% quiere hacer cabalgatas, el 11% quiere conocer un lugar de difícil acceso, 9% actividades recreativas, en tanto que tan solo el 2% quiere descansar.

b) Síntesis del Actual visitante a la comuna de Petorca.

El 55% de las personas que visitan la comuna pertenecen al sexo femenino, dentro de los rangos de edad estos se encuentran entre los 17 a 35 años, por lo que podríamos decir que las personas que visitan la comuna es un público joven. Provenientes en su totalidad de la región de Valparaíso, específicamente de la provincia de Valparaíso 40%, y el 37% de la región metropolitana. El 61% declara recibir ingresos entre los rangos de \$100.000 a 1.000.000.-, este ítem permite identificar que las personas en su mayoría no reciben ingresos, pudiéndose tratar de estudiantes universitarios o escolares en su mayoría. Esta suposición queda aún más clara cuando se les consulta cuál es el medio de transporte que utilizan para llegar a la comuna, donde el 57% responde viajar, en bus, y el 43% dice hacerlo en auto particular.

El 90% de los entrevistados corresponde a turistas ya que, ellos aseguran alojar en la comuna, sin embargo el 90% aloja en la casa de un familiar o amigo, no haciendo uso de los servicios de alojamiento. El 67% declara poseer segunda residencia comunal.

En relación a las formas de viaje; el 49% dice viajar con la familia o algún amigo, en los meses de verano y septiembre. El viaje dura aproximadamente una semana y se hace un par de veces al año o en festivos.

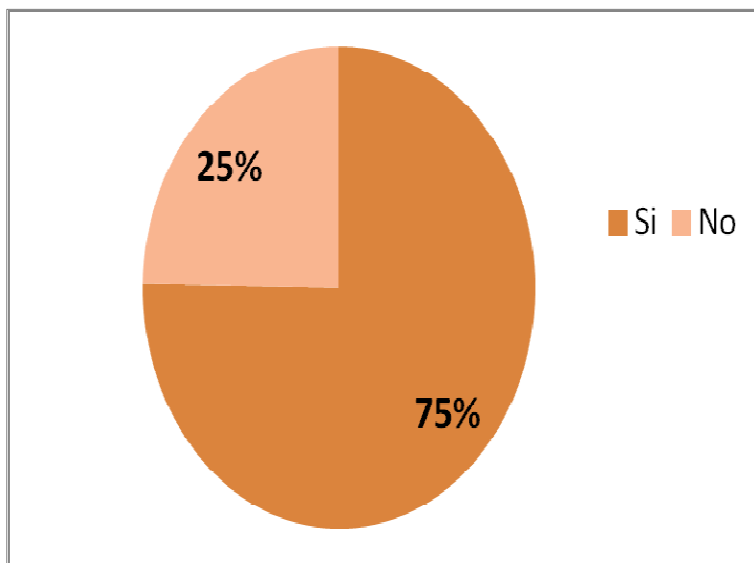
Dentro de las motivaciones que conforman el viaje se encuentra la tranquilidad y la calidez de la gente, en tanto que no les gusta la sequia ni la falta de actividades turísticas para realizar. Las actividades que hacen se conforman según las posibilidades de oferta, como; descansar, pasear, divertirse de noche y hacer deportes.

En un futuro viaje a los encuestados les gustaría hacer excursiones, conocer lugares de difícil acceso hacer deportes como; cabalgatas, ciclismo y hacer excursiones a la cordillera.

5.2.9 Pertenencia de la comunidad al destino

Al igual que en los puntos anteriores para saber y conocer la pertenencia de la comunidad con el destino se les diseñaron las siguientes preguntas que se muestran a continuación con sus gráficos.

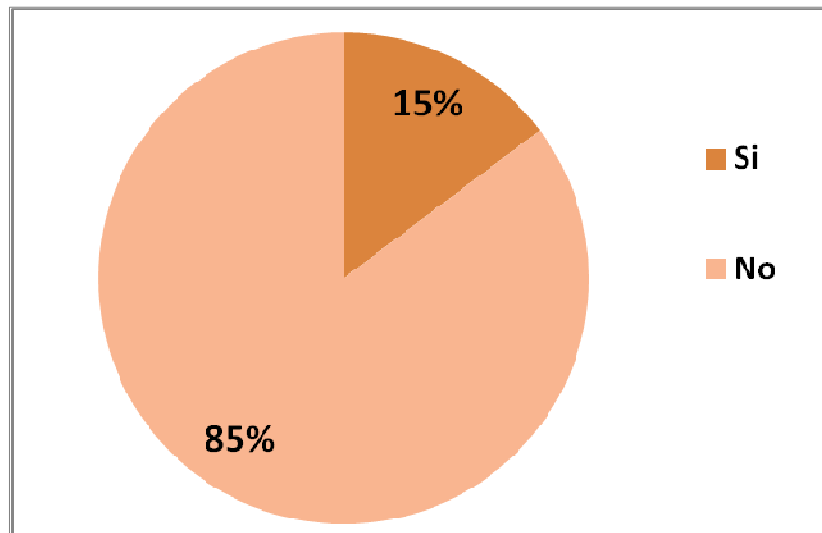
FIGURA N°29 ¿Se siente identificado con “Petorca un pueblo bajo un cielo de leyendas”



Fuente: Elaboración Propia

De las 190 Personas encuestadas 143 se sienten identificadas con “Petorca un pueblo Bajo un cielo de Leyendas” correspondiente al 75%, sin embargo 47, no lo sienten como parte de su identidad correspondiente al 25% de la población encuestada

FIGURA N°30. ¿Considera que hay preocupación por las autoridades de la comuna por mejorar el desarrollo turístico?

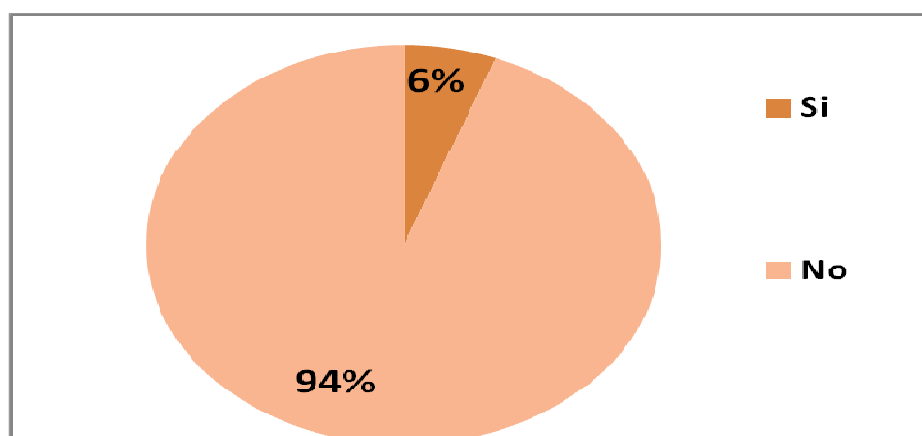


Fuente: Elaboración Propia

En esta pregunta el 85% de las encuestadas correspondiente a 162 personas, sienten que no hay preocupación por parte del municipio en mejorar y promover la actividad turística comunal, aquejándose que dejan proyectos a medias, no llegan a soluciones concretas y que el municipio tiene otras prioridades. Se entiende que existe un descontento ya que para ellos es otra forma de descontento económico y de resguardo al patrimonio, por lo que se podría entender que en su mayoría las personas se sienten parte de la comuna. En tanto que el 15% dice que si hay preocupación por parte de las autoridades locales en potenciar la actividad, ya que se ha avanzado en la protección y puesta en valor de atractivos.

