

made
64-747

PT/6TC
D337m
2012



UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE ARQUITECTURA
CARRERA DE GESTIÓN EN TURISMO Y CULTURA



MODELO DE GESTION TURISTICA Y CULTURAL PARA RIO NEGRO HORNOPIREN,
TU DESTINO VERDE

ALUMNA: ROMINA DEL SOLAR STEVENSON
PROFESOR GUÍA: RAÚL DUVAUCHELLE ZAMORA

PROYECTO DE TITULACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL
DE ADMINISTRADOR TURÍSTICO CULTURAL
VALPARAÍSO, 2012.

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis Padres, que son y siempre serán lo mejor que me ha pasado...

Agradecimientos

Quisiera agradecer a mi Madre Rosa y a mi Padre Jorge, por su amor incondicional, por darme la libertad de formarme como yo quise y de apoyarme siempre en todas las actividades en las que me involucro, a mi hermano mellizo Victor, a mis primas Gicella, Denisse y Mitzi, por su amistad y confianza, por ser un ejemplo; agradecer a mi familia, en su diversidad y locura, que hacen de mi una persona feliz.

Desearle en mayor de los éxitos a mi profesor guía Raúl, un gran consejero, un amigo muy querido, un gestor de la experiencia.

Agradecer también a los amigos mas comprometidos que alguien pudiese tener, a Pedro Guerra, a Lissete Delgado y Victor Aguilar, sin ustedes mi proyecto no podría haberse realizado, me acompañaron en los momentos mas complicados, muchas gracias.

Considerar también a toda la gente que conocí en mi practica profesional en Hornopirén, especialmente a la Familia Seguel Velásquez, a la familia Bhole Moreno, a mis amigos Adelita y Victor, a la familia Melipillan y a la Familia Bhole García, vivir esos meses en el sur fueron inolvidables, gracias por los gratos momentos que me entregaron.

Y por ultimo agradecer a todos esos amigos que me apoyan en la cotidianeidad de la vida, Ana, Tamara, Julia; a mis L.u.l.i.s, Lila, Lorena; a mis elencos; el Coro de Profesores de Valparaíso, al Conjunto Folklórico Ecos de los Nuestro, al Coro Espíritu de Valdoco y a mis amigos y compañeros de trabajo de Radio Stella Maris.

Muchas gracias a todos por ayudarme, con su granito de arena, a ser feliz...

Contenido	Pág.
Resumen	3
Abstract.....	4
INTRODUCCIÓN.....	5
CAPITULO I: MARCO TEÓRICO	7
1.1 Conceptos de turismo.....	7
1.1.1 El turismo.....	7
1.2 Sistema Turístico.....	8
1.2.1 Los espacios turísticos y la movilidad en el viaje.....	8
1.2.2 El turista como objetivo final del sistema.....	8
1.2.3 Los agentes que diseñan y manejan los productos turísticos	8
1.3 Educación.....	8
1.3.1 Educación Media Técnico Profesional.....	9
1.3.2 Educación Media Técnico Profesional en Servicios Turísticos.....	10
1.3.3 Perfil de Egreso.....	11
1.4 Cultura.....	12
1.5 Modelo de gestión	12
1.6 Producto A.E.T.....	13
1.7 Impactos del turismo en la Comuna de Hornopirén.....	15
1.7.1 Impacto ambiental.....	15
1.7.2 Impacto Socio Cultural	16
1.7.3 Impacto económico	18
1.8 Análisis P.E.S.T.A	18
1.9 Plan de acción	19
1.10 Atractivo turístico	20
CAPITULO II: DIAGNOSTICO GENERAL	21
2.1 Antecedentes de la Comuna.....	21
2.1.1 Recursos turísticos	22
2.1.2 Ubicación geográfica de la comuna.....	24
2.2 Actividades económicas.....	25
2.3 El turismo en la comuna.....	25
2.4 Oferta Turística	26
2.4.1 Alojamiento.....	27
2.4.2 Camping.....	29
2.4.3 Transporte, Artesanías y Guías independientes	30
2.4.4 Agencias de viaje	31
2.4.5 Restaurantes o lugares de Alimentación	31
2.5 Demanda turística.....	32
2.6 Instituciones educacionales que desarrollan formación turística en la zona.....	33
2.6.1 Enseñanza Media	33
2.6.2 Enseñanza Universitaria.....	33

2.7	Modelo de Gestión en Hornopirén.....	34
2.8	Problema de la Actividad turística de Hornopirén y su Solución.....	34
2.9	Análisis de los involucrados.....	35
2.10	Investigación cuantitativa y cualitativa de la actividad turística.....	39
2.11	Herramientas metodológicas.....	39
2.11.1	Encuesta.....	39
2.11.2	Entrevistas.....	41
2.12	Resultados de Herramientas metodológicas aplicadas.....	45
2.13	Análisis P.E.S.T.A.....	46
2.13.1	Factor Político/ Legal.....	46
2.13.2	Factor Económico.....	48
2.13.3	Factor Social.....	52
2.13.4	Factor Tecnológico.....	55
2.13.5	Factor Ambiental.....	55
CAPITULO III: MODELO DE GESTION PARA RIO NEGRO HORNOPIREN.....		57
3.1	OBJETIVOS.....	57
3.1.1	Objetivo General.....	57
3.1.2	Objetivos Específicos.....	57
3.2	MODELO DE GESTION PARA RIO NEGRO HORNOPIREN.....	57
3.2.1	Las 6 “C”.....	58
3.2.2	Aspectos turísticos a planear con el Modelo de Gestión.....	59
3.2.3	Creación de un destino.....	60
3.2.4	Plan de Acción del Modelo de Gestión.....	62
3.2.5	Carta Gantt.....	65
3.2.6	Presupuesto.....	66
3.2.7	El Producto AET.....	68
3.2.8	Logro N°1.....	74
3.2.9	Logro N°2.....	75
3.2.10	Discusión.....	76
CAPITULO IV: CONCLUSIONES.....		78
Anexos.....		79
Bibliografía.....		112
Fuentes.....		113

Resumen

El siguiente trabajo tiene como Finalidad, el esclarecer las variadas formas que existen de crear, en la actividad turística, incorporaciones de herramientas, para vincular las distintas áreas del desarrollo, partiendo desde la comunidad hacia el exterior.

Se define también, que toda zona donde existe actividad turística, debiese de tener un Modelo de Gestión, plan de acción y una Estrategia, generándose para sí, objetivos.

El sector seleccionado para la implementación de este Proyecto es Hornopirén, una Comuna de la Patagonia Chilena, Región de los Lagos, zona llena de potencialidades para el desarrollo del turismo; en este proyecto, se implementará en los Jóvenes de esta comuna una herramienta llamada A..E.T, consistente a la aplicación de áreas nuevas de “educación Experiencial”, vinculando al alumno con experiencias de integración, realidad, legislación y Capital social, pensando siempre, en el modelo de gestión territorial y experiencial que se propone.

El viaje imposible de Marc Auge, estudio antropológico del turismo contemporáneo muestra que ya no se buscan realidades nuevas, sino escenarios codificados por distintas formas de ficción. La realidad misma está en peligro de desaparecer de la conciencia; es por ello que el usar herramientas educativas se vuelve primordial, para evolucionar en la manera de hacer turismo e integrar a más agentes a participar de la “cuestión” turística, mas aún en lugares donde la actividad turística aun esta en crecimiento y puede lograrse un tipo de control y manejo.

Este proyecto busca derrotar el pensamiento negativo y pesimista que muchos tiene con respecto al hacer turismo en Hornopirén con jóvenes de la comuna, distinguiéndose con la creación y vinculación que estos crearan con el medio.

Abstract

The following work is intended, to clarify the various ways that exist to create, in tourism, incorporation of tools, for, linking the different areas of development, starting from the community outward.

It is also defined that any area where there is tourism, ought to have a management model, action plan and a strategy, generating for themselves goals. The sector for the implementation of this project is Hornopirén, a commune in the Chilean Patagonia, Lakes Region, an area full of potential for tourism development in this project will be implemented in this district Youth a tool called A.E.T., consistent with the application of new areas of "experiential education", linking students with experience of integration, reality, law and social capital, always thinking in territorial management model and experiential proposed.

The impossible journey of Marc Auge, anthropological study of contemporary tourism shows that are no longer seeking new realities, but scenarios encoded by different forms of fiction. Reality itself is in danger of disappearing from the consciousness, which is why using educational tools becomes paramount, to evolve in the way of tourism and bring more players to participate in the "matter" tourist places more join tourism activity is still growing and there can be a type of control and management. This project seeks to defeat the negative and pessimistic thinking that many have regarding sightseeing in Hornopirén with youth in the community, distinguishing himself with creating and linking these with the environment created.

INTRODUCCIÓN

Se entiende por Modelo Turístico a “la forma generalizada de resolver tanto el comportamiento turístico como la oferta que lo acompaña en un destino o región determinada. La presencia repetitiva de ofertas similares, así como la evidencia de comportamientos similares de numerosos turistas, induce a plantear que se está en presencia de un patrón o modelo” (Hiernaux-Nicolas, D, *et alt.* 2002).

En el caso del turismo, se pueden identificar básicamente dos modelos totalmente opuestos entre sí. El primero de ellos corresponde a un Modelo Segregado, asociado básicamente a un turismo masivo que encuentra su más clara expresión en el denominado “turismo de sol y playa”. En este modelo la población local se convierte en mano de obra poco calificada, con remuneraciones mínimas, ocupando los cargos de más baja jerarquía. La gran infraestructura hotelera predominantemente está en manos extranjeras y es la gran empresa transnacional o nacional la figura que sobresale. La experiencia turística no se vincula con el medio ni menos con la población local (Hiernaux-Nicolas, D, *et alt.* 2002).

En el Modelo Segregado se aplican al pie de la letra los principios de Taylor y Ford, en cuanto a la división moderna del trabajo y la producción en serie (economías de escala) respectivamente, en donde a mayor producción menor costo, por lo que los destinos, gracias a sus bajos precios, se vuelven alcanzables para un amplio segmento de personas (turismo masivo).

Las grandes empresas han logrado diseñar, de este modo, paquetes de servicios comercializables a bajo costo, vendiendo en forma más o menos organizada y coherente, la transportación, el alojamiento, la alimentación y los diversos servicios recreativos. Hoy en día, resulta más barato adquirir un paquete todo incluido en un *Resort* de una playa del Caribe que adquirir un paquete de ecoturismo en la Patagonia chilena. Dicha industria es bastante competitiva, y de hecho, en la actualidad, los flujos turísticos e ingresos económicos que genera el turismo bajo este modelo son los más significativos a nivel mundial, quedándose, por cierto, la mayor parte de las ganancias en manos de las grandes empresas.

El otro modelo que se puede identificar es el Modelo Integrado, que se asocia generalmente a las pequeñas y medianas empresas. La existencia de un fuerte capital social, entendido este como las relaciones sociales que se dan en un territorio determinado, en las cuales se combinan actitudes de confianza con conductas de reciprocidad y cooperación (Durstun, J. 2001) sería un elemento coadyuvante que favorecería el surgimiento y desarrollo de esta forma empresarial. También, se da una vinculación de la experiencia turística con el medio ambiente y la población local, en donde la comunidad participa en la planificación y gestión de la oferta turística. Las poblaciones no sólo entran como asalariadas sino como portadoras de determinadas ideas turísticas expresadas en distintas iniciativas.

Se puede decir, entonces, que en el Turismo Comunitario el modelo fordista no encaja, pues el turismo comunitario exige una experiencia turística más exclusiva, menos masiva y enfocada hacia destinos emergentes, procurando una cantidad limitada de productos dispersos en el territorio. Además, en el turismo masivo el turista busca la “evasión”, mientras que en el turismo comunitario el turista busca la “integración”, para lo cual resulta fundamental el contacto directo, genuino y sincero entre el turista y el habitante local, lo que supone una cierta sensibilidad del visitante por la particular cultura y modo de vida de las comunidades receptoras.

El Turismo Comunitario, de este modo, se enmarca en un modelo integrado de desarrollo, pero considerando no sólo la participación comunitaria sino más bien el control directo de la comunidad en la planificación y gestión de las iniciativas, además de constituirse en la propietaria del negocio turístico.

Un elemento clave a considerar es que se debe crear una cultura de protección y uso razonable de los recursos naturales y culturales. Sólo aquellos actores y comunidades que identifiquen y valoren los recursos que poseen, podrán desarrollar esta actividad con posibilidades de futuro, puesto que uno de los principales atributos que el visitante quiere conocer es un medio natural bien conservado en un contexto cultural único y diferente (Inostroza, G. 2000). Sin embargo, tanto la naturaleza como la cultura, que son el soporte de la actividad turística, se encuentran en una situación de extrema fragilidad. La naturaleza está siendo sometida a una explotación sin control y sin normas que permitan un uso duradero, ante lo cual, se debe reconocer que las comunidades campesinas han demostrado poseer una cultura de prácticas tradicionales mucho más sostenibles del territorio que las grandes empresas transnacionales.

No es lo mismo intervenir territorios sin historia social, que territorios que cuentan con una fuerte identidad cultural y cohesión comunitaria. Por eso, para activar procesos de desarrollo resulta fundamental emplear el capital social de las comunidades, que en general, es un tipo de recurso que abunda en los sectores rurales e indígenas. El capital social, a su vez, se relaciona sistémicamente con otras formas de capital, como el capital cultural, entendido como el sistema simbólico de visiones del mundo y del ser humano, además de las normas y valores de comportamiento social, y el capital humano, entendido como el conocimiento, sinónimo de capital cognitivo (Boisier, S. 2000). A su vez, se debiera desarrollar el capital político de las comunidades, en el sentido de que logren influir cada vez más en las decisiones que adoptan los actores políticos del territorio.

La activación de un solo capital, el capital económico por ejemplo, no es suficiente para generar desarrollo. En este sentido, no se debe priorizar la inversión material antes que la inversión en las personas.

Los espacios de coordinación se deben gestar en primer lugar en base a la voluntad de sus actores (no debe ser algo impositivo), para luego ir trabajando en que el espacio en cuestión sea reconocido en el contexto político-institucional. Además, las organizaciones comunitarias deben aprovechar estos espacios de coordinación para establecer relaciones con instituciones clásicamente mejor posicionadas, tales como municipios, consejos provinciales, ministerios, cámaras de turismo y comercio.

CAPITULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Conceptos de turismo.

Conceptos de turismo – El turismo – Sistema Turístico – Educación – Educación Media Técnica y profesional – Cultura – Modelo de gestión – Producto A.E.T. – Impactos del turismo – Análisis P.E.S.T.A – Plan de acción – Atractivo turístico.

1.1.1 El turismo.

El turismo es un conjunto de términos que unidos conforman un sistema conceptual que ha llevado a que durante años numerosos estudiosos, hayan intentado plantear numerosas definiciones que principalmente consideran como fundamental el desplazamiento y el motivo del viaje.

El turismo ha podido ser estudiado desde diversas perspectivas y disciplinas ya que, al ser, numerosos los elementos que lo forman, como termino, no es fácil realizar relaciones, por los límites de área que comprende es imprecisa, debido, a que las actividades o, subsectores que forman parte del mismo, son diversos, y, porque existen múltiples y complejas interrelaciones entre los mismos elementos que lo constituyen.

Se sostienen numerosas definiciones para intentar llegar a un concepto estándar del término Turismo.

Destaco un primer concepto importante, generado en la escuela Berlinese, que definen el concepto en los siguientes términos: “Turismo, es la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes (desplazamientos) y de las estancias (fuera del lugar de residencia) de los no residentes, siempre que no estén ligados a una estancia permanente, ni a una actividad, remunerada (Hunziker y Karpf, 1942).

Una segunda definición puede ser: “El turismo es el movimiento temporal de personas con destino fuera del lugar normal de trabajo y residencia, las actividades emprendidas durante las estancias en esos destinos, y las instalaciones creadas para atender sus necesidades (Mathieson y Wall, 1982).

La Organización Mundial del Turismo O.M.T., propone una nueva definición, introduciendo todos los puntos positivos de las definiciones expuestas anteriormente, a la vez que aclaran todos los aspectos de la actividad turística.

“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 periodo de tiempo consecutivo, inferior a un año, mínimo de 24 horas (pernoctando en el destino); principalmente con fines de ocio, por negocios, y otros” (OMT, 1991).

Todas estas apreciaciones delimitan una dimensión de la actividad turística, pero no son suficientes, cada una de ellas, por sí sola, para definirla en su totalidad.

1.2 Sistema Turístico.

Se define como: "Interrelaciones de distintos agentes y factores que participan integradamente y que deben ser tomados en consideración desde una visión sistémica (Bravo Juan, 1998).

Se proponen tres participantes en el sistema turístico, en una posible actividad sistémica:

- 1.2.1 **Los espacios turísticos y la movilidad en el viaje.** como articulación entre la emisión y la recepción, especialmente, el territorio de destino turístico es una buena clave de referencia para ligar las partes de un sistema turístico. (espacio emisor - viaje turístico – espacio receptivo, como cadena que articula el sistema funcional y económico)
- 1.2.2 **El turista como objetivo final del sistema.** y el turista como consumidor y cliente que decide sobre los productos que va a consumir, y dictamina sobre su grado de satisfacción y la cuantía del gasto que realiza en dicho consumo turístico (relación calidad – precio, por ejemplo).
- 1.2.3 **Los agentes que diseñan y manejan los productos turísticos,** compiten en los mercados por conseguir mayores cuotas en los espacios emisores y configuran unos complejos de articulación productivos que suelen ser considerados como un solo sector económico por la contabilidad tradicional. Es decir, habitualmente, solo se entiende por turismo a los sub-sectores de Hotelería, agencias de viaje, y restauración, (sin considerarse en toda su complejidad, las relaciones insumo - producto, que origina la dinámica turística).

1.3 Educación

La educación es el proceso de aprendizaje permanente que abarca las distintas etapas de la vida de las personas y que tiene como finalidad alcanzar su desarrollo espiritual, ético, moral, afectivo, intelectual, artístico y físico, mediante la transmisión y el cultivo de valores, conocimientos y destrezas. Se enmarca en el respeto y valoración de los derechos humanos y de las libertades fundamentales, de la diversidad multicultural y de la paz, y de nuestra identidad nacional, capacitando a las personas para conducir su vida en forma plena, para convivir y participar en forma responsable, tolerante, solidaria, democrática y activa en la comunidad, y para trabajar y contribuir al desarrollo del país.

La educación se manifiesta a través de la enseñanza formal o regular, de la enseñanza no formal y de la educación informal. La enseñanza formal o regular es aquella que está estructurada y se entrega de manera sistemática y secuencial. Está constituida por niveles y modalidades que aseguran la unidad del proceso educativo y facilitan la continuidad del mismo a lo largo de la vida de las personas. La enseñanza no formal es todo proceso formativo, realizado por medio de un programa sistemático, no necesariamente evaluado y que puede ser reconocido y verificado como un aprendizaje de valor, pudiendo finalmente conducir a una certificación. La educación informal es todo proceso vinculado con el desarrollo de las personas en la sociedad, facilitado por la interacción de unos con otros y sin la tuición del establecimiento educacional como agencia institucional educativa. Se obtiene en forma no estructurada y sistemática del núcleo

familiar, de los medios de comunicación, de la experiencia laboral y, en general, del entorno en el cual está inserta la persona (Ministerio de Educación 2009, Ley 20.370 Ley General de Educación).

1.3.1 Educación Media Técnico Profesional.

Educación Media Técnico Profesional.

Las especialidades, en la educación media técnico profesional, tienen una duración de dos años lectivos (se inician en 3° medio) más una práctica profesional, la que debe ser realizada en una empresa y que tiene una duración que fluctúa entre 450 a 720 horas.

El plan de estudios está conformado por una Formación General (común para todos los liceos sean HC o TP) y una Formación Diferenciada (definida según el perfil de egreso de cada especialidad).

Durante todo el proceso de práctica el alumno es considerado como “alumno regular” contando con todos los beneficios que ello implica.

Especialidades que se imparten en la Educación Media Técnico Profesional en Chile.

A continuación se presenta un cuadro de las especialidades que tiene los centros educacionales chilenos que entregan Títulos Técnicos. Las especialidades están agrupadas de acuerdo al sector productivo al cual pertenecen, tales como los siguientes sectores y sus correspondientes especialidades:

N°	Sector	Especialidades
1	Maderero	1 Forestal 2 Procesamiento de la madera 3 Productos de la madera 4 Celulosa y papel
2	Agropecuario	5 Agropecuario
3	Alimentación	6 Elaboración Industrial de Alimentos 7 Servicios de Alimentación Colectiva
4	Construcción	8 Edificación 9 Terminaciones de Construcción 10 Montaje Industrial 11 Obras Viales y de Infraestructura 12 Instalaciones sanitarias 13 Refrigeración y Climatización
5	Metalmecánica	14 Mecánica Industrial 15 Construcciones Metálicas

		16 Mecánica Automotriz 17 Matricería 18 Mecánica de Mantenimiento de Aeronaves
6	Electricidad	19 Electricidad 20 Electrónica 21 Telecomunicaciones
7	Marítimo	22 Naves Mercantes y Especiales 23 Pesquería 24 Acuicultura 25 Operación Portuaria
8	Minero	26 Explotación Minera 27 Metalurgia Extractiva 28 Asistencia en Geología
9	Gráfico	29 Gráfica 30 Dibujo Técnico
10	Confección	31 Tejido 32 Textil 33 Vestuario y Confección Textil 34 Productos de Cuero
11	Administración y Comercio	35 Administración y Comercio 36 Contabilidad 37 Secretariado 38 Ventas
12	Programas y Proyectos Sociales	39 Atención de Párvulos 40 Atención de Adultos Mayores 41 Atención de Enfermos 42 Atención Social y Recreativa
13	Química	43 Operación de Planta Química 44 Laboratorio Químico
14	<i>Hostería y Turismo</i>	<i>45 Servicios de Turismo</i> <i>46 Servicio Hoteleros</i>

Tabla de especialidades liceos técnicos profesionales www.mineduc.cl/tp

1.3.2 Educación Media Técnico Profesional en Servicios Turísticos

Las carreras técnico profesionales poseen objetivos creados por el Ministerio de Educación que se presentan de manera transversal a la especialidad que se estudia, para este proyecto, el cumplimiento de estos es de vital importancia.

Objetivos Transversales de la Formación Diferenciada Técnico-Profesional:

1. Ejecutar trabajos con planificación y control de calidad;
2. Conocer y aplicar principios básicos de gestión;
3. Manejar tecnología computacional a nivel usuario, conforme a los requerimientos de la especialización;
4. Leer, interpretar y elaborar informes técnicos;
5. Preservar y respetar el medio ambiente y utilizar racionalmente la energía;
6. Ejercitar el acondicionamiento físico y el cuidado de la salud;
7. Aplicar normas de prevención de riesgos para resguardar la vida propia y la ajena;
Comprender y aplicar la legislación laboral y social.

1.3.3 Perfil de Egreso.

Al egresar de la Educación Media Técnico-Profesional, los alumnos y las alumnas habrán desarrollado la capacidad de:

- Planificar y organizar el trabajo, y distribuir tiempo y materiales, aplicando técnicas básicas de administración ;
- Manejar y aplicar técnicas de protocolo;
- Hacer uso eficiente del lenguaje para establecer comunicaciones y proporcionar información;
- Manejar información básica del entorno histórico, social, cultural, geográfico y de interés turístico de la región y del país;
- Mantener una presentación personal acorde con las funciones que se ejerza;
- Asegurar condiciones de aseo e higiene en dormitorios y baños;
- Preparar y atender cafetería y comedores;
- Habilitar espacios y servicios para reuniones y eventos;
- Manejar instrumentos de apoyo a la comunicación a distancia;
- Manejar sistemas de archivo, manuales y computarizados;
- Utilizar eficientemente los equipos y máquinas de uso frecuente en una organización hotelera;
- Aplicar normas de prevención de riesgos y técnicas de primeros auxilios.

1.4 Cultura

“En su sentido más amplio, la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores y las creencias.

La cultura da al hombre la capacidad de reflexión sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. Por ella es como discernimos los valores y realizamos nuestras opciones. Por ella es como el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevos significados y crea obras que lo trascienden” (Declaración de México sobre las políticas culturales Conferencia mundial sobre las políticas culturales México D.F., 26 de julio - 6 de agosto de 1982).

1.5 Modelo de gestión

Según las definiciones presentadas por la Real Academia Española, modelo de gestión se define como: *“es un esquema teórico, generalmente en forma matemática, de un sistema o de una realidad compleja, como la evolución económica de un país, que se elabora para facilitar su comprensión y el estudio de su comportamiento”*.

El modelo de gestión interactúa con todas las áreas de una organización y es, toda actividad dirigida a obtener y asignar recursos necesarios para el logro de los objetivos de cualquier organización.

(Faga Roberto), plantea otra definición para modelo de gestión: *“es un esquema o marco de referencia para la administración de una entidad; los modelos de gestión pueden ser aplicados tanto en empresas y negocios privados como en administración pública”*.2000

Pueden distinguirse dos tipos de modelos de gestión, el usado por los estamentos públicos, y el usado por el sector privado, este último, siempre basará sus acciones en pro de la rentabilidad económica, a diferencia del primero que busca el bienestar de los beneficiados con dicho modelo., ya sea de manera económicamente rentable o no.

En este contexto es que cada modelo de gestión, queda libre de utilizar para su funcionamiento, las herramientas necesarias para su correcta ejecución.

Se destaca también otro modelo de gestión pertinente para la integración de este término en este Proyecto. El modelo de gestión Español de turismo (2008 – 2010) que define un modelo de gestión turística como “Aquel modelo que destaca la aplicación de nuevas metodologías y criterios de planificación y gestión de los destinos turísticos, basados en la corresponsabilidad público-privada, que sean capaces de integrar y desarrollar una visión estratégica del modelo turístico. Y para ello es fundamental que tal visión tenga una marcada orientación al mercado, y que integre en un todo coherente el desarrollo territorial, la calidad del entorno, la profesionalidad de los servicios turísticos y el bienestar social.

Las ideas que fundamentan un buen modelo de gestión turística son; la desestacionalización y la diversificación territorial de los flujos turísticos en un país es un elemento recurrente de la política turística, mediante la creación de nuevas categorías de producto capaces de operar todo

el año. Para lo cual es necesario poner en valor los numerosos recursos turísticos que el país ofrece, desde el histórico-monumental, pasando por el turismo de naturaleza o el tan apetecido, por rentable, segmento del turismo de reuniones, congresos e incentivos. En segundo lugar, para avanzar en dicho objetivo, el crecimiento competitivo de los destinos turísticos debe basarse en los principios de especialización y diferenciación a través de procesos de planificación estratégica que se adapten a la fase de desarrollo en la que se encuentre cada destino, pues las necesidades son distintas según se trate de destinos emergentes, en crecimiento o maduros. En otros términos, el sistema turístico necesita desarrollar sus capacidades

y procesos de planificación, gestión y diseño de producto, que vayan desde la revisión del portfolio de productos hasta la concreción de los modelos de implantación territorial o la definición de productos turísticos muy orientados a la satisfacción del cliente, recordando siempre la satisfacción de la Comunidad donde se realiza la actividad Turística.

En tercer lugar, esa planificación estratégica debe de hacerse en el marco de una colaboración público-privada lo más estrecha posible, como garantía de éxito, puesto que es el sector privado el que, en última instancia, atrae y garantiza la satisfacción del cliente con un servicio de calidad.

En cuarto lugar, todo lo anterior ya prácticamente nos sitúa en la necesidad de contar, a escala local, con entidades mixtas de gestión y promoción turística, altamente profesionalizadas y cualificadas para llevar a cabo esta difícil tarea de lograr presencia y notoriedad en un mercado turístico global cada vez más competitivo.

Y, por último, dichas entidades estarán en condiciones de formar redes de producto identificables que permita su posicionamiento, a través de los canales de promoción y comercialización de nuestros principales mercados emisores. Esta ambiciosa iniciativa debe contar con el apoyo entusiasta de numerosos entes locales, deseosos de incrementar la riqueza y el bienestar colectivo, comunitario, de sus ciudadanos mediante ese extraordinario vector de desarrollo que es el turismo”.

1.6 Producto A.E.T.

Puedo definir las Aplicaciones para Estudiantes de Turismo como áreas de conocimiento experiencial, para el desarrollo de habilidades de estudiantes productores de turismo sostenible y positivo.

Esta se divide en cuatro Áreas de funcionamiento y conocimiento de manera paralela, es decir, ninguno de desarrollara más que otro.

Sus Áreas son:

Área de A.E.T.	DESCRIPCION
Integración	Esta Área desarrollara capacidades relacionadas con el vincular grupos de la zona, ya sean tengas fines económicos, sociales, deportivos culturales, etc., a la actividad turística, creando productos adecuados para el logro del turismo positivo.

