



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO COMUNA DE EL QUISCO 2019 - 2022



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO COMUNA DE EL QUISCO 2019 - 2022





PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO COMUNA DE EL QUISCO 2019 - 2022



ÍNDICE DE CONTENIDO

1. PRESENTACIÓN PLADETUR EL QUISCO.....	9
1.1 Introducción	9
1.2 Proceso de planificación participativa	10
2. DIAGNÓSTICO INICIAL	14
2.1 Antecedentes Región de Valparaíso.....	14
2.1.1 Características generales	14
2.1.2 Caracterización geográfica de la Región de Valparaíso	16
2.1.3 Caracterización productiva de la Región de Valparaíso	17
2.2 Área de estudio	19
2.2.1 Descripción territorial del área de estudio.....	19
2.2.2 Descripción socio estadística comparada.....	21
2.2.3 Descripción económica - productiva	24
2.3 Descripción histórica del territorio	25
2.4 Descripción y análisis ambiental	28
3. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO.....	33
3.1 Introducción al diagnóstico turístico comuna de El Quisco	33
3.1.1 Antecedentes de la actividad turística.....	33
3.1.2 Importancia del turismo como actividad económica	34
3.2 Normativa legal e instrumentos de planificación que influyen en la actividad turística.....	35
3.2.1 Consideraciones previas.....	35
3.2.2 Normativas Nacionales	36
3.2.2.1 Servicio Nacional de Turismo.....	36
3.2.2.1.1 Áreas Turísticas Prioritarias.....	36
3.2.2.1.2 Zonas y Centros de Interés Turísticos.....	40
3.2.3 Normativa Regional.....	41
3.2.3.1 Estrategia Regional de Desarrollo 2020.....	41
3.2.3.2 Plan Regional de Gobierno Región de Valparaíso.....	42
3.2.3.3 Plan de Acción Región de Valparaíso, sector turismo, 2014- 2018	43
3.2.3.4 Monumentos Nacionales	45
3.2.4 Normativas comunales.....	47
3.2.4.1 Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO)	47
3.2.4.2 Plan Regulador Comunal (PRC)	50
3.2.4.3 Diagnóstico Seguridad Pública.....	50
3.2.4.4 Plan municipal de cultura 2014-2016	51
3.2.4.5 Programas de gestión Unidad de turismo	51
3.3 Caracterización de la oferta turística.....	53
3.3.1 Consideraciones previas.....	53
3.3.2 Atractivos turísticos	53
3.3.2.2.1 El Quisco	57
3.3.2.2.2 Playa Los Corsarios.....	58
3.3.2.2.3 Caleta de Pescadores Artesanales José Narciso Aguirre	59
3.3.2.2.4 Playa inclusiva Las Conchitas	60
3.3.2.2.5 Bancas arte mosaico El Quisco.....	61
3.3.2.2.6 El Totoral	62
3.3.2.2.7 Iglesia colonial Nuestra Señora de La Merced.....	63
3.3.2.2.8 Museo Colonial El Totoral.....	64
3.3.2.2.9 Cementerio El Totoral.....	65
3.3.2.2.10 Eremitorio Franciscano de El Totoral	66
3.3.2.2.11 Feria de artesanías El Totoral	67
3.3.2.2.12 Misa a la chilena.....	68
3.3.2.2.13 Fiesta Costumbrista El Totoral	69
3.3.2.2.14 Fiesta de San Pedro.....	70

3.3.2.2.15	Feria gastronómica.....	71
3.3.2.2.16	Fiesta de la chilenidad.....	72
3.3.2.2.17	Fiesta Patronal de la Virgen de la Merced de El Total.....	73
3.3.2.2.18	Festival Bienvenido Verano.....	74
3.3.2.2.19	Ruta turística natural y cultural.....	75
3.3.2.2.20	Punta de Tralca.....	76
3.3.2.2.21	Piedra del Trueno.....	77
3.3.2.2.22	Mirador Cantalao: “El Sueño de Neruda”.....	78
3.3.2.2.23	Isla Negra (sector costero).....	79
3.3.2.2.24	Museo de Pablo Neruda.....	80
3.3.2.2.25	Feria artesanal de Isla negra.....	81
3.3.2.2.26	Plaza Eladio Sobrino.....	82
3.3.2.2.27	Bordadoras de Isla Negra.....	83
3.3.2.2.28	Nave Imaginaria.....	84
3.3.2.2.29	Quebrada de Córdova.....	85
3.3.3	Planta turística.....	86
3.3.3.1	Caracterización general.....	86
3.3.3.2	Establecimientos de alojamiento.....	86
3.3.3.2.1	Contexto de los establecimientos de alojamiento.....	86
3.3.3.2.2	Caracterización de los establecimientos de alojamiento turístico comuna de El Quisco.....	92
3.3.3.3	Establecimientos de alimentación.....	98
3.3.3.4	Agencias de viaje, tour operadores y guías de turismo.....	106
3.3.3.5	Servicios de turismo aventura.....	106
3.3.3.6	Productos artesanales.....	106
3.3.3.7	Servicios de transporte.....	106
3.4	Caracterización de la demanda turística de la comuna de El Quisco.....	107
3.4.1	Consideraciones previas.....	107
3.4.2	Contexto de la demanda turística a nivel país y regional.....	107
3.4.2.1	Cifras de turismo receptivo.....	107
3.4.2.2	Demanda turística Región de Valparaíso.....	110
3.4.2.3	Visitantes ingresados a Áreas Silvestres Protegidas Región de Valparaíso.....	114
3.4.3	Análisis de demanda turística Comuna de El Quisco.....	117
3.4.3.1	Introducción.....	117
3.4.3.2	Resultados aplicación encuestas de demanda comuna de El Quisco.....	118
3.4.3.2.1	Análisis encuestas de demanda temporada alta.....	118
3.4.3.2.2	Análisis encuestas de demanda temporada media.....	134
3.4.3.2.3	Análisis encuestas de demanda temporada baja.....	149
3.4.3.3	Conclusiones análisis encuestas de demanda El Quisco.....	160
3.5	Diagnóstico participativo comuna de El Quisco.....	162
3.6	Mapa de actores del territorio.....	166
4.	IMAGEN OBJETIVO.....	169
4.1	Consideraciones previas.....	169
4.2	Análisis del ciclo de vida del destino.....	169
4.3	Proceso de elaboración de la imagen objetivo.....	171
4.3.1	Introducción.....	171
4.3.2	Determinación de la imagen objetivo turística.....	172
5.	OBJETIVOS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO.....	176
5.1	Análisis situacional de la comuna de El Quisco.....	176
5.2	Análisis FODA Comuna de El Quisco.....	178
5.3	Árbol de problemas y soluciones Comuna de El Quisco.....	184
6.	PLAN DE ACCIÓN PLADETUR EL QUISCO.....	187
6.1	Estrategia de desarrollo turístico Comuna de El Quisco.....	187
6.2	Estructura del plan de acción Comuna de El Quisco.....	189
6.3	Cartera de programas y proyectos PLADETUR El Quisco.....	192

6.3.1	Introducción.....	192
6.3.2	Programas y proyectos Comuna de El Quisco	193
6.3.2.1	Eje Estratégico gobernanza y asociatividad.....	193
6.3.2.1.1	Programa: Organización del destino	193
6.3.2.2	Eje estratégico calidad, innovación y competitividad	196
6.3.2.2.1	Programa: Experiencias turísticas	196
6.3.2.2.2	Programa: calidad y sustentabilidad.....	198
6.3.2.3	Eje Estratégico infraestructura de apoyo e inversión en turismo	200
6.3.2.3.1	Programa: Infraestructura accesible.....	200
6.3.2.3.2	Programa: Inversión en turismo.....	201
6.3.2.4	Eje estratégico fomento productivo	203
6.3.2.4.1	Programa: Emprendimiento y empresa	203
6.3.2.5	Eje formación continua del capital humano.....	206
6.3.2.5.1	Programa: Desarrollo y fomento del capital humano en turismo.....	206
6.3.2.5.2	Programa: Formación y profesionalización de los negocios turísticos.....	207
6.3.2.5.3	Programa: Cultura turística.....	208
6.3.2.6	Eje difusión, promoción y marketing turístico	210
6.3.2.6.1	Programa: Difusión interna del PLADETUR.....	210
6.3.2.6.2	Programa: Plan de marketing.....	211
6.3.2.6.3	Programa: Eventos comunales turísticos	212
6.3.3	Calendarización de actividades del plan de trabajo.....	214
6.4	Identificación de fuentes de financiamiento	221
6.4.1	Consideraciones previas.....	221
6.4.2	Fuentes de financiamiento asociadas a programas del plan de acción.....	221
6.4.3	Fuentes de financiamiento públicas.....	224
6.4.4	Fuentes de financiamiento privadas	236
6.4.5	Otras fuentes de financiamiento	237
6.5	Sistema de seguimiento y monitoreo	238
6.5.1	Introducción.....	238
6.5.2	Descripción de programas para seguimiento y monitoreo.....	242
6.5.3	Matriz de marco lógico para el seguimiento de la ejecución del PLADETUR.....	246
7.	PARTICIPACIÓN CIUDADANA PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL PLADETUR EL QUISCO .	265
	265
7.1	Consideraciones previas	265
7.2	Resultados participación ciudadana	265
8.	PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS.....	279
8.1	Consideraciones previas	279
8.2	Talleres de capacitación	279
8.3	Insumos comunicacionales.....	279
8.4	Ordenamiento territorial turístico.....	288
9.	CONCLUSIÓN	294

ÍNDICE DE ESQUEMAS

Esquema N° 1. Proceso de aplicación y cumplimiento de las buenas prácticas sustentables.....	32
Esquema N° 2. Representación del sistema turístico	33
Esquema N° 3. Descripción destino Litoral de Los Poetas.....	34
Esquema N° 4. Criterios para el análisis de los actores clave en torno a la actividad turística comunal.....	167
Esquema N° 5. Mapa de actores clave comuna de El Quisco.....	168
Esquema N° 6. Ciclo de vida del destino turístico	170
Esquema N° 7. Árbol de problemas y soluciones	184
Esquema N° 8. Árbol de problemas de la actividad turística de la comuna de El Quisco	185
Esquema N° 9. Árbol de soluciones de la actividad turística de la comuna de El Quisco	186
Esquema N° 10. Objetivos y ejes estratégicos PLADETUR El Quisco.....	188
Esquema N° 11. Estructura Plan de Acción PLADETUR El Quisco	189
Esquema N° 12. Estructura de Cartera de Programas y Proyectos PLADETUR El Quisco.....	192
Esquema N° 13. Proceso de monitoreo y gestión del PLADETUR	238
Esquema N° 14. Implementación y seguimiento PLADETUR El Quisco.....	239
Esquema N° 15. Etapas para el seguimiento del PLADETUR	240
Esquema N° 16. Pasos para la definición del alcance territorial.....	289

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Límites comunales Región de Valparaíso	15
Figura N° 2. Destinos turísticos Región de Valparaíso	37
Figura N° 3. Destinos turísticos prioritarios Región de Valparaíso	38
Figura N° 4. Destinos turísticos prioritarios Región de Valparaíso 2018	40

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N° 1. El Quisco	58
Imagen N° 2. Playa Los Corsarios	58
Imagen N° 3. Muelle y Caleta El Quisco	59
Imagen N° 4. Playa inclusiva Las Conchitas.....	60
Imagen N° 5. Bancas arte mosaico El Quisco	61
Imagen N° 6. El Totoral.....	62
Imagen N° 7. Iglesia colonial Nuestra Señora de La Merced	63
Imagen N° 8. Museo Colonial El Totoral	64
Imagen N° 9. Cementerio El Totoral	65
Imagen N° 10. Eremitorio Franciscano de El Totoral.....	66
Imagen N° 11. Feria de Artesanías El Totoral	67
Imagen N° 12. Misa a la chilena	68
Imagen N° 13. Fiesta costumbrista El Totoral.....	69
Imagen N° 14. Fiesta de San Pedro	70
Imagen N° 15. Feria gastronómica	71
Imagen N° 16. Fiesta de la chilenidad	72
Imagen N° 17. Fiesta Patronal de la Virgen de la Merced de El Totoral.....	73
Imagen N° 18. Festival Bienvenido Verano	74
Imagen N° 19. Ruta turística natural y cultural.....	75
Imagen N° 20. Costa Punta de Tralca	76
Imagen N° 21. Piedra del Trueno.....	77
Imagen N° 22. Mirador Cantalao.....	78
Imagen N° 23. Sector costero Isla Negra.....	79
Imagen N° 24. Casa Museo de Pablo Neruda	80
Imagen N° 25. Feria artesanal de Isla Negra.....	81
Imagen N° 26. Plaza Eladio Sobrino	82

Imagen N° 27. Bordadoras de Isla Negra	83
Imagen N° 28. Nave Imaginaria	84
Imagen N° 29. Laguna Quebrada de Córdova.....	85
Imagen N° 30. Propuestas de marca para el destino El Quisco	174
Imagen N° 31. Marca elegida por votación popular para el destino El Quisco	175
Imagen N° 32. Micro sitio Turismo El Quisco.....	280
Imagen N° 33. Material audiovisual El Quisco. Muestra captura de pantalla	281
Imagen N° 34. Díptico turístico El Quisco: tiro	282
Imagen N° 35. Díptico turístico El Quisco: retiro	283
Imagen N° 36. Díptico informativo PLADETUR El Quisco: tiro	284
Imagen N° 37. informativo PLADETUR El Quisco: retiro	285
Imagen N° 38. Revista resumen PLADETUR El Quisco: portada	286
Imagen N° 39. Revista resumen PLADETUR El Quisco: contra portada	287
Imagen N° 40. Polígono propuesto ZOIT El Quisco	290
Imagen N° 41. Capas de la oferta turística en base a polígono propuesto ZOIT El Quisco	291
Imagen N° 42. Coordenadas oferta turística El Quisco	292
Imagen N° 43. Micro sitio mapa Turismo El Quisco.....	293