5.2.10 Involucramiento de la Población local en Proyectos turísticos

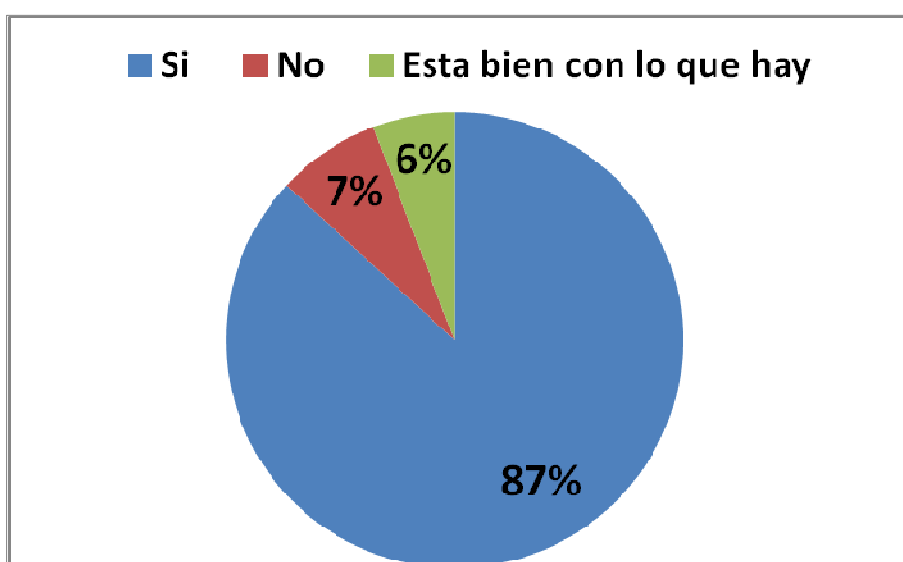
FIGURA N°31. ¿Es parte de algún proyecto turístico?



Fuente: Elaboración Propia

El 94% de las personas encuestadas dice no pertenecer a algún proyecto turístico de la comuna, mientras que el 6% si son partes de proyectos turísticos, tales como; venta de artesanía y productos agrícolas asociados a la actividad.

FIGURA N°32. ¿Se necesitan más servicios, para que haya un desarrollo mayor del turismo?



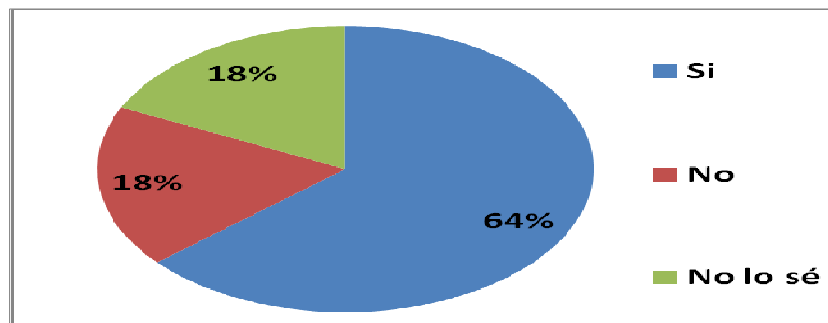
Fuente: Elaboración Propia

El 87% de los encuestados dice que si se necesitan más servicios, para conseguir un mayor desarrollo turístico a nivel comunal. Mientras que el 7% dice que no es necesario y el 6% dice que está bien con lo que existe actualmente.

5.2.11 Percepción y grado de satisfacción de la comunidad con el turismo

Las siguientes preguntas, pretenden rescatar la percepción en los siguientes ámbitos: opinión de las personas acerca de la actividad turística en relación a la generación de empleo actual, al grado de involucramiento por parte del municipio en el desarrollo y a los ítems que ellos consideren que dificulten en el desarrollo del turismo a nivel general.

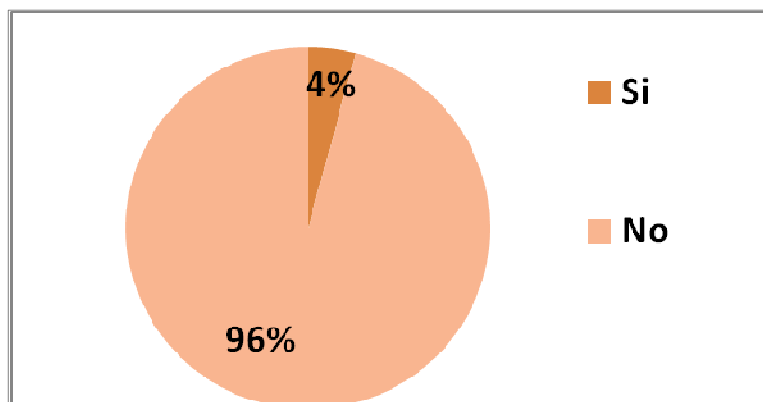
FIGURA N° 33. ¿Considera que el turismo genera ingresos a la comuna?



Fuente: Elaboración Propia

El 64% de los encuestados considera que la actividad turística genera ingresos a la comuna de Petorca, el 18% considera que la actividad turística no genera ingresos, y el 18% restante dice no saber.

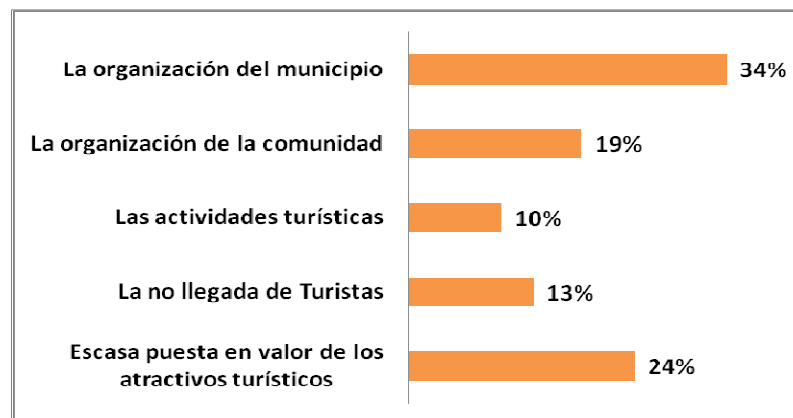
FIGURA N°34 ¿El municipio le ha consultado a usted como habitante de la comuna, si está de acuerdo con el desarrollo de la actividad turística?



Fuente: Elaboración Propia

El 96% de los encuestado correspondiente a 182 personas dice que no se ha hecho una consulta ciudadana, para consultarles si es que están de acuerdo con el desarrollo de la actividad turística, mientras que el 4% aseguran que si se les ha consultado la opinión.

FIGURA N°35. ¿Cuál de estos ítems cree que son las dificultades que enfrenta el turismo de la comuna de Petorca?



Fuente: Elaboración Propia

En esta pregunta el encuestado podía elegir más de una opción, por lo que tenemos 405 respuestas, donde el 34% considera que la dificultad para el desarrollo del turismo se debe a la organización municipal, le sigue la escasa puesta en valor de los atractivos turísticos con 24%, la organización de la comunidad representa el 19%, el 13% lo atribuye a la no llegada de turistas, en tanto que el 10% se lo atribuye a las actividades turísticas.

5.3 CREACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DE GESTIÓN DE DESTINO

5.3.1 Objetivo General: Desarrollar e implementas un Modelo Organizacional que permita orientar y gestionar la actividad turística de la comuna, incluyendo a los diferentes actores relevantes de la comuna, en función de las necesidades y recursos disponibles.

5.3.2 Indicador de Impacto: Conformación de un grupo mixto (Actores públicos, privados y organizaciones comunitarias) e Implementación de las acciones establecidas en el plan de acciones.

5.3.3 Fundamentación: Actualmente no existe una instancia pública y/o privada que coordine e implemente una política de desarrollo sostenible turística.

Cada institución, empresario y grupo social aborda la actividad turística desde su punto de vista, según sus recursos y de forma individual.

Meta de de Constitución: Septiembre del 2012

5.3.4.-Gobernanza para la gestión del destino

Se propone que la gobernanza de la gestión de destino, se organice bajo la figura de la mesa de turismo, conformada por Secretaria Técnica, integrada por:

- Municipio (DIDECO, Departamento de Turismo, Representate Consejo)
- Empresarios: sector turismo, sector agrícola y sector minería.
- Asesoría Técnica de: SERNATUR, INDAP, SERCOTEC, Museo la ligua.