Legislación	Legalidades al momento de crear y al momento de ejecutar, lo legal en la vida cotidiana. También contextualizar los actos legales relacionados con la actividad turística.
Realidad	Posee estricta relación con el conocer la comuna, aquello ayudaran a la creación de una imagen comunal y a un posicionamiento del lugar como destino turístico y que al mismo tiempo trabajaran en torno a la actividad turística.
Capital Social	Consistirá en crear importantes redes de apoyo y estudio de importantes fuentes nacionales y extranjeras de fondos públicos, concursales y privados; siempre en pro del desarrollo de la comunidad, y del crecimiento de los alumnos de turismo que viven la experiencia de A.E.T.

1.7 Impactos del turismo en la Comuna de Hornopirén

De acuerdo a lo analizado, los impactos que genera la actividad turística como tal, pueden comprenderse en tres categorías, un impacto ambiental, sociocultural y económico. El primero puede ser analizado desde los cambios que se generan en las zonas de ambiente natural en cuanto a su preservación y conservación, por su parte en el impacto social y cultural se ven reflejados principalmente en los cambios del modo de vida de la población local de un destino turístico, y por último el impacto económico afecta en términos de costos y beneficios, producidos, de la creación de riqueza y de su distribución y de la mano de obra empleada de la población local o extranjera.

Estos tres tipos de impacto tienen efectos que pueden ser negativos, entendiéndose por ello, a cualquier efecto o acción que provoque daño o perjuicio, y efectos positivos a cualquier consecuencia favorable al respecto.

1.7.1 Impacto ambiental

Dentro de los impactos ambientales tenemos el desarrollo de las actividades turísticas en que ha generado un importante efecto positivo 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 aportes significativos para su manejo a través del turismo. Esto porque ha sido posible ver la 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. Esto contribuye a financiar las inversiones que se hacen para proteger y conservar las áreas naturales y la vida salvaje, la preservación de sitios históricos, y/o arqueológicos.

La calidad ambiental de ciertas áreas se mejora dado que, a los turistas, les gusta visitar lugares atractivos sin polución y limpios, aumentando la conciencia ambiental local cuando los residentes observan el interés de los turistas en la conservación.

Los impactos negativos se manifiestan en distintas etapas del desarrollo turístico y se deben a un proceso de crecimiento espontáneo en sitios que no disponen de condiciones mínimas para recibir una demanda, y también por la saturación de lugares que por su atractivo concentran grandes volúmenes de visitantes.

Los problemas se originan debido a los efectos derivados del flujo turístico y a la presión que ejercen las propias actividades (pesca, excursiones, kayak, buceo, trekking, Mountain Bike, 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.

Más relevantes en este caso específico son los efectos negativos que genera una actividad turística sin estructura y organización, como por ejemplo:

Remoción de vegetación, erosión del suelo, pérdida del hábitat, acumulación de desechos, disminución del agua potable, interrupción de la migración animal, concentración de aguas lluvias, alteración de hábitat frágiles, contaminación acústica, polución atmosférica, congestión vehicular, hacinamientos de en parques, riesgos de incendio, muerte de flora y fauna;

destrucción de la vegetación, acumulación de basura, daño a especies marinas, sedimentos en el fondo del mar, etc.

En la figura N°1 se identifican los aspectos negativos en el impacto ambiental mas relevantes para Hornopirén.

Figura N° 1



Fuente: Elaboración propia.

1.7.2 Impacto Socio Cultural

Se detectan impactos positivos que viene dados por, la calidad de vida y la promoción y conservación del patrimonio cultural, la creación y o mantención de infraestructura cultural, fortalecimiento de la identidad y culturas locales y por el intercambio cultural.

En la calidad de vida en turismo puede ayudar a elevar el nivel de vida de las personas, a través del aumento de su ingreso, el financiamiento de las infraestructuras (pavimentación, electrificación, etc.), el financiamiento de servicios locales (telefonía, bancos y otros medios de comunicación).

En la promoción y la conservación del patrimonio cultural el turista tendrá interés por conocer aspectos de la cultura local, lo que permite mantener o hacer revivir, algunas prácticas 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, actividades artísticas, estilos de vida, ceremonias, formas económicas tradicionales, que de lo contrario podrían perderse por completo

En la creación y o mantención de infraestructura cultural la afluencia de visitantes ayuda a mantener o crear equipamientos culturales tales como: teatros, museos, centros de exposiciones, etc., los que además de ser usados por los turistas, sirven durante todo el año a los habitantes permanentes.

En el fortalecimiento de la identidad y cultura locales, el interés mostrado por los visitantes por ciertas manifestaciones culturales locales, puede provocar en la población residente un sentimiento de orgullo y deseo de preservarlas. Lo que es positivo en culturas tradicionales que corren el riesgo de ser absorbidas o reemplazadas por prácticas tomadas de otras culturas más dinámicas. El turismo favorece el intercambio cultural entre los turistas y la población residente, lo que permite un mejor conocimiento y respeto mutuo.

Dentro de los aspectos negativos a destacar del impacto socio cultural se destaca: rechazo a la invasión; en las primeras etapas del desarrollo de la actividad, cuando el número de visitantes es pequeño, su presencia a veces, es bien aceptada, por la población local.

Cuando la población flotante supera en una o más veces a la población local, surgen principalmente en las personas que no se benefician del turismo, sentimientos de rechazo hacia los visitantes de los cuales se dice que “invaden” “su pueblo” y, privan o dificultan a los residentes del acceso a los servicios, (agua potable), calles, comercio, restaurantes, etc.

Comercialización de “cultura”. En algunos casos el interés demostrado por los turistas sirve, para rescatar o fortalecer antiguas tradiciones culturales. Existe también el riesgo de que con, el fin comercial, de “Incentivar al turista a consumir”, se pierda la autenticidad de la artesanía, música, ceremonias, etc., aprovechando el desconocimiento que el turista tiene de las reales características de las manifestaciones de cultura. Muchas tradiciones suelen transformarse en meros espectáculos turísticos.

El uso turístico intenso no controlado, de algunos atractivos culturales, puede ser causa de graves deterioros (Grafitis, desmanes, marcas, robo de elementos, etc.).

Pérdida o deterioro de la identidad de la Cultura; puede darse un positivo intercambio cultural, cuando los visitantes no superan en número a los habitantes locales. De ser masiva la presencia de visitantes, todo se transforma en confrontaciones de cultura.

Se presenta en la figura N° 2, los factores negativos en el ámbito social cultural de la comuna de Hornopirén.

Figura N° 2



Fuente: Elaboración propia.

1.7.3 Impacto económico

El gasto turístico se asocia al consumo realizado por los visitantes, en términos del valor de los bienes y servicios (alojamiento, alimentación, transportes, compras, etc.) utilizados durante su desplazamiento y su permanencia en el lugar de destino (Naciones Unidas, 1994).

A continuación se presenta la figura N° 3, en donde se especifican los efectos negativos más importantes del impacto económico del turismo.

Figura N° 3



Fuente: Elaboración propia

1.8 Análisis P.E.S.T.A

Análisis externo o macro entorno.

El análisis S.T.E.E.P o P.E.S.T.A consiste en un modelo de análisis para comprender como diferentes aspectos de la vida humana (sociedad, tecnología, economía, ecología, política) afectan directamente en un contexto determinado. Esta forma de análisis se realiza principalmente para definir las macro-tendencias que definen la actualidad (el presente) de un tema de estudio; dicho tema puede ser tan particular como una situación cotidiana (montar en bus) o tan general como la actualidad del "mundo occidental".

Las variables que analiza el S.T.E.E.P (o P.E.S.T.A en español) son: lo Social, lo Tecnológico, lo Económico, lo Ecológico, y lo Político. Pero más allá que el análisis de estos cinco aspecto, de este modelo podemos rescatar la posibilidad de desarrollar diferentes modelos según los intereses que se tengan, es decir, si se considera que debe incluirse otro aspecto dentro del modelo de análisis se puede hacer simplemente agregando su inicial al grupo o eliminando algunas que no se consideren relevantes en un caso dado.

El análisis S.T.E.E.P se desarrolla a través de un proceso de documentación basado en la recolección y el registro de datos actuales (es un tipo de estudio sincrónico), provenientes principalmente de medios de comunicación de todos los formatos (televisión, periódicos,

revistas, internet, etc.), el análisis también puede ser complementado con otras técnicas como la observación o la interrogación, esto sirve para profundizar en temas particulares obteniendo la información de primera mano, sin el filtro que anteponen en ocasiones los medios de comunicación según su perfil y sus intereses.

Los datos que se recolectan (sean primarios o secundarios) no se limitan a las variables de análisis, es decir, no se recolectan solo datos sobre lo social, lo tecnológico, lo económico, etc, sino que estas variables sirven más como una matriz para la organización de la información, para determinar como un hecho concreto puede llegar a ser una manifestación política o ecológica, o de ambos tipos a la vez.

En la práctica el modelo se representa a través de una matriz de doble entrada en la que horizontalmente se encuentra el contexto de estudio (pudiendo estar dividido a su vez en diferentes variables), y en sentido vertical las variables de análisis S.T.E.E.P.

Los diferentes datos que se colocan en la matriz sirven para ubicar entre ellos relaciones y conexiones que permiten definir hallazgos sobre la actualidad del contexto estudiado. No se trata de definir fenómenos tecnológicos o ambientales, sino de comprender como de la interrelación de diferentes aspectos se hacen evidentes fenómenos a nivel macro, que afectan de diversas maneras la vida cotidiana.

Para realizar un análisis adecuado según el contexto de macro entorno de Hornopirén, se utilizará el análisis P.E.S.T.A. Este último establece la importancia de las influencias existentes en el entorno de las fuerzas políticas, económicas, sociales, tecnológicas y ambientales, inciden en diferente medida en el funcionamiento y desarrollo de la actividad turística de Hornopirén.

1.9 Plan de acción

Los planes de acción son instrumentos gerenciales de programación y control de la ejecución anual de los proyectos y actividades que deben llevar a cabo las dependencias para dar cumplimiento a las estrategias y proyectos establecidos en el Plan Estratégico de gestión.

En general, los planes se estructuran principalmente mediante proyectos de inversión, sin embargo, un plan debe contener también, el desarrollo de las Tareas específicas.

Dichos planes, en líneas generales, colocan en un espacio de tiempo y responsabilidad las tareas específicas para contribuir a alcanzar objetivos superiores. Todos los planes de acción presentan su estructura de modo "personalizado" para cada proyecto, es decir, dependiente de los objetivos y los recursos, cada administrador presenta su plan de acción adecuado a sus necesidades y metas.

1.10 Atractivo turístico

Para que exista el fenómeno turístico es fundamental que se produzca un desplazamiento de un flujo de personas a un determinado lugar y para que ello suceda es necesario que exista una motivación clara por parte de dicho conjunto, de manera que se cierre el proceso de compra. De ahí que, en sentido laxo, se entienda como recurso o atractivo turístico aquellos elementos que provocan, incentivan o motivan el desplazamiento turístico, (Solsona Monsonis, 1999;; Leno Cerro, 1993) Es clásica la distinción realizada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) entre Patrimonio Turístico y Recurso Turístico, entendiendo por Patrimonio turístico de un área territorial determinada el conjunto potencial de bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación para la satisfacción de sus necesidades turísticas. Mientras que recursos turísticos son todos aquellos bienes y servicios que hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda, mediante la actividad del hombre y de los medios con los que cuenta. Es decir, el patrimonio deviene recurso a través de la actividad humana, que lo hace utilizable desde una óptica turística.

Leno Cerro, (1993) siguiendo a Zimmerman (1933), considera que un recurso solo es tal cuando contribuye a satisfacer una necesidad humana; en el contexto turístico el recurso puede considerarse como tal si está vinculado a la motivación de un potencial consumidor, actuando como tal incentivo al desplazamiento turístico. Por ello, este autor considera a los recursos y las motivaciones como los dos pilares esenciales del fenómeno turístico, que en última instancia determinan la decisión de realizar un desplazamiento turístico (Leno Cerro, 1993).

CAPITULO II: DIAGNOSTICO GENERAL

2.1 Antecedentes de la Comuna.

Al sur de América, en la Patagonia Chilena, emerge la Región de Los Lagos, tierra única por la convergencia en ella de su gente, naturaleza y misticismo. La Región de Los Lagos posee una enorme cantidad y variedad de recursos naturales, geográficos y culturales: costa, muchas veces inexplorada, al Océano Pacífico islas mágicas, fiordos y canales deslumbrantes, praderas y bosques milenarios, ríos y lagos que cautivan, volcanes y montañas desafiantes y un sinfín de encantos, que la hacen el escenario perfecto para variadas formas de vivir el turismo.

La Región de Los Lagos es generosa en la cantidad y belleza de sus lugares de interés turístico, los que sirven de base para el desarrollo de una oferta de productos, que tienen una alta preferencia en los turistas, particularmente extranjeros.

Esa abundancia de atractivos, destinos y escenarios naturales, permite que las actividades ofrecidas se repartan durante todo el año, no condicionándose a la temporada estival.

Ubicada a sólo dos horas de Puerto Montt, Hualaihué posee paisajes de una belleza impresionante y su capital, Hornopirén, cuenta con los servicios necesarios para convertirla en una excelente base de operaciones. Las termas de Hualaihué, con sus rústicas instalaciones, son la atracción de muchos visitantes y el Parque Pumalín, una reserva natural privada, posee excelente infraestructura para recibir a aquellos que viajan para disfrutar de sus interesantes senderos y conocer la admirable flora y fauna del lugar.

La Comuna de Hualaihué es una de las cuatro que forman la Provincia de Palena, la que a su vez es parte de la Región de Los Lagos. Su capital es la ciudad de Hornopirén, ubicada en el centro de la Comuna. Está localizada al sur de las comunas de Cochamó y Puerto Montt, al este del Seno del Reloncaví y la Península Huequi, al oeste de la Cordillera de Los Andes y al norte de la Comuna de Chaitén que es la capital de la Provincia.

Su capital está muy cerca del principal centro poblado regional (Puerto Montt está a 100 kms. de Hornopirén), pero separado por el Estuario del Reloncaví, lo que significa tener acceso marítimo ya que para acceder por tierra se debe pasar por las comunas de Puerto Varas y Cochamó lo que alarga en demasía el trayecto. Esta situación desde luego que condiciona el diario vivir porque sus habitantes deben pagar un "peaje" por acceder a la capital regional, y sienten la inseguridad de las comunicaciones ante cualquier urgencia o por el encarecimiento de sus productos para acceder a los centros de consumo. Longitudinalmente es atravesado por la Carretera Austral, la que une sus principales centros poblados (Hornopirén y Contao), y otros de menos tamaño como Cholgo, El Manzano y Pichicolo, pero en el lado norte esa ruta no pasa por el borde costero, donde se encuentra localizada la mayor parte de la población, cuyos habitantes tienen un sistema de transporte precario.

Esta situación hace que una de las principales características de Hualaihué sea el aislamiento que sienten sus habitantes, ya sea por la falta o la calidad de los caminos, el tiempo que demora ir de un lugar a otro, la falta de medios de transporte o la calidad de su manutención.

El paso de ser un territorio comunicado sólo por mar, antes de la construcción de la Ruta Austral, a ser un territorio comunicado por tierra no ha beneficiado a todos los habitantes. Por otro lado Hualaihué tiene una inmensa variedad de recursos que la pueden convertir en pocos años en una zona próspera y pujante, donde sus habitantes tengan una excelente calidad de vida. Es así como abundan los recursos del mar, desde los mitílidos a los crustáceos, desde el salmón a la merluza. También tiene un bosque nativo abundante e innumerables atractivos turísticos donde el Parque Nacional Hornopirén, con el volcán del mismo nombre, es el eje indiscutido, pero al que se agregan algunos montes de inusual belleza o su borde costero, irregular, variado y con abundante fauna y flora silvestre. Hualaihué ocupa poco más del 4% de la superficie de la Región y tiene menos del 1% de la población regional, es una comuna eminentemente rural (57%), con predominio de la población masculina (tasa de masculinidad 112 %).

2.1.1 Recursos turísticos

Los atractivos que se presentan en Hornopirén son variados y tiene a ser de una misma línea, la naturaleza, flora y fauna, , El departamento de Turismo y cultura de Hornopirén clasifican como atractivos los siguientes lugares:

A continuación se presenta una tabla donde están identificados los principales atractivos turísticos identificados por el departamento de turismo y cultural de la Municipalidad de Hualaihué:

Tabla N° 3 Atractivos turísticos

ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN
Termas de Pichicolo	Pozones naturales termales revestidos en madera insertos en el bosque nativo, en el Km 91 de la Carretera Austral a 9 Kilomentros de Hornopirén, a solo dos horas y media de Puerto Montt.
Lago Cabrera	Se encuentra a un lado del Volcán Hornopirén y es posible llegar a él caminando o en caballo, en aproximadamente tres horas de ascenso y dos de descenso.
Parque Nacional Hornopirén	Destino obligado para los fanáticos del trekking. Tiene una superficie de 48.232 hectáreas y cerca de de diez mil de alerces milenarios y de bosques mixtos, con especies como el Coigüe, Tepa, Ulmo y Lenga. Posee vistas panorámicas hacia el Volcán Hornopiren, Lago Cabrera y finalmente, tras aproximadamente cuatro a cinco horas de caminata a un buen ritmo, se llega al Lago Pinto Concha, en el faldeo del Volcán Yates. Ahí se puede acampar. Este sendero se puede hacer de manera independiente (preguntando antes en la oficina de CONAF ubicada en el centro de Hornopirén) o con un tour guiado, cuyo valor depende de lo que incluya.
Volcán Hornopirén	Posee 1572 metros de altura aproximadamente y se impone sobre la capital comunal del mismo nombre. Es posible ascenderlo en temporada de

	verano, aunque SIEMPRE con un guía porque es fácil perderse entre la tupida vegetación. Puede consultar por guías en la Oficina Municipal de Turismo de Hualaihué.
Termas y fiordo de Cahuelmó	Se ubican el fiordo del mismo nombre, las Porcelana Grande en el Fiordo de Leptepu o las Porcelana Chica. Todas son naturales y permiten disfrutar al máximo de los primeros fiordos del sur de Chile.
Río Blanco	Ubicado a 9 km del centro de Hornopirén por la Ruta 7, el Río Blanco es conocido por sus prístinas aguas y por las cascadas que se observan en sus cercanías.
Lago Pinto Concha	Este es el lago más grande al interior del Parque Nacional Hornopirén (475 ha.), siendo la atracción turística más visitada del Parque. Este lago aumenta su cauce notablemente en invierno debido a las abundantes lluvias que caracterizan esta estación, pero también crece en verano debido al derretimiento de nieve de las altas montañas que lo circundan.
Termas de Llancahue	Aquí encontrará alojamiento, comida casera. Podrá visitar el archipiélago de Llanquid, la iglesia y el cementerio para realizar actividades de esparcimiento como fotografía, excursiones y observación de flora. Hay tres variedades de baño termal: en tinas, a 52° C, en una piscina al aire libre o en la playa, donde existen vertientes que temperan el agua, aun en los días de lluvias. Este tipo de termas están recomendadas para el reumatismo y dolores musculares y están abiertas todo el año. Desde Hornopirén podrá llegar a las Termas de Llancahué, tras 50 minutos de viaje en lancha por el canal de Cholgo.
Contao	Es el primer poblado que se divisa en el Camino Austral tras la llegada a Caleta Puelche. Es un sector que se caracteriza por grandes playas, además de contar con la desembocadura de ríos y una amplia atención turística a las personas que llegan a recorrer el sector. Contao es el primer pueblo de abastecimiento antes de cruzar la Carretera Austral y seguir más al sur
Cholgo	Es una caleta pesquera, ubicada a 28 kms. de Hornopirén Su acceso es posible por el Camino Austral, el cual permite disfrutar de las bellas aguas del Río Blanco. Continuando por esta ruta se llega a la localidad de Pichanco, desde donde se cruza a la Isla Llancahué, lugar donde se puede disfrutar de aguas termales.

Fuente: Catastro departamento de turismo y cultura de Hualaihué.

No obstante, dentro de este proyecto se pudo identificar recursos, atractivos turísticos y actividades, no identificados por la municipalidad, pero si destacados por personas que colaboran con este proyecto, como por ejemplo: Deportes de gran envergadura , como la pesca mosca y la travesía en lanchas y kayak; fotografía, trekking, cultivo de especias, cabalgatas; también la experiencia del agro turismo a través de la apicultura y desarrollo de lácteos, artesanías, tejidos, comidas junto a personas nativas de la zona, etc.: y para concluir destacar que existe un sinnúmero de actividades clasificadas como religiosas-místicas que tiene relación con el misticismo de la identidad de la Patagonia.



2.1.2 Ubicación geográfica de la comuna.

En la Figura 4 se puede observar la ubicación de la comuna de Hornopirén, señalizada con un punto rojo, además Seno de Reloncaví, primera vía de acceso Marítimo a la Carretera Austral de Chile Augusto Pinochet Ugarte.

Figura N° 4 Mapa político Carretera Austral.



Mapa Geo-referencial Región de los Lagos, Chile. (Fuente: www.mop-cl/loslagos/carreteras)

Administrativamente la Comuna limita:

- Al Norte con la Provincia de Llanquihue, Comuna de Cochamó.
- Al Este con la República de Argentina.
- Al Sur con la Comuna de Chaitén.
- Al Oeste con el Océano Pacífico.

La Comuna de Hualaihué se emplaza en el litoral del océano Pacífico, específicamente en la costa norte del Canal Hornopirén frente a Isla Pelada.

En este espacio vive y se desarrolla una comunidad de 8.273 habitantes, de acuerdo al Censo 2002, frente a los 8.104 registrados en el Censo 1992, produciéndose una variación intercensal positiva de un 2%. En cuanto a su comportamiento, la Comuna es la más habitada en la Provincia, con un 43,6% de la población total, representando sólo el 0,77% de la población total de la Región (1.073.135 habs.) Sin embargo y a pesar de lo señalado, en la comuna existe una

baja densidad, que corresponde a 2,96 hab/Km², que difiere considerablemente del 16,01 hab/km² promedio de la Región.

Su cabecera comunal, Río Negro-Hornopirén, alberga 2.406 habitantes, según el Censo 2002. Dato que resalta al ser mucho mayor la población rural, definiendo una comuna rural. Además de su cabecera, la comuna cuenta con otros asentamientos que disponen de concentraciones significativas, en cuanto a la ocupación de suelo y acceso a recursos naturales, tales como Contao y las Caletas de Lleguimán, Hualaihué, Pichicolo, Aulén y Rolecha.

2.2 Actividades económicas.

En términos económicos, en la Comuna predomina la explotación de recursos primarios, principalmente la pesca, el sector secundario se hace presente con la industria salmonera y el terciario con el comercio y los servicios, localizados principalmente en la capital comunal.

Las condiciones de los sectores rurales ha provocado una progresiva migración poblacional hacia Hornopirén y un abandono paulatino del campo, lo que ha generado un problema social y económico. A su vez, la comuna no escapa a la característica nacional de ir migrando hacia centros poblados de mayor tamaño, principalmente por mejores expectativas laborales o de estudios superiores.

Hualaihué centra su desarrollo económico en la persona, procurando oportunidades para que los hombres y las mujeres incrementen su ingreso con el producto de su trabajo y mejoren integralmente su calidad de vida en un ambiente sustentable y sostenible.

Para que lo anterior se cumpla, necesariamente debe producirse un quiebre, un antes y un después, un proceso de innovación y cambio. La base económica de la comuna se vislumbra en torno a dos áreas que se complementan: Abastecedor de productos del mar de la Región de Los Lagos y Centro Turístico Nacional e Internacional.

Abastecer de productos del mar a la región significa crear una trama para la extracción, el cultivo, el acopio y el procesamiento de la producción de la propia comuna y también de la comuna de Chaitén. Hualaihué debe tener un sistema de conectividad que permita que todos los centros productivos del mar puedan entregar su producción a las plantas de proceso; que todos los pequeños agricultores con excedentes en la producción de hortalizas y productos agropecuarios, las pueden comercializar en la comuna y que el excedente puede ser transferido a los centros consumidores en óptimas condiciones.

2.3 El turismo en la comuna.

La Comuna de Hualaihué, una de las más extensas de la Provincia de Palena, tiene su ingreso por el Estuario de Reloncaví, llegando en transbordador desde Caleta La Arena hasta Caleta Puelche, recorrido que se prolonga por cerca de treinta minutos. En este punto nace entrada norte y continuación del Camino Austral, introduciéndose en un paisaje selvático tupido, donde se combina el flujo de los ríos, el Océano Pacífico, montañas, volcanes, una vasta vegetación y una fauna propia de la zona. La combinación de estas bellezas naturales, se mezclan con la identidad

de los distintos habitantes que conforman la comuna, destacándose la gran influencia de los pescadores artesanales, quienes viven en pequeñas caletas ubicadas a lo largo del borde costero.

Hornopirén Es la capital administrativa de la comuna. Desde aquí es posible visitar el Volcán Hornopirén (1.572 mts.) y otros lugares de atracción como el Parque Nacional Hornopirén y los sectores de Chaqueihua, Cholgo y Pinchaco. Cuenta con variados sectores de camping y cabañas insertos en hermosos lugares de la zona.

La actividad turística en la comuna es de paso. La autodefinición de “Entrada a la Patagonia Austral” así lo señala y el turista que va a la Carretera Austral en época estival debe atravesarla desde Puelche a Hornopirén donde tomará el trasbordador que lo llevará a la “otra puerta” que es Chaitén.

Hualaihué tiene innumerables recursos turísticos: costa y cordillera, montaña y mar, flora y fauna, termas. El camino costero, la pesca, el marisco; los ríos y la pesca con mosca; el Volcán Hornopirén, sus senderos agrestes y sus desconocidos lagos. Parece que en Hualaihué se juntó todo lo que definió el eslogan turístico de Chile “naturaleza que conmueve”.

Pero la comuna carece de productos turísticos, carece de base económica turística, no tiene de qué diferenciarse respecto a otras comunas y el visitante tiene pocas alternativas de gastar su dinero, que es el principal objetivo de la actividad.

La Ruta Costera, a pesar de su potencial, es desconocida por los visitantes, no tiene señalética ni un sistema de información que indique su acceso ni sus poblados y también ha habido pocos intentos por explotarla. El Volcán es difícil de visitar. No hay actividad organizada y por tanto el sector presenta una estacionalidad muy marcada determinada por la existencia del trasbordador a Chaitén. Existe, eso sí, una gran cantidad de establecimientos pequeños dedicados a la actividad turística que dan alojamiento y gastronomía principalmente.

Adicionalmente faltan servicios de apoyo a la actividad: No existe institución financiera ni cajero automático donde retirar dinero, los problemas de conectividad ya señalados, carencia de guías bilingües, profesionales gastronómicos, etc.

El esfuerzo se ha volcado a la promoción y al apoyo al núcleo de empresarios existente. Gran logro es la Casa de Atención al Visitante, Centro de información instalado y financiado Innova Chile.

2.4 Oferta Turística

Ser centro turístico significa entregar al visitante todo lo que necesita para conocer la Ruta Austral recorriendo unos pocos kilómetros. Significa crear empresarias y empresarios turísticos, ver el turismo como negocio, establecer rutas y actividades. Significa definir el mercado-objetivo e inducir su demanda, significa una comuna amable, limpia, con información. Significa una comuna con demanda anual, no estacional.

Los servicios turísticos presentes en Hornopirén, presentan una nula relación entre ellos siendo muchos de estos, emprendimientos “ilegales” al no presentar papeles como negocio, iniciación de actividades, generación de boletas etc.

No obstante el departamento de patentes de la Municipalidad de Hualaihué, distingue la siguiente oferta turística:

2.4.1 Alojamiento

A continuación se presenta un listado de servicios de alojamiento puerta cerrada de la comuna de Hornopirén.