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Población por comuna de la Provincia de San Antonio	21
Tabla N° 2. Concentración de viviendas de la Provincia de San Antonio.....	22
Tabla N° 3. Evolución número de empresas según tamaño.....	24
Tabla N° 4. Fases del proceso de certificación ambiental	31
Tabla N° 5. Áreas turísticas prioritarias Región de Valparaíso	36
Tabla N° 6. Categoría destinos turísticos Región de Valparaíso	39
Tabla N° 7. Comparación destinos región de Valparaíso 2015-2018	39
Tabla N° 8. Líneas Estratégicas del Plan.....	43
Tabla N° 9. Monumentos nacionales Región de Valparaíso.....	45
Tabla N° 10. Monumentos nacionales comuna de El Quisco	45
Tabla N° 11. Resúmenes principales resultados etapa diagnóstico PLADECO	48
Tabla N° 12. Programas de gestión unidad de turismo, año 2017	51
Tabla N° 13. Atractivos turísticos según jerarquía, Región de Valparaíso	55
Tabla N° 14. Atractivos turísticos según comuna y jerarquía, Provincia de San Antonio	55
Tabla N° 15. Atractivos turísticos comuna de El Quisco.....	56
Tabla N° 16. Capacidad instalada establecimientos de alojamientos en la comuna de El Quisco...88	
Tabla N° 17. Capacidad instalada establecimientos de alimentación en la comuna de El Quisco...99	
Tabla N° 18. Evolución de la llegada de turistas a ASP Región de Valparaíso 2007 al 2016	114
Tabla N° 19. Ficha metodológica encuestas de demanda turística comuna de El Quisco	117
Tabla N° 20. Resumen resultados encuestas demanda turística El Quisco.....	160
Tabla N° 21. Matriz FODA/PESTA de la actividad turística comuna de El Quisco	179
Tabla N° 22. Calendarización de actividades plan de trabajo PLADETUR	214
Tabla N° 23. Fuentes de financiamiento asociadas a los programas del plan de acción	221
Tabla N° 24. Fuentes de financiamiento públicas asociadas a la ejecución del plan de acción.....	224
Tabla N° 25. Fuentes de financiamiento privadas asociadas a la ejecución del plan de acción	236
Tabla N° 26. Otras fuentes de financiamiento asociadas a la ejecución del plan de acción	237
Tabla N° 27. Seguimiento y monitoreo del plan de acción	242
Tabla N° 28. Marco lógico PLADETUR El Quisco: Eje gobernanza y asociatividad	246
Tabla N° 29. Marco lógico PLADETUR El Quisco: Eje calidad, innovación y competitividad.....	250
Tabla N° 30. Marco lógico PLADETUR El Quisco: Eje infraestructura de apoyo e inversión en turismo	253
Tabla N° 31. Marco lógico PLADETUR El Quisco: Eje fomento productivo	255
Tabla N° 32. Marco lógico PLADETUR El Quisco: Eje formación continua del capital humano	258
Tabla N° 33. Marco lógico PLADETUR El Quisco: Eje difusión, promoción y marketing turístico..	261
Tabla N° 34. Taller 1. Presentación PLADETUR	266

Tabla N° 35. Taller 2. Actores locales Isla Negra	266
Tabla N° 36. Taller 3. Actores locales El Totoral	267
Tabla N° 37. Taller 4. Sindicato de pescadores.....	268
Tabla N° 38. Taller 5. Reunión con concejales	268
Tabla N° 39. Taller 6. Definición temas prioritarios.....	269
Tabla N° 40. Taller 7. Conversatorio con Dirigentes I.....	270
Tabla N° 41. Taller 8. Conversatorio con Dirigentes II.....	270
Tabla N° 42. Taller 9. Resultados diagnóstico y elaboración imagen objetivo	271
Tabla N° 43. Taller 10. Resultados imagen objetivo	272
Tabla N° 44. Taller 11. Definición de la estrategia de desarrollo turístico	274
Tabla N° 45. Taller 12. Validación de la estrategia de desarrollo turístico.....	275
Tabla N° 46. Taller 13. Productos turísticos experienciales.....	276
Tabla N° 47. Taller 14. Validación programas, proyectos e indicadores	277
Tabla N° 48. Taller 15. ZOIT y ordenanzas a funcionarios municipales	278

1. PRESENTACIÓN PLADETUR EL QUISCO

1.1 Introducción

El presente documento, corresponde al informe diagnóstico del PLADETUR que fuera adjudicado por DTS Consultores teniendo como mandante a la I. Municipalidad de El Quisco.

Los términos de referencia sobre los cuales DTS Consultores diseña su propuesta metodológica y se adjudica el estudio, solicitan el diseñar e implementar una herramienta de planificación turística para la comuna de El Quisco, con el fin de promover el desarrollo del sector turístico en un contexto de planificación y sustentabilidad ambiental, socio cultural y económica local, proporcionando, tanto al sector público como privado los lineamientos estratégicos que permitan orientar y potenciar la actividad turística conforme a las distintas políticas a nivel nacional y regional.

El proceso de planificación estratégica, en la función de un instrumento de desarrollo sostenible y su adecuación a la gestión integrada a nivel de destino turístico, es una garantía para compatibilizar las interacciones entre los diferentes componentes de la cadena turística, situación que se presenta como uno de los grandes retos a que deben enfrentarse los gestores turísticos. Por lo anterior, en la elaboración de este instrumento este proceso de planificación estratégica contó con la participación activa

Cabe destacar, que el turismo es una actividad económica, social y cultural de carácter transversal a la producción general de una zona, la que ofrece oportunidades para la diversificación de la economía local, creando negocios de pequeña envergadura y generando demanda de mano de obra, contribuyendo así, a promover la igualdad y desarrollo entre hombres y mujeres en esta actividad, siendo estas últimas, quienes participan en un porcentaje relativamente superior en comparación a otros sectores productivos.

Su principal fortaleza, recae en las condiciones naturales del hábitat y el paisaje y en la presencia de elementos de tipo natural y cultural susceptibles de ser incorporados a la oferta turística, todo lo cual se genera en un entorno de características peculiares en el ámbito regional. Ello implica, sin embargo, el desafío de asegurar un desarrollo turístico sostenible que considere la participación de actores locales y que asegure la valoración de los ambientes naturales y el resguardo del patrimonio local.

Es importante en este sentido, constituir una instancia decisiva para impulsar el desarrollo del turismo en el destino, asumiendo un rol orientador de la actividad local a través de sus propias atribuciones y articulando las de otros estamentos públicos y privados que tienen un impacto directo en el éxito o fracaso del lugar, como destino vacacional y/o recreacional.

El desarrollo del turismo no sólo aparece vinculado a otras actividades económicas, sino también a otras dimensiones del desarrollo local sumamente importantes, como son la sociocultural, ambiental y pública-administrativa, y claramente su planificación debe estar enmarcada en los lineamientos estratégicos de los planes de desarrollo comunal.

El PLADETUR o Plan de Desarrollo Turístico es un **instrumento de planificación de carácter participativo, que equivale a una “carta de navegación” para las autoridades y a un marco referencial para la comunidad y los empresarios involucrados en el sector turismo, como potenciales inversionistas.**

Con el fin de lograr esta carta de navegación, se llevaron a cabo diversas actividades que formaron parte de un proceso participativo y de análisis, que tuvo como primer resultado la línea base y el diagnóstico como primera mirada del territorio y la forma como abordar las propuestas para un desarrollo turístico sostenible. De manera paralela se ejecutan ejercicios participativos y campañas en terreno para la elaboración del catastro de la oferta turística -varios equipos de trabajo durante

semanas desplegados por el territorio ejecutando jornadas de trabajo y realizando el inventario de atractivos, planta y servicios en general-

La complementación y lectura apropiada de todas las actividades realizadas por el equipo consultor llevó a que todas las propuestas entregadas en distintos formatos: FODA, matriz PESTA, árbol de problemas, mapa de actores, ordenamiento territorial, entre otros, se agruparan en un plan de acción con ejes, programas y proyectos que permitan la ejecución del PLADETUR durante los próximos cuatro años y al cumplimiento de la imagen objetivo, que pasa a transformarse en uno de los elementos más importantes de la gestión de la actividad turística en la comuna. En el siguiente apartado, se expone esta imagen objetivos y otras actividades importantes dentro de la redacción de este PLADETUR.

1.2 Proceso de planificación participativa

Este trabajo de construcción del PLADETUR, tuvo como eje la incorporación de los distintos actores municipales, precedidos por la Alcaldía y el Concejo quienes estuvieron presentes en cada hito de participación. Asimismo, la comunidad, principalmente representada por los empresarios turísticos, se transformaron en los validadores de las distintas etapas y en el principal motor para la conformación de una instancia que lleve a implementar los resultados y potenciar cada una de las propuestas que se derivan de este documento.

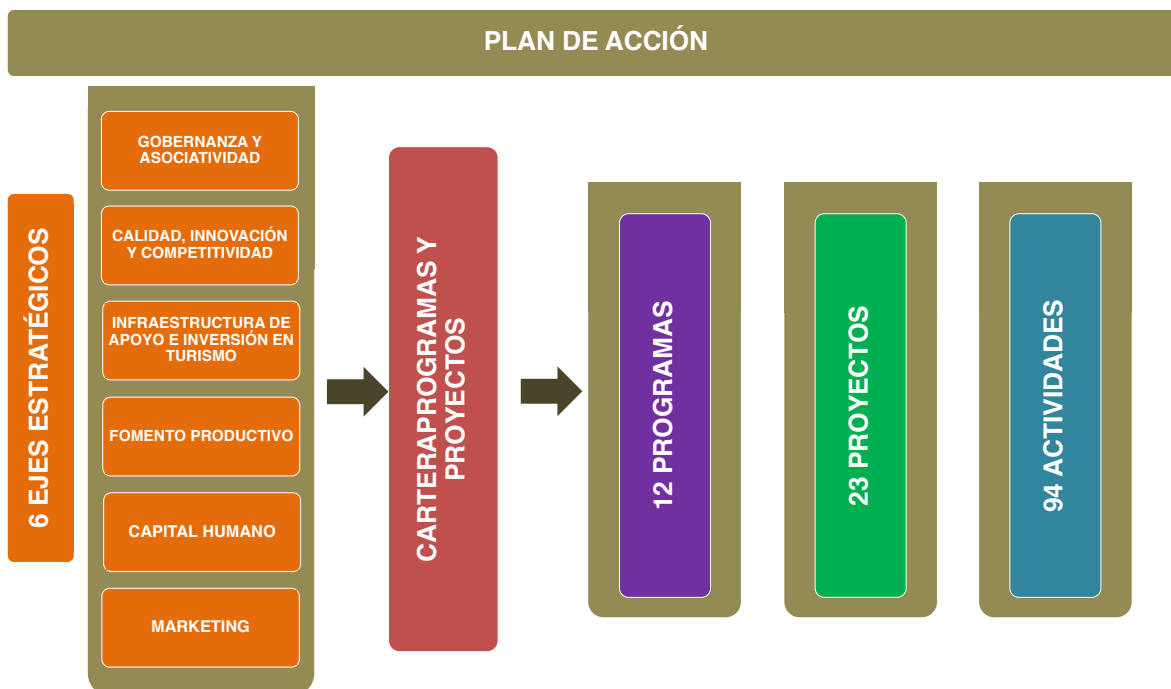
Uno de los principales resultados, fue la definición de la imagen objetivo turística, texto que comprende cada uno de los elementos que representan a la comunidad, constituida por el municipio -alcaldía, concejales y funcionarios- empresarios, vecinos y todos aquellos que quisieron participar en el proceso de elaboración del PLADETUR. Esta imagen objetivo es la siguiente.

“Organizar, implementar y posicionar a la comuna de El Quisco como un territorio comprometido con el desarrollo de un turismo sustentable e inclusivo de inspiración natural y cultural, con una variada oferta de experiencias y tradiciones típicas de la costa central de Chile dentro del Destino Litoral de los Poetas, generando actividades relacionadas con la cultura local y naturaleza, realizada bajo una gestión asociativa que fomente el emprendimiento y la innovación para el fortalecimiento de la calidad de la oferta turística, logrando que sea atractiva y amigable a turistas nacionales e internacionales”.

Sumado a esta imagen conceptual, también se llevó a cabo una instancia de creación de una imagen gráfica, que interpretara la imagen conceptual y que permitiera aunar los distintos elementos definidos por la comunidad y que representan a El Quisco turístico. El resultado de todo este proceso llevó a proponer tres imágenes que fueron votadas por la comunidad y el resultado fue la gráfica que se expone.



Estas cuatro piezas son parte de la propuesta de desarrollo turístico y sumado a un compendio de elementos como la misión, visión, objetivos estratégicos, entre otros (título 6.1), quedan representados para su puesta en valor y ejecución a través de un plan de acción, cuya estructura se expone a continuación.



Cada uno de estos productos y resultados, se entregan en un evento de presentación del PLADETUR. Que fue la instancia inmediatamente anterior a que el documento pase a una fase de aprobación por parte del Concejo Municipal. Este evento de finalización (ver Anexo N°19) se realiza en el club de yates y cuenta con la asistencia de empresarios, funcionarios municipales, Concejales, la dirección regional de SERNATUR Valparaíso, con su director Marcelo Vidal (y funcionarios) y comunidad en general. En la instancia se presentaron, de manera resumida, los contenidos más importantes del PLADETUR y además se hace entrega de dípticos informativos y promocionales y la Revista Resumen (ver capítulo N°0 de productos complementarios).



Antes de finalizar esta presentación, a continuación se entrega una tabla con cada uno de los profesionales que formaron parte de esta consultoría y que fueron parte del equipo propuesto dentro

de la oferta técnica, sumado a otros consultores que fueron necesarios para agregar valor a los productos.

NOMBRE PROFESIONAL	ESPECIALIDAD	FUNCIÓN
Bárbara Vallejos	Ingeniera en Gestión Turística	Directora equipo
Gustavo Salinas	Ingeniero en Gestión Turística	Jefe de proyecto
Carolina Mella	Ingeniera en Gestión Turística	Coordinadora
Pablo Ramírez	Licenciado en turismo	Asesoría estratégica y taller de productos turísticos
Yeison Salinas	Geógrafo	Elementos geográficos: coordenadas, micrositio.
Carolina Carrasco	Arquitecta	
Diego Rodríguez	Ingeniero comercial	Análisis económicos y talleres de estrategia
Héctor Monsalve	Periodista	Invitaciones, convocatoria y micrositio
Pavel Piña	Sociólogo	Participación ciudadana
Eduardo Albornoz	Diseñador	Imagen objetivo, marca y diseños
Yaser Soleman	Administrador turístico	Taller de ordenanzas municipales

Todo lo anterior, se entrega en este documento final, que recopila cinco informes parciales y se entrega en nueve capítulos que ordenan los resultados.

1. Presentación
2. Diagnóstico inicial
3. Diagnóstico turístico
4. Imagen objetivo
5. Objetivos para el desarrollo turístico
6. Plan de acción
7. Participación ciudadana
8. Productos complementarios
9. Conclusión

Los capítulos del informe a su vez, se robustecen con los distintos anexos generados a través del proceso de elaboración del PLADETUR.

2. DIAGNÓSTICO INICIAL

2.1 Antecedentes Región de Valparaíso

2.1.1 Características generales

La Comuna de El Quisco se encuentra en La Región de Valparaíso, situada en la zona central de Chile, limita al norte con la Región de Coquimbo, al sudeste con la Región Metropolitana y en su extremo sur con la Región del Libertador General Bernardo O'Higgins, en los límites este y oeste se encuentra referenciada por el límite nacional con Argentina ubicado en el gran macizo de la Cordillera de Los Andes y por el Océano Pacífico.

La región cuenta con una superficie total de 16.396,10 Km² que representa el 0,8% del territorio nacional y una población, según INE año 2017, de 1.815.902 habitantes. De esta superficie, 394 km² corresponden a territorio insular compuesto por las islas de Pascua, Salas y Gómez, San Félix y San Ambrosio y el Archipiélago Juan Fernández compuesto por las islas Alejandro Selkirk, Robinson Crusoe y Santa Clara, estas últimas son uno de los lugares de mayor interés botánico en el mundo dado su alto grado de endemismo, el que bordea el 60%.