5.3.5.- Ubicación de trabajo de la Mesa de Organización de Destino

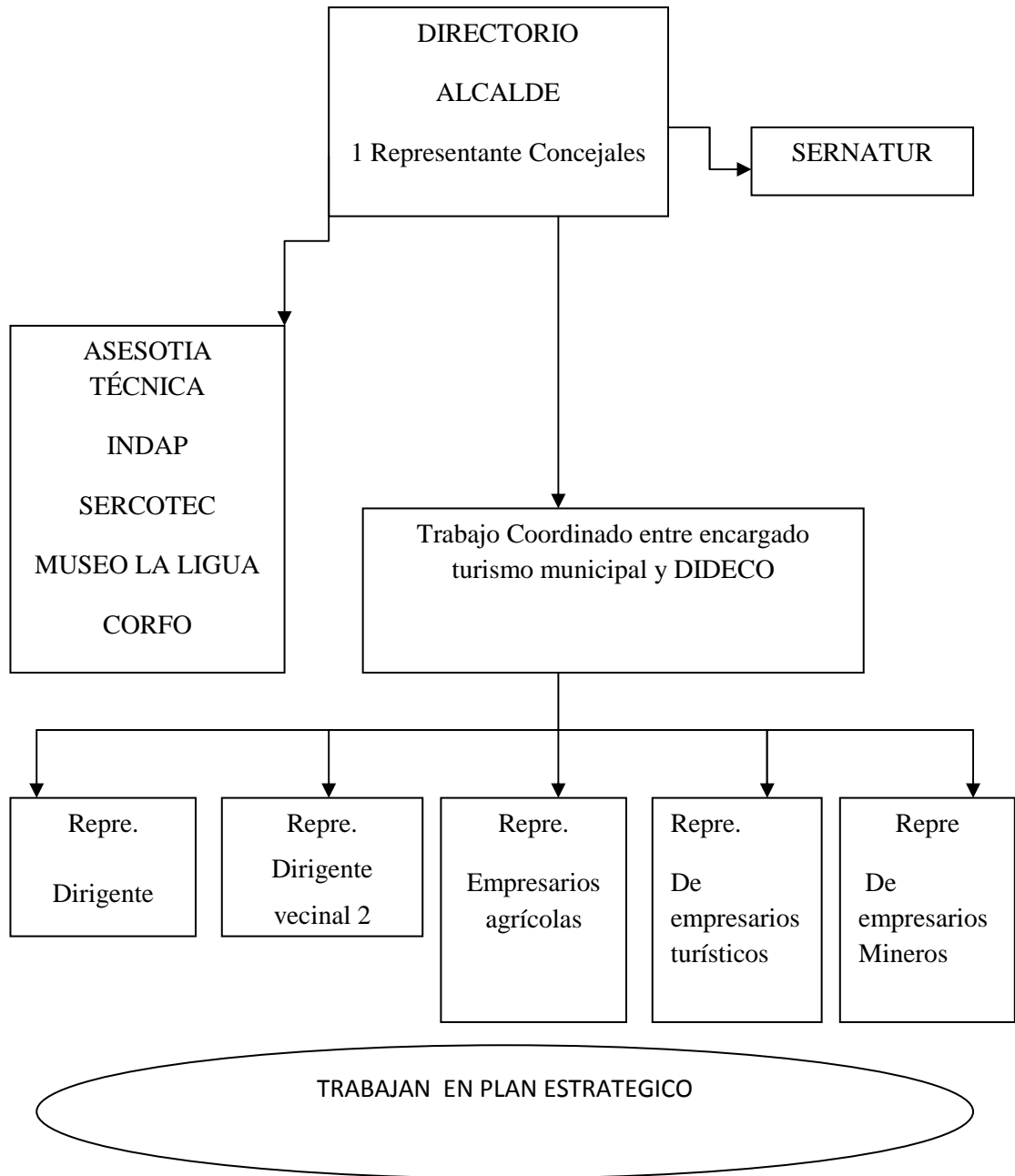
Se debe habilitar una oficina municipal, para el trabajo permanente del encargado de Turismo municipal, ahí se harán reuniones y se revisaran los informes del trabajo de los diferentes representantes de área, además en la oficina se recibirán sugerencias a nuevas propuestas, servirá de apoyo de información turística, se debiese pedir a alumnos de practica en turismo, para el apoyo a la oficina.

Actualmente el municipio de Petorca cuenta con un espacio público ubicado en la Plaza de Petorca, que puede ser adaptado para el uso del encargado municipal y la mesa de trabajo.

5.3.6.-Fuentes de Financiamiento: La conformación de la organización no requiere de un financiamiento específico. Para la conformación de la mesa la inversión puede ser compartida por los empresarios y el municipio.

5.3.7- Organigrama Mesa de Turismo

FIGURA N°36 Organigrama Organización de Destino



Fuente: Elaboración Propia

6.1 Análisis FODA

En este capítulo se hace un análisis general de la actividad turística de la Comuna de Petorca. A través de la siguiente matriz FODA.

6.1.1 Fortalezas

- Una de las principales fortalezas con las que cuenta el destino turístico Comuna de Petorca, tiene que ver con la diversidad de atractivos culturales
- Posición geográfica privilegiada siendo una de las comunas sin salida por la cordillera lo que permite una mayor conservación de la flora y fauna, además limpieza visual de los paisajes.
- Otra fortaleza derivada de su ubicación, es el limitar con la Región de Coquimbo, comuna de Illapel, siendo la cuarta región una atracción arqueológica de la zona central, posicionando estratégicamente a la comuna de Petorca.
- Calidad de conservación de los recursos paisajísticos, la existencia de patrimonio arqueológico.
- El grueso patrimonio intangible oral, sumado a la tradición minera, religiosa y campesina. Espacio rural poco intervenido
- Posible gestión del conocimiento de la comunidad para generar productos turísticos
- Motivación de la comunidad adulta por conservar sus tradiciones.

6.1.2 Debilidades

- Inexistencia y caducidad de herramientas de planificación, necesariamente previas para cualquier planificación o proyecto posible de ejecutar.
- Escasa planificación a nivel comunal, de la actividad turística.

- Inexistencia de la puesta en valor y conservación del patrimonio arqueológico, histórico, natural y oral de la comuna.
- Amplia cobertura espacial geográfica, lo que genera una incomunicación tanto de gestión, tiempo y recursos.
- La falta de organización del municipio, en el trabajo comunitario, e incentivo para la ejecución de proyectos de fomento al turismo.
- La escasa capacitación en el área del turismo y la falta de personal capacitado, para orientar esta actividad.
- Inexistencia de un plan de marketing a nivel comunal
- Presupuesto limitado para el desarrollo de la actividad turística a nivel comunal
- Pérdida del patrimonio vivo de alto valor cultural
- Emigración de la juventud a la ciudad en busca de nuevas y mejores fuentes económicas
- Desarrollo de la actividad agrícola como fuente laboral principal y concentración de esta actividad, en el espacio y mano de obra.
- Carencia de una imagen turística
- Falta de recurso humano capacitado
- Escasa inversión en instalaciones turísticas

6.1.3 Amenazas

- .El posicionamiento de otras comunas con similares atractivos, como lo es Putaendo y Cabildo.
- Alto desarrollo de la actividad turística en la región de Coquimbo, concentrando todo el volumen de turistas arqueológicas en esa región
- Demanda de Mercado estacional
- Privilegio por parte del gobierno central a potenciar otras actividades económicas en la comuna.

- Privilegiar económicamente otras comunas con mayor antigüedad en la actividad turística
- Posicionamiento de otras regiones turísticas como Región del Libertador Bernardo O'Higgins y Región de Coquimbo

6.1.4 Oportunidades

- Incremento de la actividad turística a nivel mundial
- Tendencia a la conservación del medio ambiente y el patrimonio.
- El incentivo a nivel nacional, por promover destinos nacionales, regionales y comunales, con el fin de perder la estacionalidad.
- Incremento por el turismo cultural y patrimonial
- Cercanía con Valparaíso la ciudad patrimonio de la humanidad, más importantes a nivel nacional
- Escaso desarrollo del turismo arqueológico en la región, ya que solo se desarrolla en la zona peninsular de Rapa nui
- Incentivo por parte del Gobierno y otras instituciones tanto públicas como privadas por promover el turismo de intereses especiales. Aportando con capacitación o económicamente.