Tabla N° 4 Alojamientos bajo techo

<u>Hotel Holiday Country</u> Fono: + 56 65 217220 Dirección: Calle B. O'Higgins Centro – Hornopirén	<u>Hotel Hornopirén</u> Fono: + 56 65 217256 Dirección: Calle Ignacio Carrera Pinto – Hornopirén www.hotelhornopiren.cl
<u>Hotel Setca</u> Fono: + 56 65 217422 Dirección: Calle Ingenieros Militares – Hornopirén	<u>Hotel Termas de Llancahué</u> Fono: + 56 8 5299771 Dirección: Isla Llancahué – Hornopirén E-mail: termasllancahue@yahoo.es www.termasdellancahue.cl
<u>Cabañas Rehbein</u> Fono: + 56 65 217350 Dirección: Calle Ingenieros Militares – Hornopirén E-mail: cabanahrehbein@gmail.com www.cabanahrehbein.cl	<u>Cabañas Tepual</u> Fono: + 56 65 217265 Dirección: Calle Los Colonos – Hornopirén E-mail: sole.nt@hotmail.com
<u>Hostería Vodudahue</u> Fono: + 56 8 2539175 Dirección: Sector Vodudahue, Fiordo de Comau E-mail: vodudahue_lodge@hotmail.com	<u>Cabañas Araucarias</u> Fono: + 56 65 217320 Dirección: Calle B. O'Higgins – Hornopirén E-mail: gcotiart@hotmail.com www.hoscaraucaria.cl
<u>Cabañas Cordillera</u> Fono: + 56 65 217235 Dirección: Calle B. O'Higgins – Hornopirén E-mail: cordilleratur@hotmail.com	<u>Cabañas Carola</u> Fono: + 56 9 9182282 Dirección: Calle Diego Paillan – Hornopirén E-mail: alcibiades1954@hotmail.com www.cabanascarola.cl
<u>Cabañas Central Plaza</u> Fono: + 56 65 217247 Dirección: Calle Lago Pinto Concha –	<u>Cabañas Lahuán Patagonia</u> Fono: + 56 65 217239 Dirección: Calle Cahuelmó – Hornopirén

<u>Hornopirén</u> E-mail: lucianojara@hotmail.com	E-mail: agroforestal_hornopiren@hotmail.com
<u>Cabañas El Cisne</u> Fono: + 56 9 6540281 Dirección: Carretera Austral Km. – El Varal E-mail: turismoelcisne@hotmail.com www.cabanaselcisne.cl	<u>Cabañas Al sur del Mundo</u> Fono: + 56 65 217320 Dirección: Carretera Austral Km. – Pichicolo E-mail: cabanasalsurdelmundo@gmail.com
<u>Red de Turismo Rural Los Arrayanes de Rolecha</u> Fono: + 56 7 4129086 – 9 1272528 Dirección: Ruta costera, sector Rolecha E-mail: apicolaaguasdelsur@gmail.com	<u>Cabañas Aguas del Sur</u> Fono: + 56 9 7788438 Dirección: Chaqueihua Alto – Hornopirén E-mail: apicolaaguasdelsur@gmail.com
<u>Camping La Playa y Hospedaje Foitzick</u> Fono: + 56 8 2762714 E-mail: guillermina.foitzick@hotmail.com	<u>Cabañas Chaqueihua</u> Fono: + 56 8 1719155 Dirección: Chaqueihua Alto – Hornopirén
<u>Residencial Cuatro Soles</u> Fono: + 56 65 217365 Dirección: Calle B. O'Higgins Cuchildeo E-mail: rcuatrosoles@yahoo.com www.cuatrosoles.cl	<u>Residencial Nicol</u> Fono: + 56 7 7560362 Dirección: Calle Diego Portales – Hornopirén
<u>Residencial Central</u> Fono: + 56 6 2165142 Dirección: Calle B. O'Higgins – Hornopirén	<u>Residencial Austral</u> Fono: + 56 65 217214 Dirección: Pasaje Pacífico Sur – Hornopirén E-mail: residencialaustral@gmail.com www.residencialaustral.cl
<u>Residencial Galicia</u> Fono: + 56 65 217275 Dirección: Calle B. O'Higgins – Hornopirén E-mail: residencialgalicia@yahoo.es www.residencialgalicia.cl	<u>Residencial Mary</u> Fono: + 56 65 218214 Dirección: Calle B. O'Higgins – Contao
<u>Residencial Reloncaví</u> Fono: + 56 65 217220 Dirección: Calle B. O'Higgins – Hornopirén	<u>Residencial Alondra</u> Dirección: Hualaihué Puerto – Ruta Costera

Tabla: Alojamientos turísticos puerta cerrada. (Elaboración propia)

2.4.2 Camping

A continuación se presenta una tabla de Servicios turísticos de alojamiento puertas abiertas de Hornopirén.

Tabla N° 5 Alojamientos sin techo

<u>Camping El Viajero</u> Fono: + 56 9 1366432 Dirección: Sector Baños – Llancahué	<u>Camping Punta Poe</u> Fono: + 56 9 4719663 Dirección: A orilla de la playa E-mail: vivianakain@hotmail.com
<u>Hospedaje Familiar</u> Fono: + 56 8 2762714 Dirección: Carretera Austral S/N Contao Rural E-mail: guillermina.foitzick@hotmail.com	<u>Parque Patagonia El Cobre</u> Fono: + 56 8 2275152 Dirección: Sector El Cobre – Hornopirén E-mail: patagoniaelcobre@hotmail.com www.patagoniaelcobre.cl
<u>Camping Arrayan Florido</u> Dirección: 1 km desde la Plaza S. Alto – Hornopirén	<u>Camping Bosque Nativo</u> Fono: + 56 9 0735921 Dirección: 1 km desde la Plaza S. Alto – Hornopirén E-mail: deny21perez@hotmail.com
<u>Camping rueda de Agua</u> Fono: + 56 65 217434 Dirección: 7 km desde la plaza – Hornopirén E-mail: mari.sol.cas@hotmail.com www.ruedadeagua.cl	<u>Camping Doña Tato</u> Fono: + 56 8 7455137 Dirección: Chaqueihua – Hornopirén E-mail: turismo.donatato@hotmail.com
<u>Camping Trayenco</u> Fono: + 56 7 6617623 – 9 9408331 E-mail: hindigena@gmail.com	<u>Hostería y Cabañas Catalina</u> Fono: + 56 65 217359 Dirección: Calle Ingenieros Militares – Hornopirén E-mail: hchornopiren@hosteriacatalina.cl
<u>Hostal Blanca Burnes</u> Fono: + 56 65 217395 Dirección: Calle B. O'Higgins Centro – Hornopirén E-mail: b_hostal@hotmail.com	<u>Hospedaje Familiar Servicios Costanera</u> Fono: + 56 7 9793325 Dirección: Costanera Centro E-mail: servicios.costanera@msn.com

Tabla: Alojamientos turísticos sin techo. (Elaboración propia)

2.4.3 Transporte, Artesanías y Guías independientes

Tabla N° 6 Transporte, Artesanías y Guías independientes

<u>Transporte Turístico Marítimo Maec</u> Fono: + 56 9 1231958 Dirección: Puerto Pichicolo E-mail: espinozacastromiguel@live.cl	<u>Transporte Marítimo La Minga</u> Fono: + 56 65 217248 Dirección: Sector Cuchildeo – Hornopirén E-mail: oelckers@surnet.cl
<u>Esteban Manquehuai</u> Fono: + 56 9 1340755 Dirección: Calle Bernardo O'Higgins esquina Calle Cordillera – Hornopirén	<u>Artesanía en lana y cuero de salmón</u> Fono: + 56 8 2710087 Dirección: Calle Bernardo O'Higgins esquina Calle Cordillera – Hornopirén E-mail: mamita1@live.cl
<u>Cabalgatas Guiadas Rupu – Lahual</u> Fono: + 56 8 5423977 Dirección: Camino Lago Cabrera – Hornopirén E-mail: cabalgatas.rupulahual@hotmail.com www.cabalgatasrupulahual.cl	<u>Guía Local Volcán Apagado</u> Fono: + 56 9 7733044 Dirección: Calle Bernardo O'Higgins – Contao E-mail: pitty.cv@gmail.com
<u>Guía Pesca Hardy García</u> Fono: + 56 9 8337435 Dirección: Sector Alto Hornopirén – Hornopirén E-mail: cordilleratur@hotmail.com	<u>Guía Lago Cabrera</u> Fono: + 56 7 6617623 Dirección: Camino Lago Cabrera – Hornopirén E-mail: madilina.medicinancestral@hotmail.com
<u>Artesanía cuero de salmón</u> Fono: + 56 9 8312607 Dirección: Sector Los Canelos – Hornopirén E-mail: liwen@live.com	<u>Excursiones en Kayak Yak Expediciones</u> Fono: + 56 65 971623 E-mail: info@yackexpediciones.cl www.yakexpediciones.cl
<u>Artesanía cuero de salmón</u> Fono: + 56 8 7455131 Dirección: Calle Bernardo O'Higgins Cuchildeo E-mail: olavin10@yahoo.com	<u>Chocolatería Artsmont</u> Fono: + 56 8 5780500 Dirección: Sector Los Canelos – Hornopirén E-mail: mavillanueva61@gmail.com

Tabla: Transporte, Artesanías y Guías independientes (Elaboración propia)

2.4.4 Agencias de viaje

Tabla N° 7 Agencias de viaje

<u>Agencia de Turismo Ruta Austral – Concesionario Termas de Pichicolo</u> Fono: + 56 81564230 Dirección: Pichicolo – Hornopirén E-mail: turismorutaaustral@yahoo.es www.turismorutaaustral.cl
--

Tabla: Agencias de viaje (Elaboración propia)

2.4.5 Restaurantes o lugares de Alimentación

Tabla N° 8 Restaurantes o lugares de Alimentación

<u>Restaurant El Carrito</u> Fono: + 56 7 6670370 Dirección: Calle B. O'Higgins – Hornopirén E-mail: khitita1765@hotmail.com	<u>Restaurant Orietta</u> Fono: + 56 65 217336 Dirección: Calle B. O'Higgins – Hornopirén E-mail: crisburnes_75@hotmail.com
<u>Restaurant Cordillera</u> Fono: + 56 65 217235 Dirección: Calle B. O'Higgins Sector Alto – Hornopirén E-mail: cordilleratur@hotmail.com	<u>Restaurant Pie de Monte</u> Fono: + 56 7 6671292 Dirección: Camino Río Blanco – Hornopirén E-mail: restaurantpiemonte@hotmail.com www.turismopiedemonte.cl
<u>Restaurant Monte Verde</u> Fono: + 56 65 Dirección: Calle B. O'Higgins – Hornopirén	<u>Restaurant Los Braseros de Contao</u> Fono: + 56 8 8387818 Dirección: Calle B. O'Higgins – Contao E-mail: gladysestra@hotmail.com
<u>Cocinería 1 El Faro</u> Fono: + 56 9 9832857 Dirección: Calle Cordillera esquina B. O'Higgins – Hornopirén	<u>Cocinería 2 El Pescador</u> Fono: + 56 9 5089534 Dirección: Calle Cordillera esquina B. O'Higgins – Hornopirén

Tabla: Restaurantes o lugares de Alimentación (elaboración propia)

2.5 Demanda turística.

La demanda turística es el resultado de todas las decisiones de las demandas individuales de los usuarios turísticos-

También se puede definir como la cantidad demandada por el mundo a cada uno de los precios de los productos y servicios que componen los viajes. Se supone que la variable mas importante que afecta a la demanda es el PRECIO, diciéndose habitualmente que la demanda se comporta de manera decreciente respecto al incremento de este básicamente porque:

- Disminuye la capacidad adquisitiva del turista
- los turistas buscan productos sustitutivos a un determinado precio

Consecuentemente con este planteamiento, el primer elemento de decisión del turista deberá ser el precio y la cantidad de servicios y de productos que se ofrece.

En la zona Austral de Hornopirén, no existen estadísticas con respecto al tipo de demanda o a la cantidad de arribo de turistas a la zona, pero, por medio de la herramienta de las entrevistas a agentes relevantes de la actividad turística, se puede concluir un poco de la realidad de demanda de Hornopirén, concluyendo lo siguiente:

...”Los turistas que generalmente visitan Hornopirén son turistas de paso, que esperan el transbordo hacia el parque Pumalin o a Chaiten, amarillo o, simplemente cruzar al país hermano Argentina. Muchos de ellos son argentinos y viene a esta zona buscando deportes, recreación, pero poco se quedan en esta zona... somos una ciudad dormitorio lamentablemente” (Entrevista al Alcalde de Hualaihué, Freddy Ibacache)

...”Los gringos que visitan esta zona son hippies, todos relajados, viene en busca de experiencias extremas, o mucho contacto con la naturaleza acampando, o muy alto nivel, hospedándose en Lodge o clubes de pesca mosca, acá llega de todo. Los mas normales son los Chilenos, humildes, regateros y por sobre todo, amigables, viajan en grupos grandes y sin fáciles de tratar, los gringos que viene son generalmente (Entrevista a María del Transito García Uribe, Empresaria turística)

...”El perfil del turista que visita la Zona de Palena es extranjero en su mayora, argentinos en la Zona americana y muchos brasileños. Del otro continente de destaca el crecimiento de visitas de Alemanes... sobre todo de la tercera edad, han amentado mucho las visitas de esta índole” (Entrevista a Fernando Hernández).

Una de las medidas que tendrá este proyecto será el establecer parámetros para la medición y análisis de la Demanda, ya que es un factor muy importante para el desarrollo económico y el correcto uso del turismo de Hornopirén.

No obstante, se concluye que, la demanda de la zona es, mayoritariamente de paso, y extranjera, siendo necesario crear de manera apremiante una estrategia para posicionar el destino Hornopirén como prioridad, no como ciudad dormitorio.

2.6 Instituciones educacionales que desarrollan formación turística en la zona.

En la Región de los Lagos la educación técnica profesional se obtiene en forma no estructurada y sistemática del núcleo familiar, de los medios de comunicación, de la experiencia laboral y, en general, del entorno en el cual está inserta la persona; todos los liceos politécnicos realizan su actividad cuando los alumnos tienen por lo general entre 16 y 19 años de edad.; generalmente estos cursan tercero y cuarto medio.

2.6.1 Enseñanza Media

Enseñanza Media

La región de los Lagos posee Variados Liceos politécnicos, el Mirasol de Puerto Montt, el Politécnico de Calbuco, el Politécnico de Quellon, Liceo politécnico de Castro, el Liceo Técnico Profesional Remehue de Osorno, Colegio Politécnico Degli Monti de Puerto Varas, Liceo Politécnico Antulafquen de San Juan de la Costa y el Liceo Politécnico de Hornopirén.

Sobresalen los Liceos que poseen profesión relacionada con la mecánica, la carpintería, la acuicultura, el desarrollo de habilidades de costura y asistente de párvulos.

De estos Liceos Politécnicos de la región de los Lagos, el único que imparte la carrera técnica de Servicios Turísticos, es el Liceo de Hornopirén, siendo esta desarrollado hace ya 7 años.

Esta carrera se crea, mirando hacia el futuro progreso del turismo en esta rica zona natural de la región de los Lagos, esperando formar profesionales que puedan ejercer su profesión en la misma zona donde han crecido y formado.

2.6.2 Enseñanza Universitaria

Enseñanza Universitaria

Con relación a la actividad turística destaca, la incorporación de la Universidad Austral, pese a que posee su sede en la ciudad de Valdivia, ha desarrollado hacia Palena, todos sus emprendimientos relacionados con turismo y su carrera de administración de empresas de Turismo.

En puerto Montt se presenta también la Universidad Tecnológica de Chile y el Instituto INACAP, con las carreras de Instituto Profesional, Administración de Hoteles y Restaurantes y a través de su Centro de Formación Técnica, carreras de Gastronomía Internacional y Turismo mención Turismo Aventura.

2.7 Modelo de Gestión en Hornopirén.

El modelo más cercano, organizacionalmente hablando, que se presenta en Hornopirén y que tiene relación con la Actividad turística, es el modelo de la Asociación de empresarios turísticos de Hualaihué.

En ella, se trabaja de manera lineal, con todos los empresarios que están inscritos, con un objetivo clave, promoción y rentabilidad.

Trabajan bajo una estructura jerárquica donde la directiva toma decisiones, tratando de beneficiar a la mayoría de sus integrantes, no obstante, la internacionalidad de sus servicios y productos está presente en todas sus tomas de decisiones. Trabajan bajo el asesoramiento de grandes identidades turísticas como Pro Chile, SERNATUR, Universidad Austral.

Específicamente, para la actividad turística, no se posee un modelo de gestión ni estrategia colectiva, en donde municipalidad, empresarios, gestores culturales, ciudadanos, tengan un fin común.

2.8 Problema de la Actividad turística de Hornopirén y su Solución.

El proceso de planificación, de creación de un modelo de gestión, nace con la percepción de una situación en problema y la motivación para solucionarla. Una vez reconocida la falencia existente, se enfoca en descubrir las necesidades o carencias a fin de proporcionar las soluciones más óptimas para solucionar la privación existente y de tal manera pasando de una situación de estado negativo a algo positivo.

Dicha percepción de falencias o escasez puede surgir de distintos ámbitos, de la aplicación de una política de desarrollo, recuperación de infraestructura, carencias en grupos de personas, condiciones de vida deficitarias detectadas en algún diagnóstico en el ámbito local, y bajos niveles de desarrollo detectado por planificadores. Sin importar el origen, es importante llevar a cabo un análisis estructurado de la situación actual.

Debemos reconocer el problema principal generado, en nuestro caso, la inexistencia de la organización de la actividad turística de Hornopirén, identificando las causas y efectos que provoca este estado, describir la situación futura que se espera llegar una vez resuelto el problema, consiste en convertir los estados negativos en positivos, proponer distintas acciones para verificar cual resulte más conveniente para dar solución al problema encontrado y analizar desde el punto de indicadores la real magnitud de los beneficios que lograr desarrollar el proyecto.

2.9 Análisis de los involucrados.

Identificar los grupos y organizaciones que pudieran estar directa o indirectamente relacionados con el problema, y a la vez analizar sus reacciones, opiniones y actitudes frente al proyecto, permitirá vislumbrar una mayor objetividad al proceso. Al considerar los puntos de vistas, opiniones y fomentar un sentido de participación hacia los beneficiarios, se podría generar una coordinación entre falencia, soluciones, actividades y beneficios.

El análisis permite nivelar los distintos actores involucrados y cuáles podrían ser la categoría de actores a utilizar dependiendo de las características propias y comunes de cada involucrado. No solo debiese identificarse las acciones presente de los agentes, sino que deben tenerse en cuenta las distintas actividades que podrían desarrollar en el futuro, siendo beneficioso o no para el proyecto.

Para el caso de la comuna de Hornopirén, los involucrados en el plan de acción que se tiene como meta, crear un positivo desarrollo turístico, depende tanto de los beneficiarios: sean estos familias, comunidades campesinas, emprendedores turísticos, artesanos, estudiantes de establecimientos educacionales y poblaciones, como organismo públicos cuyo objetivo organizacional sea promover una mejora en la calidad de vida a través de un turismo desarrollado de manera positiva.

Cualquier acción dentro de la sociedad debe tener en cuenta el medio en que se intervienen, los intereses que se tocan, las posiciones previas que se amenazan o se fomentan, los equilibrios que se alteran, y las reacciones de los agentes sociales, a que da lugar esa afectación de intereses, posiciones y equilibrios.

A continuación se presenta una tabla describiendo a los mayores involucrados con este proyecto:

Tabla N°9: Análisis de los involucrados.

ANÁLISIS DE LOS INVOLUCRADOS.	
A NIVEL NACIONAL	
SERNATUR	
Objetivo	Fomentar y consolidar el desarrollo de la actividad turística en el país, estimulando y coordinando el trabajo público – privado, promoviendo y desarrollando el turismo interno y receptivo con estándares de calidad sustentados en las normas chilenas, implementando programas especiales que contribuyan a la consolidación de la oferta y demanda turística, que permitan la accesibilidad del turismo a la ciudadanía, aportando al desarrollo económico y social del país. ¹
	Entre sus funciones organizacionales se mencionan:

¹ Pág. Web www.sernatur.cl/institucional.

Recursos y mandatos.	_. Información sectorial. _. Promoción del turismo a nivel internacional. _. Turismo interno. _. Desarrollo sustentable de la oferta turística. _. Con respecto al trabajo realizado en tema turismo positivo, el organismo ha diseñado líneas de acción que fomenta la actividad en grupos sociales de condición vulnerable, propiciando de esta manera una nueva demanda a la oferta en tiempo de temporada baja.
Falencias percibidas	_. Ante tema turismo social, el organismo se ha preocupado de diseñar e implementar líneas de acción para que grupos de escasos recursos puedan hacer uso de su tiempo libre, enfocando todas las acciones en dos grupos específicos, no considerando a otros colectivos que pertenecen a esta clasificación de vulnerables. _. Hoy en día el organismo fomenta más el turismo receptivo, dando mayor enfoque e importancia a posicionar al país como un nuevo y atractivo destino turístico al extranjero.
MIDEPLAN	
Objetivo	Promover del desarrollo del país con integración y protección social de las personas, articulando acciones con las autoridades políticas, órganos del estado y sociedad civil, a nivel nacional, regional y local.
Recursos y Mandatos	Las acciones son realizadas mediante: _. Análisis, diseño, coordinación, ejecución y evaluación de políticas sociales, planes y programas. _. Evaluación de las iniciativas de inversión pública. _. Provisión de información y análisis acerca de la realidad social y económica. _. Elaboración de instrumentos y metodologías para la gestión y toma de decisiones de políticas públicas.
Falencias percibidas	_. Descoordinación entre el ministerio, scremi y municipalidades. Información relevante para desarrollo de proyectos de bienestar no son transmitidas.
MINISTERIO DE EDUCACION	
Objetivo	Promoverla equidad de educación, su calidad y distribución en todo el País
Recursos y Mandatos	_.Promover el estudio en niños jóvenes y adultos Chilenos _.Análisis de la calidad de la Educación y sus establecimientos de desarrollo _.Creación de herramientas de medición control distribución y administración de la educación
Falencias percibidas	_. Descoordinación con los otros estamentos de Gobiernos que desarrollan de manera directa, actividades educacionales, como el Ministerio de turismo, el Ministerio del Trabajo, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, etc.

FOSIS	
Objetivo	Contribuir en el esfuerzo del país por la superación de la pobreza y disminución de la vulnerabilidad social de las personas y familias, aportando respuestas originales en temas, áreas y enfoques de trabajo complementarios a los que abordan otros servicios del Estado.
Recursos y Mandatos	FOSIS, financia proyectos cuya finalidad sea una mejorar calidad de vida. Dentro de sus líneas de financiamiento se mencionan las relacionadas con: _ . Programas de mejores oportunidades de trabajo. _ . Iniciativa o fortalecimientos de negocios emprendedores. _ . Apoyo a familias y comunidades. A través del programa de desarrollo social financia proyectos de ayuda social para mejora e igualdad de condiciones sociales. _ . Voluntariado.
Falencias percibidas	Escasez de programas que fomenten interacción social a través de viajes turísticos. Las líneas de ayuda basan su trabajo en mejorar calidad de vida laboral y fortalecer proyectos innovadores de emprendedores.
JUNAEB	
Objetivo	Administrar los recursos estatales destinados a velar por los niños, niñas y jóvenes Chilenos en condición de vulnerabilidad biopsicosocial, para que ingresen, permanezcan y tengan éxito en el Sistema Educativo. ²
Recursos y Mandatos	_ . Externalizar sus programas con privados, formando una red de apoyo global para todo estudiante nacional. _ . Propiciar instancias de interacción estudiantil a través de campamentos escolares. _ . Otorgar ayuda en materiales, alimentación y becas para fomentar la continuidad de estudio a jóvenes de situación vulnerable. _ . Programa de salud para estudiantes de establecimiento educacionales en etapa PRE escolar, escolar y media. _ . Preparación de análisis que permite identificar el índice de vulnerabilidad de los establecimientos educacionales.
Falencias percibidas	_ Los estudiantes se ven favorecidos en las necesidades de alimentación, salud y recreación, pero existe deficiencia en cuanto a experiencias de interacción con otras comunidades y desarrollo de personalidad y desplante.

A NIVEL LOCAL	
MUNICIPALIDAD DE HUALAIHUE /OFICINA DE TURISMO Y CULTURA	
Objetivo	Fomentar el turismo de la comuna, gestionando beneficios para los microempresarios o para quienes deseen comenzar con nuevos emprendimientos (a través de capacitaciones, cursos, difusión de la oferta, etc)
Recursos y Mandatos	Fomentar la actividad turística Organizar la actividad turística Difundir la oferta turística naciente y la establecida.
Falencias percibidas	Poca comunicación con entidades educacionales o de gestión que aportan a la actividad turística
SECPLAC (Secretaría comunal de planificación)	
Objetivo	Unidad técnica asesora del Alcalde y del consejo en la elaboración de la estrategia municipal, como asimismo en la definición de las políticas y en la elaboración, coordinación y evaluación de los planes, programas y proyectos de desarrollo comunal. ³
Recursos y Mandatos	_. Estudiar, programar y evaluar el proceso de desarrollo comunal en sus aspectos sociales, territoriales y económicos, dando origen a programas y proyectos específicos en cada una de estas áreas en coordinación con las unidades municipales correspondientes. _. Efectuar análisis y evaluaciones permanentes de la situación de desarrollo de la comuna, con énfasis en los aspectos sociales y territoriales. _. Estudiar y elaborar el plan regulador comunal, y mantenerlo actualizado, promoviendo las modificaciones que sean necesarias y preparado los planes para su aplicación.
Falencias percibidas	Los organismos dependientes de las municipalidades se acondicionan a la estabilidad otorgada por el gabinete electo. Si el tema es de interés para el gabinete posterior los proyectos pueden seguir ejecutándose pero en la mayoría quedan archivados. Las competencias presentes en la planta municipal carecen de profesionalismo. Sobre todo en las partes rurales de la región.
POSIBLES COLECTIVOS.	
JUNTAS DE VECINOS	
Intereses	Promover el desarrollo de la comunidad, defender los derechos del vecindario, aportar con el bienestar en conjunto, planear y diseñar programas de mejoramiento habitacional, urbano, etc.
Características	_. Crear asociatividad positiva entre los miembros del vecindario, generando interés de participación. _. Postular a proyectos otorgados por las distintas instituciones gubernamentales a fin de optar por mejores condiciones de vida, de espacio

	recreativo, etc.
Necesidades	_ La autoridad queda relegada en un grupo de persona, que en ocasiones no representan la opinión de la mayoría. _ Si el comité no esta constituido por personas con capacidades y poder de gestión se pierde oportunidades de crecimiento y ayudas sociales.
Departamento de turismo del Liceo de Hornopirén	
Interés	Formar profesionales de la actividad turística, entregarles herramientas, para su desarrollo personal y laboral.
Características	_ Equipo de trabajo, fomentadores del desarrollo turístico. _ Profesionales que fortalecen la identidad local con su docencia _ Acompañamiento en Terrenos y actividades extraprogramaticas
Necesidades	_ Mantener un trabajo junto a los alumnos de manera estable, lo cual se dificultad en época invernal. Que conlleva a un elevado índice de desgano, por el alto impacto que genera el clima en los Adolescentes

Tabla: Agentes involucrados (elaboración propia)

2.10 Investigación cuantitativa y cualitativa de la actividad turística.

Se centrará el trabajo en la comunidad, en jóvenes de entre 15 y 18 años, que estudian la especialidad de Técnico en Turismo en el Liceo de Hornopirén, siendo éstos, los precursores del crecimiento, mejoramiento e investigación de la actividad turística local.

i. Criterios de inclusión.

Todos aquellos alumnos que estudian la especialidad de Técnico en Turismo, en el Liceo poli técnico de Rio negro. Hornopirén., que tengan entre 16 y 18 años, que cursen 3ro y 4to medio, que de manera voluntaria, accedan a contestar la encuesta.

ii. Criterios de Exclusión.

Todos aquellos alumnos que estudian, una especialización técnica distinta a la de Técnico en turismo, pese a que tengan la misma edad y la voluntad de contestar la encuesta.

2.11 Herramientas metodológicas.

2.11.1 Encuesta

La encuesta es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados. Con la encuesta se trata de "obtener, de manera sistemática y ordenada, información sobre las variables que intervienen en una investigación, y esto sobre una población o muestra determinada. Esta información hace

referencia a lo que las personas son, hacen, piensan, opinan, sienten, esperan, descan, quieren u odian, aprueban o desaprueban, o los motivos de sus actos, opiniones y actitudes" (Visauta, 1989: 259). A diferencia del resto de técnicas de entrevista la particularidad de la encuesta es que realiza a todos los entrevistados las mismas preguntas, en el mismo orden, y en una situación social similar; de modo que las diferencias localizadas son atribuibles a las diferencias entre las personas entrevistadas.

La investigación exploratoria se utiliza, fundamentalmente, en las ocasiones que no hay información previa sobre un determinado fenómeno, de modo que el investigador la utilizará cuando desee realizar una primera "toma de contacto" con un objeto de estudio que no es muy conocido, ó para tener una primera familiarización con el problema de la investigación.

La Investigación concluyente suministra información que ayuda a evaluar y seleccionar un curso de acción. El diseño de la investigación se caracteriza por procedimientos formales de investigación. Esto comprende los objetivos de la investigación y necesidades de información claramente definidos. Con frecuencia, se redacta un cuestionario detallado, junto con un plan formal de muestreo. Debe ser evidente que la información que se va a recolectar esté relacionada con las alternativas en evaluación. Los posibles enfoques de investigación incluyen encuestas, experimentos, observaciones y simulación.

El modelo de encuesta elaborado es exploratorio y a su vez concluyente, ya que se busca seleccionar prioridades para posteriormente relacionarlas con la creación de un modelo de gestión aplicable, a estos mismos encuestados.

El modelo de encuesta

ENCUESTA VOLUNTARIA PARA ALUMNOS DE TECNICO EN TURISMO LICEO DE HORNOPIREN, MARZO 2010.