La Región de Valparaíso es una de las más importantes en diversos aspectos. En sus límites acoge una de las áreas urbanas más importantes del país: la conurbación Valparaíso-Viña del Mar. Además de ello, la región posee dos importantes puertos de embarque de diversos tipos de productos chilenos de exportación: Valparaíso y San Antonio, este último ha cobrado alta importancia por la recalada de cruceros.

Está formada por las Provincias de Isla de Pascua, Los Andes, Marga Marga, Petorca, Quillota, San Antonio, San Felipe de Aconcagua y Valparaíso. Cada Provincia está compuesta por Comunas. Entre las principales comunas de esta región se encuentra su capital regional Valparaíso, sede del Congreso Nacional y uno de los más importantes puertos del país. Declarado por la Unesco como Patrimonio de la Humanidad y por el gobierno como sede de la capital cultural del país. Viña del Mar tiene 311.399 habitantes siendo un lugar de esparcimiento y descanso y cuenta con una muy variada infraestructura turística. En el interior de la región se encuentra Los Andes (110.866 habitantes 2017), un importante centro de comunicación con Argentina, a través de su camino internacional a Mendoza. Otras comunas importantes son; Quilpué, Quillota, San Antonio, La Calera, Limache y La Ligua.

La Región correspondiente al 9,8% de la población total de Chile y presenta una distribución de la población por tramo etario en la que se puede constatar que 43% de la población tiene menos de 30 años. El rango etario predominante es el de los 15 a 29 años. En efecto, el 23,3% de la población regional se ubica en este tramo.

La provincia de Valparaíso concentra la población regional (38%) del total, seguida por la provincia de Marga Marga (20,6%), Quillota (11,4%) y San Antonio (10,05%). Por otro lado, las provincias con menos población son Isla de Pascua (0,3 %), Petorca (4,5%), Los Andes (6,3), y San Felipe de Aconcagua con 8,6%.

Respecto a la distribución de la población urbana y rural, según datos de la CASEN 2013, la población urbana alcanzaría un 91,6% y la población rural, alcanzaría apenas el 8,4 %.

Figura N° 1. Límites comunales Región de Valparaíso

MAPA LÍMITES COMUNALES	PROVINCIA	COMUNAS
	Isla de Pascua	1. Isla de Pascua
	Los Andes	2. Calle Larga
		3. Los Andes
		4. Rinconada
		5. San Esteban
	Petorca	6. Cabildo
		7. La Ligua
		8. Papudo
		9. Petorca
	Quillota	10. Zapallar
		11. Hijuelas
		12. La Calera
		13. La Cruz
		14. Nogales
	San Antonio	15. Quillota
		16. Algarrobo
		17. Cartagena
		18. El Quisco
		19. El Tabo
		20. San Antonio
	San Felipe de Aconcagua	21. Santo Domingo
		22. Catemu
		23. Llay Llay
		24. Panquehue
		25. Putaendo
		26. San Felipe
		27. Santa María
	Valparaíso	28. Casablanca
		29. Valparaíso
		30. Juan Fernández
		31. Quintero
		32. Concón
		33. Valparaíso
		34. Viña del Mar
	Marga Marga	35. Limache
		36. Olmué
		37. Quilpué
		38. Villa Alemana

Fuente: Elaboración en base a datos www.vregion.cl y <http://www.gorevalparaiso.cl>

2.1.2 Caracterización geográfica de la Región de Valparaíso

En la Región de Valparaíso se distinguen cuatro unidades de relieve: Cordillera de los Andes, depresión intermedia, Cordillera de la Costa y Litoral Central. La Región es un sector de transición hacia la depresión intermedia y es donde se encuentran los últimos valles transversales que existen en Chile y que nacen en la Región de Atacama. Por extensión, el relieve que predomina es el área costera, donde se encuentra la comuna en estudio, El Quisco.

En los próximos apartados se describen las principales características geográficas de la Región.

a. La Cordillera de los Andes

Dentro de la cordillera de los Andes en la región se puede apreciar cumbres que van desde los 5.000 hasta los 6.000 msnm como el cerro Juncal 6.110 msnm. Al norte la Cordillera de los Andes y la de la costa forman una sola unidad, ya que están unidas a los cordones transversales.

b. La Depresión Intermedia

En la región se pueden observar los últimos valles transversales, que corresponden a las cuencas de los ríos de Petorca, La Ligua y Aconcagua. El cordón transversal Chacabuco marca el límite entre la región de Valparaíso y la región Metropolitana. La depresión intermedia sólo está presente en algunas cuencas interiores, como La Ligua y Catapilco, delimitadas por serranías.

c. Cordillera de la Costa

Como se menciona anteriormente, en el norte de esta región la cordillera de La Costa y la de Los Andes llegan a constituir una sola unidad producto de los cordones transversales. Al sur del río Aconcagua ambas cordilleras se diferencian claramente, separadas por la depresión intermedia. La cordillera alcanza gran altura en la parte meridional; ejemplo de esto es el cerro la Campana.

d. Litoral Central

Las planicies litorales se ubican entre la Cordillera de la Costa y el océano Pacífico. Estas se van ampliando desde la desembocadura del río Aconcagua hacia el sur, variando su ancho desde los 100 m hasta 15 kilómetros. Las planicies litorales presentan en algunos sectores colinas o cerros, tal es el caso de Valparaíso (farellón costero), que está construida principalmente sobre cerros. La llegada de las planicies litorales al mar puede ser gradual o abrupta como ocurre entre Papudo y Horcón. Las planicies litorales suelen estar interrumpidas por cursos de agua, que se originan en la Cordillera de la Costa, como el estero Marga Marga.

e. Hidrografía

Numerosos cursos de agua componen la red hidrográfica regional, debido principalmente a la complejidad del relieve de esta región. Los ríos más importantes son el Petorca, La Ligua y el Aconcagua. El sistema hidrográfico más relevante de la región es el correspondiente al río Aconcagua, en el sector central de la misma, con una hoya de 7.640 km² y una longitud de 190 km, características que han favorecido el desarrollo de actividades económicas ligadas a la agricultura, industria y minería. En el sector norte se desarrollan los sistemas hidrográficos del río Petorca, de régimen nivo pluvial y del río La Ligua, de régimen exclusivamente nival. En el sur, los cursos de agua más relevantes están constituidos por el curso inferior del río Maipo y la desembocadura del río Rapel.

f. Clima

Tanto el océano Pacífico, en general, como la corriente de Humboldt, en particular, condicionan en gran medida la conducta de los elementos climáticos de la región. Las direcciones predominantes de los vientos, todas de componente oceánico y portadoras de humedad, explican la constante presencia de este factor en el clima regional. En esta región se inicia el dominio de los climas templados. El carácter frío de la corriente de Humboldt determina la existencia permanente de una banda de bajas temperaturas vecinas a la costa, contribuyendo al descenso de las temperaturas continentales.

En la Región de Valparaíso se distinguen tres tipos de climas; un clima seco de estepa que es la continuación del existente en la Región de Coquimbo y dos climas templados que se diferencian entre sí por las características de la nubosidad y la duración del período seco.

El clima de estepa con gran sequedad atmosférica se presenta en los valles interiores desde el límite con la Región de Coquimbo hasta Cabildo aproximadamente. Se caracteriza por cielos límpidos a causa de la baja humedad atmosférica, cielos despejados y alta luminosidad. Las lluvias son escasas e irregulares por lo que las sequías son frecuentes en el valle de Petorca y La Ligua, a pesar de que los totales anuales superan los 200 milímetros. Estas se presentan en invierno y son de origen ciclónico. La zona no recibe influencia oceánica, acusa un mayor grado de continentalidad, por lo que la temperatura presenta importante amplitud tanto diaria como anual, registrándose heladas en los sectores bajos en invierno.

El clima templado cálido con lluvias invernales y con estación seca prolongada de gran nubosidad, corresponde al sector costero de la Región. Se caracteriza por una gran cantidad de nubosidad que se observa todo el año, con mayor intensidad en invierno, asociada a nieblas y lloviznas, lo que a su vez produce bajas amplitudes térmicas.

El clima templado cálido con lluvias invernales y con estación seca prolongada aparece en la sección media del valle del Aconcagua y cubre también el sector de la cordillera de la Costa perteneciente a la Región. Es un clima templado que acusa mayor grado de continentalidad al distanciarse del litoral y por la presencia de la Cordillera de la Costa. Al disminuir la influencia del océano, las variaciones térmicas diarias y estacionales se hacen menos homogéneas en tanto que la humedad relativa disminuye. En invierno son frecuentes las heladas y esta frecuencia aumenta a medida que se asciende hacia la Cordillera de Los Andes.

2.1.3 Caracterización productiva de la Región de Valparaíso

En la región se destaca el sector industrial con diversas actividades tales como: tabaco, conservas, automotriz y cemento, además de las refinerías mineras en Las Ventanas y Catemu, y de petróleo en Concón, donde un estudio de la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA) contabilizó inversiones por US\$12.099 millones, que representan un 7,4% del total a nivel nacional.

Destacan los sectores con infraestructura con un 39% del total de la inversión regional, minería con un 21%, energía con un 15% servicio y turismo con un 3%.

En agricultura, cultivos de parronales, paltos, chirimoyos, hortalizas y flores. En el sector comercial, hoteles y establecimientos gastronómicos, los que unidos hacen un panorama turístico que ofrece casino de juegos, hipódromo, festivales de la canción y artesanía en tejidos, ya sea de Valle Hermoso, La Ligua o de Isla de Pascua. La actividad portuaria es una de las más importantes del país. También hay yacimientos de cobre en Río Blanco. La ciudad de Valparaíso, capital regional, ha incorporado en su planta urbana la sede del Congreso Nacional.

Actualmente, Valparaíso es el principal puerto de contenedores y pasajeros de Chile y uno con los de mayor actividad de Sudamérica. Las características naturales de la bahía de Valparaíso lo

protegen de las marejadas y vientos provenientes del sur a oeste. Esto asegura una operación fluida y sin interrupciones durante todo el año. Anualmente transfiere más de 10 millones de toneladas de carga general y por sus terminales pasa sobre el 30% de todo el comercio exterior del país. Asimismo, por temporada atiende a cerca de 50 cruceros y 150 mil visitantes¹.

El puerto de San Antonio es exportador de cobre, productos agrícolas, pesqueros, automóviles, electrodomésticos, maquinaria y cereales. Su ubicación privilegiada beneficia directamente a los importadores y exportadores, ya que es el puerto más cercano a los principales centros de consumo del país, ubicado sólo a 110 km de Santiago.

El principal recurso minero regional corresponde a la minería del cobre que está representada por el yacimiento subterráneo y Mina a Rajo abierto perteneciente a Codelco Chile, división Andina ubicado en la Comuna de Los Andes. El cobre es trasladado por vía férrea desde Saladillo hasta la División Ventanas de Codelco Chile donde se procesa en la refinería ubicada a la costa en la Comuna de Puchuncaví. También hay extracción de oro, plata, molibdeno, zinc y plomo en mineras privadas del sector cordillerano. La minería no metálica está representada por la extracción de carbonato de calcio y calizas, que dan origen a la industria de cemento de La Calera y al total de la producción nacional de talcos y feldespatos.

Los suelos son favorables para la agricultura y hay suficiente agua de riego que se distribuye a través de canales y embalses. Los más importantes son: el de Peñuelas, Lo Orozco, Lo Ovalle, Catapilco, Chepical, Las Palmas y Pitana. El 30% de la producción agrícola se destina a la agroindustria y el 70% al consumo fresco. Últimamente se ha dado un gran aumento en la exportación, especialmente de uva de mesa. La región aporta el 29,7% de la producción nacional de la uva y el 30% de la producción total de duraznos. También produce kiwis, nectarines, damascos, nueces, almendras y limones. En sus zonas de microclimas produce el 41% del total de paltas del país y gran parte de la producción de chirimoyas. También destaca la producción de legumbres, papas y cultivos orientales como tabaco, maravilla y cáñamo. Ganadería: 109.350 bovinos, 91.080 ovinos, y 56.130 porcinos. Gracias al pino insigne (sectores costeros y en San Antonio) el sector forestal ha tenido un gran crecimiento.

La pesca ocupa el cuarto lugar de captura, a nivel nacional, con 370.000 toneladas de pescado veta, jurel y sardina; cerca del 85% del desembarque pesquero es destinado a la harina de pescado. En el desembarque de moluscos ocupa el segundo lugar; en machas con 3.419 toneladas y crustáceos como el camarón, siendo un peso exportable de 3.478 toneladas y langostino amarillo con 2.364 toneladas².

La producción forestal ha cobrado relevancia en el contexto nacional. Las maderas provenientes de la región se destinan principalmente a la elaboración de madera elaborada y en menor medida a la elaboración de celulosa. El 10% la superficie regional está plantada, de ellos casi el 60% es bosque nativo, lo demás son plantaciones. El bosque nativo regional está bastante degradado por lo que organismos como CONAF buscan formas para arreglar esta situación.

Para 2020, la Estrategia de Desarrollo Regional proyecta la siguiente Imagen Objetivo: *“Una comunidad integrada, que privilegia la puesta en valor de sus recursos humanos y naturales, con una estrategia de desarrollo basada en la innovación y el aprovechamiento de las ventajas de localización, siendo reconocida como la región portal para el intercambio y la innovación en el Pacífico Sur”*.

¹ Fuente: Portal V región de Valparaíso. Enlace www.vregion.cl

² Fuente: Gobierno Regional de Valparaíso. Enlace <http://www.gorevalparaiso.cl/san-antonio.php>

2.2 Área de estudio

2.2.1 Descripción territorial del área de estudio

La comuna de El Quisco es una de las seis comunas que pertenecen a la Provincia de San Antonio, junto a Cartagena, El Tabo, Algarrobo, Santo Domingo y su homónima San Antonio. Cuenta con una superficie de 50,7km², lo que representa el 0,3% del total territorial regional, limitando al norte con Algarrobo, al este con Casablanca, al sur con El Tabo y al oeste con el océano Pacífico. De manera interna, la Corporación para el desarrollo turístico provincial de San Antonio, presenta a esta comuna subdividida en los sectores denominados Quisco Norte, Quisco Centro, Quisco Sur, El Total, Punta de Tralca e Isla Negra.

La disposición de su superficie comunal está formada por la zona urbana que abarca 15,7Km² y por la zona rural que alcanza un total de 35Km² aproximadamente, dejando como uso habitacional un tercio de su superficie total. Asimismo, se debe señalar que esta comuna se conoce por ser una ciudad balneario, ubicada en el litoral central de Chile y perteneciente al reconocido destino “Litoral de los Poetas” debido al espacio cultural que se forja a partir de los poetas chilenos; Pablo Neruda, Vicente Huidobro y Nicanor Parra, que vivieron y murieron ligados al entorno de ésta y otras comunas vecinas costeras.