6.1.5 Potencialidades

TABLA N°32 Potencialidades en base a análisis FODA

Potencialidades
Posibilidad de Potenciar a la comuna de Petorca como destino eco turístico, arqueológico y cultural a nivel regional.
Capacidad de generar redes turísticas con otras comunas.
Capacidad de generar productos turísticos.
Capacidad de atracción de mercados turísticos que llegan a la región busca de turismo de intereses especiales
Condiciones de aumentar la permanencia y el gasto de la demanda, con la generación de productos y actividades
Capacidad de que los actores locales generen productos de acuerdo a sus potencialidades

Fuente: Elaboración Propia

6.1.6 Desafíos

TABLA N°33 Desafíos en relación a análisis FODA

Desafíos
Creación e implementación de Talleres y programas de sensibilización turística y cultural a la comunidad de Chicolco y Petorca principalmente.
Elaboración de un Plan de desarrollo turístico para la comuna de Petorca
Generar una red asociación de empresarios ligados a la actividad turística
Identificación y captación de segmentos de mercado que permitan una actividad turística constante
Identificar y elaborar productos y circuitos turísticos que atiendan a las necesidades y a las posibilidades de la comuna.
Generar programas de capacitación en el desarrollo de creación de sus propio emprendimiento, según las propias potencialidades turísticas
Generar un plan de marketing comunal
Generar alianzas turísticas con empresarios de otras comunas
Conservar el Patrimonio Oral
Generar Normativas turísticas al interior del gobierno comunal
Puesta en Valor de los principales atractivos arqueológicos de la Comuna
Diseño de estrategias publicas que incentiven la inversión privada para el desarrollo turístico

Fuente: Elaboración Propia

6.1.7 Riesgos

TABLA N°34 Riesgos en relación a Análisis FODA

Riesgos
Perdida de la identidad local
Conflicto de actividades productivas (Agricultura y Turismo)
Condición climática
Incapacidad de atraer inversionistas
Incapacidad de atraer mercado
Incapacidad de mantener la asociatividad entre el sector público y privado
Incapacidad de generar productos turísticos con la comunidad

Fuente: Elaboración Propia

6.1.8 Limitaciones

TABLA N° 35 Limitaciones en relación a Análisis FODA

Limitaciones
Falta de visión turística a nivel comunal
El municipio no cuenta con presupuesto para el desarrollo de la actividad turística local
Poca Capacidad emprendedora y visión comercial
Falta de desarrollo en propuestas culturales a nivel comunal que protejan el patrimonio turístico.
No se cuenta con Planificación turística a nivel comunal
No se cuenta con recurso humano especializado en la actividad turística

Fuente: Elaboración Propia

6.2 Limitaciones relevantes reconocidas en el Diagnostico

6.2.1 Aspectos medioambientales y del paisaje

Existe una incompatibilidad entre la actividad económica preponderante de la comuna, la actividad agrícola y la actividad turística, a continuación se nombran las siguientes limitantes

- **Drenes Ilegales**

En los cauces de río el Pedernal y Petorca, es decir, el robo de agua de, para uso particular.

El robo del agua sumado la sequia que vive la comuna, provoca la perdida, muerte y emigración de aves y flora autóctona de las riveras de los ríos de la comuna.

Lo que se contrapone con la actividad turística, y con el descontento de la comunidad y turistas.

- **Erosión del Suelo a causa de la actividad agrícola**

Hace aproximadamente 10 años se instalaron en la comuna una serie de empresas agrícolas que han instalado sus plantaciones de paltos en las laderas de los cerros, lo que provoca la erosión del suelo.

La erosión trae consigo problemas que afectan a la diversidad de especies de flora, que son causados por el riego, viento y la producción de monocultivos,

- **Fumigaciones aéreas**

Provocadas por las empresas agrícolas, se ha identificado a través de denuncias en los consultorios de la comuna, una serie de sucesos y signos proveniente de los productos químicos que utilizan estas empresas para atenuar las plagas de sus plantaciones agrícolas, lo que trae serios problemas a la salud de los habitantes.

- **Cercos de Alambre en los Cerros**

Los limitantes mencionadas anteriormente sumado a los metros y metros de cercos de alambre que cruzan los cerros provocan un daño paisajístico y de acceso a zonas de interés arqueológico y turístico.

6.2.2 Aspectos de gestión

- **Ausencia de organización a nivel empresarial**

La comuna de Petorca no cuenta con una organización, a agrupación de empresarios ligados a la actividad turística, lo que dificulta, las relaciones con el municipio y el gobierno regional, para la puesta en valor y desarrollo de acciones en pro de la actividad turística en la comuna.

- **Ausencia de vínculos entre el municipio y empresarios turísticos**

Al no existir un vínculo organizador de empresarios turísticos, se genera una desvinculación entre el municipio y este sector, lo que dificulta las políticas municipales que promuevan y den solución a las principales limitantes del área.

- **Falta de recurso humano especializado en el área gestión turística**

Existe una escasa preparación por parte del personal ligado a la actividad turística de la comuna, partiendo de los encargados de turismo municipal, seguido por los empresarios y la comunidad en general, lo que genera ausencia de propuestas que potencien la actividad turística comunal.

- **Insuficiente educación respecto de iniciativas y proyectos de interés turístico**

Ante la escasa capacitación y manejo de la actividad turística por parte de la gestión municipal y la nula instancias de participación ciudadana y organización empresarial, se genera dificultad para conocer y emprender proyectos asociados al turismo.

- **Ausencia de Herramientas de Planificación a largo Plazo**

La comuna de Petorca no cuenta con herramientas de planificación turísticas de largo plazo, tiene vencidos los instrumentos de planificación local, lo que dificulta aún más la planificación turística.

6.2.3 Aspecto económico

- **Baja inversión en turismo a nivel empresarial**

Debido a la escasa puesta en valor y generación de proyectos turísticos, tanto a nivel municipal y empresarial, es que no se cuenta con servicios que potencien esta actividad, a eso se suma la escasa inversión para potencial los servicios ligados al turismo que los empresarios comunales ofrecen a la comunidad y al turista.

- **Bajo presupuesto por parte del municipio a la actividad turística**

El presupuesto que designa el municipio a la actividad turística es escaso y bajo. Tan solo se cuenta con el sueldo del encargado en turismo municipal, lo que genera, lentitud en propuestas de proyectos concretos para la comuna.

- **Actividad productiva concentrada en la agricultura**

La actividad económica preponderante se concentra en la actividad agrícola, lo que genera la concentración de personal para esta área, sumado los recursos y proyectos municipales que potencial sólo esta actividad económica.

- **Falta de servicios**

Falta de servicios y actividades ligadas a la actividad turísticas que potencien y permitan un mayor gasto de los turistas. Sumado el nulo servicio de transporte público nocturno, que incentive la actividades asociadas, en una comuna extensa en territorio.

6.2.4 Aspectos socioculturales

- **Recurso humano orientado a la actividad agrícola**

Las personas de la comuna de Petorca, en su mayoría trabajan en el sector agrícola, ya sean empleados de temporada o de planta. Lo que dificulta el desarrollo de otras actividades y de capacitación y empleo.

- **Falta de instancias de expresión e información de su identidad turística local**

La comuna de Petorca cuenta con una identidad cultural marcada y valorada por sus actores, sin embargo no existen instancias de difusión, promoción y educación por parte de la comunidad adulta a los más jóvenes habitantes comunales y al país en general.

- **Escasa participación de la comunidad en la actividad turística**

Las encuestas realizadas a la comunidad de Petorca, dejaron claro que no existe una vinculación por parte de las autoridades locales hacia los habitantes, por lo que se hace necesario contar con un tipo de instancias de dialogo y participación ciudadana.