Curso:

Nombre:

Edad:

Conteste las siguientes preguntas, numerando del 1 al 7 en donde el 7 es la mejor calificación y el 1 la peor calificación. Esta información solo será utilizada en una Tesis de grado de la Universidad de Valparaíso. Romina del Solar Stevenson, Carrera Gestión en turismo y cultura.

- 1) ¿Con que nota calificaría usted la Carrera Técnico en Turismo?
- 2) ¿Con que nota calificaría usted, el modo de enseñar que poseen sus profesores de la especialidad técnica?
- 3) Califique usted, según sus criterios, el nivel las herramientas turísticas que la carrera le entrega (terrenos, idiomas, etc)
- 4) Califique usted, la calidad de la actividad turística en Rio negro - Hornopirén
- 5) Califique usted, los recursos turísticos que tiene Rio negro – Hornopirén

A partir de esta información se determinaron los indicadores, utilizando la fórmula siguiente:

$$\text{Proporción de X} = \frac{\text{N}^\circ \text{ x } 100}{\text{N}^\circ \text{ total}}$$

Por ejemplo:

$$\begin{array}{l} \text{Proporción de alumnos que} \\ \text{calificaron la carrera con nota 5} \end{array} = \frac{15 \times 100}{30} = 50\%$$

Todos los valores fueron expresados porcentualmente.

(Y la encuesta es de elaboración propia)

2.11.2 Entrevistas.

“La entrevista es un recurso periodístico que permite acceder a la información de primera mano, directamente con quien lo genera o lo posee, a través de un diálogo que favorece el conocimiento de aspectos adicionales y accesorios de la misma información, y que por estas posibilidades facilitan también el conocimiento del corte más simple, la clasificación podría quedar circunscrita a entrevistas informativas y opinativas, es decir, entrevistas para conseguir información concreta y entrevistas para conseguir una opinión sobre un asunto determinado esto es necesario para atender mejor la información”.

A continuación se presentan relevantes entrevistas realizadas a distintas personalidades de la Actividad turística de la comuna, siendo estas, la base del Modelo que será expuesto a continuación.

Entrevistado: Señor Freddy Ibacache, Alcalde de la Comuna de Hualaihué.

Señor Alcalde, ¿Qué opinión le merece la actividad turística de su comuna?

Bueno, la comuna posee la casa del visitante, centro de atención al turista financiado por Innova Chile, poseemos estudiantes de turismo en nuestro liceo politécnico y de atractivos más destacados,... tenemos el Parque nacional Hornopirén, el atractivo más visitado de nuestra comuna, según las estadísticas de nuestra municipalidad, este atractivo nos interesa potenciarlo y trabajar junto a CONAF es uno de nuestro proyecto a corto plazo; nuestra intención es que el Parque se convierta en un atractivo nacional tanto como Internacional, la mayor parte de turistas que lo visita es extranjero, pero poco a poco el Chileno ha conocido el Parque y también Hornopirén.

Los turistas que generalmente visitan Hornopirén son turistas de paso, que esperan el transbordo hacia el parque Pumalín o a Chaitén, amarillo o, simplemente cruzar al país hermano Argentina. Muchos de ellos son argentinos y viene a esta zona buscando deportes, recreación, pero pocos se quedan en esta zona... somos una ciudad dormitorio lamentablemente

Destaco otros atractivos naturales, como los volcanes las termas, y la misma ruta 7 que obliga a los visitantes a pasar por Hornopirén, que es la puerta norte de la Carretera Austral.

¿Qué opinión le merece la formación de los alumnos del Liceo Hornopirén que tiene su título de Técnico en Turismo?

El liceo les brinda las herramientas necesarias, para tener confianza y trabajar en empresas de turismo importantes, por ejemplo viajan a la laguna San Rafael, en el Escorpio, empresa de naviera de importante les da oportunidad de práctica y crecimiento personal a los mejores alumnos de la generación, la falencia claro está, en que no todos tienen un espacio para realizar su práctica profesional, y sacar su título Técnico, esperamos que eso se solucione pronto ante con una mayor intervención del DAEM junto a los empresarios turísticos de la zona.

La labor que ellos hacen, es buena, información y de guía turística, poco a poco, la comuna tiene fe en el crecimiento de estos chiquillos y ojala ellos disfruten del turismo.

¿Conoce usted las instituciones y empresas de turismo que hay en esta comuna?

Sí, claro, esta la Asociación de empresarios turísticos de Hualaihué, también existe una agrupación las cámaras de comercio y turismo, la organización de Ríos y senderos de Contao, agrupación turística femenina de Rolecha.

Y la participación de Patagonia verde? La institución representativa de la Universidad Austral, que apoyo durante unos años la actividad turística de la comuna con modelos y capacitaciones?

No, Esta institución ya no existe, se logro mucho crecimiento con su ayuda, pero con el cambio de gobierno no se renovó. Esta mesa publica privada logro muchas cosas organizacionales, nos unió mucho mas a SERNATUR Y a PROCHILE, nos ayudo mucho con el posicionamiento del destino, pero no fue perdurable en el tiempo.

¿Por qué cree usted que esto sucedió?

Yo creo que se debe a la poca cercanía de la institución con la comunidad, los ciudadanos y la realidad de la comuna, se impuso una forma de hacer turismo, que, por como es la cultura local, no resulto: además de los típicos problemas financieros cuando existe un fondo de desarrollo grande no.... De todos modos les estaremos eternamente agradecidos por todo lo que Hualaihué creció gracias a ellos.

De todos modos ahora es SERNATUR quien lleva las tiendas de las actividades turísticas de esta zona, ya que los municipios tenemos pocos recursos para intervenir.

El liceo Hornopirén ¿Hace cuanto tiempo tiene la especialidad de turismo? ¿Que modificaciones le haría usted a la malla curricular?

Yo creo que hace más de 7 años, modificando su malla hace tiempo. Tengo entendido que el DAEM de la comuna luego intervendrá para hacer mejorías. Yo creo que la falencia de estos chiquillos esta en el creerse el cuento, ser ellos mismos promotores de

su comuna, de los recursos de sus familias y lo más importante, fortalecer el idioma, a que como le conté, los gringos son quienes más visitan Hornopirén.

Entrevistado 1: Fernando Hernández, Director provincial de Palena SERNATUR.

¿Cuál cree usted que es la mayor falencia al desarrollo turístico de Hornopirén?

La conectividad, el convenio del Estuario de Reloncaví de naviera austral, limita que los turistas que viene del sur o del norte, puedan regresar hasta puerto Montt, yo considero que hay que mejorar un tema de mas barcazas, mas fiscalización, pero ahora por lo menos, aumentaran las horas de conectividad, Esta situación ha fortalecido la ruta turística por puero, ya que muchos pasan por ahí, en vez de cruzar de manera directa desde Puerto Montt. Cuando hay temporal, es un caso distinto, ya que el aislamiento aun existe.

Destaco que pese a los problemas de transporte marítimo, el viaje a Chaiten potencia el turismo en Hornopirén, ya que muchos se embarcan en este puerto hacia Chaiten y hacia Futaleufú. De todas maneras, mejorar la conectividad es una meta a corto plazo del gobierno regional de Los Lagos, junto a SERNATUR.

¿Qué atractivos turísticos destaca de la zona?

El parque Nacional Hornopirén, que debe cambiar ya mismo su manera de administración, ya que CONAF posee un solo guarda parque para toda la afluencia de turistas que suben hasta allá. También las termas y fiordos, son un atractivo poco explotado.

SERNATUR recomendará prontamente a CONAF el funcionamiento de este parque, es una falencia clara, que debe mejorarse, en señalética, primeros auxilios, etc., mejorar los caminos y así visitar muchos más atractivos.

¿Qué objetivo se plantea SERNATUR en relación al turismo de Hornopirén?

El objetivo clave que tendrá SERNATUR durante este tiempo, será el posicionar a Hornopirén y sus atractivos como un destino lleno de aventura encanto naturaleza y diversidad, desenchajándolo del estigma, de solo ser una comuna dormitorio, para hacer turismo en Chaiten, Futaleufú, o el Parque Pumalín.

¿Qué opinión le merece la formación de los alumnos de Técnico el Turismo del Liceo Hornopirén?

Creo que la formación de estos niños ha mejorado muchísimo con el paso del tiempo. Es una característica del ciudadano local la timidez y la despreocupación por el extranjero sin orientación.

El perfil del turista que visita la Zona de Palena es extranjero en su mayoría, argentinos en la Zona americana y muchos brasileños. Del otro continente destaca el

crecimiento de visitas de Alemanes... sobre todo de la tercera edad, han amentado mucho las visitas de esta índole. Esa situación, creo que debido a la mejoría de su formación, ha cambiado, ahora sociabilizan mucho mas con los turistas, y saben mucho mas de su propia comuna, esperemos que con el paso del tiempo, la relación con los empresarios locales también cambie, y ellos tengan la oportunidad de hacer turismo.

¿Qué piensa sobre el trabajo que realizo la mesa publica privada de PATAGONIA VERDE en esta comuna?

Bueno, ese fue un gran modelo de gestión turística, de grandes características porque no solo abarco esta comuna, Yo, en mi rol de gerente, sesionábamos 3 veces al año, me siento satisfecha con el trabajo que se realizo, porque los empresarios del rubro turístico lograron comprender que la organización y la promoción debe ser un trabajo en equipo, además de crear buenísimos espacios de capacitación y charlas para todos ellos.

Agradezco mucho el apoyo municipal que se tubo, el de SERNATUR, el de PRO CHILE, el de AGES asesores etc., todos quienes contribuyeron a esta mesa, también a la Asociación de empresarios turísticos de Hualaihué, por su voluntad de trabajar en pro del posicionamiento de este destino turístico hermoso y recién en crecimiento.

Entrevistado 2: Luis Arriagada, Presidente de la Asociación de Empresarios Turísticos de Hualaihué.

1.- ¿Como describiría usted la actividad Turística de Hornopirén ?

Lenta... difícil de manejar, muy poco organizada, pero yo como empresario me preocupo de yo prestar un buen servicio y de tratar de ayudar al resto de los empresarios emergentes, mas ignorantes de la actividad turística y también de tratar de conservar una línea de excelencia con respecto a los otros, porque la oferta turística acá en muy variada, y sabe usted que poco legalizada también...

2.- ¿Cómo ve usted la formación de jóvenes técnicos en Servicios turísticos del Liceo?

Básica, con malas bases, estos chicos, aunque sean de la zona, no poseen la personalidad ni los recursos organizacionales sigamos, para ser un aporte dentro de una empresa turística, su vocablo es limitado, ni hablar del idioma, además, tiene mucha timidez, y el turismo no puede generarse sin personalidad.

Siempre me han juzgado por no dar practicas profesionales a estos chicos, pero no puedo hacerlo, ya que tengo claro que, para mi, no son un aporte.

3.- ¿Qué Haría Usted para mejorar el turismo en Hornopirén?

Osea, tratar de posicionar el destino en el consumidor ya es un trabajo encaminado, por lo menos en nuestra organización... El turismo así como se desarrolla esta estable, y lo que mas nos importa, se vuelve rentable. E tenido la suerte de participar en ferias nacionales e internacionales de turismo y Hornopirén se vende, de manera distinta, a veces disfrazada, pero lo esta haciendo poco a poco... me gustaría acercarnos mucho mas al turismo que la Zona mas austral, con deporte, con agentes bilingües, con experiencias únicas para los turistas, esperemos lleguemos a este objetivo.

Entrevistado 3: María del transito García Uribe, empresaria de la Zona

1 ¿Cómo describiría usted a los turistas que visitan su complejo turístico?

Los gringos que visitan esta zona son hippies, todos relajados, viene en busca de experiencias extremas, o mucho contacto con la naturaleza acampando, o muy alto nivel, hospedándose en Lodge o clubes de pesca mosca, acá llega de todo. Los mas normales son los Chilenos, humildes, regateros y por sobre todo, amigables, viajan en grupos grandes y sin fáciles de tratar, los gringos que viene son generalmente

2.12 Resultados de Herramientas metodológicas aplicadas

Resultado de encuestas

La encuesta elaborada y aplicada en los alumnos de la carrera de Servicios Turísticos de Hornopirén, arrojó los siguientes resultados:

Tabla N° 10 Resultados Encuestas.

Preguntas	Notas asignadas por alumnos (%)				
	Nota 2	Nota 3	Nota 4	Nota 5	Nota 6
P1		16,7	33,3	50	
P2		33,3	30	36,7	
P3	20	33,3	46,7		
P4			33,3	66,7	
P5				26,7	73,3

Tabla: Resultados encuestas (elaboración propia)

No se registraron las notas 1 ni 7 dentro de las preguntas evaluadas.

Puede verse con claridad, que la satisfacción de los alumnos, es básica, con respecto al funcionamiento, y desarrollo de su carrera técnico Profesional.

Las preguntas con menos calificación tienen que ver con los factores que el exterior le entrega a la carrera de servicios turísticos, y las respuestas calificadas más altas, tienen que ver con la familiaridad, la cercanía, y el compromiso con que los alumnos tienen su comuna.

Por ende se concluye, que los factores externos a su carrera son los que menos satisfacen sus expectativas, como empresarios privados, etc.

2.13 Análisis P.E.S.T.A.

Para realizar un análisis adecuado según el contexto de macro entorno de Hornopirén, se utilizará el análisis P.E.S.T.A. Este último establece la importancia de las influencias existentes en el entorno de las fuerzas políticas, económicas, sociales, tecnológicas y ambientales, como inciden en diferente medida en el funcionamiento y desarrollo de la actividad turística de Hornopirén

2.13.1 Factor Político/ Legal.

La actividad turística, deberá trabajar bajo las normas y regulaciones presentes en el entorno en que funciona el turismo, considerando para la implementación, a las entidades regulatorias, políticas gubernamentales, políticas de medio ambiente y políticas de comercio, entre otras.

Se destacan las siguientes leyes a seguir:

- Ley 20.423 Le de turismo. La ley considera el turismo como una actividad “estratégica” para el país, y por ello la dota de una nueva institucionalidad, con la creación de un Comité Ministerial y una Subsecretaría, entre otros; la creación de un sistema de clasificación, calidad y seguridad de los servicios turísticos, el establecimiento de Zonas de Interés Turístico y una reglamentación para el uso turístico de las Áreas Silvestres Protegidas que sean propiedad del estado.
- Por primera vez se hablará de una Política Nacional de Turismo, que tendrá una especial consideración por el rol de las regiones y las comunas en ella, y que buscará fomentar los programas sociales que estimulen la inversión, la creación de empleo y el surgimiento de PYMES.
- Ley 19.300 y Reglamento del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental. Decreto Supremo N° 95/01 DEL Ministerio Secretaria General de la Presidencia.

La institucionalidad turística es importante, debido a que existen en el contexto nacional diversas instituciones de orden público y privado que tiene implicancia en la actividad turística, con sus políticas y normativas, en torno al desarrollo de la industria. El Servicio Nacional de turismo como la mayor institución pública de país plantea los lineamientos elaborando políticas nacionales, desarrollando orientaciones que el país debe seguir.

El gobierno del Presidente Sebastián Piñera, propone el siguiente eje de acción para el sector turístico en Chile:

- El Ejecutivo envía al Congreso en enero de 2008 un proyecto de ley que tras dos años de trámite legislativo fue promulgado el 4 de febrero de 2010.
- La esperada Ley 20.423 «Ley de Turismo», que establece «un sistema institucional para el desarrollo del turismo».
- 1.- Crea un Comité Ministerial y una Subsecretaría de Turismo.
- 2.- Crea un sistema de clasificación, calidad y seguridad de los servicios turísticos.

- 3.- Estructura un modelo de promoción.
- 4.-Establece Zonas de Interés Turístico.
- 5.- Reglamenta el uso turístico de las Áreas Silvestres Protegidas de propiedad del Estado.
- Los cambios más relevantes que trae la nueva ley son a nivel de estructura institucional.
- El actual Ministerio de Economía y Fomento robustece su nombre, pasando a llamarse «Ministerio de Economía, Fomento y Turismo».
- Crea el Comité de Ministros del Turismo: asesora al Presidente en la definición de la Política Nacional de Turismo y de la Política de Promoción del Turismo, presupuesto, proyectos de ley, etc.
- Preside ministro de Economía e integrado por los ministros de Obras Públicas, Vivienda, Agricultura, Bienes Nacionales, Medio Ambiente y Cultura.
- Crea la Subsecretaría de Turismo, para coordinar los distintos servicios públicos del sector, asesorar al Comité de Ministros, etc.
- Se refuerza SERNATUR en recursos y atribuciones, sobre todo en relación a la promoción internacional

En el primer eje se busca ampliar la oferta de productos a través de una mayor infraestructura y conectividad, mejorando los aeropuertos en los principales destinos turísticos; invirtiendo y agilizando los pasos fronterizos; facilitando el acceso a los centros de deportes invernales; aumentando la inversión en infraestructura regional; y mejorando los terminales de pasajeros para cruceros a través de concesiones. Además, se desarrollarán nuevos polos de atracciones turísticas; se revisará la categoría de municipio turístico y se estimulará tributariamente a las pequeñas y medianas empresas del sector.

En el segundo se desarrollarán y perfeccionarán los mecanismos de inteligencia de mercado, y se aumentarán los recursos públicos y privados en promoción y publicidad turística nacional e internacional.

El tercero busca promover la asociatividad, generando alianzas público-privadas, promoviendo un modelo de gestión integral de destinos turísticos.

El cuarto eje se refiere a mejorar el capital humano del sector, destinando más recursos, con un programa de capacitación on-line para empresas PYME, e insertando al sector como área prioritaria en los programas de becas del Gobierno. Asimismo, se flexibilizará la legislación para favorecer el empleo y capacitación del sector.

Finalmente, el quinto eje pretende mejorar la institucionalidad, facilitando la coordinación entre todos los ministerios y servicios relacionados con el turismo, para que en forma coherente implementen los programas que el desarrollo turístico nacional requiere.

Sin embargo, el terremoto del sábado 27 de Febrero del año 2010, obligó al ejecutivo a redefinir las prioridades de desarrollo económico nacional, dando más relevancia a la actividad turística, como eje de desarrollo económico prioritario y estratégico para la zona Patagónica de Chile.

El 27 de enero de 2011, fue publicada en el Diario Oficial la Ley No. 20.494 que facilita la constitución y funcionamiento de nuevas empresas.(ANEXO)

Para poder dilucidar la realidad político, legal de Hornopirén, es preciso identificar las falencias que esta comuna posee en materias, como economía, administración, control, etc. en cuanto a la actividad turística que en ella se realiza, no obstante, ambas leyes antes nombradas, la Ley N° 20.423, relacionada con la actividad turística y sus nuevas regulaciones y la Ley N° 20.494 relacionada con la organización y control de las legalidades de los emprendimientos y negocios, viene a re definir el orden y funcionamiento de la actividad turística , en esos aspectos.

2.13.2 Factor Económico

En este punto se analizarán las tendencias macroeconómicas, factor que tendrá impacto significativo dentro de las operaciones de la actividad turística de Hornopirén.

Las políticas monetarias que debe seguir la actividad turística de la comuna, deben actuar acorde al régimen económico establecido dentro del territorio en el cual se trabaja. Junto a esto, al generar alianzas estratégicas con extranjeros, la economía juega un papel fundamental al momento de realizar transacciones, por ende, se debe diagnosticar el espacio, definir donde se realizan las transacciones monetarias efectivas.

Debe considerarse la inflación; si los precios se elevan, afectara al consumidor de la industria turística y a los agentes involucrados en la oferta turística en particular.

Según el Informe Anual de Turismo 2008 del Instituto Nacional de estadísticas (documento técnico liberado más actual al que se tiene acceso público), la llegada de turistas internacionales mundial fue de 924.000.000 el año 2008, dato entregado por la Organización Mundial de Turismo (OMT), esto representa un crecimiento de 1,8% en comparación a 2007 (6.9%). Esto se debió a la situación de la economía mundial, la que fue extremadamente volátil y desfavorable, producto de la crisis financiera, del aumento del valor de las materias primas y del petróleo, sumado a las grandes fluctuaciones de los tipos de cambio, las llegadas de turistas disminuyeron en forma importante a lo largo del año.

Terremoto y el Impacto en la Industria Turística Internacional: A pesar de que la región de Los Lagos se encuentra en perfectas condiciones, el país donde se desarrollará el modelo esta débil.

La emergencia se enfrenta en dos fases: la de corto plazo, que principalmente está enfocado a convencer al público argentino y el de largo plazo, para incentivar la venida de brasileños, estadounidenses, españoles, alemanas y franceses, entre otros. (según entrevistas realizadas)

Debido a los efectos de los noticieros internacionales, cualquier punto del país fue afectado por la disminución turística, incluso aquellos tan alejados del sismo como la zona de Hornopirén.

Respecto a la actividad turística, importantes economistas del gobierno concluye que "Preliminarmente estamos manteniendo la estimación de un crecimiento de 4.5% para el

2010 porque habría una desaceleración o una caída ahora en marzo, en la primera parte del año, pero en la segunda parte del año se compensaría con mayor actividad", según Cristián Gardeweg, economista de la firma Celfin Capital.

En relación al impacto sobre el PIB anual, cabe destacar que si bien es esperable una menor producción industrial, también podría haber un crecimiento mayor de la construcción y otros servicios.:en relación al Turismo, De acuerdo a datos de SERNATUR(anexo), con respecto al ingreso de turistas extranjeros a Chile, puede concluirse gracias a sus estadísticas que la cantidad asciende a 935.3 millones de extranjeros.

En el siguiente grafico (Figura N° 5), se muestra información relevante respecto a las divisas de la actividad turística en Chile:

Figura N° 5: Llegadas de turistas internacionales

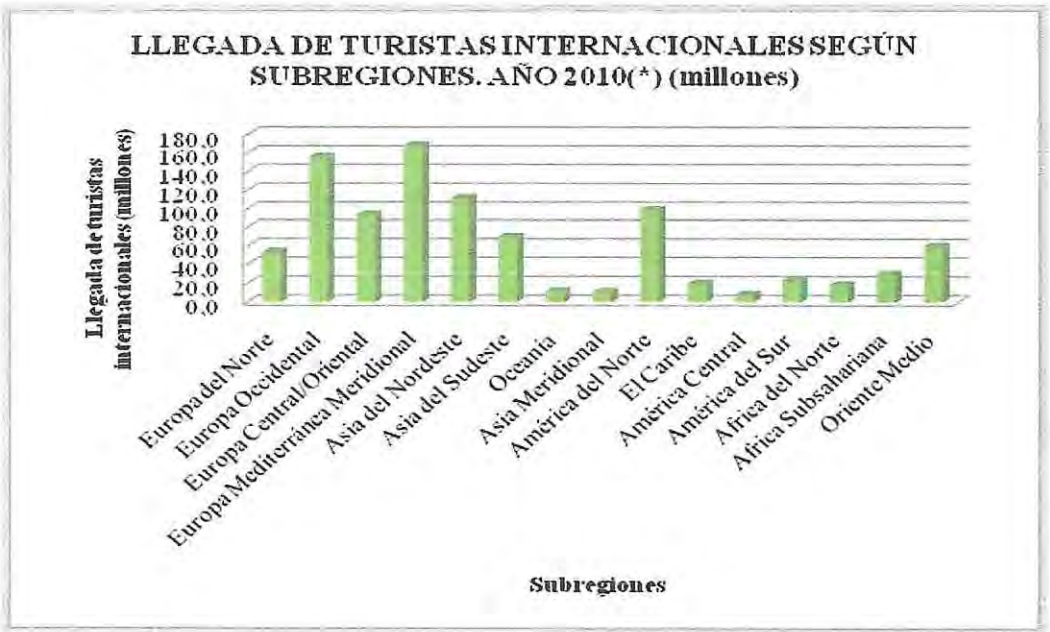


Gráfico: Anual de SERNATUR, año 2010.

Se interpreta también de estas estadísticas, que las divisas recibidas por Chile, Gracias a esta actividad turística, bordean los 2.039.786 USD, durante el año 2010.

Al analizar la estacionalidad de las llegadas (demanda), se observa que sobre un tercio (36,2%) se produce durante el primer trimestre del año y 27,6% en el último. La menor demanda ocurre en el período abril-junio.

En cuanto al número de pasajeros llegados a Chile, con la intención de visitar zonas silvestres protegidas, se destaca la visita a la región de los Lagos, siendo 486.725 personas las que visitaron Reservas Parques y Monumentos Naturales.

Figura N° 6 Visitantes Áreas Silvestres

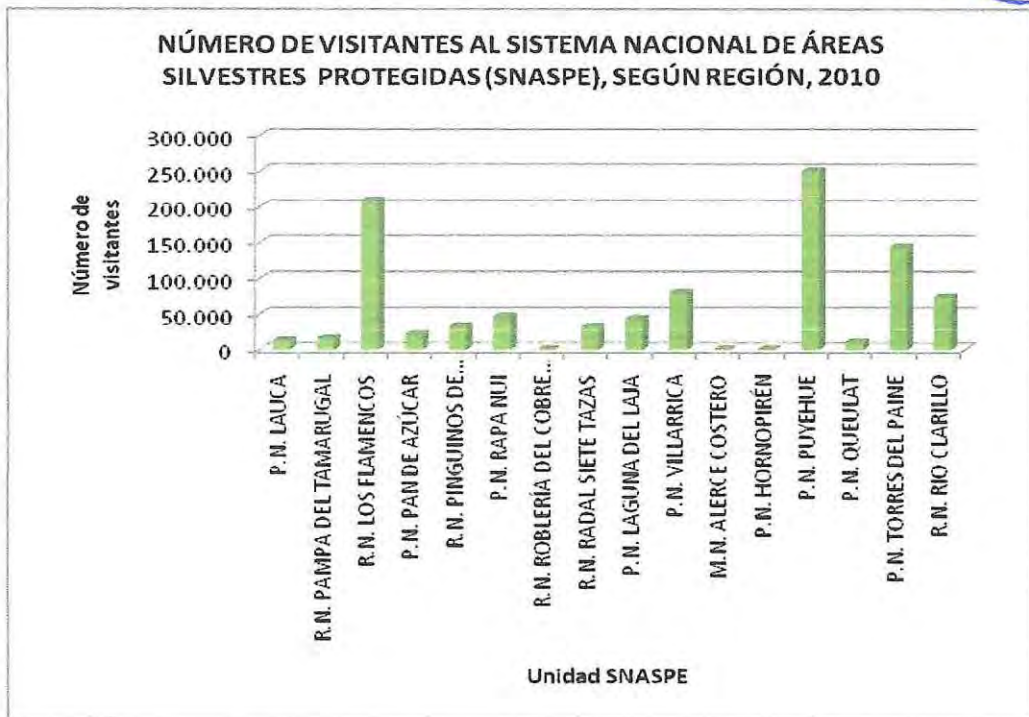


Figura: Anual de SERNATUR, áreas Silvestres, 2010

Del cuadro anterior se interpreta que los turistas extranjeros que visitan establecimientos turísticos en la región de Los Lagos son 105.048 al año (2010); con respecto a la pernoctación de estos, la cifra es de 183.395, siendo notoriamente alta la diferencia entre los que pernoctan y los que visitan lugares específicamente turísticos.

Figura N° 6 Pernoctación de pasajeros

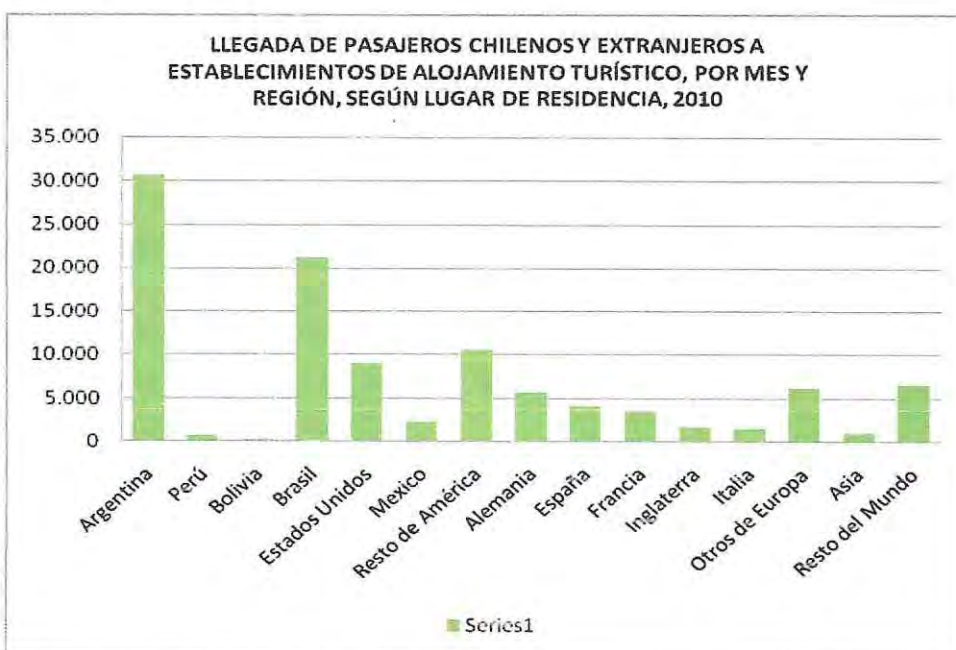


Figura: Anual de SERNATUR, Llegada de pasajeros, 2010

La oferta turística representada en agencias de viaje y tour operadores, se destaca de entre otras regiones, siendo la región de los Lagos la 2da en ranking de existencia de este tipo de empresas turísticas prestadoras de servicios, ocupando un 9% del total de Chile.