La existencia de atractivos vinculados a la naturaleza y la cultura, complementada por manifestaciones culturales propias de algunos sectores de la comuna, permiten visualizar que, con una planificación integrada entre actores públicos y privados de la comuna de El Quisco, ésta se puede desarrollar turísticamente considerando la cantidad de recursos y oferta disponible que tiene para el visitante que llega principalmente atraído por su costa. Atractivos y servicios que, al poner en valor, permitirán conformar productos y prestar servicios diferenciadores asociados a la identidad inherente de cada localidad que conforma la comuna de El Quisco. Esto vinculado completamente a lo que la institucionalidad legislativa para el turismo a nivel nacional ha priorizado a través de la Ley de Turismo 20.423, que busca poner en valor la actividad turística de manera planificada y sustentable, mediante el fortalecimiento de la calidad, la promoción, la difusión y la generación de estrategias de acción en materia de desarrollo turístico; así como instrumentos que promuevan el emprendimiento innovador, conservación y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos de las localidades, comunas, y regiones de Chile.

Respecto a temas climáticos, en la comuna de El Quisco predomina el Clima Mediterráneo de gran nubosidad, con veranos secos y tibios e inviernos húmedos, posee una temperatura media anual de 14,5°C (según la Clasificación Climática de Köppen), y la influencia de la corriente de Humboldt que modera las temperaturas en verano e invierno, generando que la amplitud térmica anual no exceda en invierno (mes de julio) los 11,6°C, y en verano los 18°C. Con relación a su ubicación y la influencia de los frentes, las precipitaciones se concentran en otoño e invierno, siendo julio el mes más lluvioso con 112mm, de un total anual promedio de precipitaciones registradas que alcanza los 372mm de agua caída.

La red hídrica en la comuna de El Quisco está asociada a las cuencas costeras que se desarrollan entre el río Aconcagua y el río Maipo, y se estructura principalmente por esteros y quebradas que presentan un recorrido marcadamente en sentido oriente-poniente, es decir desde las estribaciones en la cordillera de la Costa hasta su desembocadura al mar.

Los principales cursos de agua corresponden al estero El Total, que nace en las cercanías de la localidad del mismo nombre y tiene su desembocadura en el sector de playa Punta de Tralca; y el sistema compuesto por los esteros del Rosario de Córdova y de Carvajal en el límite sur con la comuna de El Tabo, estas constituyen un sector de enorme riqueza medioambiental pues se trata de un área de más de 100 hectáreas (7 km de largo) cuyo eje es el estero de Córdova, el que desemboca en la laguna del mismo nombre a la orilla de la playa de Las Ágatas en la localidad de Isla Negra. Además, existen diversas quebradas que desembocan en el mar y cuyos cursos

conforman microcuencas de escaso recorrido, pero con fuertes pendientes en su tramo que atraviesan por el medio del área urbana. Dentro de esto se encuentra la Quebrada Las Petras, que forma el límite norte con la comuna de Algarrobo, Quebrada El Batro que desemboca en el sector de playa de los Corsarios, Quebrada Pinomar que atraviesa un importante sector urbano y que tiene su desembocadura en el sector sur de playa Los Corsarios, Quebrada Estero Totoral también conocida como quebrada Seminario en el sector costero y desemboca en playa Punta de Tralca y Quebrada de Córdova, importante área de valor ambiental, que desemboca al sur del balneario de Isla Negra y que sirve de límite con la comuna de El Tabo.

Esto permite la existencia de una diversidad de flora y fauna particular para la comuna de El Quisco, ya que, debido a las condiciones expuestas con anterioridad, es posible encontrar formaciones vegetacionales propias del bosque esclerófilo, que en el caso de Chile se encuentran comúnmente entre las regiones de Valparaíso y Biobío en suelos pobres de las laderas de los cerros de la Cordillera de la Costa y de Los Andes. Lamentablemente este tipo de bosque se encuentra catalogado en categoría Casi Amenazado (NT) por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (IUCN) y se caracteriza por incluir especies con características xeromórficas³ y mesomórficas⁴. En el caso de la flora existente en la comuna de El Quisco, entre las especies vegetales dominantes se encuentran el boldo (*Peumus boldus*), peumo (*Cryptocarya alba*), molle (*Schinus latifolius*), litre (*Lithraea caustica*), quillay (*Quillaja saponaria*), maitén (*Maytenus boaria*), espino (*Acacia caven*) y numerosas especies de arbustos y hierbas anuales y perennes. El espino se caracteriza por su rápida colonización a terrenos degradados, conviviendo entonces con arbustos como el colliguay (*Colliguaja odorifera*) o el romerillo (*Baccharis linearis*). Muchas de las especies vegetales del bosque esclerófilo se destacan por sus hojas duras perennes que les permiten capturar humedad desde el ambiente y perder menos agua en la estación seca, y también, existen otras plantas sin estas características que, en vez de eso, adoptan otras estrategias para soportar la sequía como secarse y sobrevivir en forma de tubérculos o raíces engrosadas, por ejemplo, el azulillo (*Pasithea caerulea*) o la flor de gallo (*Alstroemeria ligtu*)⁵.

Por otro lado, y como parte importante de la existencia de este ecosistema, la comuna de El Quisco se destaca por la presencia de fauna vinculada a las aves, en las que se destacan las siguientes: Chincol (*Zonotrichia capensis*), Diuca (*Diuca diuca*), Cometocino de Gay (*Phrygilus gayi*), Chirihue (*Sicalis luteola*), Diucón (*Xolmis pyrope*), Jilguero (*Carduelis barbata*), Loica (*Sturnella loyca*), Tordo (*Molothrus bonariensis*), Cachudito (*Anairetes parulus*), Chercán (*Troglodytesmusculus*), Rara (*Phytotoma rara*), Tenca (*Mimus thenca*), Colegial (*Lessonia rufa*), Picaflor Chico (*Sephanoides sephaniodes*), Picaflor Gigante (*Patagona gigas*), Zorzal (*Turdus falcklandii*), Cernícalo (*Falco sparverius*), Bailarín (*Elanus leucurus*), Jote de Cabeza Colorada (*Cathartes aura*), Pequén (*Athene cunicularia*), Tiuque (*Milvago chimango*), Queltehue (*Vanellus chilensis*), Garza Grande (*Ardea alba*), Pidén (*Pardirallus sanguinolentus*), Tagua Común (*Fulica armillata*), Cormorán (*Phalacrocorax brasilianus*), Picurio (*Podilymbus podiceps*), Churrete Costero (*Cinclodes nigrofumosus*), Churrete Acanelado (*Cinclodes fuscus*), Zarapito (*Numerius phaeopus*), Gaviota Dominicana (*Larus dominicus*), Gaviota Garuma (*Leuciphaeus modestus*), Huairavo (*Nycticorax nycticorax*), Pelicano (*Pelecanus thagus*), Pilpilén Común (*Haematopus palliatus*), Pilpilén Negro (*Haematopus ater*), Piquero (*Sula variegata*)⁶.

Es importante mencionar que actualmente, el bosque nativo como formación más pura de El Quisco, cubre alrededor del 15% de la superficie del territorio comunal, concentrado mayoritariamente en el sistema de quebradas que recorren la comuna en sentido oriente-poniente, mientras que la superficie destinada al uso forestal alcanza casi al 40% de la comuna (principalmente con especies como el Eucalyptus globulus y el Pinus radiata) distribuyéndose por todo el sector interior, dejando con una presencia menor, equivalente al 11% de las especies presentes, al matorral.

³ Xeromórficas: característica de una planta que presenta órganos adaptados a ambientes secos.

⁴ Mesomórficas: característica de una planta que vive en ambientes medianamente húmedos.

⁵ Fuente: Portal Municipalidad El Quisco

⁶ Fuente: Portal Municipalidad El Quisco

Finalmente, y como antecedente complementario, el bosque esclerófilo que existe en la comuna de El Quisco (y entre las regiones de Valparaíso y Biobío) sólo se desarrolla en algunos otros lugares del mundo, tales como: Sudáfrica, California, Australia y la cuenca del Mediterráneo⁷.

2.2.2 Descripción socio estadística comparada

La comuna del El Quisco es una de las más pequeñas en superficie de la Región, compuesta por un 30% de superficie zona urbana, 33% de zona rural y un 37% de plantación forestal. Asimismo, respecto a su población, la comuna crece a una tasa del 44%, transformándose en la segunda comuna con crecimiento poblacional más alto de la provincia de San Antonio, después de El Tabo, destacándose que el 67% de población migrante proviene de Santiago. En temas de cuantificación de la fecundidad, es importante destacar que la tasa de natalidad es la más baja de la provincia y se encuentra bajo la media regional y nacional con una cifra de 9/cada mil habitantes, según fuentes del INE.

Como antecedente característico, la comuna de El Quisco es considerada como una comuna de veraneo, que además de los usos del suelo vinculados a temas turísticos por atracciones del propio balneario, su población local se emplea significativamente en temporada estival (enero y febrero) en servicios vinculados a la alimentación, alojamiento y actividades de ocio y recreación, propias de un territorio altamente demandado por concepto de turismo. A esta realidad, se agregan los nuevos residentes adultos mayores que han llegado a la comuna motivados por residir en El Quisco al momento de jubilar, quienes, además, representan el 24% del total de la población que vive en la comuna. Uno de los factores que explican este porcentaje en la comuna, y por extensión en la zona litoral central, es el clima y el ambiente social tranquilo, los cuales son percibidos ideales para la salud. A lo anterior, se suma la casi nula contaminación ambiental y un ritmo de vida más pausado, sin el estrés de las grandes ciudades, que, en el contexto de una zona con buena conectividad, servicios e infraestructura, finalmente ha atraído y seguirá atrayendo a una importante cantidad de población de adultos mayores a vivir en la comuna.

Asimismo, se señala que la población local tiende a concentrarse en el sector oriente de la zona urbana, conocida como los sectores altos, dejando en términos generales, la concentración de la oferta turística en el territorio cercano al borde costero y avenida principal.

Respecto a los antecedentes generales que integran la población, la comuna de **El Quisco** cuenta con **15.955 habitantes**, según estimaciones del INE para el año 2017, tal como lo muestra la tabla a continuación.

Tabla N° 1. Población por comuna de la Provincia de San Antonio

COMUNA	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
San Antonio	44.713	46.637	91.350
Algarrobo	6.734	7.083	13.817
Cartagena	11.265	11.473	22.738
El Quisco	7.826	8.129	15.955
El Tabo	6.682	6.604	13.286
Santo Domingo	5.428	5.472	10.900

Fuente: INE 2017

Según lo observado, El Quisco es la tercera comuna de la provincia de San Antonio con mayor población según INE 2017, después de San Antonio y Cartagena. Está compuesta por 7.826 hombres (49,05%) y 8.129 mujeres (50,95%).

⁷ Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (IUCN) para la Evaluación de Riesgo de los Ecosistemas Terrestres de Chile. Ministerio del Medio Ambiente, 2015.

Con respecto a la información relacionada con viviendas existentes y su concentración a nivel comunal, se muestra una tabla que indica la realidad de la provincia por comuna y el porcentaje que éstas representan a nivel regional.

Tabla N° 2. Concentración de viviendas de la Provincia de San Antonio

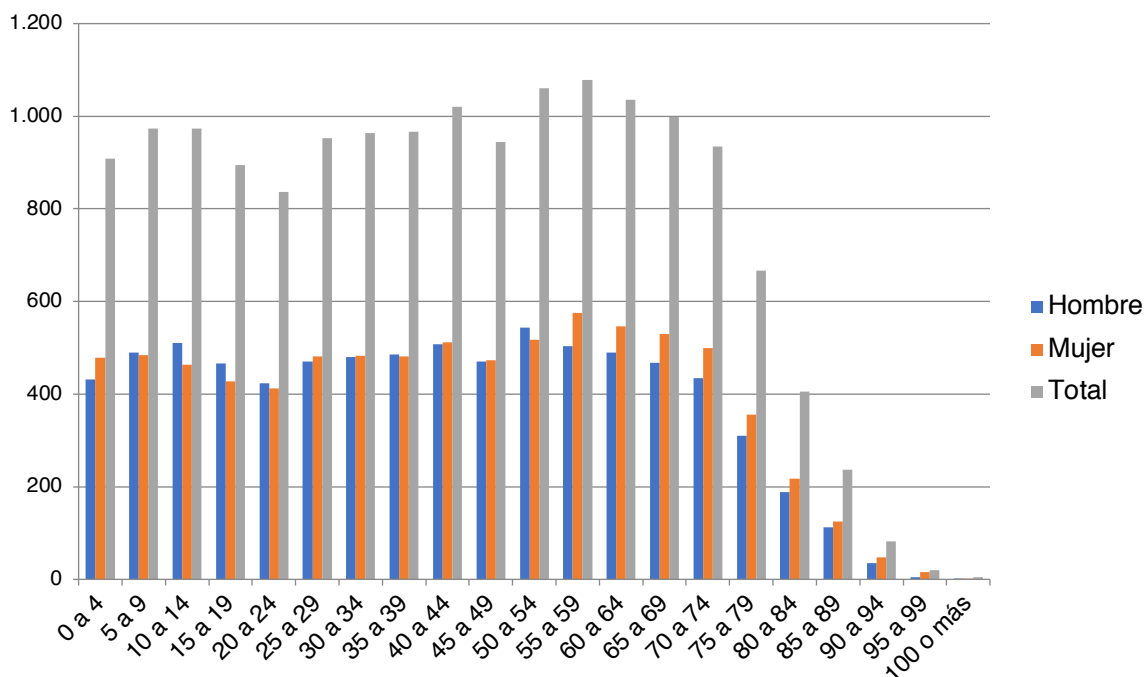
COMUNA	VIVIENDAS	% REGIONAL
San Antonio	31.908	4,1
Algarrobo	20.194	2,6
Cartagena	16.143	2,1
El Quisco	18.885	2,4
El Tabo	21.096	2,7
Santo Domingo	7.820	1,0

Fuente: INE 2017

Según lo expuesto, en el caso de la concentración de viviendas presentes en la Provincia de San Antonio, resultados del INE 2017 indican que en la comuna de El Quisco existen 18.885 viviendas, las que representan un 2,4% del total de las viviendas existentes en la Región de Valparaíso, dejando a la comuna en cuarta posición detrás de San Antonio, El Tabo y Algarrobo.

Otro antecedente de la composición social importante de señalar, es la realidad de la composición de la población existente en la comuna de El Quisco, donde según lo expuesto en el gráfico a continuación, el índice de edad se compone de la siguiente manera.