- **Falta de conciencia turística por parte de la Comunidad**

En el trabajo de campo y en la toma de encuesta se pudo detectar que falta conocimiento por parte de la comunidad, acerca de las potencialidades comunales con la actividad turística, además del conocimiento y valoración de sus recursos y su patrimonio.

CAPITULO VII PLAN ESTRATEGICO PARA LA COMUNA DE PETORCA

La comuna de Petorca no cuenta con instrumentos de planificación vigentes, que ordenen la actividad turística. De igual forma se tomara en cuenta la visión del plan regulador año 2005 y el PLADECO del 2008, estos se utilizaran sólo en relación a la actividad turística ya que no se registran avances ni cambios importantes en relación a esta actividad, por lo que se podría entender que la visión a futuro sea la misma, además se trabajara con las propuestas específicas de desarrollo del proyecto según el análisis FODA y las entrevistas a la comunidad.

Los ejes temáticos que tienen relación con los aspectos fundamentales del modelo de destino turístico sustentable son los siguientes:

- Gestión
- Productos
- Territorio
- Mercados

Para la identificación de los objetivos estratégicos se tiene un periodo de 2 años en una escala de tiempo en base a objetivos de largo, mediano y corto plazo.

Cabe destacar, los principales atributos con que cuenta la comuna identificados en el estudio de identificación de la demanda turística de la comuna de Petorca, donde se designa a la comuna como:

- Acogedora
- Conserva sus raíces e identidad
- Lugar para Descansar
- Cordillerano
- Arqueológica
- Histórica
- Un lugar para desarrollar deportes out door

- Zona Agrícola

TABLA N°36 Imagen Objetivos y Ejes estratégicos

7.1 Tabla de Objetivos

Imagen Objetivo	<p>“La Comuna explota sustentablemente sus recursos turísticos, tales como paisajes, bellezas naturales, jeroglíficos, tradiciones y calidez de sus habitantes. Generando valor agregado y prestación de servicios para una gran demanda turística, lo que beneficia al desarrollo económico y social de Petorca^{58,}”</p> <p>Fomentar el desarrollo de actividades económicas en la comuna, fortaleciendo las actividades agrícolas y potenciando el turismo en la comuna.</p> <p>La comuna de Petorca vincula y trabaja de forma asociada con los empresarios turísticos y con la comunidad en general, por el porvenir turístico, cultural y económico de la comuna. Generando propuestas de productos e imagen turística de renombre regional.</p>				
Ejes Temáticos	Gestión	Productos	Territorio	Mercados	
Objetivos Estratégicos	Gestionar un Marco regulador Comunal e Institucional	Desarrollo de Productos turísticos	Desarrollo de infraestructura	Identificar mercados	
	Gestión para la conexión público y privada	Educación y capacitación del Capital Humano	Ordenamiento territorial	Promoción de Productos	
	Educación y capacitación a la comunidad	Fomento al emprendimiento		Plan de Marketing	

Fuente: *Elaboración Propia*

⁵⁸ Objetivo PLADECOC comuna de Petorca año 2008.

7.2 Eje estratégico: Gestión.

Objetivo: Gestionar un marco regulador comunal e institucional

Acción	Metas	Indicadores	Responsables y Colaboradores	Mecanismos de Implementación
Creación de una ordenanza Turística	Regulación de los diferentes servicios asociados a la actividad turística; Transporte, Alojamiento, Alimentación, etc.	Nº de sesiones organizadas para el desarrollo de la Ordenanza.	Municipalidad de Petorca, SERNATUR.	Definir términos de referencia Contratación de especialistas Validación Jurídica Aprobación del consejo Edición y publicación
Periodo de Ejecución	Mediano Plazo			
Fuentes de Financiamiento	FNDR, Fondos Municipales			

Acción	Metas	Indicadores	Responsables y Colaboradores	Mecanismos de Implementación
Creación de una ordenanza medioambiental	Definir una ordenanza medioambiental que ordene la actividad turística con el fin de alcanzar los objetivos alcanzados.	Nº de sesiones organizadas para el desarrollo de la Ordenanza.	Municipio de Petorca, SERNATUR.	Definir términos de referencia Contratación de especialistas Validación Jurídica Aprobación del consejo Edición y publicación
Periodo de Ejecución	Corto Plazo			
Fuentes de Financiamiento	FNDR, Fondos Municipales			

Acción	Metas	Indicadores	Responsables y Colaboradores	Mecanismos de Implementación
Creación de una ordenanza medioambiental	Proteger el sector altos de Petorca, de la actividad turística y de la comunidad en General.	Nº de sesiones organizadas para el desarrollo de la Ordenanza.	Municipio de Petorca, SAG.	Definir términos de referencia Contratación de especialistas Validación Jurídica Aprobación del consejo Edición y publicación
Periodo de Ejecución	Corto Plazo			
Fuentes de Financiamiento	FNDR, Fondos Municipales			

Eje Estratégico: Gestión

Objetivo: Coordinar actividades comunales y territoriales entre los distintos actores y agentes (artesanos, microempresarios, autoridades, oficina de turismo, depto. Fomento productivo).

Acción	Metas	Indicadores	Responsables y Colaboradores	Mecanismos de Implementación
Creación de una mesa de trabajo participativo, entre los actores locales ligados a la actividad turística; empresarios de servicios, juntas vecinales y organizaciones sociales.	Desarrollo de actividades que de iniciativas de participación que generen propuestas de crecimiento del turismo sustentable y de calidad	Nº de actividades e iniciativas, gestionadas y realizadas	Organización de Gestión de Destino, organizaciones de vecinales y representantes del sector Privado	Llamado a las juntas de vecinales a reunión Llamado a los Empresarios Turísticos Taller de familiarización Unión de las personas Interesadas
Periodo de Ejecución	Corto Plazo			
Fuentes de Financiamientos	Municipalidad de Petorca			

Acción	Metas	Indicadores	Responsables	Mecanismos de Implementación
Crear canales de comunicación y conexión que permitan lograr objetivos coordinar acciones con las comunas de Cabildo y Putaendo.	Generar iniciativas ligadas a productos turísticos de turismo arqueológico.	Nº de iniciativas para generar productos de forma conjunta.	Alcalde y oficina de turismo comuna de Petorca, Cabildo y Putaendo.	Creación de Propuesta de trabajo. Contacto con los Municipios. Creación de agenda de trabajo. Puesta en marcha de iniciativas
Periodo de Ejecución	Mediano Plazo			
Fuentes de Financiamiento	Municipalidad de Petorca, Putaendo y Cabildo			

Eje estratégico Gestión

Objetivo: Educación y capacitación a la comunidad

ACCIÓN	METAS	INDICADORES	RESPONSABLES	MECANISMOS DE IMPLEMENTACIÓN
Campaña de conciencia turística	Incorporar el sentimiento o de compromiso de la comunidad y de los actores locales hacia el visitante de la comuna	Nº de campañas realizadas y asistida.	Oficina de Turismo Municipal SERNATUR	Propuesta a SERNATUR para agendar talleres. Contacto con SERNATUR para entrega de taller de conciencia turística. Contacto a empresarios y juntas vecinales Taller a través de Chicolco la radio
PERIODO DE EJECUCIÓN	Corto Plazo			
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	SERNATUR, Municipio de Petorca			

ACCION	METAS	INDICADORES	RESPONSABLES	MECANISMOS DE IMPLEMENTACION
Generar programas de charlas informativas y de discusión acerca de la potencialidad turística en la comuna.	Educar a la comunidad acerca de la relevancia del crecimiento de la actividad turística para el desarrollo económico.	Nº de seminarios y charlas presentes en programas de información	Oficina de turismo. SERNATUR INDAP Museo de la Ligua	Creación del taller según eje de trabajo de los responsables de la charla. Contacto con los actores relevantes Citación a talleres Ejecución de los Talleres.
PERIODO DE EJECUCIÓN	Corto Plazo			
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	INDAP, CORFO Y SERCOTEC			

ACCION	METAS	INDICADORES	RESPONSABLES	MECANISMOS DE IMPLEMENTACIÓN
Generar iniciativas educativas que promuevan el rescate del patrimonio cultural de la comuna	Potenciar a través de las escuelitas rurales de El Sobrante y Pedernal el rescate del patrimonio arqueológico y rural.	N° de iniciativas ejecutadas	Departamento de educación de Petorca, juntas vecinales de El Sobrante y Pedernal. Cooperación: Consejo de Monumentos Nacionales, Museo la Ligua cambio de experiencia con Museo Los Perales de Quilpué.	Implementación de taller Patrimonial en estas escuelas. Presentación de caso Escuela los Perales de Quilpué Creación de Proyecto por escuela.
PERIODO DE EJECUCION	Largo plazo			
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	MINEDUC, FNDR.			