Con respecto al crecimiento de la actividad turística como poco de desarrollo económico, se concluye que, gracias al impulso de Imagen país, las ofertas turísticas han aumentado y mejorado su calidad y demanda, siendo ahora, la organización de la oferta el desafío a seguir.

Esto no estará ajeno a otras vicisitudes e incertidumbres del mercado, toda vez que comiencen a desaparecer los efectos de los estímulos fiscales y monetarios. La preocupación está, en que se recupere la demanda de bienes y servicios por parte del sector privado en el resto del mundo y al tiempo que tardará la economía en crear nuevos empleos, lo que está directamente asociado al gasto de los consumidores.

La relativamente importante participación de la industria se asocia al procesamiento de salmón. El resto se compone de aserraderos.

La agricultura y ganadería son en general de subsistencia, aunque algunos productores llegan a los mercados de Puerto Montt.

La actividad más importante es la salmonera, con fuerte impacto en el empleo. Es asimismo, parte de la actividad industrial. Del resto de las sub-actividades, las más importantes son la extracción de la merluza del sur y la recolección de mariscos. Es incipiente la recolección de algas. La pesca se completa además con otras actividades rurales (economía mixta por temporadas).

Predomina el comercio minorista y asociado al turismo. El abastecimiento de algunos bienes se realiza desde Puerto Montt. La estacionalidad no es tan marcada porque la economía se orienta hacia otras actividades (pesca) y en menor grado al turismo. El crecimiento poblacional ha favorecido la actividad comercial. En cuanto a los servicios, excepto los financieros, son relativamente diversificados, aunque de regular calidad y en algunos casos, informales. El transporte y las telecomunicaciones son en general deficientes. Los servicios profesionales y públicos escasos.

En el sector industrial la actividad salmonera es el principal componente del rubro, afectando positivamente el empleo y los ingresos municipales. El resto de la actividad industrial es escasa y se concentra en aserraderos. El reducido mercado local, la distancia a los centros de consumo masivo, los costos de flete y la falta de servicios frenan el desarrollo de la actividad.

En el sector construcción se observa que los permisos de construcción de viviendas nuevas no son numerosos. Para los años 1999-2002 los permisos para construcciones comerciales tenían un promedio de 6 permisos anuales, mientras que las construcciones de viviendas subsidiadas alcanzaban un promedio de 43. En tanto, las viviendas privadas mostraban un promedio de 6 viviendas anuales.

Como se observa, en general los permisos más numerosos corresponden a subsidios rurales y en menor medida los permisos habitacionales privados. Ello, en alguna medida demuestra el aumento de la población en la comuna.

2.13.3 Factor Social

La Comuna de Hualaihué se emplaza en el litoral del océano Pacífico, específicamente en la costa norte del canal Hornopirén frente a isla Pelada.

En este espacio vive y se desarrolla una comunidad de 8.273 habitantes, de acuerdo al Censo 2002, frente a los 8.104 registrados en el Censo 1992, produciéndose una variación intercensal positiva de un 2%. En cuanto a su comportamiento, la Comuna es la más habitada en la Provincia, con un 43,6% de la población total, representando sólo el 0,77% de la población total de la Región (1.073.135 hab.). Sin embargo y a pesar de lo señalado, en la comuna existe una baja densidad, que corresponde a 2,96 hab/Km², que difiere considerablemente del 16,01 hab/km² promedio de la Región.

Su cabecera comunal, Río Negro-Hornopirén, alberga 2.406 habitantes, según el Censo 2002. Dato que resalta al ser mucho mayor la población rural, definiendo una comuna rural.

Además de su cabecera, la comuna cuenta con otros asentamientos que disponen de concentraciones significativas, en cuanto a la ocupación de suelo y acceso a recursos naturales, tales como Contao y las Caletas de Lleguimán, Hualaihue, Pichicolo, Aulén y Rolecha.

Diferenciada la población de acuerdo a su sexo, hay una mayoría de hombres con 4.457 sobre las 3.816 mujeres censadas, manteniendo la tendencia provincial y región, que en el caso de la comuna de Hualaihué, equivale al 53,87% de hombres. Este valor se explica por la existencia de actividades laborales que emplean un mayor número de hombres. La pirámide de población de la comuna muestra que se trata de una población joven ya que el 43% de la misma es menor de 25 años (3521 hab.), hay un proceso de envejecimiento incipiente porque el 48,45 % de la población se encuentra en un rango entre 25 y 64 años (3880 hab.) y solo 607 habitantes que representan un 7,57 % tienen 65 años o más.

Frente a los orígenes de la población, la variable pertenencia a pueblos originarios tiene importancia en la comuna ya que el 11,60 % de los habitantes de la comuna se declara Mapuche, también en menor proporción, existen pobladores de otras etnias que solo representan el 0,30 % de la población total comunal.

En cuanto a los niveles de alfabetización la comuna de Hualaihué presenta una cifra elevada, un 90,6 % de su población sabe leer y escribir. Si desagregamos este dato por género tenemos que el 54,75% de la población alfabetizada es de sexo masculino mientras que el 45,25% es de sexo femenino.

Los años de estudio cursados por la población alcanzan a un promedio general de 5,96 años lo que representa que la mayoría sólo ha cursado la educación básica. Este dato es preocupante puesto que aquellos jóvenes que no continúan estudios se incorporan al mercado laboral como trabajadores no calificados. Debiera orientarse a aumentar la cobertura de la enseñanza secundaria con formación en oficios.

La situación de la vivienda en la Comuna de Hualaihué es elevada, el 83% de la población posee vivienda propia, cifra superior al nacional (69,8%), provincial (79,0%) y regional (70,1%).

Con respecto a la calidad de la vivienda, se puede decir que la comuna posee la mayoría de sus viviendas en buen estado (86%) cifra superior a la provincial (83%) pero con una leve diferencia desfavorable con respecto al total nacional (90%) y al regional (87%). La buena calidad de las viviendas en la comuna se debe principalmente a la necesidad de contar con casas lo suficientemente en buen estado en función del clima imperante en la zona, que resulta ser bastante lluvioso y frío durante casi todo el año; unido a la continua ayuda que entrega el

municipio a través del programa Mejoramiento de la vivienda, dicho programa ha entregado en los últimos ocho años gran cantidad de material (planchas mapal, piso, ventanas, puertas etc.), beneficiando al 71,2% de la población actual de la comuna.

Según datos del Censo 2002, la pesca es la principal actividad demandante de empleo de la comuna (32%), seguida por el comercio mayorista y minorista (17%).

Con respecto a la educación en la comuna se presenta los siguientes establecimientos:

Tabla N° 11 Oferta educacional Hornopirén

Oferta Educacional en la Comuna de Hualaihué 2006	DAEM	20 Escuelas básicas rurales
		1 Escuela básica urbana
		1 Liceo politécnico
	PRIVADOS	2 Escuelas básica rurales
		1 Escuela básica urbana

Tabla: Oferta educacional Hornopirén (elaboración propia)

Por lo general las escuelas con pocos alumnos requieren de reposición (termino educacional que hace referencia a la interacción de un docente en una misma sala de clases y alumnos de distintos cursos), salvo aquellas localizadas en islas, están cerca de otras con un número apreciable de alumnos y en buen estado de conservación y equipamiento, por lo que no sería difícil integrarlos.

Tener escuelas con pocos alumnos atenta contra la calidad de la enseñanza, hace ineficiente y caro el sistema educacional y provoca desintegración horizontal (hace referencia con el termino educación de poseer compañeros de clases con la misma edad). La opinión de los padres es que los niños no tienen movilización para ir a otra escuela y por ello es preferible la actual situación, lo que parece razonable.

En el caso de los alumnos de enseñanza media, en general existe conformidad con la enseñanza del liceo politécnico. Algunos padres, sobre todo los que viven en El Manzano, Pichicolo y otros lugares cercanos, preferirían tener un buen sistema de movilización y que sus hijos no estén internos.

En Hualaihué el sistema de salud es administrado por el Servicio de Salud, aunque la Municipalidad tiene responsabilidad en las postas y estaciones de salud rural y cuenta con 11 profesionales de la salud y 17 técnicos paramédicos. El equipo de salud está compuesto con profesionales jóvenes en general y con muy buena disposición al trabajo. Entre la Municipalidad y los directivos del consultorio hay poca integración, la que se hace necesario para la complementariedad de los programas de protección social.

Los recursos humanos que presenta la comuna son: Médico 4, Odontólogo 1, Matrón 2, Kinesiólogo 1, Psicólogo 1, Enfermeras 2, Técnico Paramédico 17, Choferes 2, Administrativos 4, Contador 1, Auxiliar de Servicio 5,Adm. Honorarios 2.

En la atención rural, que se realiza principalmente mediante rondas médicas, se advierten algunos problemas de gestión, en cuanto al número de profesionales que acuden a prestar la atención, la hora de llegada, el tiempo de trabajo efectivo y de comunicación oportuna por parte del equipo a la comunidad en cuanto a la oportunidad de la atención y los equipos.

Otro tipo de problemas que se produce es la flexibilidad necesaria para exigir o no la documentación para la atención en el consultorio, dadas las distancias y dificultades de comunicación en la comuna. Se está comenzando la construcción del nuevo Consultorio

En relación a la pobreza, De acuerdo a la última Encuesta CASEN, la situación de la comuna, en relación a la Provincia de Palena, tanto la provincia como la comuna tienen mejores indicadores que la región, salvo en el porcentaje de indigentes que es similar. Debe tenerse presente que los indicadores de pobreza urbana son diferentes que los de pobreza rural, también que en el período intercensal 1992-2002 Hualaihué creció un 2% en número de habitantes y por tanto existe un proceso de emigración hacia ciudades más grandes.

Por lo tanto, aunque los indicadores sean alentadores, deben tomarse en su real dimensión. En este sentido, es importante el Cuadro siguiente que muestra los ingresos familiares promedio en diversas localidades:

Ingreso promedio familiar.

Localidad Junio 2007 (\$)	Localidad Junio 2007 (\$)
Contao Urbano 214.541	Chaqueihua 95.971
Cholgo 191.307	Hualaihué Puerto 92.892
Hornopirén Urbano 174.944	Rolecha 91.071
Contao Rural 151.825	Mañihueico 90.749
El Manzano 117.091	Hornopirén Rural 89.251
Huinay 114.700	Chauchil 86.866
Islas 111.874	Hualaihué Estero 86.170
Aulén 111.662	Lleguiman 83.819
Pichicolo 96.383	La Poza 82.106

Ingreso Promedio \$115.735

Fuente: Departamento Social Municipalidad de Hualaihué

De acuerdo a los datos del Departamento Social de la Municipalidad, el ingreso familiar promedio en la comuna alcanza los \$ 115 mil, a lo que debe agregarse los subsidios que reciben algunas familias u otros beneficios del Estado.(PLADECO Hualaihué)

Los otros beneficios e incentivos se traducen en programas de diferentes organismos públicos como el FOSIS, INDAP, SERCOTEC, CORFO, PRODEMU, Gobierno Regional, etc.

En general, la impresión de la gente respecto a los programas de gobierno es disímil. Hay algunos exitosos y bien focalizados, hay otros en que el dinero se pierde ya que no se logra la continuidad, no se midieron bien las condiciones externas, el mercado o la infraestructura no era la adecuada, etc.

2.13.4 Factor Tecnológico.

Los avances tecnológicos experimentados en el país han influido de manera positiva y negativa a variados sectores. En el ámbito educacional, han ocurrido importantes cambios en el proceso y los métodos aplicados. Producto de la revolución tecnológica, la entrega de la información está al alcance de la mayoría de las personas, en especial, de los estudiantes.

De esta manera, el conocimiento está sufriendo variados cambios, lo que se refleja en que de no existir un proceso continuo de aprendizaje o capacitación, las personas quedaran al margen de la evolución de los conocimientos teóricos y prácticos. Estos avances en los métodos y en las formas en que se educa en el país, han traído bastantes beneficios, sin embargo, es fundamental considerar la importancia que tiene la enseñanza en terreno, la que motiva el conocimiento y cuidado del medio ambiente y la interacción con el entorno natural.

La tecnología por si sola no resuelve los problemas, es a través de la combinación exacta entre capital humano y tecnología adecuadas como se podrán obtener las mejores soluciones, ya que si la forma en que se conduce la recolección de datos o las herramientas que se emplean para esto no son las correctas, el resultado sería información incorrecta y potencialmente dañina. Por lo tanto, el éxito de la estrategia tecnológica de la comuna requiere el compromiso de todos los niveles de la organización.

El futuro en la industria turística tiende hacia la unión de los distintos sistemas desarrollados de manera que la información fluya directamente del cliente al proveedor de servicios desde el momento mismo en que está realizando la consulta inicial para planear su viaje.

La conectividad de la Comuna de Hualaihué, es un factor tecnológico de gran relevancia para todas las actividades de los ciudadanos (Ver en Anexo N° 1, Ruta Bi modal). No solo por el Transporte y su Monopolizada manera de funcionar, sino también, por la escasez de telecomunicaciones, ya sea teléfono, teléfono celular, o internet, que se ven afectadas por el clima, durante todo el periodo del año.

Mejorar las condiciones de transporte, conectividad, tecnología, telefonía, deben ser premisas claves para el surgimiento de la población, ya sean empresarios, jóvenes, etc.

2.13.5 Factor Ambiental.

Este factor incluye aquellas regulaciones medioambientales que pueden afectar el funcionamiento de la actividad turística de la comuna, la importancia actual y futura que las mismas tengan en este punto, las regulaciones que en los últimos años han sido propuestas por la Comisión Nacional del Medio Ambiente (CONAMA, Actualmente Ministerio de Medio Ambiente), consisten en certificaciones estándar para la eficiente gestión ambiental de aquellas empresas en funcionamiento y para las que en el futuro lo harán.

Es posible llevar a cabo esto a través de la Organización Internacional de Normalización (ISO), quienes en los 90's instituyeron las normas ISO 14000, de las cuales son certificadas y

verificables en Chile las normas ISO 9001, ISO 14001, Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) , la Norma de Sistemas de Gestión Pyme (Nch 2909), PACO, OHSAS y HACCP y para llevarlas a cabo cualquiera de ellas la empresa debe pasar por tres etapas que componen la certificación que son: la implementación(incluye un diagnostico y las actividades necesarias para que la empresa quede en condiciones de cumplir con las exigencias establecidas en un sistema o estándar de gestión .Puede realizarse en forma individual o colectiva), la verificación (consiste en la evaluación de conformidad y cuando corresponda, la emisión del certificado o documento que formaliza el cumplimiento de los requisitos establecidos en un sistema o estándar de gestión . Esta etapa solo se efectúa bajo la modalidad individual) y la última etapa es la certificación oficial para lo que cual se debe contratar un consultor evaluado y debidamente registrado en el Instituto Nacional de Normalización (INN).

El concepto de certificación ambiental surge de la Ley 19.300 de Bases Generales del Medio Ambiente que identifica los siguientes instrumentos de gestión ambiental (IGA): El sistema de Evaluación de Impacto Ambiental. La Dictación de Normas de Calidad y de Emisión y descontaminación. Los requisitos de estos IGA están establecidos por la propia Ley y sus correspondientes reglamentos, entendiendo por requisitos las disposiciones que transmiten criterios a ser satisfechos.

Algunas de las empresas que prestan servicios de certificación en el país es posible mencionar INCONTEC (esta empresa está acreditada en Chile ante el INN), United Kingdom Accreditation Services UKAS, Moody International Certification, AENOR Asociación Española de Normalización y Certificación entre otras.

Se puede concluir que la actividad ambiental de la comuna de Hornopirén carece de las regulaciones, normas, y supervisiones medio ambientales, ya que presenta altos niveles de contaminación del aire por la emisión de chimeneas, cocinas a leña, estufas de combustión lenta, entre otros.

En relación a la contaminación del borde costero, se presenta alta concentración de invasión no regulada por parte de las salmoneras en la biodiversidad marina, siendo esta, afectada hace ya, más de 10 años.

CAPITULO III: MODELO DE GESTION PARA RIO NEGRO HORNOPIREN

3.1 OBJETIVOS

3.1.1 Objetivo General

- Lograr un mejoramiento de la actividad turística en Hornopirén, aplicando un modelo de gestión que entre sus productos entregara, una herramienta educacional (AET), haciendo del turismo una actividad positiva para la comunidad.

3.1.2 Objetivos Específicos

- Hacer de la educación una herramienta para el desarrollo turístico en la comuna.
- Crear una red de apoyo junto a los sectores público y privado, en donde se incorpore a la comunidad en pro del crecimiento de la actividad turística.
- Hacer del turismo una actividad económica cercana y real para los ciudadanos de la comuna de Hornopirén.

3.2 MODELO DE GESTION PARA RIO NEGRO HORNOPIREN.

El modelo que se posee como propuesta para Hornopirén es un modelo de desarrollo territorial, estableciéndose propuestas estratégicas que, desde el análisis prospectivo, han concluido en la propuesta de un modelo turístico concreto basado en el concepto de “comunidad”, “Educación experiencial” y “Turismo positivo”.

Este modelo pretende contribuir con el desarrollo turístico de la zona Austral de Chile, el posicionamiento de la carretera Austral como destino turístico y como fin último, crear en Hornopirén una cultura de turismo distinta.

En él se dibujan las líneas de acción, para la generación de turismo con conclusiones “positivas”

Este modelo pretende recoger las principales tendencias turísticas territoriales que se están dando en la Patagonia, definiendo destino turístico como un espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos de planificación y organización responsable de la Actividad turística, ligada, sobre todo en esta zona, a la cultura.

Este espacio atrae a turistas con productos poco estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas en algunos de los casos; por ello debe organizarse y crearse la puesta en valor y de manera apremiante realizar el ordenamiento de los atractivos disponibles; dotar a estos de una marca que se comercialice, teniendo en cuenta su carácter integral.

A partir de este concepto de destino, el modelo de gestión, busca integrar los recursos y servicios, la comunidad y la realidad educacional de Hornopirén, planteados desde la autenticidad y la actividad vivencial.

La finalidad es construir un destino a partir de la calidad e identidad cultural de si mismo, optimizando la comercialización conjunta, el nivel de satisfacción de la demanda y el desarrollo económico-social integral del territorio.

El desarrollo turístico basado en destinos se considera la fórmula territorial (anexo) y conceptual más operativa y eficaz de planificar y gestionar el turismo.

De esta forma se potencia el desarrollo económico y el bienestar de la comunidad, capitalizando la economía local generada por la dinámica empresarial, el mercado laboral y la actividad productiva.

El modelo de gestión, a través de sus líneas de acción, la creación de productos y la organización de la actividad turística, lograra una visión distinta nueva e innovadora del turismo, logrando la comercialización desde el propio territorio, integrando la comunidad al turismo

El desarrollo de esta propuesta de modelo parte de una visión estratégica cercana, (el “Hacer de la educación una herramienta para el posicionamiento del turismo en Hornopirén”) y real, que ve la amplia gama de realidades que configuran un modelo territorial, económico, social y turístico. Los factores integrados en este Modelo Turístico son:

3.2.1 Las 6 “C”

Se define como las 6 c las “Como-características” a las que debe tender el destino Hornopirén:

Conjunto: unidad que contenga muestras representativas de la realidad cultural y natural del país.

Complementario: que el destino aporte algo significativo y diferente al conjunto.

Calibrado: que los recursos turísticos del destino generen un beneficio equitativo para todo su territorio.

Consistente: que contenga suficientes recursos valorados y jerarquizados positivamente por el Inventario de Recursos Turísticos.

Conectado: que las áreas turísticas que componen el destino estén funcionalmente interconectadas, de manera que sean posibles los flujos turísticos por el territorio.

Competitivo: que satisfaga los objetivos propios de cada territorio dedicando una inversión adecuada y rentable.

Como se ha explicado anteriormente, este nuevo Modelo de Gestión, genera un nuevo enfoque conceptual para la planificación de Hornopirén como destinos turístico, con vista a ordenar la oferta y crear un producto que genere un mayor volumen de venta en destino gracias a la correcta incorporación de la comunidad en la actividad turística.

Mirando al futuro, el desarrollo de este modelo exige llevar a cabo una estrategia general de destino a largo plazo teniendo en cuenta nuestra posición actual y aquella prevista a medio y largo plazo (objetivos).

Para poder conseguir el éxito del producto final la herramienta educativa A.E.T., es necesaria la integración del producto con la participación de los agentes del territorio mediante la ordenación, definición y temporalización de acciones (insertas en fichas de actividades). Por este motivo, la estrategia de turismo exige contar con un modelo que cuente con los siguientes elementos:

Desarrollo territorial: El desarrollo turístico no es un fin en sí mismo, sino un proceso en el que se apoya el desarrollo general de una sociedad y un territorio.

Cultura turística: Sensibilizar y concientizar respecto a su patrimonio histórico, cultural y natural, reafirmar su identidad y rescatar sus valores, como medio para mejorar las condiciones de vida.

Sostenibilidad turística: El desarrollo turístico sostenible es ambiental y socioculturalmente responsable, ético y económicamente viable.

Nuevos productos: Se apuesta por productos turísticos imaginativos y temáticos, con capacidad de diferenciación y con posibilidad de hacerse un espacio perdurable en el imaginario de los consumidores.

Comunicación integral: Tanto interna, dirigida a la sensibilización de los agentes, públicos y privados; como externa, dirigida en función de una demanda sostenida.

Sistemas de calidad: Se trata de herramientas de gestión, retroalimentación y mejora del destino en todos los aspectos y fases de prestación del servicio.

La configuración de los elementos antes nombrados hará que el desarrollo del destino Hornopirén se despliega mediante un esquema procesal más lento debido a que no hay modelo anterior, de tal manera que se produzca una retroalimentación continua entre todas las acciones desarrolladas por los agentes y la sociedad participante del destino.

3.2.2 Aspectos turísticos a planear con el Modelo de Gestión.

Para planear el Modelo de Gestión, su puesta en marcha y desarrollo, se identifican claramente los elementos clave de gestión, promoción y comercialización.

Diagnostico de la Realidad de Hornopirén: definir mediante criterios cuantitativos concretos el desarrollo de los elementos que componen el destino.

Evaluar un desarrollo adecuado: establecer las amenazas, riesgos y factores condicionantes de los objetivos propuestos.

Como aplicar un modelo de gestión turística: indicar las líneas y programas de actuación para tener claros los limitantes de los objetivos.

Elección del trabajo en equipo: identificar a los actores e interesados de los distintos ámbitos de gestión.

Como medir el desarrollo del modelo de gestión: definir indicadores de gestión que permitan evaluar la eficacia respecto a los objetivos.

Con que debemos contar para el desarrollo: establecer los recursos materiales administrativos y presupuestarios disponibles y necesarios.

Cuando debe durar el modelo: establecer un cronograma de trabajo y un periodo de vigencia del plan.

Cumplimiento de objetivos: diseñar un programa de seguimiento de resultados.

Que herramientas se usaran: diseñar procesos e instrumentos de participación social e intergubernamental.

A partir de la generación de un sentido de lugar y una estrategia del destino, se enlaza una visión de desarrollo entre los agentes y el conjunto de la sociedad, se debe definir un plan de acción que plantee actuaciones, plazos y dotaciones presupuestarias para alcanzar los objetivos propuestos.

Pasos para desarrollar un destino turístico.

Existen algunas pautas que definen los pasos para desarrollar un destino turístico. Debido a que la identificación previa de los elementos clave es una necesidad básica para el diseño de un destino, a continuación se presentan las principales cuestiones que pueden surgir al respecto, y la forma para resolverlas.

3.2.3 Creación de un destino

A lo largo del presente Modelo de Gestión se ha hecho referencia a la necesidad de estructurar la oferta turística del destino turístico, ahora, se definen las características propias que deberían poseer los futuros agentes participantes de la actividad turística; para comprender en toda su extensión la realidad, el funcionamiento y el papel que juegan como vertebradores de la oferta turística y como base del desarrollo turístico, ya sean emprendedores, rutas turísticas o circuitos. Teniendo en cuenta estas reflexiones de partida, a continuación se presentan las ocho virtudes que también posee este modelo para la creación de destinos turísticos:

Cada destino turístico posee o debe poseer un ente gestor válido y reconocido en territorio, con competencias en materia turística. Las regiones, provincias y comunas del territorio al que se circunscribe le confiarán y delegarán la gestión y coordinación de las actuaciones que se refieran a su destino de manera integral y no a las particularidades específicas de cada uno de ellos. Dichas instituciones políticas locales estarán debidamente representadas en la toma de decisiones en materia turística. Este modelo de gestión turística común, se integrará dentro de la actual estructura de administraciones públicas regionales (Cámara de comercio, departamento de planificación municipal, departamento de turismo y cultura de la municipalidad de Hualaihué y Asociación de empresarios turísticos, agencias de desarrollo, asociaciones, etcétera), aunque mantendrá autonomía respecto a las competencias y a las responsabilidades sobre el turismo.

El ente gestor adquiere una visión mixta (público-privada) debido a que, aunque la gestión tiene un carácter privado manejado por una gerencia individual, grupal del destino, o externa a él

en condiciones responsables para el territorio y población local, entre sus socios debe haber organismos públicos como gobiernos regionales y/o locales, universidades, asociaciones, empresarios, CNCA, SERNATUR, entre otros, que ejerzan sus competencias en ordenamiento territorial y planificación del destino.

El ente gestor será el encargado de la planificación estratégica de desarrollo turístico del destino, así como de la ejecución de las acciones consideradas para su mejora y mayor competitividad.

Los entes gestores de cada destino y el centro de operación del modelo de gestión, articularán las líneas estratégicas a seguir bajo una estrategia común a todos ellos.

Dicha estrategia deberá ser la común a todo el territorio y los agentes participantes de, Hornopirén.

La política regional y vocación turística será consensuada con el departamento de turismo y cultura de la municipalidad de Hualaihué, para lo que es necesario mantener una comunicación fluida utilizando las herramientas previstas. Estas medidas permiten concertar políticas turísticas locales complementarias dentro del destino integral de Hornopirén.

Cada destino turístico tiene una delimitación georeferencial, dentro de los términos regional-provincial-comunal que lo componen. El territorio que compone el destino posee una continuidad geográfica cerrada con unas características geográficas y culturales similares, así como una identidad turística homogénea.

En el caso de que los entes gestionen más de un destino o estos sean limítrofes con territorios pertenecientes a otras regiones, deberán de mantener una relación fluida con las instituciones o entidades encargadas de la gestión turística. Esto permitirá aprovechar las sinergias turísticas existentes para la configuración de una oferta turística competitiva común, a través de la creación de productos transversales y otras acciones de colaboración transfronteriza.

El destino debe poseer un potencial turístico capaz de articular productos avanzados competitivos. Es decir, necesita contar con recursos y servicios suficientes en cantidad y calidad para poder estructurar una oferta comercial competitiva y con personalidad propia; llevará asociado un modelo de desarrollo turístico propio, basado en un producto específico.

Los productos turísticos a desarrollar en el destino son complementarios entre sí. Esto mejora la competitividad de la oferta y la imagen turística de Hornopirén y a fin de tener una oferta diversa se combinarán circuitos y tours con otros destinos (posiblemente).

Para estructurar una propuesta principal de venta, cada destino deberá tener identificados y definidos tanto sus recursos principales como aquellos que son susceptibles de ser puestos en valor y reforzar el producto principal o generar nuevos productos en destino.

Para ello, debe aprovechar su inventario de recursos turísticos y los recursos del SERNATUR.

Los productos turísticos deben poner en valor, el uso turístico del destino teniendo presente la variable de la demanda. Es decir, los productos turísticos deben encaminarse principalmente a segmentos de demanda específicos que faciliten su posterior comunicación y comercialización.

Es necesario que el destino planifique periodos de encuesta y análisis de los datos obtenidos para identificar las necesidades y expectativas de su demanda potencial y real con el fin de generar productos atractivos y comercializables.

Cada destino debe contar con un Modelo de Gestión para el turismo y la cultura que incluya un plan operativo. En dicho plan se deben concretar las acciones necesarias para implementar las estrategias en el territorio de una forma efectiva. El plan debe incluir las acciones debidamente descritas, presupuestadas y organizadas

3.2.4 Plan de Acción del Modelo de Gestión.

Según lo mencionado en el marco teórico un plan de acción es un programa que pretende delimitar ¿Qué se hará? y ¿cómo se hará?, definiendo de antemano las estrategias, programas, técnicas, instrumentos y acciones necesarias para llevarlo a cabo.