Gráfico N° 1. Población según índice de edad en la comuna de El Quisco



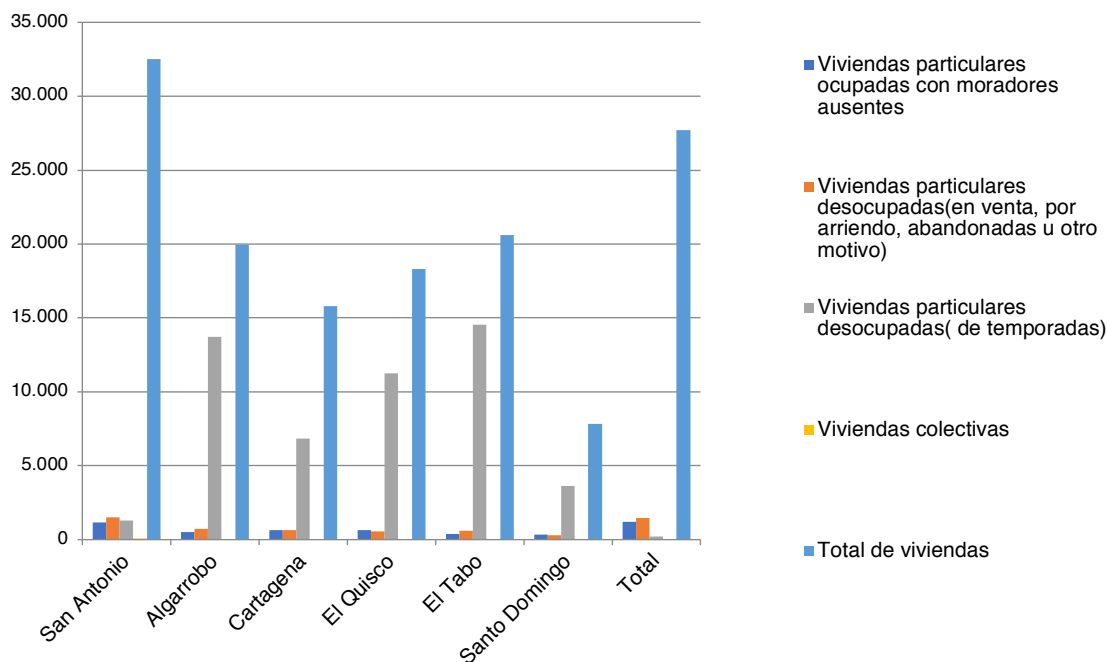
Fuente: INE 2017

Se observa de lo anterior, que la mayoría de la población comunal se encuentra constituida por el rango etario que va desde los 50 a los 64 años, destacando en primer lugar, los habitantes entre 55 a 59 años, seguidos de aquellos que bordean los 50 a 54 años y, por último, aquellos vecinos residentes de 60 a 64 años. El mismo gráfico deja en evidencia también, que las mujeres son, en la

mayoría de los rangos de edad, quienes superan la composición de habitantes, sobre todo desde los 55 años en adelante.

Respecto a realidad de los tipos de viviendas existentes en la comuna de El Quisco, el gráfico a continuación las clasifica en: viviendas particulares ocupadas con moradores ausentes, viviendas particulares desocupadas (en venta, por arriendo, abandonadas y otro motivo), viviendas particulares desocupadas (de temporadas), y viviendas colectivas. De acuerdo a estos antecedentes de desglose, la realidad provincial indica lo siguiente

Gráfico N° 2. Cantidad de viviendas por tipo



Fuente: INE 2017

Por lo observado, del gráfico anterior se infiere que la comuna de El Quisco, como ya se había mencionado anteriormente, es la cuarta en cantidad de viviendas totales existentes en la Provincia de San Antonio, pero, además, aquí se evidencia que es la tercera comuna con mayor cantidad de viviendas particulares desocupadas (de temporadas), después de El Tabo y Algarrobo, las que representan una cantidad de 11.262 viviendas.

Finalmente, y como dato relevante para este análisis, se debe indicar que la población de la comuna de El Quisco ha ido en aumento constante desde el año 2008, al igual que la **población flotante**, cuya mayor llegada se da principalmente en época estival. Esta última alcanzó **la cifra de 2.627.751 personas durante el año 2017**, según el Departamento de Estadísticas del Servicio Nacional de Turismo en su informe "Estimación de población flotante por motivos turísticos según comuna". Este, deja en evidencia que El Quisco es, a nivel provincial, la primera comuna en aumento de su población flotante y la tercera de la Región de Valparaíso, después de Viña del Mar y Valparaíso, que reciben 5.988.858 y 3.250.343 visitantes, respectivamente. A nivel nacional queda en el onceavo lugar, después de las comunas de Santiago, Viña del Mar, La Serena, Valparaíso, Temuco, Valdivia, Coquimbo, Puerto Montt, Villarrica y Pucón.⁸

⁸ Fuente: Departamento de Estadísticas, Servicio Nacional de Turismo. Estimación de población flotante por motivos turísticos según comuna, año 2018 (Referencia 2017).

2.2.3 Descripción económica - productiva

Desde el punto de vista provincial, las principales actividades de San Antonio están relacionadas con el sector marítimo-portuario, con una importante actividad pesquera y turística, y un mayor desarrollo vitivinícola durante los últimos años, donde el turismo se estructura fundamentalmente, en relación con sus atractivos naturales (playas, paisajes) y culturales (litoral de los poetas), atrayendo especialmente a visitantes provenientes de la Región Metropolitana quienes se concentran durante los meses de enero y febrero, realidad que por un lado, deriva en beneficios económicos, y por otro, genera una serie de externalidades negativas asociadas al incremento de población flotante en dichos meses del año.

La actividad pesquera artesanal, también presente en la provincia, es ejercida por las organizaciones de pescadores pertenecientes a las caletas de Algarrobo, El Quisco, Las Cruces, Cartagena y San Antonio, en torno a las cuales se concentran áreas de manejo para la administración y el uso responsable de los recursos. En el caso puntual de la comuna de El Quisco, las firmas establecidas exportaron US\$ 6,63 mil, dejando en evidencia que, durante los últimos años, las exportaciones de la comuna han crecido a una tasa promedio anual del 53%, desde US\$ 1,20 mil en 2012 hasta US\$ 6,63 mil en 2016.

Por otro lado, y desde las actividades desarrolladas particularmente en El Quisco, se destaca la exportación de máquinas para trabajar la madera y la productividad laboral basada en producción industrial, el cual generó \$ 5,8 millones pesos anuales por empleado.

Las principales industrias de El Quisco son comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas, industrias manufactureras y actividades de alojamiento y de servicio de comidas.

En términos económicos El Quisco se caracteriza por contar principalmente, con servicios ligados al turismo y, por tanto, sufre de una fuerte dependencia del comercio en época estival, relacionados a servicios de alojamiento, alimentación y transporte. Esta realidad evidencia que la estacionalidad afecta a los empresarios de la comuna de diversos rubros durante el resto de los meses del año, generando una baja actividad económica para algunos y causando incluso impactos negativos para la economía de sus habitantes como, el desempleo en temporada baja.

Tabla N° 3. Evolución número de empresas según tamaño

TAMAÑO EMPRESA	COMUNA			REGIÓN			PAÍS		
	2009	2011	2013	2009	2011	2013	2009	2011	2013
Grande	0	0	0	575	703	782	10.203	12.101	13.320
Mediana	2	6	8	1.523	1.786	2.025	20.191	23.928	26.884
Pequeña	82	83	100	12.660	14.651	16.429	137.570	160.841	179.820
Micro	630	697	744	84.636	85.309	66.575	613.698	626.694	647.395
Sin ventas	70	74	83	13.780	13.974	14.747	131.826	135.017	145.740
Total	784	860	935	93.174	96.423	100.558	913.428	958.581	1.013.159

Fuente: Servicio de impuestos internos 2015

En la tabla anterior, se puede observar que la mayoría de las empresas en la comuna de El Quisco corresponden a micro, que representan el 79,57% del total comuna, si se consideran sólo los datos del año 2013. Esta situación se repite a nivel regional y nacional, durante el mismo año de análisis.

Complementando lo anterior, con casi el 36% de contribución, el comercio es la principal actividad económica de la comuna, la cual evidentemente sufre de grandes variaciones en el flujo de ingresos debido a la significativa afluencia de visitantes que ingresan a la comuna durante la época estival. Esta sobrepoblación temporal durante los meses de enero y febrero genera una alta demanda de

bienes y servicios, que se relaciona directamente con el aumento de los precios definidos en estas fechas por los locatarios.

En segundo lugar, se encuentran las actividades de servicios comunitarios, sociales y personales (actividades deportivas, entretenimiento, esparcimiento, etc.) compuestas por el 28% del total de la actividad económica comunal.

En tercer lugar, aparecen las actividades económicas vinculadas directamente al turismo, como los servicios de alojamiento y alimentación (restaurantes), representando el 10,3% del total las actividades que generan mayor impacto a la economía local, siendo esta actividad la responsable de una gran generación de empleos e ingresos no permanentes en el año, lo que responde directamente, a las variaciones de los precios de los servicios, en relación con la oferta y demanda estacional. Es importante mencionar en este punto, que también existe una figura no formalizada y por tanto difícil de cuantificar, que corresponde al arriendo de casas, cabañas y alojamiento de veraneo realizado por particulares que genera flujos monetarios importantes.

2.3 Descripción histórica del territorio

El nombre de la comuna El Quisco, viene de la especie de flora llamada Quisco (*Echinopsis chiloensis*), que a su vez proviene de la palabra quechua *khishka*, que significa espina, una especie fanerógama perteneciente a la familia de las cactáceas. Dentro de las culturas que se asentaron en la zona donde actualmente se establece la comuna de El Quisco se encuentran las de El Bato y Llolleo, coincidiendo sus fechas con las de la cultura Molle (200 a. C. y el 700).

La tradición Bato, comparte pautas culturales con la cultura el Molle que se ubicaba más al norte y se caracterizaba por el uso del tembetá⁹ y morteros, que son elementos de piedra usados en la molienda de vegetales y minerales. La evidencia del lugar de este grupo está en el ex Fundo Trebulco y en La Manresa, ubicados en la localidad de Lonquén. Ocuparon las zonas costeras, el interior de los valles y los pisos cordilleranos de la zona central de Chile, con mayor énfasis entre los valles de los ríos Petorca y Maipo¹⁰. El clima era semejante al actual, de tipo mediterráneo con lluvias de invierno y veranos largos y secos. El matorral fue la cubierta vegetal predominante, con presencia de bosques en las quebradas de las cordilleras de la Costa y de los Andes, y de vegas en las quebradas cordilleranas¹¹.

La sociedad Bato integró elementos culturales de las comunidades Alfareras Iniciales –tales como la cerámica con mamelones y pintura de hierro oligisto, el tembetá y las pipas– y compartió otros rasgos de la alfarería con poblaciones tempranas del Norte Chico y noroeste argentino, entre ellos, el uso del asa-puente, los golletes cribados y la confección de figuras fitomorfas y zoomorfas. Sin embargo, desarrolló rasgos estilísticos particulares en la decoración de su cerámica como los incisos lineales con campos punteados y la pintura negativa. En contraposición con sus coetáneos Llolleo, Bato fue una sociedad de fuerte tradición cazadora recolectora, más móvil y menos homogénea. Es posible que ambos grupos hayan utilizado la cerámica como medio de identificación étnica para marcar diferencias entre sí, efecto que también deben haber cumplido el uso del tembetá y las modalidades distintas de sus patrones funerarios. En la cordillera, ambos grupos compartieron el espacio con bandas de cazadores recolectores, quienes mantuvieron su modo de vida hasta tiempos muy tardíos¹².

⁹ Tambetá o Botoque: adorno labial prehispánico, que de acuerdo con estudios realizados lo habrían usado los varones adultos. "...El tembetá es siempre de piedra finamente pulida y de calidad marmórea, aunque se emplea una gran variedad de piedras silíceas y otras". (Niemeyer, H. et al; 2000:250).

¹⁰ Fuente: Portal Municipalidad de El Quisco

¹¹ Fuente: Portal Museo Chileno de Arte Precolombino

¹² Fuente: Portal Museo Chileno de Arte Precolombino. Enlace www.precolombino.cl

Los Bato llevaron una economía diversificada, con un grado importante de movilidad. En el litoral explotaron los recursos marinos y la flora y fauna de las quebradas que bajan a la costa, consumiendo moluscos, peces, aves y mamíferos marinos y terrestres. En los valles del interior tuvo gran importancia la recolección de frutos silvestres, junto a una horticultura de quinua, maíz, zapallo y porotos.

El rasgo más característico de su cerámica fue la decoración con incisiones lineales enmarcando campos punteados y la pintura en negativo, además de la pintura con hierro oligisto y las aplicaciones modeladas. Algunas vasijas imitaban la forma de calabazas. Fueron comunes las pipas de cerámica, las que solían tener forma de “T” invertida. El tembetá fue un elemento bastante frecuente, siendo más abundante el tipo discoidal con alas, fabricado en cerámica o piedra; con estos mismos materiales confeccionaron también orejeras.

Por otro lado, los grupos Llolleo ocuparon la región central de Chile, entre los ríos Aconcagua y Cachapoal de clima templado y con una gradiente que, en cerca de 100 km, va desde el nivel del mar a más de los 6.000 metros de altitud en la Cordillera de los Andes. Poco se sabe sobre el origen de Llolleo, aunque comparte una serie de características culturales con la mayor parte de los grupos horticultores y alfareros del Cono Sur de América. Esto hace suponer que todos formaron parte de un gran movimiento cultural ocurrido alrededor del inicio de nuestra era. Los Llolleo compartieron los valles de Chile Central con las poblaciones Bato, con quienes debieron haber tenido contacto, que se encuentran expresados en marcadas similitudes en su acervo cultural. En la cordillera interactuaron con cazadores - recolectores continuadores de la tradición Arcaica, con los cuales mantuvieron intercambios de bienes. Hacia 900 d.C., la irrupción de la cultura Aconcagua terminó abruptamente con la historia Llolleo.

La cultura Aconcagua habitó la zona central de Chile, extendiéndose entre el río Aconcagua por el norte, hasta el Cachapoal al sur, aunque su área de mayor concentración fue en la cuenca de los ríos Maipo y Mapocho. Esta es una región de clima templado, donde en cerca de 100 km se asciende hasta 6.000 metros de altitud en la cordillera de Los Andes. No se sabe mucho sobre el origen de esta cultura.

Presenta muy pocos elementos de continuidad con sus predecesores, los pueblos Bato y Llolleo, aunque no se ha demostrado que haya llegado de otras latitudes. Todo parece indicar que su desarrollo recibió influencias culturales de otras regiones, quizás desde el noroeste de Argentina o el altiplano de Bolivia, como lo sugieren los diseños de su cerámica. Con la llegada de los incas en el siglo XV, las poblaciones Aconcagua adoptaron muchos elementos culturales, tanto incaicos como de los Diaguitas, poblaciones que tuvieron su asiento más al norte y que se expandieron hacia este territorio en conexión con el Tawantinsuyu. Por lo general se enterraba a los muertos en fosas individuales o colectivas sobre las cuales se construía un montículo de tierra. Esta forma de inhumación en “túmulos” fue descrita por los cronistas, quienes señalaban que los difuntos eran vestidos con sus mejores prendas y depositados juntos con ofrendas de maíz, porotos, semillas, piezas de cerámica y otros objetos como aros de cobre, collares y otros objetos. La ritualidad de este pueblo parece haber dejado su huella hasta el presente en el valle del río Aconcagua. En los actuales Bailes de Chinos -cofradías de pescadores y campesinos que danzan a la Virgen y a los santos patronos- es posible descubrir una serie de elementos que tendrían su origen en esta cultura.