7.3 Eje estratégico: Productos

Objetivo: Desarrollo de Productos turísticos

ACCIONES	METAS	INDICADORES	RESPONSABLES	MECANISMOS DE IMPLEMENTACIÓN
Creación de circuitos y excursiones turísticas	Ampliar la oferta de servicios a través de la creación e incorporación de circuitos y excursiones.	N° de circuitos creados por semestre, al menos 3 por año	Mesa de Turismo	Diseñar circuitos y excursiones que involucren atractivos dentro de la comuna como radio de influencia Definir aspectos tales como: horarios, itinerarios, servicios complementarios, guías. Determinar costos y márgenes de utilidad. Promoción y vender el producto
PERIODO DE EJECUCION	Mediano Plazo			
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	Sector Privado			

ACCIONES	METAS	INDICADORES	RESPONSABLES Y COLABORADORES	MECANISMOS DE IMPLEMENTACIÓN
Reestructuración de los eventos y actividades programadas	Potenciar y dar énfasis a las actividades que han ido tomando relevancia a nivel comuna. Además de programar otras actividades que potencien aún más a la comuna	Nº de Actividades incorporadas a la estructura de eventos comunal	Municipio Mesa de Turismo Organizaciones religiosas Organizaciones culturales Cubs de Huasos	Identificar aquellas actividades programadas de importancia Definir la programación y tipo de actividades que debiera tener la comuna Incorporar otras actividades y eventos dentro de la programación anual de la comuna
PERIODO DE EJECUCION	Corto Plazo			
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	Municipio de Petorca.			

Eje estratégico: Productos

Objetivo: Educación y capacitación del recurso humano

Acción	Metas	Indicadores	Responsables y Colaboradores	Mecanismos de Implementación
Capacitación a jóvenes como guías turísticos.	Que aquellos jóvenes residentes en la comuna puedan desarrollarse como guías y en cuenta en la comuna una oportunidad de trabajo	Horas Cronológicas de capacitación por alumno	Municipalidad Mesa de Turismo SERNATUR	Familiarizar a los jóvenes con los atractivos turístico del área, Desarrollar aptitudes necesarias en un guía
Periodo de Ejecución	SERCOTEC, FOSIS			
Fuentes de Financiamiento	Recursos Privados, Fondos Municipales.			

ACCIÓN	METAS	INDICADORES	RESPONSABLES Y COLABORADORES	MECANISMOS DE IMPLEMENTACIÓN
Capacitación a artesanos de la comuna	Elevar el nivel de productividad de los artesanos existentes, además de potenciar y entregarles herramientas para que potencien sus productos.	Nº de Clases realizadas Horas cronológicas por participación de alumnos	Municipalidad Mesa de Turismo SERNATUR	Captar a los artesanos de la comuna. Identificar las debilidades Crear el plan de capacitación Ejecución y evaluación del Plan.
Periodo de Ejecución	SERCOTEC, FOSIS			
Fuentes de Financiamiento	Recursos Privados, Fondos Municipales.			

ACCIÓN	METAS	INDICADORES	RESPONSABLES Y COLABORADORES	MECANISMOS DE IMPLEMENTACIÓN
Capacitación en gestión micro empresarial	Conseguir un mayor aprovechamiento de los recursos que posee los empresarios. Proporcionándoles herramientas y conocimientos necesarios para alcanzar una buena gestión de sus negocios	Nº de Talleres realizados Horas cronológicas de Clases	Mesa de Turismo	Elaboración del Programa Ejecución del curso Evaluación del programa
Periodo de Ejecución	Mediano Plazo.			

Eje estratégico: Producto

Fomento al emprendimiento

ACCIÓN	METAS	INDICADORES	RESPONSABLES Y COLABORADORES	MECANISMOS DE IMPLEMENTACIÓN
Fortalecer la capacidad emprendedora de la comunidad	Incrementar los ingresos de las familias que tengan capacidad de emprendimiento, a través de apoyo.	Incremento de Ingresos por familia, según emprendimiento	Mesa de Turismo SERVICIO PAIS	Identificar agentes emprendedores. Contactar organismos públicos que apoyen y financien este tipo de iniciativas. Definir un programa de trabajo a trabajar con la comunidad.
Periodo de Ejecución	Mediano Plazo			
Fuentes de Financiamiento	FOSIS, SERCOTEC, INDAP.			

ACCION	METAS	INDICADORES	RESPONSABLES	MECANISMOS DE IMPLEMENTACION
Entrega de información respecto de iniciativas desarrolladas en otros lugares turísticos que pudiesen replicarse	Incorporación en los actores locales aprendizaje de experiencias a fin de generar confianza y entusiasmo para el desarrollo de la actividad turística	Nº de iniciativas de proyectos.	Mesa de Turismo	Investigación de casos rescatables en comunas de características similares. Contacto con los encargados de iniciativas Contacto con la comunidad para la charla Taller de presentación de Iniciativas
PERIODO DE EJECUCIÓN	Mediano Plazo			
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	Municipio de Petorca			

7.4 Eje Estratégico: Mercado

Objetivo: Plan de Marketing

Acción	Metas	Indicadores	Responsables y Colaboradores	Mecanismos de Implementación
Diseño de un Plan de Marketing	Orientar los esfuerzos comunales según la investigación otorgadas por el Plan de Marketing según la demanda	% de aumento de la Demanda	Mesa de Turismo	Gestionar recursos para la formulación del Plan Contratar profesionales encargados de la formulación Gestionar recursos para su implementación
Periodo de Ejecución	Largo Plazo			
Fuentes de Financiamiento	Recursos Privados, Fondos Municipales.			

Eje estratégico: Mercado

Objetivo: Información Turística

ACCIÓN	METAS	INDICADORES	RESPONSABLES Y COLABORADORES	MECANISMOS DE IMPLEMENTACIÓN
Habilitación de una oficina de información turística y venta de productos artesanales.	Habilitar una oficina para que entregue un servicio de información turística además de ofrecer a la ventas productos típicos y artesanales de la comuna de Petorca	Nº de personas que visitan y consultan a la oficina de turismo.	Mesa de Turismo	Determinar el lugar de ubicación de la Oficina. Construir y equipar la oficina Contar con personal que la atienda Diseñar material de Promoción
PERIODO DE EJECUCION	Mediano Plazo una vez ejecutados los productos turísticos			
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	CORFO, Municipalidad de Petorca.			