Cada acción fue diseñada basándose en el componente de los medios descritos, pretendiendo definir y describir las actividades, para potenciar control, diseño y seguimiento, a modo de generar continuidad y la unión correcta entre objetivo y acción. Para formular el plan, se presentarán las acciones seleccionadas a modo de ficha con ítems descriptivos, tanto de objetivo, idea, situacional, accionar, recursos humanos, técnicos y financieros.

Son acciones seleccionadas en un previo análisis que forman el conjunto de actividades propuestas para dar solución a la problemática existente. De acuerdo a esto, el funcionamiento o puesta en marcha debiese ser lineal, desarrollándose como una idea central con base, resultado y producto.

Dentro de las causas identificadas se generaron tres objetivos, metas y pasos de este plan de acción, los cuales son:

- **La creación de un centro de operaciones turísticas de Hornopirén, incorporando al equipo de gestión, “constitución de la estructura de gestión”.**
- **Investigación del turismo local junto a la formación de una red de apoyo pública-privada para la actividad turística identificando hechos relevantes para nuestro sistema., “caracterización del sistema turístico”.**
- **Y finalmente, la implementación de las Aplicaciones para estudiantes de Turismo (A.E.T.), en el Liceo Politécnico Hornopirén.**

Estos objetivos serán cumplidos con la realización de una gran Línea de acción (aunque también podría dividirse en tres, debido a las diferencias entre cada objetivo) que será realizada con el siguiente propósito:

“Crear un modelo de Gestión único, en donde el eje de su funcionamiento sea la generación de una actividad turística positiva para la comuna, usando “educación experiencial”, incorporando a la comunidad, reflejada en los alumnos de servicios turísticos, en el positivo funcionamiento de la actividad turística, lo que permitirá el crecimiento sostenible y sustentable del turismo como actividad económica de Hornopirén”.

Para una mejor planificación y entendimiento de este plan de acción, se ocuparán dos herramientas: las Fichas de actividad y la Carta Gantt.

Fichas de actividades

Las siguientes fichas de actividades que se presentan tienen los siguientes contenidos: nombre de la actividad, objetivo general de la actividad, descripción de la actividad, estructura de intervención; tareas asociadas a la actividad, duración de la actividad, organismos responsables, necesidades de la actividad. También recursos técnicos, recursos humanos, recursos financieros y resultado esperado.

FICHA DE ACTIVIDAD

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD

Constitución de la estructura de gestión

OBJETIVO GENERAL DE LA ACTIVIDAD

Formar la primera estructura de gestión para la actividad turística de Hornopirén

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Poner en valor la actividad turística de Hornopirén, creando una estructura de gestión. Las comunidades locales perciben a sus gobiernos, (reflejados en la municipalidad) no sólo como un importante prestador de servicios públicos sino como quienes lideran su proyecto de desarrollo. Durante mucho tiempo, el desarrollo local fue concebido como una política compensatoria, como una manera de defender las actividades productivas asentadas en un lugar frente a políticas macroeconómicas que debilitaban el quehacer productivo, sobretudo en el ámbito turístico, es por ello que el crear una nueva institucionalidad encargada del control, gestión, administración, formación e investigación viene a desarrollar nuevas iniciativas de la comunidad, relacionadas siempre al turismo.

ESTRUCTURA DE LA INTERVENCIÓN

A.- TAREAS ASOCIADAS A LA ACTIVIDAD

Asociarse, como primera instancia, con la institucionalidad de Municipalidad de Hualaihué, departamento municipal de planificación, relacionado con la generación de nuestras iniciativas que benefician a la comuna de manera económica, social, etc.

Crear en primera instancia, un gestor interlocutor, entre la actividad turística y esta institución.

B.- DURACION DE LA ACTIVIDAD

2 meses.

C.- ORGANISMOS RESPONSABLES

Agente gestor del proyecto Modelo de gestión.

Departamento de planificación, Municipalidad de Hualaihué.

D.- NECESIDADES DE LA ACTIVIDAD

RECURSOS TÉCNICOS

No posee

RECURSOS HUMANOS

Gestor del Modelo

Equipo de departamento de planificación municipal, o al menos, un representante.

RECURSOS FINANCIEROS

Estos son valorizados en: \$ 2.400.000

Remuneración Gestor

Remuneración TIPO BONO representante municipal

RESULTADO ESPERADO

Emprender el proyecto de MODELO DE GESTION TURISTICO Y CULTURAL PARA RIO NEGRO HORNOPIREN, TU DESTINO VERDE, a través de la creación de una nueva estructura de gestión, institucionalizada, para la actividad turística y cultural de Hornopirén.

Referencias: Ver el resto de las fichas de actividades en Anexo N° 2.

3.2.5

Carta Gantt

[illegible]

3.2.6 Presupuesto

Fichas de actividades	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	M13	M14	M15	M16
Constitución de la estructura de gestión	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000														
Red de apoyo pública-privada.	\$ 440.000	\$ 440.000	\$ 440.000	\$ 440.000	\$ 440.000	\$ 440.000										
Creación del centro de operaciones C.O. de actividades turísticas de Homopirén.		\$ 604.000	\$ 604.000	\$ 604.000	\$ 604.000	\$ 604.000	\$ 604.000									
Investigación de los atractivos turísticos de la comuna							\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000							
Investigación de fiestas costumbristas y desarrollos culturales							\$ 6.000.000	\$ 0								
Investigación sobre la demanda							\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0				
Diagnostico del estudiante							\$ 1.650.000	\$ 1.650.000								
Intervención del DAEM					\$ 0	\$ 0										
Implementación de 20-22% de la inversión													\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
Implementación de 20-22% de la inversión													\$ 300.000	\$ 300.000		
Implementación de 20-22% de la inversión													\$ 550.000	\$ 550.000		
Implementación de 20-22% de la inversión													\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000
Implementación de 20-22% de la inversión																
Implementación de 20-22% de la inversión																
Implementación de 20-22% de la inversión																
Finanzas	\$ 1.640.000	\$ 2.244.000	\$ 1.044.000	\$ 1.044.000	\$ 1.044.000	\$ 1.044.000	\$ 3.614.000	\$ 2.010.000	\$ 360.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 1.450.000	\$ 1.450.000	\$ 600.000	\$ 600.000

M17	M18	M19	M20	M21	M22	M23	M24	M25	M26	M27	M28	M29	M30	M31	M32	M33	M34	Finanzas
																		\$ 2.400.000
																		\$ 2.640.000
																		\$ 3.624.000
																		\$ 1.080.000
																		\$ 6.000.000
																		\$ 0
																		\$ 3.300.000
																		\$ 0
\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 11.000.000
																		\$ 600.000
																		\$ 1.100.000
\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 2.200.000
																\$ 0	\$ 0	\$ 0
					\$ 1.500.000	\$ 900.000												\$ 2.400.000
					\$ 150.000												\$ 150.000	\$ 300.000
\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 2.250.000	\$ 1.500.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 750.000	\$ 36.644.000

3.2.7 El Producto AET.

Las Aplicaciones para Estudiantes de Turismo (AET) son Áreas de conocimiento base para el desarrollo de habilidades de gestores productores de turismo sostenible y positivo. Ésta se divide en cuatro departamentos de funcionamiento paralelo y equitativo (integración, legislación, realidad y proyectos), es decir, ninguno de desarrollara más que otro.

Esta herramienta será incorporada a la malla de la actual carrera de servicios turísticos.

La estructura educacional (de contenidos) que tendrá A.E.T será el: "Aprender a ser, Aprender a aprender, Aprender a hacer, Aprender a Convivir. Modelo Europeo Usado hace años, para el fortalecimiento de la educación.

Es tan importante aprender a estudiar como elegir aquello que se estudia, ya que el conocimiento no es un fin en sí mismo. Antes era un adorno sobre el qué y el cómo decir, hoy importa más saber qué y cómo hacer y con quién asociarse. La realidad del momento es que las carreras terciarias y universitarias están proporcionando solo el saber a nivel conocimiento, a nivel contenido y lo que se necesita es cumplir con "las cuatro A" :**Aprender a ser, Aprender a aprender, Aprender a hacer, Aprender a convivir.**(Katharina Tomasevski, Relatora sobre el derecho a la educación)

La educación formal, puso el acento en la transmisión de contenidos antes que en su propio significado etimológico: "sacar de adentro y desarrollar los recursos naturales del hombre": la A de Aprender a ser. Por eso es necesario aprender a estudiar con un enfoque distinto.

La escuela se equivoca al correr detrás de una información que crece en modo exponencial, capacitando para una sociedad y para una economía que ya no existe.

La educación se orientó a competir en una carrera perdida de antemano. La asincronía entre la velocidad de los cambios y la falta de capacitación sobre cómo aprender a estudiar cómo enfrentarlos generó la mentalidad de bombero – el que se apura apagando incendios pero que no domina "las cuatro A" que le enseñarían a iluminar lo importante.

Ante esto aparece la insatisfacción sin saber el por qué, sin tomar conciencia que la causa es la falta del sentido de la vida, orientada hacia el qué hacer y no al para qué del hacer. Por eso, Nietzsche dijo "Quien tiene un para qué vivir, encontrará casi siempre un cómo". El sentido es algo que se encuentra en el interior de uno mismo pero que por error se busca afuera. Implica poder contestar preguntas básicas como ¿qué cosas te entusiasman?, ¿qué es lo que despierta tu verdadera pasión?, ¿qué es lo que te gustaría dejar como legado en este mundo?

No es cuestión de decir " no espero nada de la vida", sino de conocer lo que la vida espera de ti. Conectarse con la obra personal, siempre inconclusa, genera la motivación necesaria para concluirla. El sentido de tu vida no es algo que debes esperar hasta que ocurra, sino algo que puedes conquistar poniéndote en marcha, preparándote para aprender a estudiar.

La A de Aprender a aprender incorpora específicamente el problema del método, o de aprender a estudiar. El reflejo intuitivo no produce la respuesta, cada persona reacciona como puede y

habitualmente aplicando la fuerza bruta lleva a la práctica la máxima de Sarmiento: "La letra con sangre entra".

Esta contradicción fundamental del sistema educativo no tiene comparación en otras áreas del saber en las cuales se privilegia la metodología como sinónimo de camino. La mayor riqueza del hombre son sus métodos, decía Nietzsche. Al soldado, antes de ir a la guerra, se le enseña a manejar sus armas pero al estudiante se lo lanza a la batalla de la vida sin transferirle las herramientas básicas del aprender a estudiar.

En este caso particular, el crear una nueva instancia de educación experiencial, para la actividad turística positiva, será clave, ya que se le entregaran al alumno herramientas, que serán de utilidad para generar nuevas ideas personales y de otros, siendo él, en ente generador de cosas nuevas.

La tercera A es Aprender a hacer que enfrenta al enciclopedismo, el mal que produce ingenieros, taxistas, y otros profesionales que no saben aplicar sus conocimientos. Para triunfar la motivación y la metodología del saber cómo, deben ir de la mano en el proceso de obtener resultados. Es por ello que en nuestro caso la vivencia, la experiencia del hacer turismo, siendo parte de la oferta y de la demanda de Hornopirén, fortalecerá sus capacidades de hacer cosas nuevas, en pro del rico beneficio que es generar un turismo positivo.

Hacer es administrar el capital intelectual, saber pasar del texto al contexto. En nuestro caso, conocer nuestra comuna y sus reales capacidades en torno al turismo. Pero las carencias de la falta de un modelo, se acentúan cuando se comprueba que no prepara para el mundo del trabajo. Pese a los largos años de estudios el egresado no domina las destrezas que reclaman los mercados de empleo y de negocios generales existentes en la comuna y en general, en Chile.

La cuarta A, Aprender a convivir, capitaliza la amistad: "la ciencia de los hombres libres", cuida el capital humano que vive en cada relación, no lo despilfarra alegremente ni lo pierde con la evasión de divisas que representa cada argentino que busca su futuro en el exterior. En nuestro proyecto esta claro, la identidad, la comunidad, los beneficiarios y emprendedores del turismo.

El mundo del intelectual que trabaja con palabras y conceptos y el del hombre de acción que lo hace con personas y cosas, deben integrarse. Así surgirá la creatividad, la herramienta del aprendizaje vivo que reúne y potencia en un entorno sistémico el espíritu, el conocimiento, el hombre, la sociedad y la materia, llevando a la práctica el concepto de que se debe y se puede aprender a estudiar.

La relación con las Áreas de aprendizaje de A.E.T. de estas 4 A , han de ser la base, para el funcionamiento de cada una de ellas, siendo todas metodológicamente iguales a la aplicación de las 4 "A".

Tabla N°12: Áreas del producto AET y su descripción.

NODO DE A.E.T.	•DESCRIPCION
Integración	•Este nodo desarrollara capacidades relacionadas con el vincular grupos de la zona, ya sean tengas fines económicos, sociales, deportivos culturales, etc., a la actividad turística, creando productos adecuados para el logro del turismo positivo. (Relación con involucrados, ver en Diagnostico)
Legislación	•La legalidad de las etapas de funcionamiento en una actividad específica ya sea en personas o empresas será el contenido de este nodo de trabajo. Legalidades al momento de crear y al momento de ejecutar.
Realidad	•Posee estricta relación con el conocer la comuna, aquello ayudaran a la creación de una imagen comunal y a un posicionamiento del lugar como destino turístico y que al mismo tiempo trabajaran en torno a la actividad turística.
Proyecto	•Consistirá (creo que aqui suena mejor decir CONSISTE Y no decir consistirá) ya que tu proyecto es real y existe o sea no es ficción :) animoo en crear importantes redes de apoyo y estudio de importantes fuentes nacionales y extranjeras de fondos públicos, concursales y privados; siempre en pro del desarrollo de la comunidad, y del crecimiento de los alumnos de turismo que viven la experiencia de A.E.T.

Tabla: Áreas del producto AET y su descripción (elaboración propia).

Propuesta de malla curricular para alumnos técnicos en turismo, Liceo politécnico Hornopirén.

La elaboración de la siguiente tabla, nace luego de una investigación personal de la realidad de la carrera de servicios turísticos, ya que la información real y acuciosa de este contenido, no fue entregado, pese a que fue solicitado insistentemente desde enero a julio del año 2011.

Malla curricular existente, para los alumnos que cursan la carrera de Servicios turísticos en el Liceo Politécnico Hornopirén, año 2010.

ASIGNATURAS	Horas aula (45 min)
Legislación turística	3
Animación de grupos turísticos	3
Producción y organización de eventos	3
Turismo aventura	4
Inglés	4

Legislación turística: Este ramo cuenta con 3 horas a la semana, en 3ro y 4to medio, siendo las material aplicadas las siguientes:

Ley de turismo en Chile.

Ley de protección medio ambiental

Acciones: Visitas a Parque nacional Hornopirén.

Animación de Grupos Turísticos: Este ramo cuenta con 3 horas a la semana, en 3ro y 4to medio, siendo las materias aplicadas las siguientes:

Desempeño en Grupo

Actividades recreativas

Primeros auxilios

Producción y organización de Eventos: Este ramo cuenta con 3 horas a la semana, en 3ro y 4to medio, siendo las materias aplicadas las siguientes:

Guías turísticos y su desempeño

Rutas turísticas, creación y ejecución

Logística

Turismo Aventura: Este ramo cuenta con 4 horas a la semana, en 3ro y 4to medio, siendo las materias aplicadas las siguientes:

Travesías marítimas

Trekking

Excursión

Inglés: Este ramo cuenta con 4 horas a la semana, en 3ro y 4to medio, siendo las material aplicadas las siguientes:

Inglés oral

Inglés escrito

Consideraciones que tendrá A.E.T. a la malla curricular existente

Tabla N° 13 Consideraciones de las áreas de AET.

Área de A.E.T.	DESCRIPCION
Integración	Esta Área desarrollara capacidades relacionadas con el vincular grupos de la zona, ya sean tengas fines económicos, sociales, deportivos culturales, etc., a la actividad turística, creando productos adecuados para el logro del turismo positivo. Ligado directamente a los elementos del Modelo de Gestión comunicación integral y desarrollo territorial.
Legislación	
	Legalidades al momento de crear y al momento de ejecutar, lo legal en la vida cotidiana. También contextualizar los actos legales relacionados con la actividad turística. Esta área tiene relación directa con elementos del Modelo de Gestión de nuevos productos y sostenibilidad turística.
Realidad	Posee estricta relación con el conocer la comuna, aquello ayudara a la creación de una imagen comunal y a un posicionamiento del lugar como destino turístico y que al mismo tiempo trabajaran en torno a la actividad turística. Esta Área tiene relación con elementos del Modelo de Gestión, en ámbito de cultura turística y desarrollo territorial.
Capital Social	Consistirá en crear importantes redes de apoyo y estudio de importantes fuentes nacionales y extranjeras de fondos públicos, concursales y privados; siempre en pro del desarrollo de la comunidad, y del crecimiento de los alumnos de turismo que viven la experiencia de A.E.T.
	Esta área tiene relación con todos los elementos del Modelo de Gestión; desarrollo territorial, cultura turística, sostenibilidad turística, nuevos productos y comunicación integral.

Tabla: Condiciones de las áreas de AET (elaboración propia)

La Aplicación de A.E.T. se verá ejecutada al disminuir, previa autorización de UTP del colegio y del DAEM municipal, media hora de cada una de las asignaturas hoy presentes, siendo entonces la A.E.T. una área de 2 horas y medias a la semana para su aplicación.

Pueden especificarse con contenidos de cada área de la siguiente manera:

Tabla N° 14 Contenidos de las áreas de AET.

Área de A.E.T.	CONTENIDO
Integración	Agentes Públicos – Agentes Privados – Organigramas Locales, comunales y regionales, Existencia de agrupaciones sociales, deportivas, musicales, etc.,; Relación entre todos ellos.
Legislación	Leyes de Turismo, cultura, patrimonio, tributarias, laborales, etc.
Realidad	Conocimiento de la comuna, de la oferta y la demanda, de los emprendimientos, de los productos no posicionados y los sobre explotados, etc.,; Evaluaciones de actividades turísticas existentes y las potenciales a incorporar.
Capital Social	Fondos públicos nacionales y extranjeros para generación de nuevos emprendimientos y proyectos. Entidades privadas ligadas a la actividad turística que entregan Patrocinios u Auspicios. Emprendimientos personales Metodologías Alianzas y estrategias de Negocio.

Tabla: Contenidos de las áreas de AET (elaboración propia)

Como resultado de la aplicación de la A.E.T. en la malla curricular de la carrera Técnica de Servicios turísticos, se pretende, posicionar la “educación experiencial” en la carrera y así, lograr un crecimiento sustantivo del turismo, haciéndolo positivo y generando una renovación en la actividad y mercado turístico existentes hoy en la comuna de Hornopirén.

Figura N° 8 Resultado esperado luego de la aplicación de A.E.T.



Figura: Resultado esperado luego de la aplicación de A.E.T. (elaboración propia)

Desarrollar un producto educacional que logre cambiar la realidad turística de la zona es un echo que involucra agentes locales muy tracendentales para la sustentabilidad de la actividad turística, ya que A.E.T es aplicada a alumnos, pero, los beneficiarios en segunda instancia seran sus familias, y asi sucesivamente se creara un beneficio directo al turismo.

El turismo debe de tener un desarrollo positivo,sobre todo en esta comuna, donde existe un Liceo politecnico que forma porfesionales del turismo que, ojala, pudiesen ejercer en su comunidad.

3.2.8 Logro N°1

Figura N° 9: Logro N° 1



Figura: Logro N° 1 (elaboración propia)

La incorporación del alumno al Modelo de Gestión, nos genera un primer logro, basado en la incorporación de la comunidad en la actividad turística, gracias a la gestión del alumno, que presentara en sus pares, familias, vecinos, amigos etc, la realidad del turismo, y, como este, puede darte beneficios no solo económicos sino también, sociales.

Incorporando a la comunidad a la actividad turística, se desarrollara de manera inmediata un crecimiento del desarrollo local, ya que todos participaran de manera activa en la generación de nuevos emprendimientos, productos y eventos turísticos; esto llevara a un crecimiento comunal considerable, para crear de manera definitiva, con todos estos agentes incorporados, la Imagen de destino Turístico: “Hornopirén, tu destino verde.”

3.2.9 Logro N°2

Un logro mucho más individualizado, y centrado en las personas que se ven involucradas involuntariamente al cambio de la actividad turística, gracias a la A.E.T. se presenta a continuación:

Figura N° 10: Logro N° 2



Figura: Logro N° 2 (elaboración propia)

La calidad en el servicio turístico exige que haya una buena calidad de vida en el territorio donde se da la oferta, por lo que es indudable que se debe avanzar en la mejora de las condiciones de vida de la población local para que el visitante tenga una buena experiencia turística.

Este es el mejor de los logros que se puede obtener luego de hacer una intervención en la actividad turística, el mejoramiento de la calidad de vida de quienes son los afectados en primera instancia por la actividad turística..

El estudiante tendrá un cambio sustancial, de tal manera que su percepción de la actividad turística será tan positiva, que contagiará a su familia, su entorno más cercano, generando una nueva inquietud por la inclusión a la "cuestión" turística.

Al organizarse las familias, en torno a la actividad turística, la comunidad mejorara su administración control y distribución de las actividades relacionadas al turismo.

Logrando todos estos trabajos concadenados, Hornopirén lograra tener la capacidad suficiente, desde su propia comunidad, para hacer del turismo un nuevo polo de desarrollo.

3.2.10 Discusión.

La zona de la Región de los Lagos, Palena, Cochamó, Hualaihué, Chaiten , Futaleufú, y Llanquihue, durante los años 2008 al 2010 conto con la intervención de un Modelo de Gestión a gran escala, a cargo de una mesa Público – Privada, compuesta por agentes de la actividad turística de todas las Zonas y representantes del Gobierno regional y SERNATUR Los Lagos, todo esto, administrado por la Universidad Austral.

El nombre de su Primera y única implementación en la zona fue: “Diseño e implementación de una estrategia de intervención desde el desarrollo local para la inserción del territorio de Palena emprende en el circuito internacional de los destinos de turismo de intereses especiales Palena Viva”.

Dentro de sus actividades se destaco la caracterización de la demanda turística de alta temporada: en el marco del proyecto de Innova CORFO, “Palena Viva”, del territorio emprende Patagonia Verde, el objetivo principal de esta actividad es analizar al visitante que recorre el territorio, sea en su parte norte, como en su sector sur, definiendo y desglosando sus gustos, motivaciones, procedencia, actividades realizadas, etc., es decir, caracterizar el turista que llega al territorio.

A continuación se presenta su estructura de distribución, la cual fue presentada a todos los agentes participantes de la actividad turística de Palena.

Figura N° 11: Modelo Patagonia Verde.

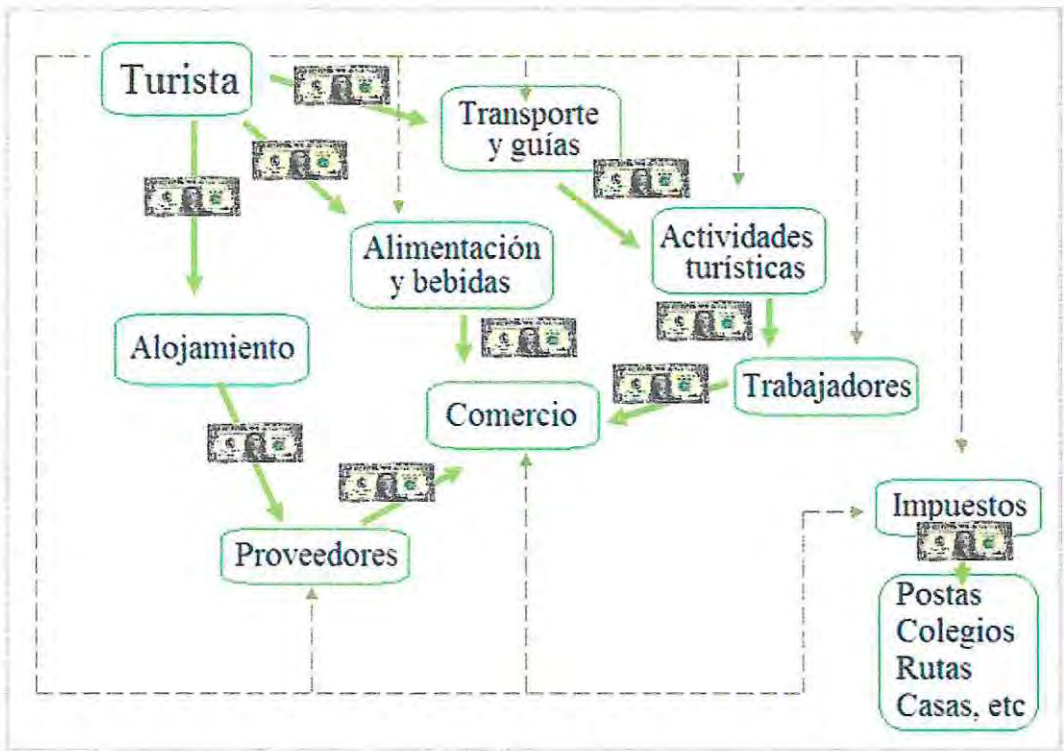


Figura: Modelo Patagonia Verde. Fuente www.patagoniaverde.com

Los malos resultados

Luego de dos años de funcionamiento, este imponente modelo de Gestión, fracaso, debido a la poca participación de los agentes comprometidos en la mesa Publica Privada, en primera instancia, y luego, la inmensidad del universo a abarcar, dificulto mucho la toma de muestras, y realización de Diagnósticos

Las causas de su fracaso fueron:

Poca o nula incorporación de la comunidad en el Desarrollo del Modelo.

Invasión rápida e imponente de la realidad turística de las comunas más pequeñas, como por ejemplo, Hualaihué o Futaleufú.

Poco acceso a la transparencia monetaria del modelo.

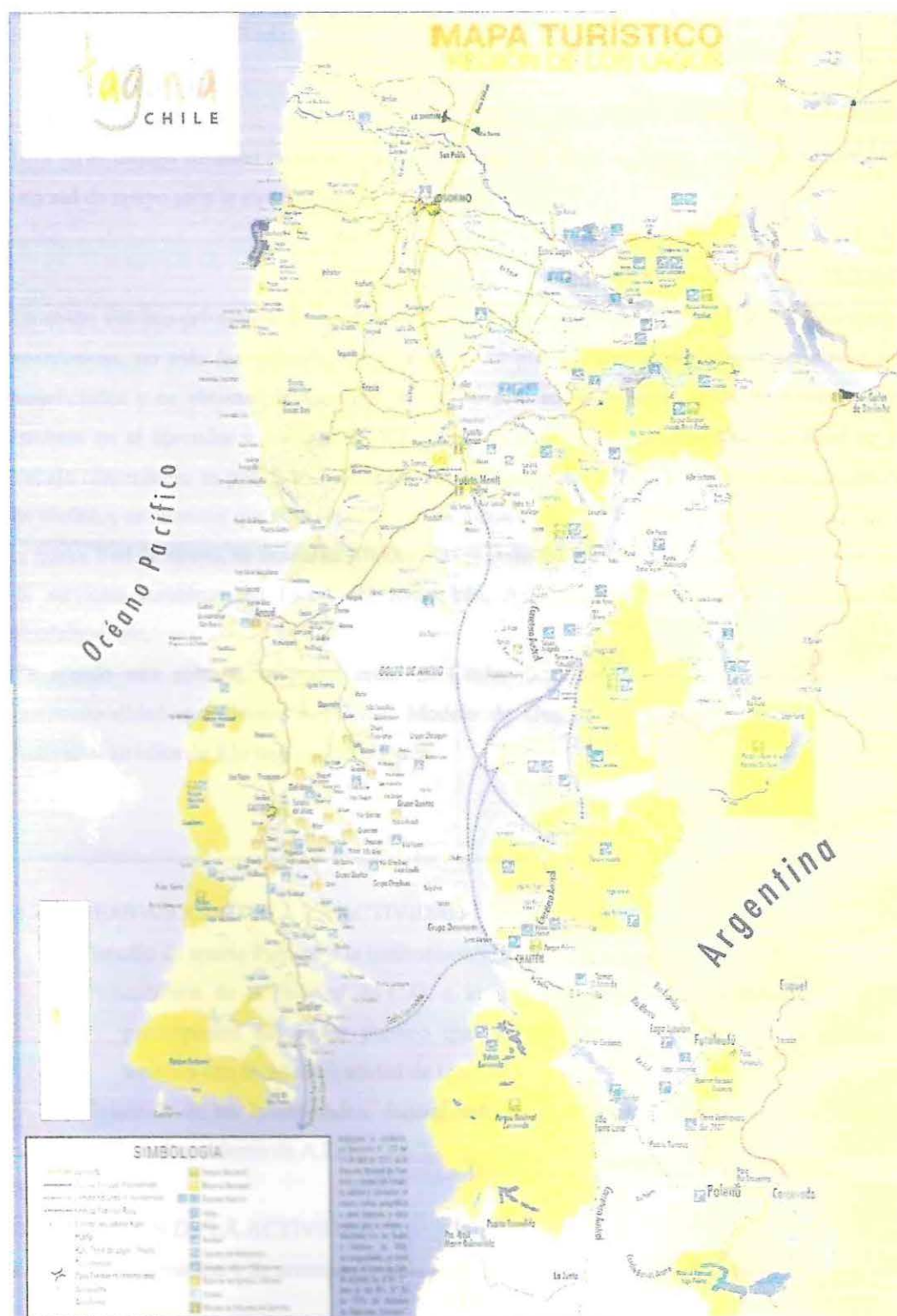
Dificultades de entendimiento con emprendedores lugareños, debido al poco dominio de Vocablo profesional que se posee en las Zonas patagónicas.