Entre estos destaca especialmente el uso de una flauta que produce un sonido muy particular, llamado “rajado”, el cual es el mismo que se encuentra en las flautas arqueológicas Aconcagua. La alfarería es lejos la expresión artesanal más conocida de la cultura Aconcagua. Si bien la cerámica utilitaria sin decoración, de color café y superficie alisada con la cual se confeccionaban ollas y cantaros, era la más común, destacan piezas más elaboradas con diseños de color negro sobre la superficie naranja de la arcilla. El decorado es casi siempre lineal formando diseños geométricos, en zigzag, líneas rectas, “triángulos con pestañas” y, especialmente, un típico diseño de aspas denominado “trinacrio”. En su mayoría, estas vasijas corresponden a escudillas con diseños en la

superficie exterior. El trabajo en piedra también fue una artesanía importante en este pueblo, mediante el cual fabricaron flautas e insignias de mando llamadas clavas.

Esta zona formó también parte del Imperio Inca, específicamente del Collasuyo, con el objeto de asegurar su dominación y de introducir las costumbres incaicas, los soberanos incas establecieron numerosas colonias de mitimaes, traídos de diversas partes de su Imperio: aimaras, quechuas, atacameños, etc. Estos pobladores extranjeros dieron origen a numerosos caseríos, cuyos nombres recuerdan los de su lugar de procedencia: Limache (gente de Rímac o Lima), Collahue (lugar de collas o Aymaras), Pomaire y muchos otros de origen atacameño.

Esta sección se encontraba entre los mitimaes de Quillota (del Quechua quillu -angosto- y ta -risueño-, términos que caracterizan el valle) y Talagante. Las zonas de Casablanca y El Quisco estaban muy cerca del paso de la ruta costera del Camino del Inca. En Casablanca, el tramo del Camino del Inca que cruza el estero en Las Dichas, se ha conservado con el nombre de Camino de los Polleros (nombre fue derivado de que los soldados incaicos tenían como uniforme la Pulla), el cual interseca el camino Casablanca -Algarrobo (Chile) en el camino actual a Lagunillas y Lo Abarca¹³.

Los primeros antecedentes de ocupación española en la zona de El Quisco datan de 1570, cuando la familia española de Alonso de Córdoba se asienta en el lugar. Antes se denominaba Huallilemu o bosque de robledal, pero luego se pasó a llamar El Totoral por la gran cantidad de totoras existentes. El acervo histórico de la comuna se remonta probablemente a la llegada de los españoles, la historia local oral cuenta que el actual camino que une El Totoral con Punta de Tralca, habría sido la antigua vía al puerto de Valparaíso, ruta que habría deseado tomar Casimiro Marcó del Pont en su huida luego de la derrota entre los patriotas. Este relato señala que el último Gobernador del Reino de Chile, se habría refugiado en el sector de Punta de Tralca que, en sus quebradas de bosques naturales de peumos, litres y boldos, habrían también refugiado a los soldados españoles que lo acompañaron.

El tercer camino "el costino o de la sal", partía desde Valparaíso pasando por Casablanca, Lolleo y Santo Domingo. A Colchagua ingresaba por Navidad y Rapel, hasta llegar a la laguna de Cahuil, Boyeruca y Bucalemu. De las salinas de esta zona llevaban la sal a la capital y de ahí su nombre la Ruta del Camino del Inca Costero o de los Polleros. Este tenía desviaciones que corresponden al actual Camino de Casablanca a Algarrobo que se desprendía de este a la altura de El Totoral y el camino de El Totoral a Punta de Tralca.

Desde 1578, junto con la vecina comuna Algarrobo, y su localidad, El Canelo fueron lugar de escondite de piratas ingleses tales como, Francis Drake, Thomas Cavendish, Richard Hawkins y los holandeses Oliver Van Noort y Joris van Spielberg. Se dice que Francis Drake habría estado con su galeón Golden Hind en su bahía en diciembre de 1578, y viajó en compañía de dos japoneses, que se conocen solo por sus nombres cristianos, Christopher y Cosmas, quienes fueron los primeros japoneses en casi circunnavegar el globo terráqueo.

Después de la independencia la zona estuvo parcelada en Fundos los que se comenzaron a lotear en 1930, empezándose a urbanizar el Balneario. Los primeros edificios en instalarse fueron el Hotel Italia, la Municipalidad, la Iglesia, y almacenes legendarios como El Turco. No existía agua potable, surtiéndose de norias. En los primeros tiempos fueron profesionales como médicos, abogados, arquitectos o artistas que hicieron de El Quisco su localidad de verano.

Entre las personalidades de servicio público que llevaron adelante la idea de transformar a la Junta de Vecinos de El Quisco, dependiente de la I. Municipalidad de Algarrobo, en comuna "El Quisco" se puede destacar el nombre del Sr. Isidoro Dubournais, Regidor de la Municipalidad de Algarrobo y presidente de la Junta de Vecinos de El Quisco. De allí que la avenida principal que estructura la

¹³ Los Orígenes de Quillota Carlos Keller Rueff Apartado del Boletín de la Academia Chilena de la Historia, N.º 61 - 1960

red vial de la comuna lleva hoy su nombre, como homenaje a su gestión de servicio y desarrollo por la comuna.

La comuna de El Quisco se constituye como tal el 30 de agosto de 1956, bajo la presidencia de Don Carlos Ibáñez del Campo bajo Decreto Ley N°12110. Entre las familias con mayor tradición ligadas a El Quisco, con anterioridad a su definición como comuna, se pueden mencionar las siguientes: Alessandri Altamirano, Rojas Polanco, Polanco Carrasco, Ventura Juncá y Marchant, propietarios de terrenos y fundos correspondientes a los sectores hoy conocidos como Quisco Norte, Central y Sur¹⁴. Muchos personajes destacados a nivel nacional e internacional, aparte de los poetas, han estado relacionados con la comuna, así por ejemplo el Premio Nacional de Arte don Camilo Mori, quien diseñó el escudo oficial de la I. Municipalidad de El Quisco y la conocida folclorista nacional Clarita Solovera, intérprete de la canción que se reconoce como un símbolo de la comuna, titulada "Quisco Playa Hermosa". Es en honor a ella que el Liceo de la comuna lleva su nombre.

2.4 Descripción y análisis ambiental

Uno de los principios básicos que definen el concepto de turismo sustentable, es que éste debe generar un desarrollo en los ámbitos económico, ambiental y sociocultural de manera equilibrada. Dicha definición general, establece como principal objetivo, en lo que a los aspectos ambientales se refiere, un adecuado conocimiento de los sistemas naturales con los cuales se desarrolla y planifica esta actividad. Asimismo, propende a fomentar y potenciar la economía y la cultura relacionada con los recursos turísticos territoriales.

Lo anterior, es particularmente importante cuando las tendencias de la demanda que predominan hoy en el turismo mundial se orientan al uso y aprovechamiento de atractivos naturales, especialmente aquellos que conservan sus características propias, con la menor alteración antrópica, propiciando también, un uso controlado de esos recursos a través de un turismo selectivo, no masivo, donde las mismas motivaciones e intereses de los turistas fomentan el cuidado y protección de ese patrimonio.

El análisis del componente ambiental constituye una labor tendiente a determinar las principales líneas de acción en relación con la priorización de elementos para el logro de un desarrollo turístico sostenible. Por lo anterior, se plantea para este ítem, los siguientes objetivos centrales:

- Identificar los principales aspectos ambientales relacionados al proceso turístico de la comuna de El Quisco.
- Diagnosticar en base a recopilación de antecedentes las líneas de acción para el desarrollo del turismo sostenible.

N°1. Estrategia ambiental de la comuna de El Quisco (EAC)

Este es un instrumento de acción que da los pasos a seguir para mejorar la gestión ambiental a nivel municipal y comunal, nace de un diagnóstico comunal, con participación ciudadana que logró dar a conocer tanto las falencias como las fortalezas en el ámbito medio ambiental.

La **EAC** cuenta con ocho líneas estratégicas a desarrollar, que son:

- Propiciar estudios y análisis del medioambiente (medio natural, social y construido) que potencien la valoración y la conservación del Patrimonio Natural y Cultural, generando instrumentos para la planificación haciendo un uso sustentable de nuestros recursos.
- Proteger el recurso hídrico supervisando su administración; difundir nuevas tecnologías en la gestión de recursos hídricos y su uso eficiente.

¹⁴ Enrique Espinoza, Geografía Descriptiva de la República de Chile.

- Generar condiciones adecuadas para el uso del espacio público, debidamente proyectados en torno al interés colectivo de los habitantes y dispuestos en función de su valor estético (parques, plazas y otros).
- Mejorar el sistema de alumbrado público con criterios de ahorro y eficiencia energética.
- Mejoramiento de la gestión integral de residuos sólidos domiciliarios (RSD).
- Fortalecer la tenencia responsable de animales, salud pública y zoonosis.
- Incrementar la educación ambiental comunal.
- Normalización de los derechos de construcción y aseo en zona rural y zona de extensión urbana.

La EAC de El Quisco cuenta con una misión y visión establecidas, definidas como:

- **Misión:** Gestionar el desarrollo sostenible local, valorando y preservando el patrimonio natural y cultural implementando, optimizando y verificando la Gestión Ambiental Local, en un proceso de mejora continua.
- **Visión:** Consolidarnos como una comuna costera sustentable, siendo un territorio que permita habitar de forma saludable con una óptima calidad de vida en sus asentamientos urbanos y rurales, promoviendo permanentemente una cultura y conciencia ambiental en la ciudadanía.

Nº2. Vínculo con el Comité Nacional de Defensa de la Flora y la Fauna

El Comité Nacional de Defensa de la Flora y Fauna, **CODEFF**, junto con la Municipalidad de El Quisco, suscribieron durante el año 2016 un Convenio de Cooperación Medioambiental entre las dos entidades. Se trata de trabajar en alianzas conjuntas en materias medio ambientales, para que la gente tome conciencia, se eduque y sepa lo que es conservar el patrimonio natural de la zona costera. El Convenio de Cooperación Medioambiental consolida el trabajo conjunto que ambas organizaciones vienen realizando en la zona. Entre las materias que se incluyen en la iniciativa se encuentra un compromiso conjunto para aunar esfuerzos y desarrollar tareas conjuntas que impulsen programas y actividades de gestión, difusión, educación que permitan dar protección al patrimonio natural que presenta la comuna.

Se debe destacar al **Santuario de la Naturaleza y Área silvestre protegida “Quebrada de Córdova”** que comprende la cuenca baja del estero El Rosario y es el límite natural entre las comunas de El Quisco y El Tabo, cuenta con una superficie aproximada total de 137.43 hectáreas, administradas por la Fundación Eladio Sobrino y bajo la súper vigilancia y custodia del Ministerio del Medio Ambiente. Este santuario ha sido protegido bajo el acuerdo adoptado por el Consejo de Ministros para la sustentabilidad, el 19 de junio de 2017 y su creación permitirá aumentar la superficie protegida del piso vegetal, bosque esclerófilo mediterráneo costero existente en la comuna de El Quisco. Esta categoría de protección releva el valor de los ecosistemas terrestres con menor defensa a nivel nacional, ya que sólo un 1.24% de este tipo de ecosistema se encuentra bajo esta categoría, razón por la que uno de los principales objetivos de la declaratoria, es generar un modelo de administración ambiental que combine eficientemente la gestión pública y privada, desarrollando un polo de ecoturismo y educación ambiental, favoreciendo, de este modo, el desarrollo de las comunidades aledañas al sector.

Nº3 Identificación de los aspectos relacionados al proceso turístico que se pueden mejorar ambientalmente

Según lo establecido durante la fase de diagnóstico del PLADETUR a través de visitas en terreno, recopilación de antecedentes y entrevistas a los actores del proceso turístico se puede determinar que los aspectos mencionados a continuación deben ser trabajados para la mejora del proceso turístico actual, así como también, para la mejora en la calidad de vida de los habitantes de El Quisco.

- **Micro basurales y la mantención visual de los alrededores**

El mal manejo de los residuos generados en la comuna resulta negativo para el desarrollo turístico, el no contar con rellenos sanitarios autorizados genera un crecimiento incipiente de micro basurales, los que conllevan a la generación de vectores sanitarios, contaminación de napas subterráneas, contaminación del suelo y el deterioro visual de los distintos atractivos turísticos. Por otra parte, el aumento de la urbanización y la no existencia de botaderos autorizados generan la proliferación de sitios no autorizados de residuos de la construcción aportando a la degradación visual del entorno. Lo anterior, da cuenta de la necesidad de determinación de sitios de disposición de residuos autorizados tanto de residuos domiciliarios como de residuos de la construcción, así como planes de gestión comunal de residuos según lo establecido en la legislación vigente.

Por otro lado, según antecedentes de la Unidad de Medioambiente de la I. Municipalidad de El Quisco, en la comuna existe un total de 329 micros basurales ubicados principalmente en el área urbana, seguido de los sectores rurales asociados a sitios eriazos, pequeñas quebradas y cercanías de caminos de tierra. Estos datos se enmarcan en un estudio realizado por la misma Unidad durante abril y julio del año 2018 y refuerza la realidad de esta problemática, que, además, expone que esta situación se debe a que muchos vecinos no son responsables de sus residuos y no están comprometidos con la limpieza de la comuna, buscando de forma ilegal depositarlos en los lugares mencionados, aun cuando el municipio cuenta con un sistema de cubicación y retiro mediante un sistema de cobro.

Al mismo tiempo, respecto a la generación de residuos, se ha identificado que este número aumenta constantemente desde el año 2008, debido al crecimiento de la población que reside en la comuna, y al significativo número de población flotante que visita El Quisco principalmente en época estival, alcanzando la visita de 2.627.751 personas durante todo el año 2017, dato ya mencionado en este documento en el punto “2.2.2 Descripción socio estadística comparada”.

Finalmente, la comuna de El Quisco puede llegar a alcanzar las 200 toneladas diarias de basura, y con ello es imperante la necesidad de determinación de sitios de disposición de residuos autorizados, ya sean domiciliarios o de construcción, así como planes de gestión comunal de residuos según lo establecido en la legislación vigente, además de campañas de concientización a los residentes y visitantes en el manejo responsable de sus desechos.

- **Fortalecimiento de las iniciativas de conciencia ambiental en la comunidad, emprendedores y empresarios turísticos de El Quisco**

Parte fundamental del desarrollo del turismo sostenible tiene relación con la importancia y valoración que le entregue la comunidad local a los distintos atractivos naturales disponibles a su alrededor, estableciendo como imprescindible, el hecho de que deben ser los mismos habitantes de El Quisco, los primeros que deben conocer, valorar y promover los cuidados pertinentes para la continuidad de la existencia de cada uno de sus recursos naturales, incentivando de este modo, la conciencia ambiental en la comunidad y protección tanto de los atractivos naturales, como culturales de la zona.