Eje estratégico: Mercado

Objetivo: Identificación de Mercados

ACCIÓN	METAS	INDICADORES	RESPONSABLES Y COLABORADORES	MECANISMOS DE IMPLEMENTACIÓN
Creación de Modelo de Base de datos de los turistas que hacen uso de los servicios turísticos de la comuna	Conocer los diferentes turistas que llegan a la comuna para implementar, proyectos y programas de marketing		Mesa de Turismo Petorca Empresas de servicios turísticos	Elaboración de Modelo de Base de datos Contacto de los servicios para su implementación Monitoreo de la Base de datos semestral
PERIODO DE EJECUCION	Corto Plazo			
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	Municipio de Petorca			

7.5 Eje Estratégico: Territorio

Objetivo: Desarrollo de Infraestructura

Acción	Metas	Indicadores	Responsables y Colaboradores	Mecanismos de Implementación
Diseño y habilitación de señalética turística representativa	<p>Mejorar las condiciones de accesibilidad a la comuna permitiendo al visitante conocer la historia de la comuna.</p> <p>Señalización caminera; lugares de interés a nivel comunal.</p> <p>Señalización de servicios; señalética para los establecimientos que ofrecen servicios turísticos</p>		Municipalidad, Vialidad y empresarios	<p>Diseño de señalética para cada ámbito, la que incorpore elementos comunales, piedras, colores etc.</p> <p>Instalación de la señalética una vez finalizada</p>
Periodo de Ejecución	Mediano Plazo			
Fuentes de Financiamiento	FNDR, Fondos Municipales, Sector Privado			

Eje Estratégico: Territorio

Objetivo: Atraer Inversionistas

Acción	Metas	Indicadores	Responsables y Colaboradores	Mecanismos de Implementación
Creación de Un programa de Inversión a la actividad turística	Generación de Políticas que incentiven la inversión privada en la comuna	Nº de sesiones realizadas. Nº de políticas realizadas	Municipio, Mesa de Turismo Municipalidad	Creación de Comisión Programa de trabajo de la comisión. Elaboración de Políticas Aplicación de Políticas
Periodo de Ejecución	Corto Plazo			
Fuentes de Financiamiento	Fondos Municipales			

7.6 Principales Fuentes de Financiamiento

Fondo de las Américas: Co-financiar proyectos que promuevan la sustentabilidad, la protección y recuperación ambiental de localidades con fragilidad ambiental, o el mejoramiento de la calidad de vida.

Los principales beneficiarios son organizaciones no gubernamentales u organismos de base o de cualquier alianza con municipios, universidad u otros. Se prioriza la participación de la sociedad civil en estas alianzas.

El fondo opera a través de concurso nacionales de proyectos; proyectos pro-activos o programas de carácter multisectorial y convenios de cooperación horizontal con instituciones públicas.

Fondo Nacional de Desarrollo Regional: es el instrumento más descentralizado del Gobierno Central para transferir recursos fiscales a cada una de las Regiones, ya que conforme a la normativa el Ejecutivo no tiene competencia en las decisiones de inversión que priorizan y sancionan las autoridades Regionales. Su administración corresponde principalmente a la SUBDERE y a los Gobiernos Regionales.

- **Programa de Fortalecimiento de Asociaciones Municipales:** El objetivo del Programa es fortalecer a las asociaciones municipales de modo que se transformen en interlocutores válidos ante el sector público y privado, tanto para obtener recursos como para gestionar las iniciativas de desarrollo con un enfoque territorial.
- **Programa Mejoramiento Urbano y equipamiento comunal:** Es una fuente de financiamiento del Ministerio del Interior, administrado por la SUBDERE, para proyectos de inversión en infraestructura menor urbana y equipamiento comunal, con el fin de colaborar en la generación de empleo y en el mejoramiento de la calidad de vida de la población más pobre del país.
- **Acciones de Apoyo para el fortalecimiento de la Gestión Municipal:** Este Programa surge de un convenio con el Banco Mundial para fomentar el desarrollo productivo de comunidades rurales vulnerables en Coquimbo, Maule, Biobío, Araucanía, Los Ríos y Los Lagos. Se potencia su acceso a servicios de infraestructura de agua, saneamiento, vialidad, electrificación y telecomunicaciones.
- **Programa Puesta en Valor del Patrimonio:** Este programa, ejecutado por la SUBDERE a través de los Gobiernos Regionales con el apoyo técnico de la Dirección de Arquitectura del Ministerio de Obras Públicas, tiene como objetivo proteger y recuperar edificaciones, conjuntos urbanos o sitios declarados Monumentos Nacionales, que generen beneficios socio-económicos que contribuyan al desarrollo de los territorios.
- **Programa de Fortalecimiento de la identidad Regional:** Este Programa busca estimular la creatividad regional y la capacidad de generar proyectos sociales y productivos viables, que sean coherentes con la visión que la región y su gente tienen de sí mismos y su destino. Su desafío es contribuir a fortalecer la identidad regional en las comunidades con el fin de impulsar en forma endógena el proceso de descentralización.

Prochile La Dirección de promoción de Exportaciones es la encargada de fomentar el desarrollo de la oferta exportable. Identifica la oferta exportable regional con el fin de generar planes de promoción comercial y apoyar a las empresas regionales en la prospección, penetración y permanencia en los mercados externos.

FOSIS: El Fondo de Solidaridad e Inversión Social, FOSIS, es un servicio del Gobierno de Chile, que financia programas destinados a personas, familias y organizaciones que se encuentran en situación de vulnerabilidad y requieren superar la situación de pobreza en que viven: aumentando sus ingresos -a través del inicio o fortalecimiento de su propio emprendimiento o accediendo a un empleo dependiente.

FUCOA: La Fundación de Comunicaciones, Capacitación y Cultura del Agro, se especializa en colabora en el proceso de modernización de la agricultura nacional a través de la entrega de información sobre las políticas y las realizaciones del Ministerio de Agricultura y del Gobierno, la generación de espacios de comunicación y participación entre los actores del mundo rural, y la valoración de sus tradiciones y quehacer cultural.

CORFO es un organismo encargado de ejecutar las políticas gubernamentales en el ámbito del emprendimiento y la innovación, Una de sus líneas de apoyo son:

- Fondos de Asistencia técnica (fat) que apoya la contratación de consultorías especializadas en ámbitos de gestión que contribuyan a mejorar la calidad y la productividad de las empresas.
- Proyectos Asociativos de Fomento (PROFO) que apoya la preparación y el desarrollo de grupos de al menos cinco empresas que comparten una idea de negocio común. Esto les permite compartir información sobre mercados y acceder a recursos competitivos fundamentales en los mercados globalizados.

FONDART El Fondo de Desarrollo de las Artes y la Cultura, es una fuente de financiamiento del Estado, que tiene como objetivo contribuir al desarrollo de las artes y de la cultura de Chile, otorgando recursos monetarios, mediante concursos públicos, artistas, gestores y personajes ligados a la producción artística.

IMÁGENES DE LA COMUNA DE PETORCA

IMAGEN N° 20 Cabros Bebiendo

Agua en acequia



Fuente: Rita Fuentes

IMAGEN N°21 Cactus, Flora típica Comunal



Fuente: Rita Fuentes

IMAGEN N°22 Mirada al sobrante desde alto el puerto



Fuente: Rita Fuentes

IMAGEN N°23 Tranque Sobrante



Fuente: Rita Fuentes

IMAGEN N° 24 SECTOR El Sobrante



Fuente: www.Bikemontt.com

IMAGEN N°25 Cerro Tongo, sector de Vestigios arqueológicos



Fuente: Elaboración propia

IMAGEN N°26 Paisaje Valle los Olmos



Fuente: Elaboración Propia

CONCLUSIONES

Como conclusiones finales podemos decir que cada ciudad, localidad o territorio tiene su propia forma de gestión en relación de sus propias necesidades. La aplicación del Modelo de Gestión de destino turístico a la comuna de Petorca, trató de adaptarse de la mejor forma posible a su realidad, financiera, sociocultural y de recurso humano. Tratando ser la forma más clara, real y concreta de soluciones a los principales problemas identificados.

A través de esta investigación se lograron identificar diferentes problemáticas que se orientan principalmente a la gestión, y educación .tales como; la planificación comunal de la actividad turística, la incorporación de la comunidad, y los privados a una mesa de información turística que busque la identificación de las potencialidades con que cuenta la comuna de Petorca para el desarrollo de tal actividad económica, como fuente secundaria de desarrollo.

En relación a la inexistencia de coordinación, con lo que se pueden encontrar mucho a la hora de trabajar la planificación turística en la comuna de Petorca, es la escases de recursos, sin embargo los puntos mencionados anteriormente, no pasan por recursos, pasan por voluntad y conocimiento respecto al tema. La incorporación de la comunidad a la actividad y al conocimiento se puede lograr con pequeñas gestiones a través de medios que no son gratis, como la radio, las reuniones vecinales. Etc.