CAPITULO IV: CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

- Según los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, logro percibir que la actividad turística siempre debe ser respetuosa, y en ningún caso, debe amenazar el desarrollo cultural y social de la zona en donde se desarrolla; en base a esta amenaza, creo el proyecto de título denominado: “Modelo de gestión turística y cultural para Rio negro - Hornopirén, tu destino verde”. En base a los fundamentos rescatados de los indicadores elaborados en este modelo, justifico la creación de este, como una solución, o más bien, una mejoría, en la relación turismo- comunidad, utilizando la educación como herramienta de comunicación.
- La calidad en el servicio turístico exige que haya una buena calidad de vida en el territorio donde se da la oferta, por lo que es indudable que se debe avanzar en la mejora de las condiciones de vida de la población local para que el visitante tenga una buena experiencia turística.
- Los modelos de gestión deben tener elementos que estén relacionados con la cultura turística, la comunicación, la creación y el desarrollo territorial, ya que así, tendrán un equilibrio entre los factores que participan de la actividad turística y todos los actores trabajaran por un fin claro.
- Los modelos de gestión turística y cultural deben crear productos que vinculen a la comunidad, ya sea a través de niños, jóvenes adultos, etc, dándole preferencia a la creación de productos ligados al ámbito de la educación, ya que con ese tipo de desarrollo se obtienen mejores resultados.
- Las nuevas metodologías, la planificación, la gestión de un destino y la responsabilidad público – privada van estrictamente ligados para generar una visión estratégica exitosa y sostenible.
- El desarrollo territorial, un sistema turístico y la satisfacción de la comunidad, son factores de desarrollo en todo modelo de gestión exitoso.
- La educación experiencial, es un concepto que debiese de ser implementado en todas las carreras que sostienen objetivos como el bien social, la generación de proyecto y la investigación.

Anexo 1: Ruta Bi Modal; MAPA



FICHA DE ACTIVIDAD

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD

Red de apoyo pública-privada.

OBJETIVO GENERAL DE LA ACTIVIDAD

Unir en el trabajo turístico cultural a los involucrados del ámbito público y privado, generando una red de apoyo para la sustentabilidad del turismo.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

La unión Público-privada es un apoyo vital para el correcto funcionamiento de las actividades económicas, no sólo las turísticas, al unir el sector público con el privado se equilibran los beneficiados y se obtienen buenos resultados, no sólo en lo referente en lo económico, sino también en el aprender a trabajar en equipo, creando procesos participativos. Lo ideal en el trabajo comunitario en por de un desarrollo, es que los agentes participantes, sean representantes de distintos estamentos que tiene estricta relación con el lugar a intervenir, es por ello que, para la nueva Red de apoyo, se buscaran Aliados claves como Municipalidad, Dirección de la Carrera de servicios turísticos del Liceo de Hornopirén, Asociación de empresarios Turísticos de Hualaihué, etc.

Ya creado esta alianza, se podrá crear en Centro de Operaciones de Hornopirén (C.O.), Institucionalidad que llevara a cabo el Modelo de Gestión y actividades relevantes de la Actividad turística de Río negro - Hornopirén.

ESTRUCTURA DE LA INTERVENCIÓN

A.- TAREAS ASOCIADAS A LA ACTIVIDAD

- Estudio de aporte Público a la institucionalidad de C.O. y también de la A.E.T.
- Presentación de la realidad de C.O. a los privados interesados en participar y a los participantes del sector público que no tiene relación directa con la actividad turística con la .Municipalidad de Hualaihué.
- Selección de los involucrados, dependiendo de la actividad a realizar en C.O., o en el funcionamiento de A.E.T.

B.- DURACION DE LA ACTIVIDAD

El proceso de Creación y de promoción de la Red de Involucrados durará 6 meses.

C.- ORGANISMOS RESPONSABLES

La institucionalidad ya formada del Centro de Operaciones, los Profesionales delegados para dicha función y la Municipalidad a través del Departamento de Cultura y Turismo.

D.- NECESIDADES DE LA ACTIVIDAD

RECURSOS TÉCNICOS

- Material de promoción y difusión del C.O., folletería y redes sociales de tecnología.
- Canales municipales de difusión.

RECURSOS HUMANOS

Dos Profesionales del ámbito administrativo y turístico, pertenecientes al C.O., que desempeñen labores de promoción.

RECURSOS FINANCIEROS

Gasto \$ 2.640.000

Se considerarán los siguientes ítems de gasto:

- Desarrollo de folletería pendones etc.
- Arriendo de equipos como Data show y Amplificación
- Gastos operacionales de registro y extensión:
Remuneración mensual de cada profesional

RESULTADO ESPERADO

Poseer una fuerte Red de apoyo y contactos del ámbito público y privado para el buen funcionamiento del C.O.

FICHA DE ACTIVIDAD

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD

Creación del centro de operaciones (C.O.) de actividades turísticas de Hornopirén.

OBJETIVO GENERAL DE LA ACTIVIDAD

Organizar la actividad turística de Hornopirén, creando las bases para un posicionamiento de la comuna dentro del mercado turístico, respetando siempre las necesidades y condiciones que presenta la sociedad local.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Dentro de este centro de operaciones actuarán profesionales que organizarán la actividad turística, en dos aristas: una a través de la educación experiencial de los alumnos del Liceo Politécnico de Hornopirén y segunda, mediante la generación de lazos entre los sectores públicos y privados pertinentes a la actividad turística.

ESTRUCTURA DE LA INTERVENCIÓN

A.- TAREAS ASOCIADAS A LA ACTIVIDAD

- 1) Arriendo de un lugar físico, casa-habitación, en donde se realicen las actividades logísticas más importantes relacionadas con la actividad turística

- 2) Socialización de la existencia de la actividad turística con la comunidad local.
- 3) Selección del equipo de trabajo. Se establecerán a nueve integrantes de este equipo de trabajo, 4 de ellos serán coordinadores de la implementación de las A.E.T, otros cuatro encargados de todas las acciones paralelas al desarrollo de A.E.T. y un administrador general.

B.- DURACION DE LA ACTIVIDAD

El proceso de implementación del centro de operaciones tiene un plazo de 6 meses

C.- ORGANISMOS RESPONSABLES

La Municipalidad a través del Departamento de Cultura y Turismo.

D.- NECESIDADES DE LA ACTIVIDAD

RECURSOS TÉCNICOS

- Software y hardware para el registro digital de los objetos entregados por la comunidad.
- Espacio físico para la localización del centro de la memoria.
- Canales municipales de difusión.

RECURSOS HUMANOS

Gestor cultural encargado de la coordinación, 4 profesionales del turismo para las tareas logísticas de levantamiento de información y registro de objetos, así como del desarrollo de las redes sociales que permitan el acercamiento de la comunidad a la actividad turística.

4 profesionales del turismo y la educación para la implementación de A.E.T en el Liceo Politécnico de Hornopirén.

RECURSOS FINANCIEROS

Gasto \$3.624.000

Se consideran los siguientes ítems de gasto:

- Desarrollo del software para la operación del centro de operaciones
- Arriendo de casa Habitación
- Gastos operacionales:
- Remuneraciones para Gestor Cultural Administrador
- Remuneración para los 8 profesionales

RESULTADO ESPERADO

Implementar en la Zona un centro de operaciones que facilite y administre la actividad turística y cultural de Hornopirén.

FICHA DE ACTIVIDAD

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD

Investigación de los atractivos turísticos de la comuna.

OBJETIVO GENERAL DE LA ACTIVIDAD

Evaluar la realidad de cada atractivo turístico de la comuna, para medir también, sus capacidades, mejoras y uso.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Se realizará una evaluación de los atractivos turísticos, que son en su mayoría naturales para regular su conservación.

ESTRUCTURA DE LA INTERVENCIÓN

A.- TAREAS ASOCIADAS A LA ACTIVIDAD

- 1) Crear la primera actividad junto a los alumnos del servicio turístico del Liceo Politécnico de Hornopirén, para observar sus capacidades y la forma en que toman el trabajo en terreno. Ellos realizarán el formulario de inventario, bajo la supervisión de los profesionales creadores de la A.E.T.
- 2) Recopilación de los datos recaudados, junto a esto comparar los resultados con el inventario de atractivos turísticos que posee la comuna, que no se encuentra actualizada desde el año 2006.
- 3) Elaborar un Informe de presentación de realidad y sustentabilidad de atractivos de Hornopirén.

B.- DURACION DE LA ACTIVIDAD

El proceso inventario tendrá una duración de 3 meses.

C.- ORGANISMOS RESPONSABLES

El C.O. y el personal encargado de la implementación de la A.E.T.

La directora de la Carrera de servicios turísticos del Liceo Politécnico de Hornopirén.

D.- NECESIDADES DE LA ACTIVIDAD

RECURSOS TÉCNICOS

- Formulario de inventario en papel y digitalizado
- Espacio físico dentro de C.O. para la recopilación de la información
- Implementos de GPS, para referenciar los atractivos
- Cámara fotográfica. 3

RECURSOS HUMANOS

- Coordinador de la actividad (remuneración ya incorporada)
- Alumnos que realizan actividad.

RECURSOS FINANCIEROS

Gasto \$ 1.080.000

Se consideran los siguientes ítems de gasto:

- Compra de implementos GPS 3 unidades
- Arriendo de furgón 4X4 para inventario
- Compra de cámaras fotográficas 3 unidades
- movilización y colación de 25 alumnos
- Digitadores de información recopilada 15 alumnos

RESULTADO ESPERADO

Inventariar de manera fiel y real la realidad de los atractivos turísticos de la comuna, que en su mayoría son riquezas naturales.

FICHA DE ACTIVIDAD

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD

Investigación de fiestas costumbristas y desarrollos culturales.

OBJETIVO GENERAL DE LA ACTIVIDAD

Poner en valor la real oferta cultural que la comuna presenta para su desarrollo a la par con el turismo y a su vez, demarcar los límites en los cuales se debe desenvolver el turismo cultural en Hornopirén.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Conocer la realidad cultural comunal debe ser prioridad para el desarrollo justo e igualitario con la oferta turística presente, es por ello que se realizara de igual manera un catastro de estas actividades y productos típicos de la comunidad local.

ESTRUCTURA DE LA INTERVENCIÓN

A.- TAREAS ASOCIADAS A LA ACTIVIDAD

Catastrar las fiestas costumbristas, tanto místicas, como religiosas de islas, caletas, comunidades indígenas y sus productos culturales, como artesanía, tejidos, entre otros.

B.- DURACION DE LA ACTIVIDAD

El proceso de investigación para esta actividad será de 3 meses (paralela a la 3)

C.- ORGANISMOS RESPONSABLES

- Centro de Operaciones,
- los Profesionales delegados para dicha función
- y alumnos del Liceo de Hornopiren.

D.- NECESIDADES DE LA ACTIVIDAD

RECURSOS TÉCNICOS

- Formulario de catastro
- 3 Grabadoras filmadoras

RECURSOS HUMANOS

4 Profesionales del ámbito administrativo y turístico, pertenecientes al C.O., que desempeñen labores de integración en la A.E.T. junto a los alumnos.

RECURSOS FINANCIEROS

Gasto \$ 6.000.000

Se consideran los siguientes ítems de gasto iguales a la actividad 3 solo variando la compra de cámaras filmadoras valorizado en

RESULTADO ESPERADO

Poner el valor la actividad cultural como atractivo turístico comunal, incorporando de manera mucho más fácil a la comunidad al mercado turístico.

FICHA DE ACTIVIDAD

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD

Investigación sobre la demanda

OBJETIVO GENERAL DE LA ACTIVIDAD

Dilucidar cuál es la demanda real que posee la comuna, para poder identificar nuestra capacidad de carga y concluir qué actividades son las que el turista realiza cuando visita Hornopirén.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Investigar la Demanda nos ayudará a planificar los límites de desarrollo que la actividad turística puede tener en todas las actividades que vinculan de manera directa a la comunidad. Junto a esto,

tener estos parámetros nos ayudará a planear metas, que van mas allá de la rentabilidad de las actividades, harán que la comunidad acepte y contribuya a la actividad turística.

ESTRUCTURA DE LA INTERVENCIÓN

A.- TAREAS ASOCIADAS A LA ACTIVIDAD

Buscar información de demanda turística en la municipalidad de Hualaihué.

Usar la información de "La casa del visitante", Hornopirén.

B.- DURACION DE LA ACTIVIDAD

6 meses

C.- ORGANISMOS RESPONSABLES

El equipo del C.O., aquellos que no están vinculados al desarrollo de A.E.T.

D.- NECESIDADES DE LA ACTIVIDAD

RECURSOS TÉCNICOS

- Elaboración de un Formulario estándar de preguntas, para empresarios locales.

RECURSOS HUMANOS

Al igual que el catastro de atractivos turísticos, en esta actividad participarán los alumnos de servicios turísticos (25) del Liceo Politécnico de Hornopirén, junto a su dirección, con el apoyo del equipo de C.O.

RECURSOS FINANCIEROS

No se consideran gastos ya que son usados los mismos equipamientos y recursos humanos de la actividad anterior.

RESULTADO ESPERADO

Delimitar cantidad y capacidad de la oferta turística, en base al estimativo de demanda.



FICHA DE ACTIVIDAD

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD

Diagnostico del estudiante

OBJETIVO GENERAL DE LA ACTIVIDAD

Conocer mediante herramientas como charlas y visitas a terreno la realidad de los estudiantes.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Luego de realizar encuestas, se sostiene que, la carrera como está establecida hoy no llena del todo las expectativas de los alumnos, para esto, C.O. creará una nueva herramienta de educación experiencial, llamada A.E.T., Aplicaciones para Estudiantes de Turismo, basada en el desarrollo experiencial de 4 nodos de acción, integración, proyectos, legislación y realidad (ver cuadro en capítulo marco teórico)

ESTRUCTURA DE LA INTERVENCIÓN

A.- TAREAS ASOCIADAS A LA ACTIVIDAD

Organizar 3 salidas con alumnos a recorrer lugares típicos de la comuna
Contratar un psicólogo para evaluación de las actividades de observación.

B.- DURACION DE LA ACTIVIDAD

2 meses.

C.- ORGANISMOS RESPONSABLES

El C.O. y el personal encargado de la implementación de la A.E.T.
La directora de la Carrera de servicios turísticos del Liceo Politécnico de Homopirén.

D.- NECESIDADES DE LA ACTIVIDAD

RECURSOS TÉCNICOS

- Cámaras fotográficas

RECURSOS HUMANOS

Coordinador de la actividad (remuneración ya incorporada)
Docentes de la carrera de servicios turísticos.

RECURSOS FINANCIEROS

Gasto total \$ 3.300.000
Colaciones cada salida
Remuneración de psicólogo:

RESULTADO ESPERADO

Familiarizar la actividad turística con los alumnos.
Lograr percibir algo más del desarrollo de sus personalidades
Evaluar su desempeño y confianza con pares y docentes.

FICHA DE ACTIVIDAD

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD

Intervención del DAEM

OBJETIVO GENERAL DE LA ACTIVIDAD

Identificar cuáles son los parámetros que el DAEM posee para intervenir en la educación de los jóvenes de servicios turísticos del Liceo Politécnico de Hornopirén

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

El desarrollo de esta actividad es importante, ya que el DAEM es el departamento de educación que vela por los contenidos que son entregados a los alumnos del Liceo de Hornopirén. Luego de que el DAEM apoye el desarrollo de la nueva herramienta educativa para alumnos de los servicios turísticos A.E.T. se podrá finalmente, montar esta herramienta producto de nuestro modelo de gestión

ESTRUCTURA DE LA INTERVENCIÓN

A.- TAREAS ASOCIADAS A LA ACTIVIDAD

Organizar 3 reuniones con el DAEM, integrando a ellas representantes de la dirección del departamento de turismo del Liceo Hornopirén, un representante del departamento de turismo y cultura de la municipalidad de Hualaihué y también un representante de SERPLAC, ente regulador del modelo de gestión. A estas también asistirán los 4 profesionales contratados para el desarrollo de la A.E.T.

B.- DURACION DE LA ACTIVIDAD

2 meses.

C.- ORGANISMOS RESPONSABLES

El gestor del modelo de gestión junto a los 4 profesionales que aplicaran la A.E.T.

D.- NECESIDADES DE LA ACTIVIDAD

RECURSOS TÉCNICOS

- Computador, para llevar registro de las actas de cada reunión,
- Material fungible de librería, elementos de coffee.brake.

RECURSOS HUMANOS

Coordinador de la actividad (remuneración ya incorporada)

4 docentes aplicadores de A.E.T.

RECURSOS FINANCIEROS

RESULTADO ESPERADO

Integrar la A.E.T AL desarrollo experiencial de los alumnos de servicios turísticos, contando con el apoyo del DAEM.

Lograr que el DAEM co-administre las A.E.T junto al centro de operaciones turísticas C.O.

FICHA DE ACTIVIDAD

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD

Implementación de A.E.T. Área de Integración

OBJETIVO GENERAL DE LA ACTIVIDAD

Implementar la A.E.T en la carrera técnica de servicios turísticos, específicamente conocimientos del área de Integración.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

La primera de las áreas a desarrollar en A.E.T. es la de Integración, logrando vincular grupos de la zona, ya sean tengan fines económicos, sociales, deportivos culturales, etc., a la actividad turística, creando productos adecuados para el logro del turismo positivo.

Ésta y todas las áreas de desarrollo de A.E.T. serán aplicadas con la metodología de "Las cuatro

ESTRUCTURA DE LA INTERVENCIÓN

A.- TAREAS ASOCIADAS A LA ACTIVIDAD

Planificar el área de integración.

Presentarlo ante el Liceo UTP y DAEM de Hualaihué, para luego ser presentado al departamento de turismo del Liceo de Hornopirén.

B.- DURACION DE LA ACTIVIDAD

22 meses.

C.- ORGANISMOS RESPONSABLES

El C.O. y el personal encargado de la implementación de la A.E.T.

D.- NECESIDADES DE LA ACTIVIDAD

RECURSOS TÉCNICOS

Material fungible

RECURSOS HUMANOS

Coordinador del Área de Integración

RECURSOS FINANCIEROS

Gasto: \$11.000.000

Remuneración relacionada con la Coordinación del Área de A.E.T. Integración

Material fungible:

RESULTADO ESPERADO

Lograr que los alumnos de servicios turísticos del liceo comprendan la importancia de la integración de las distintas áreas.

FICHA DE ACTIVIDAD

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD

Implementación de A.E.T. área de legislación.

OBJETIVO GENERAL DE LA ACTIVIDAD

Implementar la A.E.T en la carrera técnica de servicios turísticos, específicamente conocimientos del área de Legalidad.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

La segunda de las áreas Desarrollar en A.E.T. es la de legislación. Esta área consiste en entregar conocimientos con respecto a las legitimidades al momento de crear y ejecutar. También contextualizar los actos legales relacionados con la actividad turística.

ESTRUCTURA DE LA INTERVENCIÓN

A.- TAREAS ASOCIADAS A LA ACTIVIDAD

Planificar el área de legislación.

Presentarlo ante el UTP del liceo y DAEM de Hualaihué, para luego ser presentado al departamento de turismo del Liceo de Hornopirén.

B.- DURACION DE LA ACTIVIDAD

22 meses.

C.- ORGANISMOS RESPONSABLES

El C.O. y el personal encargado de la implementación de la A.E.T.

D.- NECESIDADES DE LA ACTIVIDAD

RECURSOS TÉCNICOS

Adquisición de literatura relevante

RECURSOS HUMANOS

Coordinador del Área de Legislación

RECURSOS FINANCIEROS

Gasto de \$ 600.000

Remuneración relacionada con la Coordinación del Área de A.E.T. legislación.

Adquisición de literatura relevante:

RESULTADO ESPERADO

Los alumnos de servicios turísticos, deben terminar su carrera técnica profesional conociendo los aspectos legales relativos a su desempeño laboral.

FICHA DE ACTIVIDAD

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD

Implementación de A.E.T. Área de Capital Social

OBJETIVO GENERAL DE LA ACTIVIDAD

Implementar la A.E.T en la carrera técnica de servicios turísticos, específicamente conocimientos del área de Capital Social.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

La tercera de las Áreas Desarrollar en A.E.T. es la de capital social.

Esta consiste en crear redes de apoyo y estudio de fuentes nacionales y extranjeras de fondos públicos, concursales y privados.

ESTRUCTURA DE LA INTERVENCIÓN

A.- TAREAS ASOCIADAS A LA ACTIVIDAD

Planificar el Área de Capital Social

Presentarlo ante UTP del liceo y DAEM de Hualaihué, para luego ser presentado al departamento de turismo del Liceo de Hornopirén.

B.- DURACION DE LA ACTIVIDAD

22 meses.

C.- ORGANISMOS RESPONSABLES

El C.O. y el personal encargado de la implementación de la A.E.T.

D.- NECESIDADES DE LA ACTIVIDAD

RECURSOS TÉCNICOS

Material fungible

Locomoción

RECURSOS HUMANOS

Coordinador del Área de Capital Social

RECURSOS FINANCIEROS

Gasto : \$ 1.100.000

Remuneración relacionada con la Coordinación del Área de A.E.T. Capital Social

Material fungible

Locomoción

Colaciones

RESULTADO ESPERADO

Motivar a los alumnos de servicios turísticos del liceo a investigar, emprender y crear nuevos proyectos innovadores a partir de las experiencias de otros ganadores por fondos públicos y privados.

FICHA DE ACTIVIDAD

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD

Implementación de A.E.T. Área de Realidad

OBJETIVO GENERAL DE LA ACTIVIDAD

Implementar la A.E.T en la carrera técnica de servicios turísticos, específicamente conocimientos del área de Capital Social.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

La cuarta de las Áreas a Desarrollar en A.E.T. es la de Realidad. Consiste en conocer la comuna, aquello ayudará a la creación de una imagen comunal y a un posicionamiento del lugar como destino turístico, que al mismo tiempo trabajará en torno a la actividad turística.

ESTRUCTURA DE LA INTERVENCIÓN

A.- TAREAS ASOCIADAS A LA ACTIVIDAD

Planificar el Área de Realidad.

Presentarlo ante UTP del Liceo y DAEM de Hualaihué, para luego ser presentado al departamento de turismo del Liceo de Hornopirén.

B.- DURACION DE LA ACTIVIDAD

22 meses.

C.- ORGANISMOS RESPONSABLES

El C.O. y el personal encargado de la implementación de la A.E.T.

D.- NECESIDADES DE LA ACTIVIDAD

RECURSOS TÉCNICOS

Transportes varios

RECURSOS HUMANOS

Coordinador del Área de Realidad

RECURSOS FINANCIEROS

Gasto: \$ 2.200.000

Remuneración relacionada con la Coordinación del Área de A.E.T. Realidad

Transportes varios: \$

RESULTADO ESPERADO

Conseguir que el alumno conozca e identifique su comuna en totalidad.

FICHA DE ACTIVIDAD

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD

Puesta en valor del Parque Nacional Hornopirén

OBJETIVO GENERAL DE LA ACTIVIDAD

Poner en valor El atractivo turístico más fuerte de Hualaihué, el Parque Nacional Hornopirén.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Como gran producto final de A.E.T los alumnos ejecutores mas los docentes de cada área, elaborarán un informe para la puesta en valor del Parque Nacional Hornopirén, atractivo más destacado de la comuna.

A.- TAREAS ASOCIADAS A LA ACTIVIDAD

- Realizar una reunión con CONAF, institución a cargo de dicho atractivo turístico, para poder evaluar su realidad y planificar la estrategia correcta para su puesta en valor.
- Realizar la evaluación.
- Generar un documento para implementar la estrategia de “venta” del atractivo turístico junto a los alumnos voluntarios que ya hayan vivido la experiencia de A.E.T.

B.- DURACION DE LA ACTIVIDAD

2 meses.

C.- ORGANISMOS RESPONSABLES

El centro de operaciones, el departamento de turismo de la municipalidad junto a CONAF

D.- NECESIDADES DE LA ACTIVIDAD

RECURSOS TÉCNICOS

- Cámaras fotográficas
- Equipo GPS

RECURSOS HUMANOS

Coordinador de la actividad (remuneración ya incorporada)

Docentes de A.E.T.

Alumnado voluntario.

RECURSOS FINANCIEROS

- Cámaras fotográficas
- Equipo GPS

RESULTADO ESPERADO

Integrar la A.E.T. al desarrollo experiencial de los alumnos, contando con el apoyo del DAEM. Logrando que el DAEM co-administre las A.E.T junto al centro de operaciones turísticas C.O., además de mantener un lazo estratégico con CONAF.

FICHA DE ACTIVIDAD

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD

Jornadas promocionales de A.E.T.

OBJETIVO GENERAL DE LA ACTIVIDAD

Crear jornadas de promoción de la A.E.T dirigidas a los empresarios de la zona y a la comunidad en general, dando a conocer el trabajo educativo que el turismo está entregando a los alumnos del establecimiento educacional de Hornopirén.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Las jornadas promocionales de la A.E.T lograrán un acercamiento entre los empresarios turísticos de la zona, la misma comunidad y los estudiantes.

Serán tres jornadas de promoción. Dos jornadas serán realizadas en la plaza de armas de Hornopirén, durante un fin de semana, invitando a todos los empresarios turísticos y culturales a asistir con sus productos. La tercera jornada será realizada en Puerto Montt, siendo expuesta en la plaza central de la capital regional, junto a los empresarios del ámbito turístico de Hornopirén.

ESTRUCTURA DE LA INTERVENCIÓN

A.- TAREAS ASOCIADAS A LA ACTIVIDAD

Organización del Word shop para la exposición de A.E.T. en la comuna.

Convenio con municipalidad para uso de espacio público en ambas zonas y prestación de equipamiento como mesas y sillas.

Elaboración de material de apoyo, pendones, dípticos, etc.

B.- DURACION DE LA ACTIVIDAD

Dos meses, uno de preparación y el otro donde se ejecutarán las jornadas de promoción.

C.- ORGANISMOS RESPONSABLES

La Municipalidad a través del Departamento de Cultura y Turismo.

El centro de operaciones de Turismo de Hornopirén.

D.- NECESIDAD DE LA ACTIVIDAD

RECURSOS TÉCNICOS

- Software para registro audiovisual de las actividades de A.E.T.
- Espacio físico para la localización de las jornadas de Word Shop promocionales
- Canales municipales de difusión.

RECURSOS HUMANOS

Gestor cultural encargado de la coordinación de las jornadas promocionales, y de las tareas logísticas, así como del desarrollo de las redes sociales que permitan el acercamiento de la comunidad a estas actividades.

RECURSOS FINANCIEROS

Gasto actividad: \$2.400.000

Se consideran los siguientes ítems de gasto:

- Desarrollo del software para la exposición visual de A.E.T. :
- Diseño, reproducción y difusión de material informativo, EN PENDONES Y FOLLETERIA de A.E.T. :
- Honorarios Gestor Cultural, por esta actividad:
- Gastos operacionales de registro y movilización:

RESULTADO ESPERADO

Posicionamiento de A.E.T. en los empresarios locales y emprendedores que recién inician la actividad comercial. Acercarse a la comunidad, siendo una actividad próxima para familias, estudiantes que pronto cursaran servicios turísticos y nuevos empresarios.

FICHA DE ACTIVIDAD

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD

Evaluación de la marcha blanca de A.E.T.

OBJETIVO GENERAL DE LA ACTIVIDAD

Evaluar la puesta en marcha de la Herramienta Educacional A.E.T.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Las jornadas de evaluación serán parceladas en medio del desarrollo y al final de este. Contaran con la participación de un integrante al menos, de cada agente de la Actividad turística de la Zona.

ESTRUCTURA DE LA INTERVENCIÓN

A.- TAREAS ASOCIADAS A LA ACTIVIDAD

Convocatoria publica a evaluación de la aplicación de A.E.T.
Elaborar formulario de evaluación donde se divida la gestión del modelo y la gestión del producto A.E.T.
Concertación de un lugar físico donde realizar las evaluaciones.

B.- DURACION DE LA ACTIVIDAD

Dos meses, uno en medio del proceso y otro al final.

C.- ORGANISMOS RESPONSABLES

El centro de operaciones de Turismo de Hornopirén.