Crear conciencia ciudadana sobre el potencial turístico y el aporte que este puede entregar al desarrollo de la comunidad se puede lograr mediante actividades que incluyan:

- Motivar el sentido de pertenencia de los atractivos de El Quisco por parte de sus propios habitantes
- Participación ciudadana en la determinación de potenciales atractivos de la comunidad.
- Promover el cuidado y conservación de lugares públicos, recursos naturales y culturales de la comuna.
- Motivar la participación de la comunidad en la conservación de los actuales y potenciales destinos turísticos de la comuna.
- Realización de jornadas de limpieza de lugares públicos.

- Promover la importancia de la conservación de los distintos recursos naturales de la comuna a través de campañas de gestión municipal en colegios, organizaciones comunales etc.
- Realización de campañas de conservación de los atractivos de mayor interés local.

- **Sistema de Certificación Ambiental Municipal (SCAM)**

Es un sistema integral de carácter voluntario, que opera a lo largo del territorio nacional y que está basado en estándares nacionales e internacionales como ISO 14.001 y EMAS (Reglamento Comunitario de Eco gestión y Eco auditoría). El SCAM busca la integración del factor ambiental en el quehacer municipal logrando incorporarlo a nivel de organización municipal, de infraestructura, de personal, de procedimientos internos y de servicios que presta el municipio a la comunidad. Este sistema busca la participación de los vecinos en cuanto a la construcción de las líneas de acción a seguir por el municipio, como: capacitación de funcionarios, reciclaje, ahorro energético y ahorro de agua. Estas acciones se realizarán a través de la constitución del Comité Ambiental Comunal. Este sistema se compone de tres fases que conllevan a la verificación de una “Comuna Sustentable” lo cual se logra una vez que se cumplan con el total de los requisitos de la fase 3.

Tabla N° 4. Fases del proceso de certificación ambiental

REQUISITOS	% DE CUMPLIMIENTO	PLAZO
FASE 1 NIVEL BÁSICO		
Desarrollo del diagnóstico ambiental municipal y comunal Elaboración de la estrategia y su(s) correspondiente(s) línea(s) estratégica(s) Constitución del comité ambiental comunal y municipal Firma de un convenio anual de compromiso de la autoridad al cumplimiento de los requisitos y la disponibilidad de recursos financieros y humanos.	90% de los requisitos exigidos	6 meses
FASE 2 NIVEL INTERMEDIO		
Desarrollo de planes, diseño de sistemas y puesta en funcionamiento de proyectos piloto, en el área del reciclaje, gestión hídrica y energética Puesta en marcha de la estrategia y la(s) línea(s) estratégica(s) comprometida(s) Funcionamiento permanente del comité ambiental comunal y comité ambiental municipal Diseños de sistemas de participación ambiental ciudadana y ordenanzas ambientales Diseño o rediseño de la unidad GAL; y el cumplimiento de otros requisitos exigidos.	95% de los requisitos exigidos	10 meses
FASE 3 NIVEL DE EXCELENCIA		
Desarrollo ejecución generalizada en todo el municipio de los planes o proyectos creados en la Fase 2 Funcionamiento de los sistemas de reciclaje, ahorro energético e hídrico Ordenanza municipal con plena vigencia y funcionamiento Sistemas de participación ambiental funcionando Cumplimiento total de los compromisos de las líneas estratégicas Comité ambiental comunal y comité ambiental municipal consolidados.	100% de los requisitos exigidos	12 meses

Fuente: Elaboración propia en base a Manual del Sistema de certificación ambiental municipal

La Municipalidad de El Quisco posee la **Certificación Ambiental Municipal de intermedio**, proceso que comenzó el 2014, actualmente se desarrollan los compromisos, planes y proyectos de la fase dos para dar paso a la Certificación Ambiental de excelencia, lo que permitirá fortalecer el desarrollo de iniciativas ambientales a desarrollar en conjunto con la comunidad para ser aplicado en su entorno, lo que influirá favorablemente en el desarrollo de actividades turísticas.

- **Programa de turismo sustentable – SERNATUR**

Consiste en una serie de herramientas que ayuda a las empresas y destinos de todos los tamaños, a manejar sus impactos basándose en un conjunto amplio de criterios e indicadores de sustentabilidad y desarrollo empresarial, incluyendo componentes tales como programas de educación y capacitación, un marco de autodiagnóstico para realizar mediciones y un proceso de eco-certificación verificado de manera independiente. En el sitio web de SERNATUR se encuentran disponibles siete manuales de buenas prácticas sustentables para las siguientes áreas del proceso turístico.

- Manual de Buenas Prácticas para el Sector Turístico
- Manual de Buenas Prácticas para Alojamiento
- Manual de Buenas Prácticas para Tours Operadores
- Manual de Buenas Prácticas para Municipalidades
- Manual de Buenas Prácticas para Transporte
- Manual de Buenas Prácticas para Servicios de alimentación
- Manual de Buenas Prácticas para Congresos, Ferias y Anexos.

Esquema N° 1. Proceso de aplicación y cumplimiento de las buenas prácticas sustentables

<p>Paso 1: Comprometerse</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar una Política de Sustentabilidad - Identificar los ámbitos de acción - Comprometer al equipo 	<p>Paso 2: Actuar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Implementar las Buenas Prácticas - Registrar los resultados - Involucrar a otros actores
<p>Paso 3: Comunicar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informar las acciones realizadas - Destacar los logros obtenidos - Comunicar nuevos planes 	<p>Paso 4: Evaluar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analizar los resultados de un periodo - Evaluar cumplimiento de metas - Rediseñar acciones - Incorporar nuevas prácticas

Fuente: www.sernatur.cl

Considerando lo expuesto anteriormente, y que el turismo es una actividad que para su desarrollo integra la participación de varios actores públicos y privados, es que se refuerza la importancia de que las iniciativas de fomento y determinación de actividades turísticas, al llevarse a cabo generalmente en presencia de otras actividades de interés local, deben lograr en su proceso de diseño una coexistencia planificada y participativa entre todos los actores involucrados. Razón por la que esta evaluación de gestión del territorio contribuye a la determinación de medidas mínimas a considerar para el logro de un desarrollo económico, social y ambientalmente sustentable de la actividad turística en la comuna de El Quisco, que sea capaz de cumplir, además, con diversas normativas de formalidad, seguridad y calidad en la prestación de sus servicios.

Finalmente, se reconoce que es un trabajo a largo plazo pero es necesario generar acciones para cerrar brechas de competitividad y que se relacionan con: regularizar la prestación de los servicios informales existentes (principalmente en alojamiento); promover el vínculo de la Unidad de Turismo de la municipalidad con los empresarios del sector; generar estrategias de comercialización que posicionen a la comuna en su conjunto y permitan captar otras necesidades del turista posibles de satisfacer en base a la creación de productos turísticos diversos que pongan en valor la identidad local, sus manifestaciones culturales y atractivos potenciales, y; como factor crítico de éxito, la capacitación del capital humano que trabaja en turismo (de todos los rubros: alimentación, alojamiento, transporte y actividades), ya que son los principales actores de la comuna y quienes debiesen ser los promotores del turismo y contar con una mayor conciencia turística de la comuna de El Quisco.

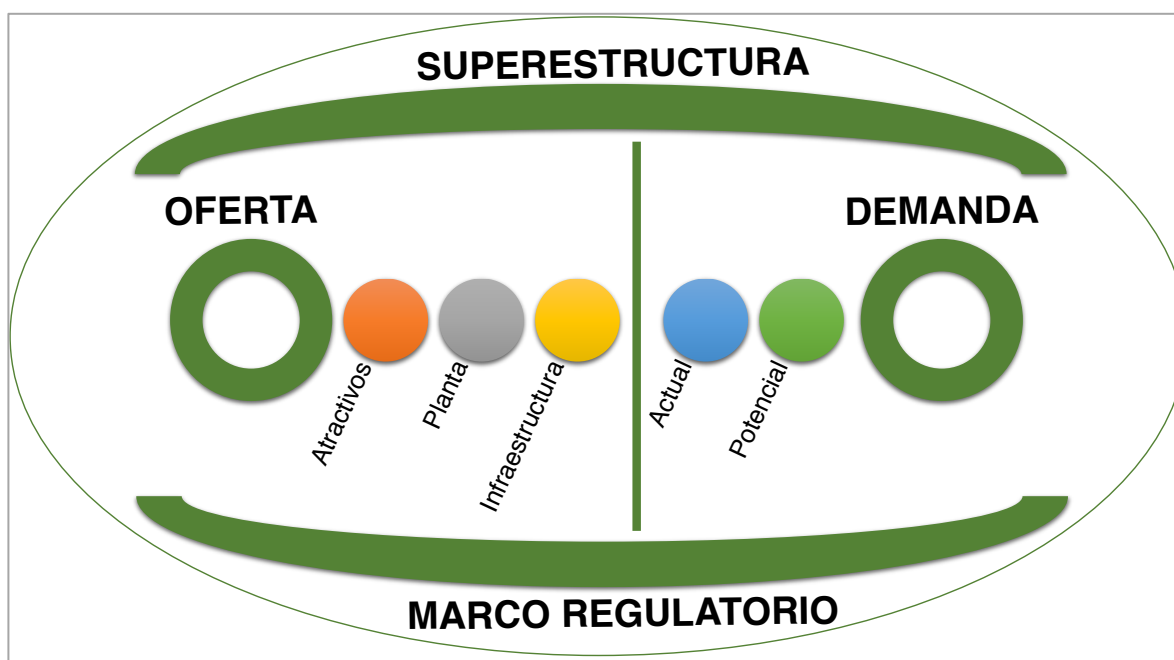
3. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

3.1 Introducción al diagnóstico turístico comuna de El Quisco

3.1.1 Antecedentes de la actividad turística

Los apartados que se presentan dentro del análisis de este capítulo, corresponde a la caracterización y análisis del sistema turístico del entorno en el cual se encuentra inmerso el destino El Quisco y en particular de la misma comuna. El sistema turístico es la representación primaria del funcionamiento de la industria, que se ve representada por la oferta, la demanda y la superestructura. La oferta, a su vez, se encuentra constituida por los atractivos turísticos, la planta turística y la infraestructura de apoyo, mientras que la demanda la componen los turistas actuales y los potenciales. En tanto, la superestructura o marco regulatorio corresponde a toda la institucionalidad que rige a la industria turística y es la base principal para que exista una planificación, ordenamiento y gestión de los territorios con el objetivo de que se transformen en destinos turísticos sostenibles.

Esquema N° 2. Representación del sistema turístico



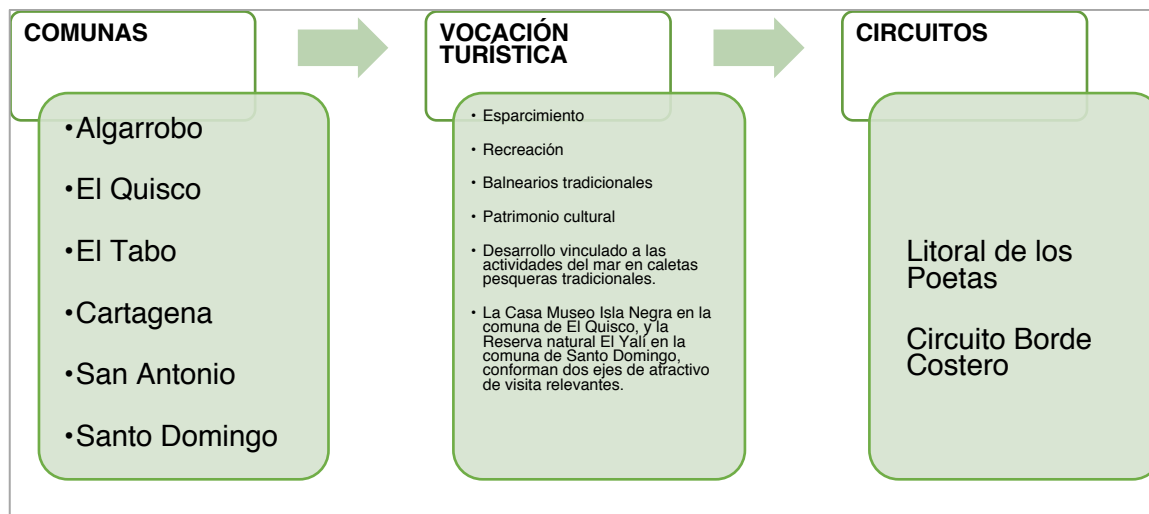
Fuente: DTS Consultores

Las características de la Región de Valparaíso, en el ámbito turístico, configuran un conjunto de potencialidades, así como limitantes, riesgos y desafíos, que la comuna de El Quisco debe considerar para la proyección de su desarrollo futuro. Dentro de las potencialidades impulsoras en la región, cabe destacar su economía diversificada, la presencia creciente de centros universitarios y técnicos, centros de investigación y de transferencia tecnológica, además de los mercados internacionales de bienes y servicios.

Las características de sus suelos y del clima favorecen la consolidación de la agricultura como uno de los sectores que ha tenido un mayor dinamismo regional en los últimos años, y sus atributos naturales y paisajísticos, más la puesta en valor de su variada tradición cultural y patrimonial, permiten que el desarrollo de la actividad turística se vaya potenciando cada vez más como un sector de gran importancia para la economía regional.

Asimismo, la comuna de El Quisco cuenta con una gran variedad de atractivos naturales y culturales, que permiten que su economía se base principalmente en el turismo, la gastronomía y servicios asociados, donde el recurso con mayor posicionamiento es el Litoral de Los Poetas, siendo esta una de las comunas que lo componen.

Esquema N° 3. Descripción destino Litoral de Los Poetas



Fuente: elaboración propia en base a "Informe de intensidad turística y definición de destinos turísticos, SERNATUR.

3.1.2 Importancia del turismo como actividad económica

Si bien no existen estadísticas que reflejen directamente el aporte del turismo al PIB, datos de Sernatur indican que la Región de Valparaíso concentra el 14,5% de los establecimientos de alojamiento turístico y habitaciones del país, el 14,7% del número total de camas, el 25% de los establecimientos de alimentación y el 19,3% de las agencias de viajes existentes a nivel nacional, debiendo reconocer en esta Región un proceso de consolidación como la principal región-destino turístico de Chile, que acoge a más del 25% del flujo de turismo nacional y es receptora del 21% de los extranjeros que visitan el país.

En este contexto, el carácter distintivo y diferenciador de esta región, respecto de otras vecinas que declaran atributos similares, es la efectiva condición histórica de un sistema de ciudades-puertos, con funciones navales, marítimas, mercantiles, comerciales e industriales de dimensión nacional. Lo que la transforma en un polo histórico de desarrollo como puerta de entrada de la modernidad al país y de proyección hacia los países del Asia Pacífico y del Cono Sur de América; además de estar posicionada como un destino turístico principal dentro del país, cuyos principales atractivos se encuentran en su borde costero en torno a playas y balnearios, en su patrimonio cultural y en el turismo de intereses especiales¹⁵.