La comunidad educada, incorporada y con voluntad, tiene mucho potencial de conseguir sus propios proyectos, solo falta de la cooperación comunal para lograr y alcanzar objetivos.

A través de las conclusiones y a modo de propuesta, se propone trabajar y hacer un plan piloto de visitas guiadas a la zona, utilizando los atractivos y servicios que hoy existen, con los alumnos de intercambio que llegan a la comuna de Petorca y con clubs de la tercera edad, la comuna de Petorca tiene características y recursos que pueden ser aprovechados por estos nichos de mercado.

El trabajo con este sector, no necesita mayor capacitación en idiomas, debido a que los estudiantes de intercambio buscan el cambio intercultural con la zona que visitan, además gran parte de ellos siente motivación por realizar turismo de intereses especiales. El mercado de adultos mayores, está motivado por las actividades campestres, costumbristas, religioso, etc. Recursos con el que cuenta la comuna, solo se necesita coordinación y atraer a esos segmentos a través de la gestión. De ser esto posible, la comunidad tendría echos concretos de que la actividad turística organizada puede ser viable.

PROPUESTAS FUTURAS INESTIGACIONES O PROYECTOS

Creación de un proyecto de impacto social, económico, ambiental y cultural en relación a la actividad turística en la comuna de Petorca.

Creación de Proyectos para la puesta en valor del patrimonio oral de la comuna de Petorca, a través de una página web, cd o libro.

Creación de un museo costumbrista y personajes típicos de la zona para la Comuna de Petorca.

Creación de un spa o centro de relajación en casa patronal llamada “El refugio”, en el sector del El Sobrante.

BIBLIOGRAFÍAS

- ❖ Organización Mundial del Turismo, Agenda para Planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal, Edición para América Latina y El Caribe, Copyright, 1990.
- ❖ Marianela Armijo, Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público (versión preliminar), 2009, ILPES-CEPAL.
- ❖ Legislación Chilena, Ley n° 20.423, Del sistema Institucional para el desarrollo del Turismo, 2010, Biblioteca del Congreso Nacional, Chile.
- ❖ Decreto Alcaldicio, Reglamento de Estructura, Funciones y Coordinación de la Ilustre Municipalidad de Petorca, 2005, Petorca Chile.
- ❖ Urbe Diseño y gestión urbana Arquitectos, Memoria Plan Regulador Comunal de Petorca y Chicolco, 2005. Chile.
- ❖ Organización Chilena de Municipalidades, Manual N°9 de Gestión y turismo Municipal , Abril 1997, Chile.
- ❖ SERNATUR; Modelo de Gestión Integral de destino Turístico, Experiencias Regionales Departamento de Planificación, 2006.
- ❖ Plan de destino de Caldera informe final, Universidad Andrés Bello Escuela de Ecoturismo, año 2010.
- ❖ Guía Metodológica para la elaboración del Programa de trabajo Gestión Integral de destinos ZOIR, SERNATUR, 2008.
- ❖ Gestión Integral de Destinos Turísticos, SERNATUR, 2008.

Páginas web

www.chicolcochile.cl

Facebook: I. Municipalidad de Petorca.

Facebook: Museo de Historia Petorca

www.municipalidadpetorca.cl/

ANEXOS

Propuesta de Logo Turístico para la Comuna de Petorca, el logo sintetiza las cualidades y atributos principales de la comuna, que han sido mencionados en las encuestas realizadas en el proyecto como: La Cordillera, poco intervenida, la Iglesia Inmueble Patrimonial, los Petroglifos de los cerros, y el color verde trata se sintetizar el campo.

Esta es sólo una propuesta de aprovechamiento de los símbolos mencionados por la comunidad y los turistas de la comuna, el desarrollo de una imagen comunal turística debe ser realizada por todos y según una investigación de mercado exhaustiva.



Formato de Encuesta para la determinación de la Demanda Turística en la Comuna de Petorca

1.-Sexo: Femenino____ Masculino____ 2.-Edad____

3.-De donde viene: _____

4.-Ingreso Promedio Mensual: 100-250 mil____ 250-400mil____
500mil-1.000.000____ más de 1.000.000____

5.- ¿Qué medio de transporte utiliza para llegar a la Comuna de Petorca?

Bus____ auto particular____ otro____

6.- ¿Usted aloja en la Comuna? Si____ No____

7.- ¿Qué tipo de alojamiento utiliza?

Hotel____ Residencial____ Casa de un familiar u/o amigo____ Camping____ otro____

8.- ¿Ud.- posee segunda residencia en la comuna? Si____ no____

9.- ¿Durante que meses visita preferente la región? _____

10.- ¿Con que frecuencia visita la comuna?

Todos los fines de semana____ Una vez al mes____ Una vez al año____
Festivos____ un par de veces al año____ otra____

11.- El tiempo de permanencia en la zona es de:

Un día____ Fin de semana____ más de tres días____ una semana____ más de dos semanas____

12.- ¿Qué es lo que más le gusta del Lugar? _____

13.- ¿Qué tipo de actividades realiza durante su estadía?

Excursiones___ Cabalgatas___ Diversión Nocturna___

Descansar___ Pasear___ Eventos Religiosos___ Nada___

Encuesta Realizada a la Comunidad de Petorca

1.-Edad: _____

2.-Localidad en dónde vive: _____

3.- ¿Qué significa el turismo para usted?

Amenaza___

Oportunidad___

Me es indiferente___

4.- ¿La comuna de Petorca es un lugar turístico?

Si___ No___ ¿Por qué?_____

5.- ¿Considera que el turismo genera ingresos a la comuna?

Si___

No___

No lo sé___

6.- ¿Tiene conocimiento de los diversos tipos de turismo que se pueden desarrollar en la comuna? Si___ No___

7.- ¿Considera que preocupación por la autoridades de la comuna por mejorar el desarrollo turístico? Si___ No___ ¿Por qué? _____

8.- ¿El municipio le ha consultado a usted como habitante de la comuna si está de acuerdo con el desarrollo de la actividad Turística? Si___ No___

9.- ¿Es parte de algún proyecto turístico local? Si___ ¿Cual?_____ no___

10.-Cuál de estos ítems cree que son las dificultades que enfrenta turismo de la comuna de Petorca

La escasa puesta en valor de los atractivos___

La no llegada de turistas___

Las actividades turísticas___

La organización de la comunidad

La organización del municipio para el desarrollo de la actividad turística_____

11.- Se siente identificado con “Petorca un pueblo bajo un cielo de Leyendas?

Si_____ No__

12.- ¿Se necesitan más servicios, para que haya un desarrollo mayor del turismo?

Si_____ No____ está bien con lo que hay_____

Solicitud de Entrevista al director regional de SERNATUR

Valparaíso, Jueves 19 de Mayo del 2011

Señor
Milos Miskovic
Director Regional - Sernatur
Presente

De mi consideración:

Junto con saludarlo muy atentamente me dirijo a Ud. para solicitar lo siguiente. Mi nombre es Anita Prado Fernández, estudiante de la carrera Gestión en Turismo y Cultura de la Universidad de Valparaíso. Actualmente, me encuentro realizando mi proyecto de Título, llamado *“Diseño de la Estrategia para Implementar un Modelo de Gestión de Destino Turístico Cultural para la comuna de Petorca (Basado en Modelo Sernatur)”*.⁵⁹

Para poder desarrollar dicho proyecto, es imprescindible contar con información respecto a la nueva estrategia de productos y servicios turísticos para la región de Valparaíso. Por esto, solicito disponer de esta información a fin de desarrollar un trabajo que considere y contemple datos e información lo más acertada posible y así generar un documento fidedigno que sea de real utilidad para la comuna y la región.

Esperando una respuesta favorable a mi solicitud, se despide.

ATTE

Anita Prado Fernández
Estudiante de Gestión Turística y Cultural
Universidad de Valparaíso

⁵⁹ El nombre de título fue cambiado con posterioridad a la solicitud de reunión.