D.- NECESIDADES DE LA ACTIVIDAD

RECURSOS TÉCNICOS

- Espacio físico para la realización de las jornadas
- Canales municipales de difusión.

RECURSOS HUMANOS

Gestor cultural encargado de la coordinación de la evaluación.

RECURSOS FINANCIEROS

Total de gasto: \$300.000

Se consideran los siguientes ítems de gasto:

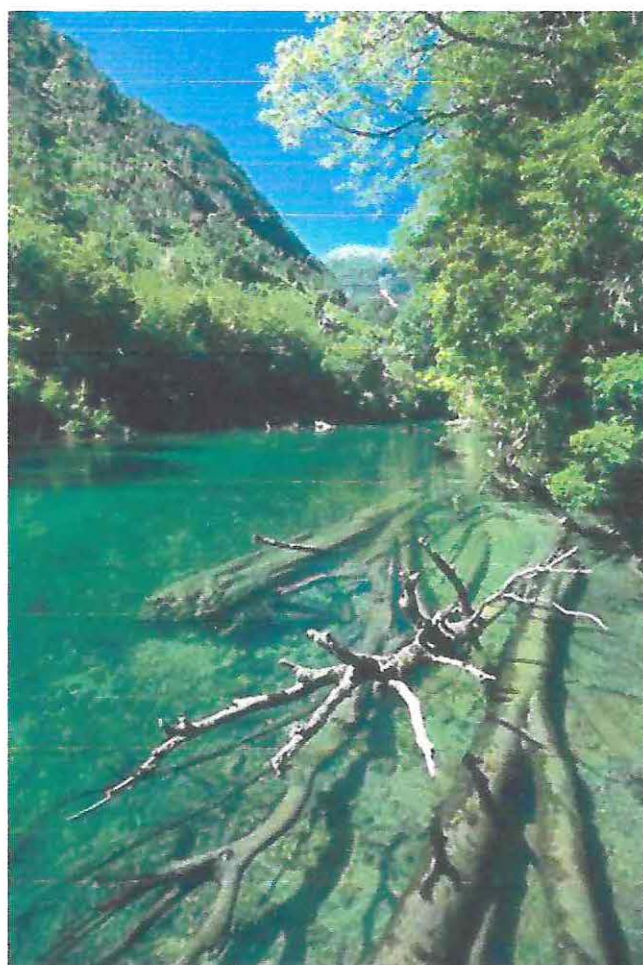
- Material fungible, papel, fotocopias, lápices etc
- Gastos operacionales de registro y movilización:

RESULTADO ESPERADO

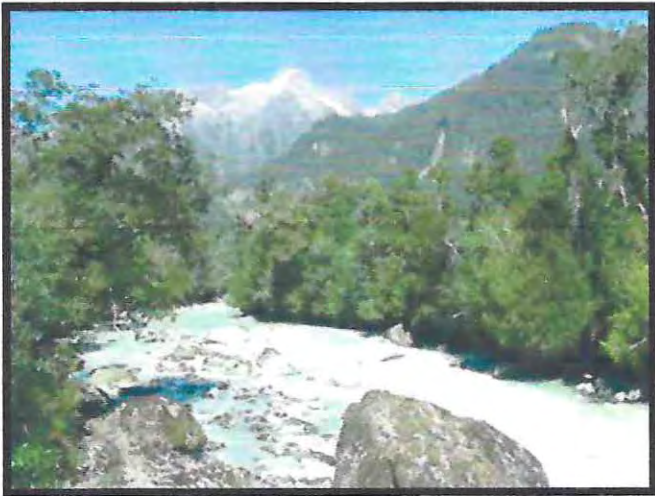
Evaluar el real impacto que tuvo la Herramienta A.E.T. en la comunidad y la actividad turística, así mismo, ver si la aplicación del Modelo de gestión, es positivo para el desarrollo local.

Anexo 3 fotografías

Parque Nacional Hornopirén



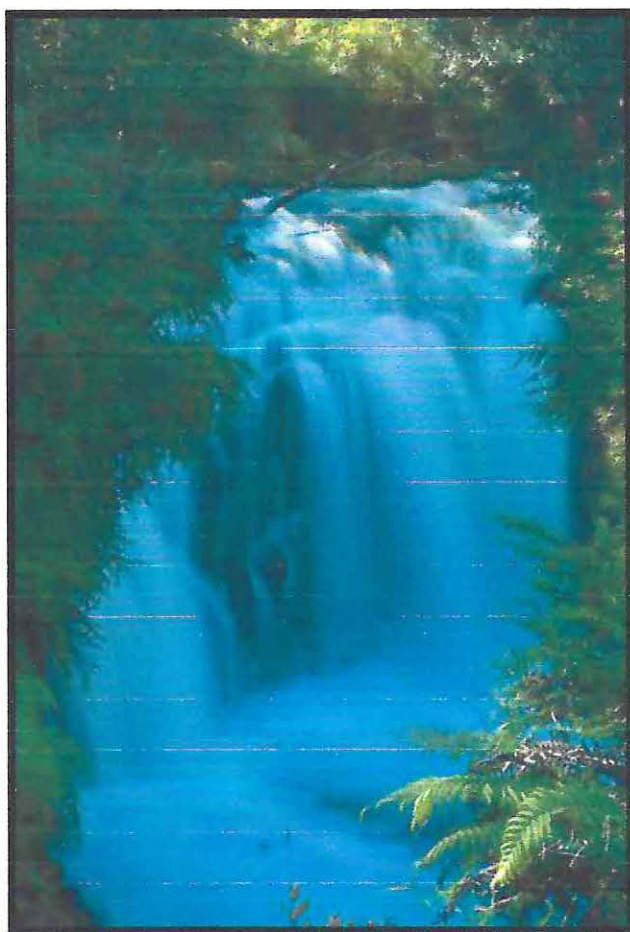
Río Blanco



Salmoneras



Cascadas Hornipirén



Salida en Kayak en Hornopirén



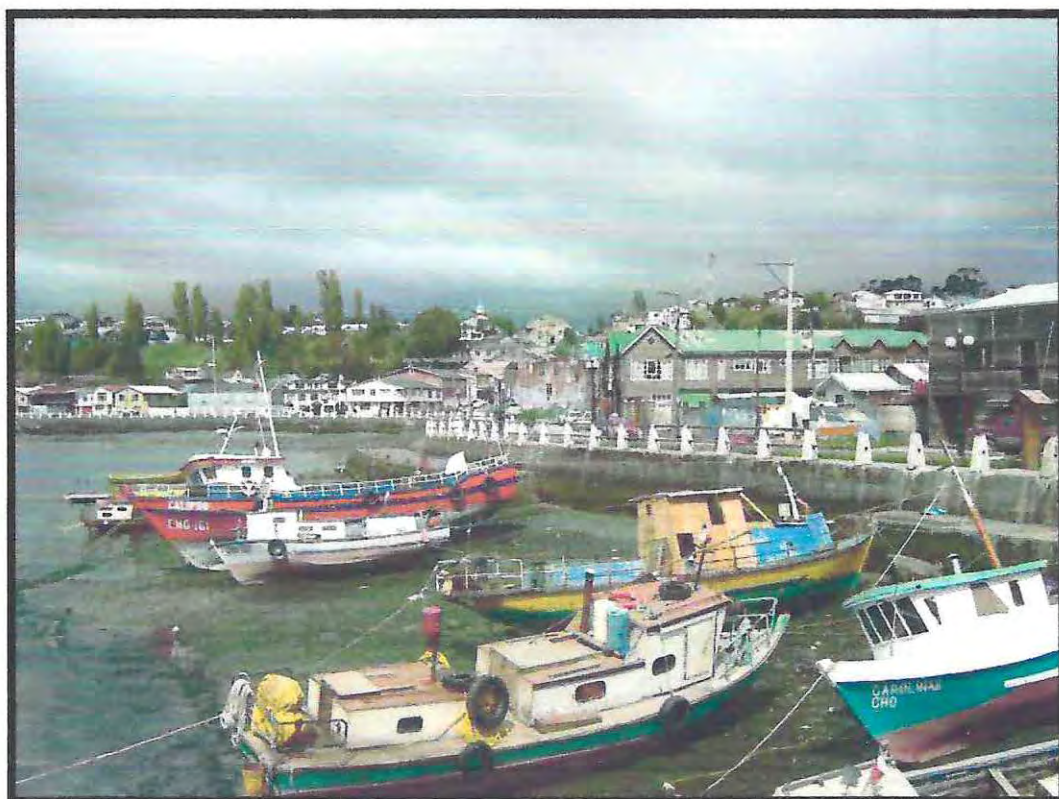
Sector El cobre



Volcán Hornopirén



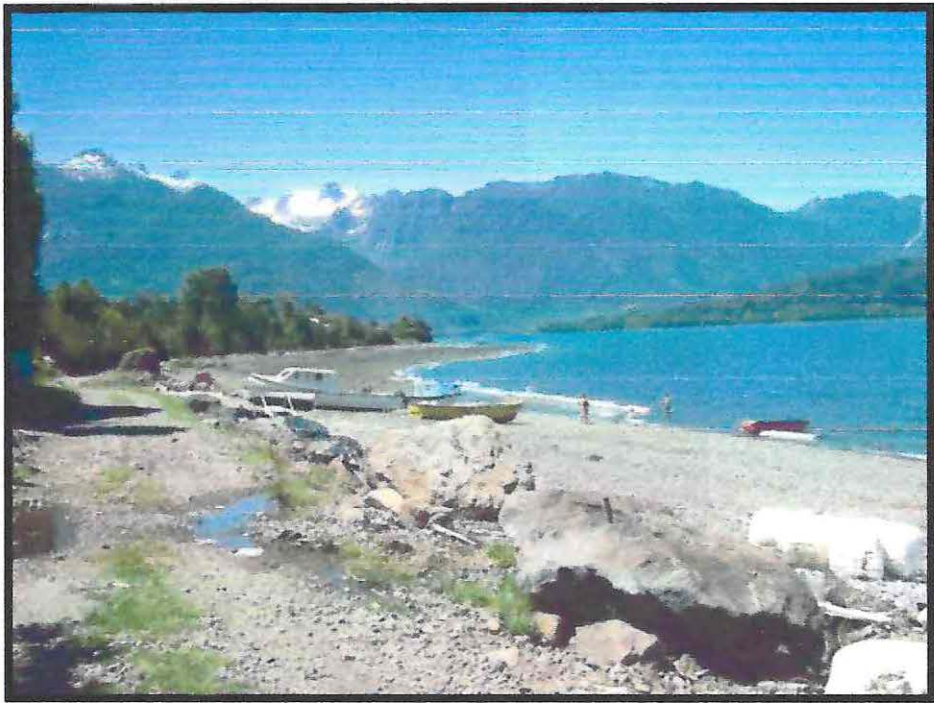
Caleta de Pescadores de Hornopirén



Plaza de Hornopirén



Sector El Cobre



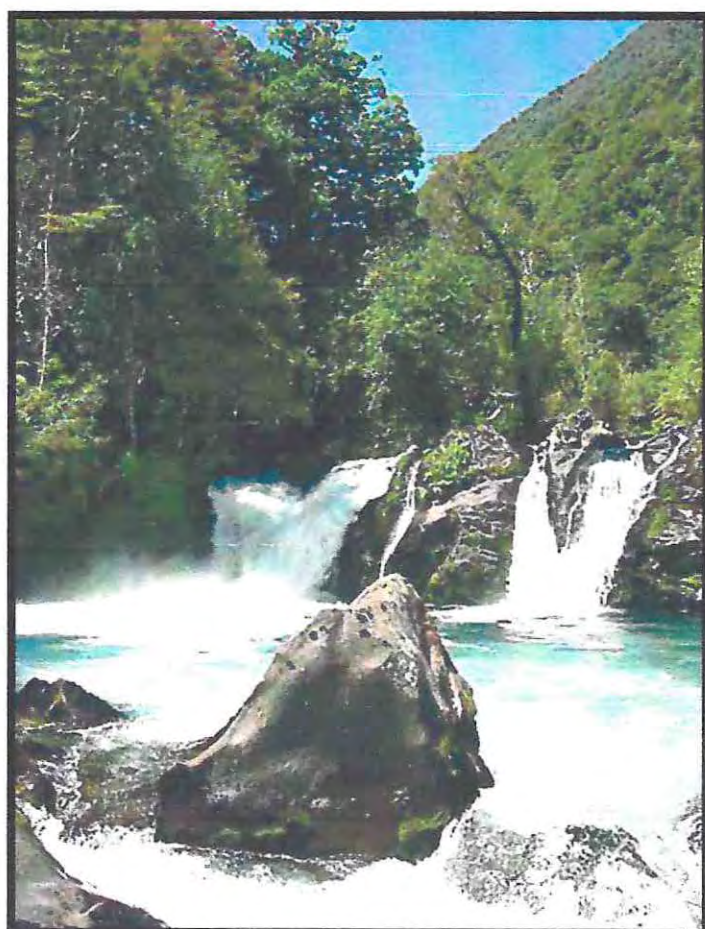
Curanto Hornopirén



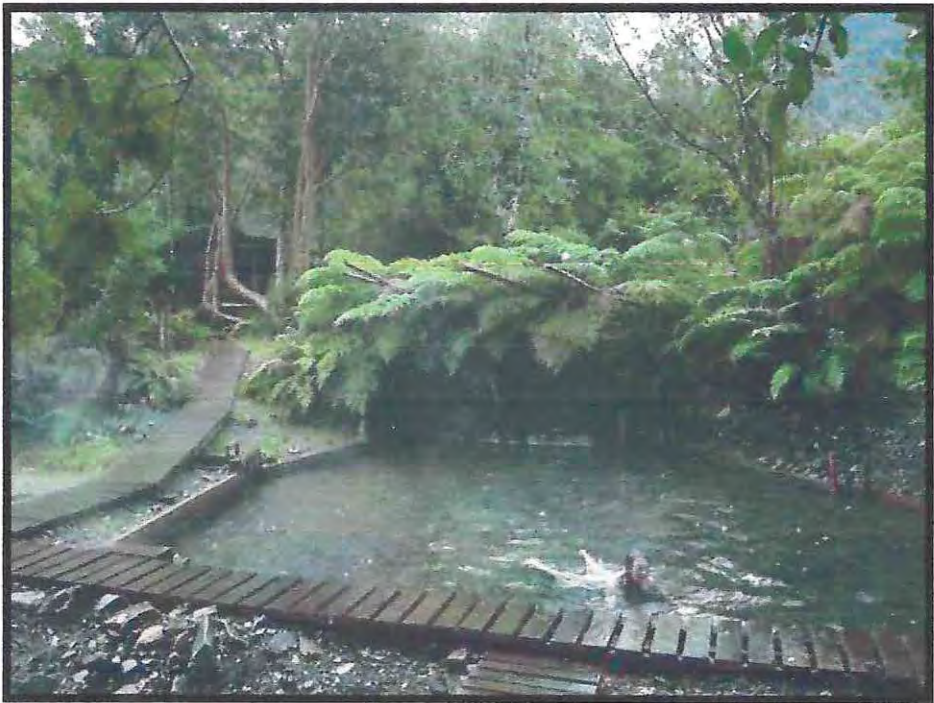
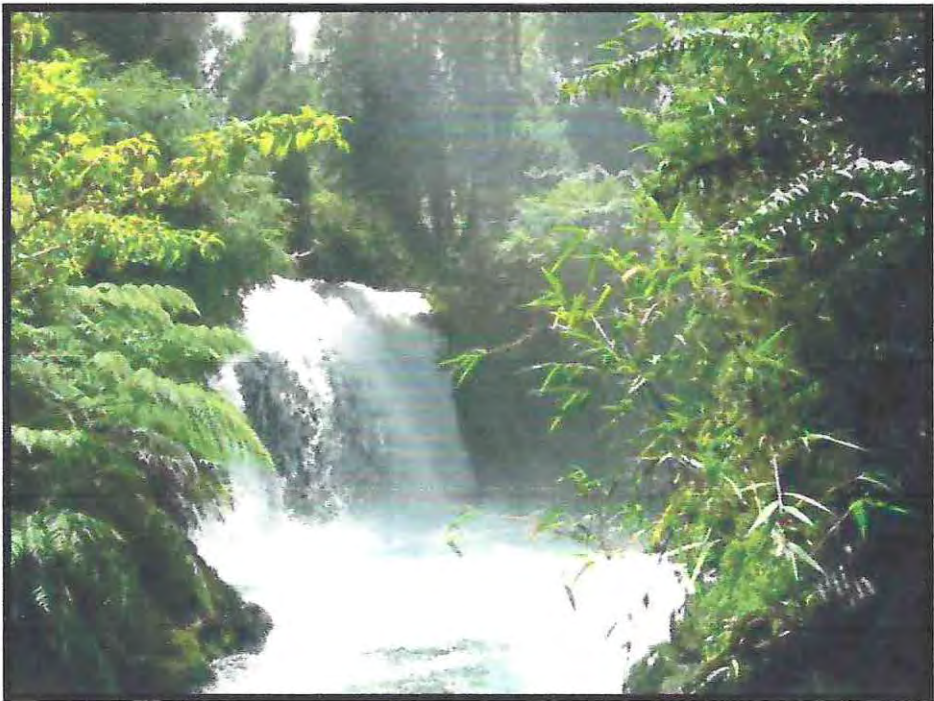
Nalcas



Cascadas de Tato



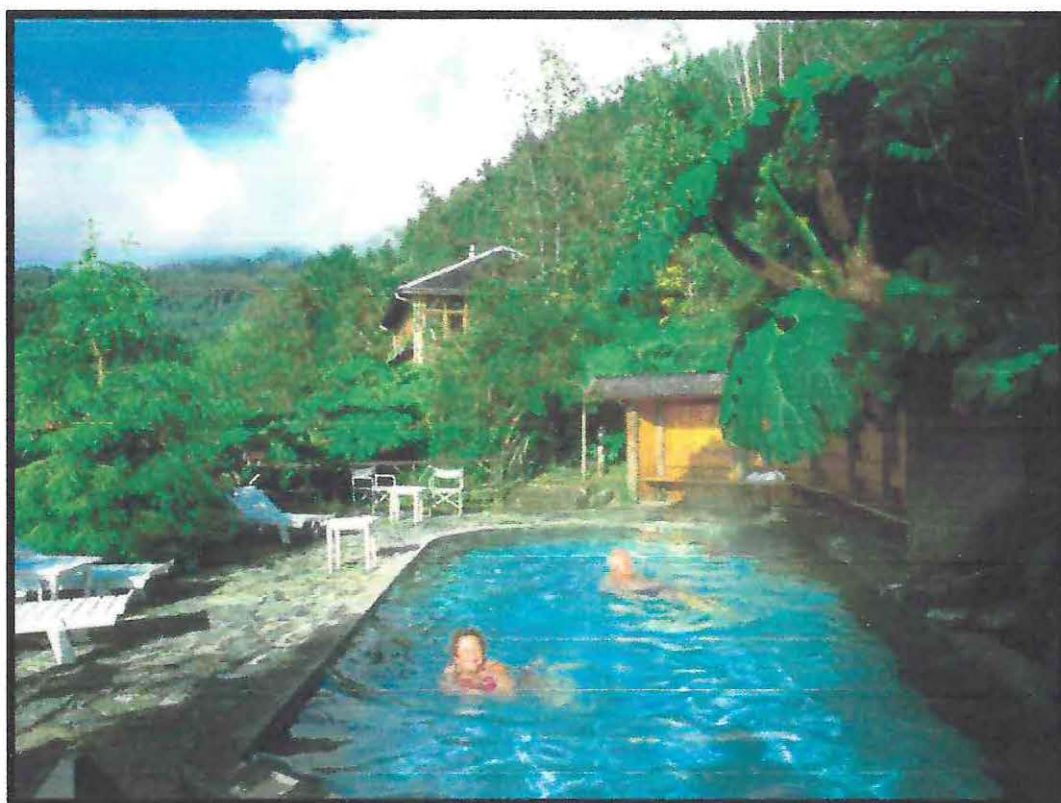
Termas de Pichicolo





Termas de Llancahue





Lago Cabrera

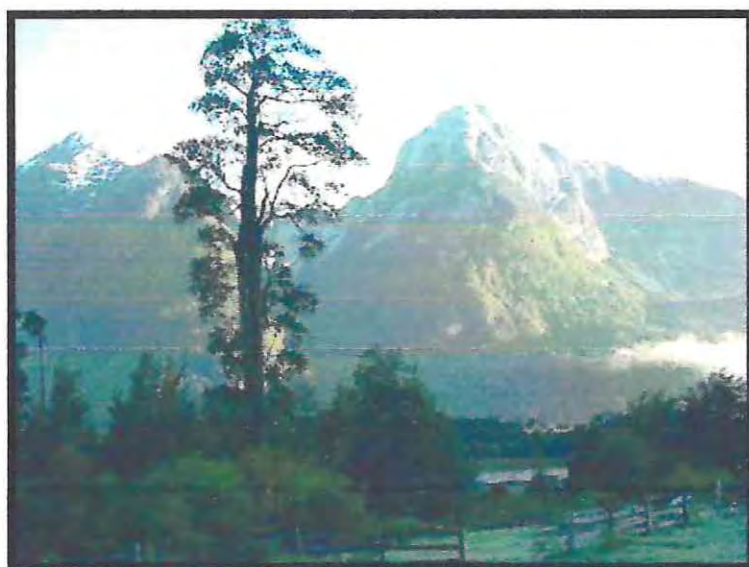


J. Municipalidad de Hualahue



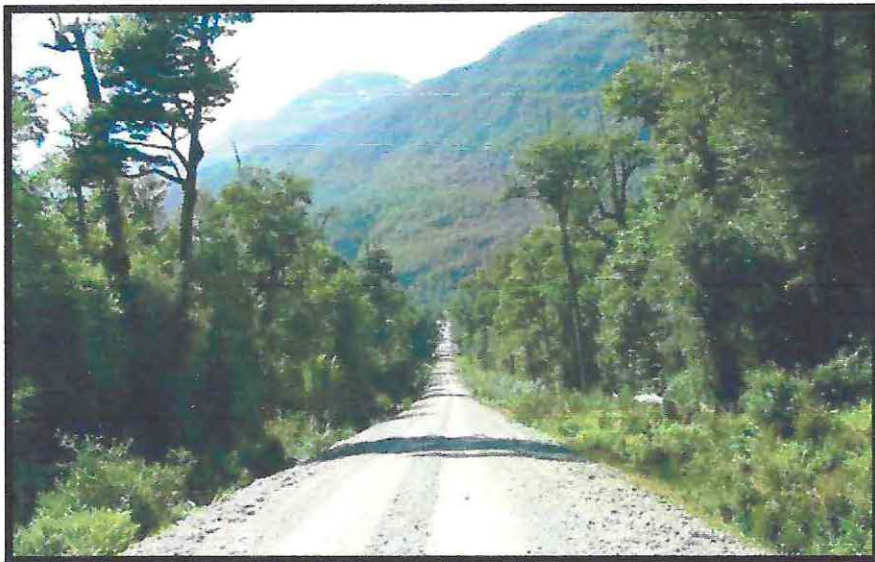
I. Municipalidad de Hualaihué

Alerces Milenarios

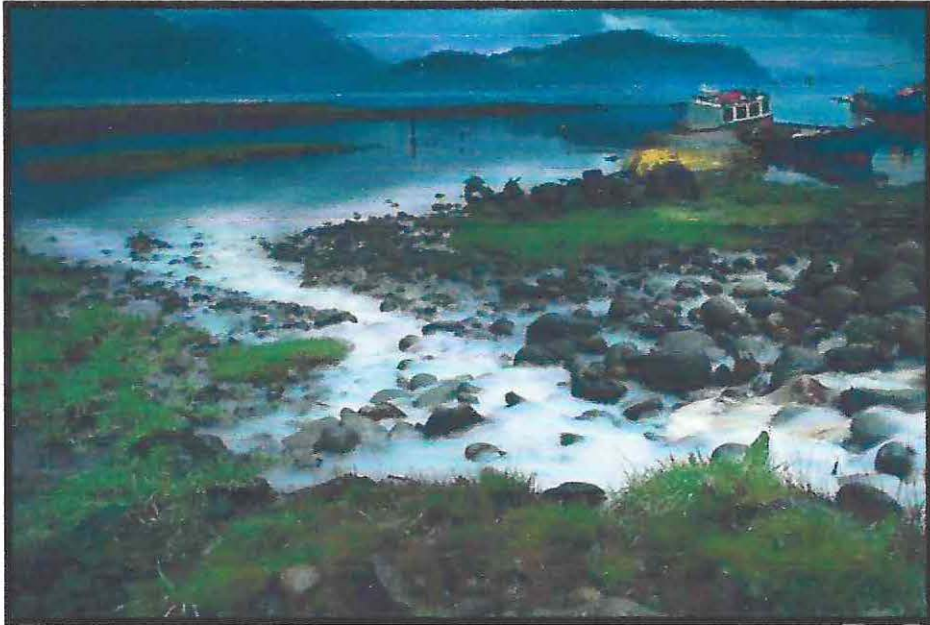




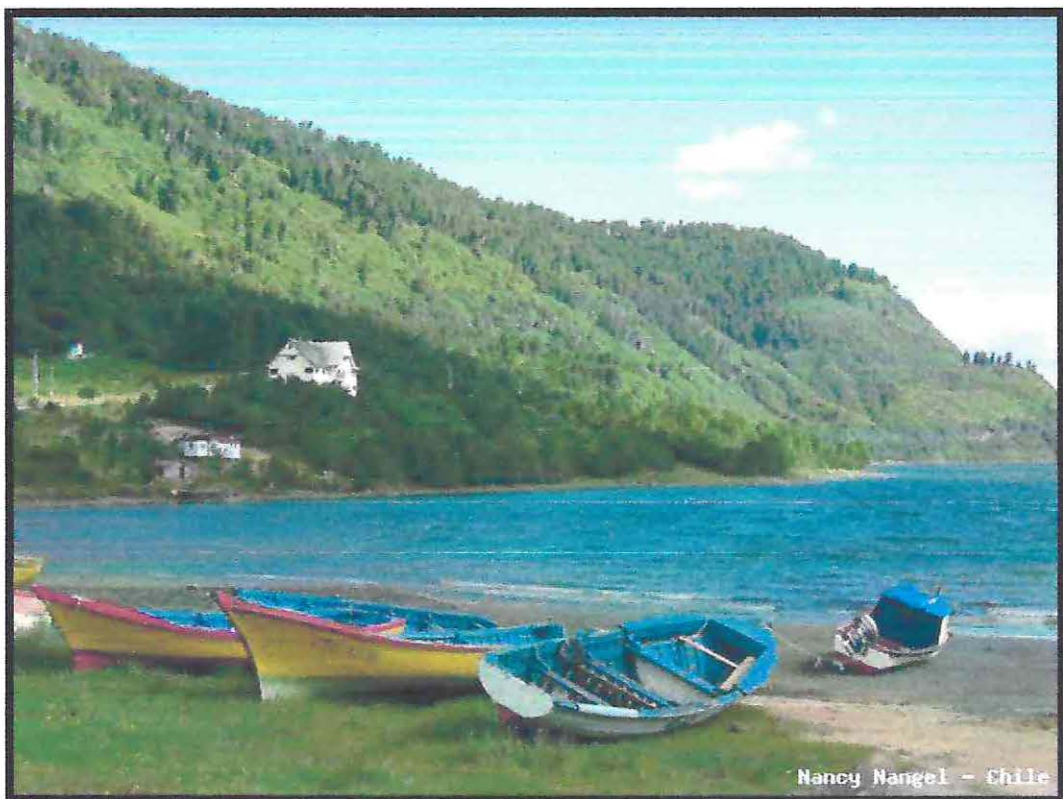
Carretera Austral



Río Negro



Cholgo



Río Negro



Bibliografía

El viaje imposible de Marc Auge

CEPAL, Guía conceptual y Metodológica para el desarrollo y el sector del turismo.

PROMPERU (2009) Pertur, modelo avanzado de gestión territorial.

Ministerio de Planificación, Chile.

Plan regulador Hualaihué 2006

Plan de intervenciones ambientales Hualaihué 2006

PLADECO Hualaihué 2008

Revista la Tejuela

Fuentes

1. <http://www.slideshare.net/dicb89/los-4-pilares-de-la-educacin>
2. (Declaración de México sobre las políticas culturales Conferencia mundial sobre las políticas culturales México D.F., 26 de julio - 6 de agosto de 1982).
3. Tabla de especialidades liceos técnicos profesionales www.mineduc.cl/tp
4. (Faga Roberto), 2003
5. (Solsona Monsonis, 1999;; Leno Cerro, 1993)
6. Pág. Web www.sernatur.cl/institucional.
7. (Katharina Tomasevski, Relatora sobre el derecho a la educación)
8. Figura: Modelo Patagonia Verde. Fuente www.patagoniaverve.com
(Ministerio de Educación 2009, Ley 20.370 Ley General de Educación).