Esta realidad a nivel regional beneficia directamente a la actividad turística de la comuna de El Quisco, ya que la promoción de Valparaíso como destino, integra y promueve la famosa costa sur como un imperdible, y que se conoce como el Litoral de Los Poetas. Asimismo, se debe aprovechar el ferviente interés por parte de la Municipalidad en impulsar la actividad turística por medio de la Unidad de Turismo, que actualmente ha aumentado la dotación de profesionales formados en el área para apoyar de manera idónea el desarrollo de la planificación y ejecución de iniciativas turísticas cada vez más pertinentes a la realidad de la comuna. Esta planificación, ejecuciones de actividades vinculadas al turismo de manera constante, más la participación en redes regionales y la gestión para convenios con financiamiento público, genera la posibilidad de apoyar a nuevos

¹⁵ Estrategia de Desarrollo Regional de Valparaíso 2020

emprendimientos turísticos locales mediante proyectos. De esta manera, aquellas localidades que se encuentran inicialmente desarrollando la actividad divisan una oportunidad para hacer del turismo una fuente de ingresos permanente, aprovechando aquellas riquezas naturales y culturales con las que cuenta la comuna. Por este motivo, también resulta relevante que los empresarios cuenten con los conocimientos y herramientas apropiadas para administrar eficientemente sus negocios, y con ello beneficiar al destino en general.

El desarrollo turístico local depende esencialmente de una adecuada gestión por parte del municipio, que conlleva a una serie de beneficios que involucran a la actividad turística, favoreciendo de paso el desarrollo de una serie de factores económicos, sociales y culturales que forman parte integral de una localidad.

3.2 Normativa legal e instrumentos de planificación que influyen en la actividad turística

3.2.1 Consideraciones previas

Un sistema turístico incluye a todo aquello que integra el mercado donde confluyen oferta y demanda. La oferta se encuentra compuesta por atractivos, planta turística e infraestructura, mientras que la demanda por aquellas personas que llegan hasta un territorio, tanto los actuales como los potenciales. Para que exista un desarrollo sustentable del “sistema”, es decir que existan beneficios económicos, sociales y ambientales para quienes de modo directo o indirecto lo integran, es crucial que la actividad se desenvuelva en torno a un marco direccionador de procesos y resultados esperados.

Para el logro de lo anterior, es necesaria la planificación, administración y gestión de los organismos públicos correspondientes a una zona determinada, pues antes que el sector privado, son ellos quienes deben intervenir en miras de generar condiciones de trabajo dirigidas al desarrollo económico sustentable.

En este contexto, el presente punto expondrá la intervención de organismos públicos y privados sobre el territorio, los cuales serán abordados desde lo más amplio de la administración del territorio hasta lo más local, con el fin de obtener una visión global de la actividad turística y asociarla al grado de competitividad en el rubro, de la comuna de El Quisco.

3.2.2 Normativas Nacionales

3.2.2.1 Servicio Nacional de Turismo

3.2.2.1.1 Áreas Turísticas Prioritarias

El Servicio Nacional de Turismo tiene identificadas y validadas en regiones un total de 97 Áreas Turísticas Prioritarias, las que en su conjunto abarcan aproximadamente un 18% de la superficie total del país (360.021 km²). Dentro de estas áreas turísticas prioritarias, la Región de Valparaíso cuenta con las que se presentan en la siguiente tabla.

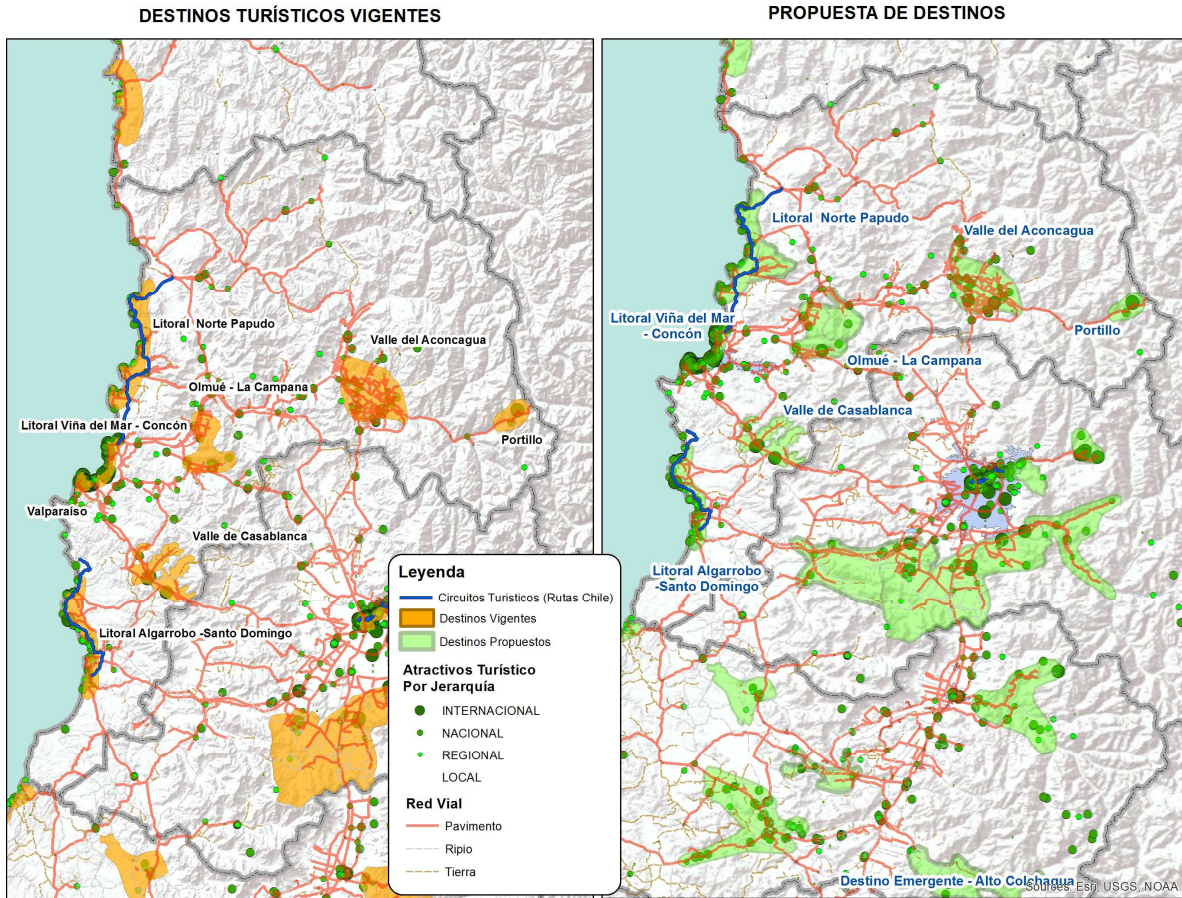
Tabla N° 5. Áreas turísticas prioritarias Región de Valparaíso

N°	NOMBRE ÁREA TURÍSTICA	COMUNAS
1	Valle del Aconcagua	Los Andes-San Felipe-Quillota-Concón
2	Quillota (Ruta de Darwin)	Quillota
3	Litoral Valparaíso (Patrimonial)	Valparaíso
4	Litoral Algarrobo - Santo Domingo	Algarrobo - El Quisco - El Tabo – Santo Domingo- San Antonio - Cartagena – Casablanca
5	Litoral Quintero- La Ligua	La Ligua
6	Isla Robinson Crusoe	Juan Fernández
7	Isla de Pascua	Isla de Pascua

Fuente: Elaboración propia en base a Informe de Intensidad Turística y Definición de Destinos Turísticos -SERNATUR 2015

Durante el 2014 se inició un trabajo entre la Subsecretaría de Turismo, el Servicio Nacional de Turismo y las direcciones regionales para avanzar en la definición y delimitación de destinos turísticos. Esto con el fin de generar un cruce de información entre los atractivos, circuitos turísticos, Zonas de Interés Turísticos (ZOIT), Áreas Turísticas Prioritarias (ATP) y el Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado (SNASPE) y poder contar con una focalización territorial que permitiera delimitar la actividad turística en un territorio acotado. Asimismo, este trabajo permitiría contar con información para focalizar los recursos del Fondo de Desarrollo Turístico Sustentable y para que las estrategias regionales de marketing u otras acciones se definieran en base a los destinos elegidos, que consideran la existencia de oferta concreta e infraestructura base de apoyo, además de poder generar una base de análisis territorial para incorporar la variable turística en los Planes Regionales de Ordenamiento Territorial (PROT) y Estrategias de Desarrollo Regional (ERD) de los Gobiernos Regionales.

Figura Nº 2. Destinos turísticos Región de Valparaíso

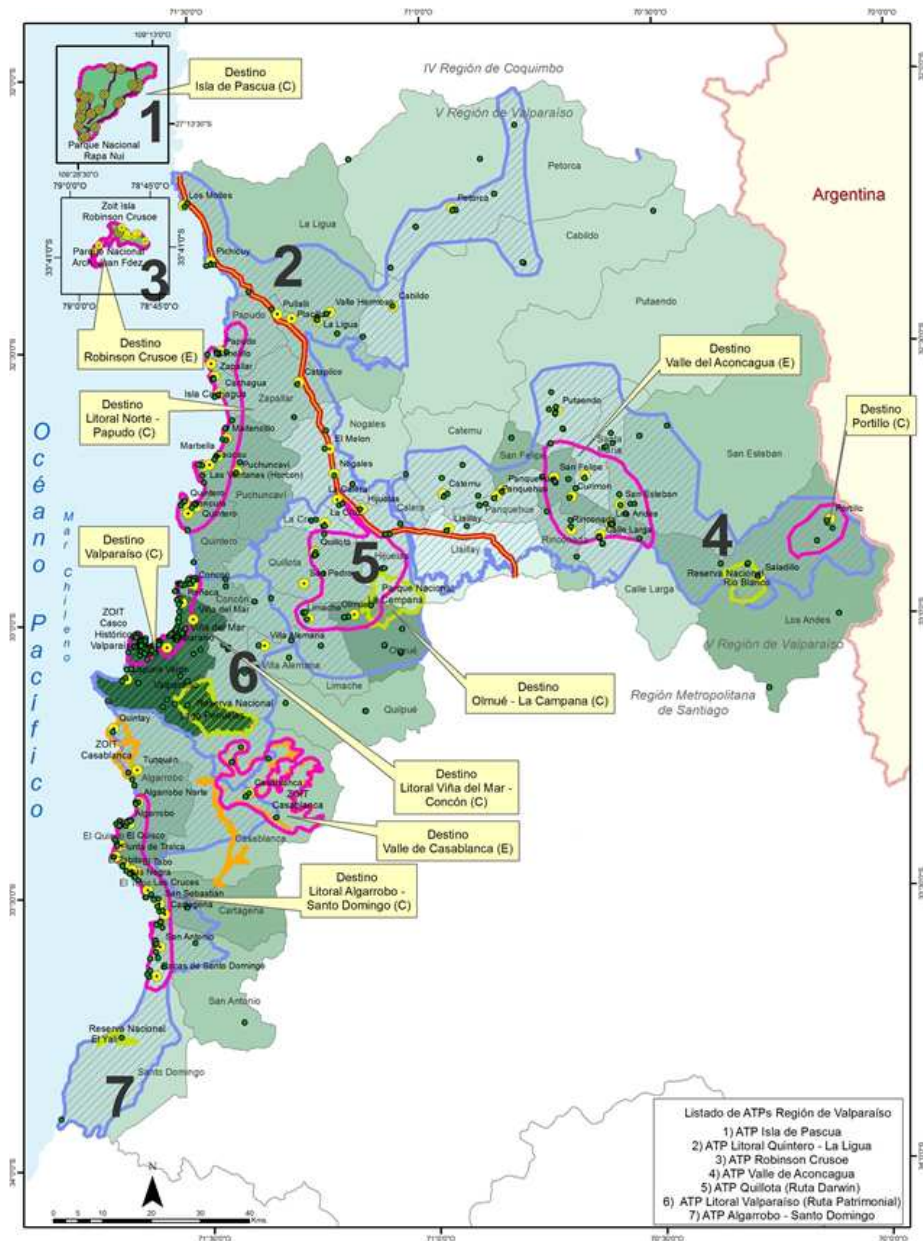


Fuente: Informe de Intensidad Turística y Definición de Destinos Turísticos, actualización 2017 -SERNATUR

Una vez que las regiones validaron el último mapa de Destinos Turísticos, se generó una nueva versión que se denominó “Clasificación de Destinos Turísticos”. Para poder determinar el estado de desarrollo de estos, se clasificaron en tres categorías basadas en el concepto de ciclo de vida de un destino.

- **Destino Potencial:** Corresponde a destinos cuyo ciclo de vida está en la etapa de exploración.
- **Destino Emergente:** Corresponde a destinos cuyo ciclo de vida está en la etapa de Implicación o desarrollo.
- **Destino Consolidado:** Corresponde a destinos cuyo ciclo de vida está en la etapa de Consolidación o Estancamiento.

Figura N° 3. Destinos turísticos prioritarios Región de Valparaíso



Fuente: Informe de Intensidad Turística y Definición de Destinos Turísticos, 2015 -SERNATUR

Como se puede observar en la ilustración, en la región existen diez destinos prioritarios donde el 70% corresponde a consolidados. La comuna de El Quisco pertenece al destino Litoral Algarrobo - Santo Domingo clasificado en esta misma categoría.

Tabla N° 6. Categoría destinos turísticos Región de Valparaíso

N°	DESTINO TURÍSTICO	CATEGORÍA DEL DESTINO
1	Isla de Pascua	Consolidado
2	Robinson Crusoe	Emergente
3	Litoral Norte- Papudo	Consolidado
4	Litoral Algarrobo - Santo Domingo	Consolidado
5	Valparaíso	Consolidado
6	Litoral Viña del Mar- Concón	Consolidado
7	Olmué - La Campana	Consolidado
8	Valle del Aconcagua	Emergente
9	Portillo	Consolidado
10	Valle de Casablanca	Emergente

Fuente: Elaboración propia en base a Informe de Intensidad Turística y Definición de Destinos Turísticos -SERNATUR

El 2017 se realizó un trabajo similar con el fin de consolidar todos los trabajos que se han realizado en relación con los destinos turísticos. Específicamente, la idea fue actualizar los destinos turísticos consolidando el trabajo realizado en estos años respecto a los siguientes puntos.

- Señalética / pórticos relacionados con los nombres de los destinos.
- ZOIT y el cambio de Reglamento de este y que tiene relación con la obligatoriedad de ser destino turístico para poder optar a la categoría.
- El trabajo de actualización que realizaron las Direcciones Regionales de Sernatur con la Subdirección de Desarrollo de Sernatur que tenía como objetivo actualizar algunos destinos para el documento denominado “Destinos turísticos consolidados de Chile: Antecedentes básicos para la gestión turística”.

El 2015, la cantidad total de destinos turísticos a nivel nacional alcanzó los 83. De estos, 41 correspondían a destinos consolidados, 31 a destinos emergentes y 11 destinos potenciales. Luego del trabajo realizado de actualización, queda registrado que, a partir del 2018, el total de destinos turísticos es de 92, de los cuales 41 siguen siendo consolidados (los mismos que el 2015), 33 son destinos emergentes y 18 corresponden a potenciales.

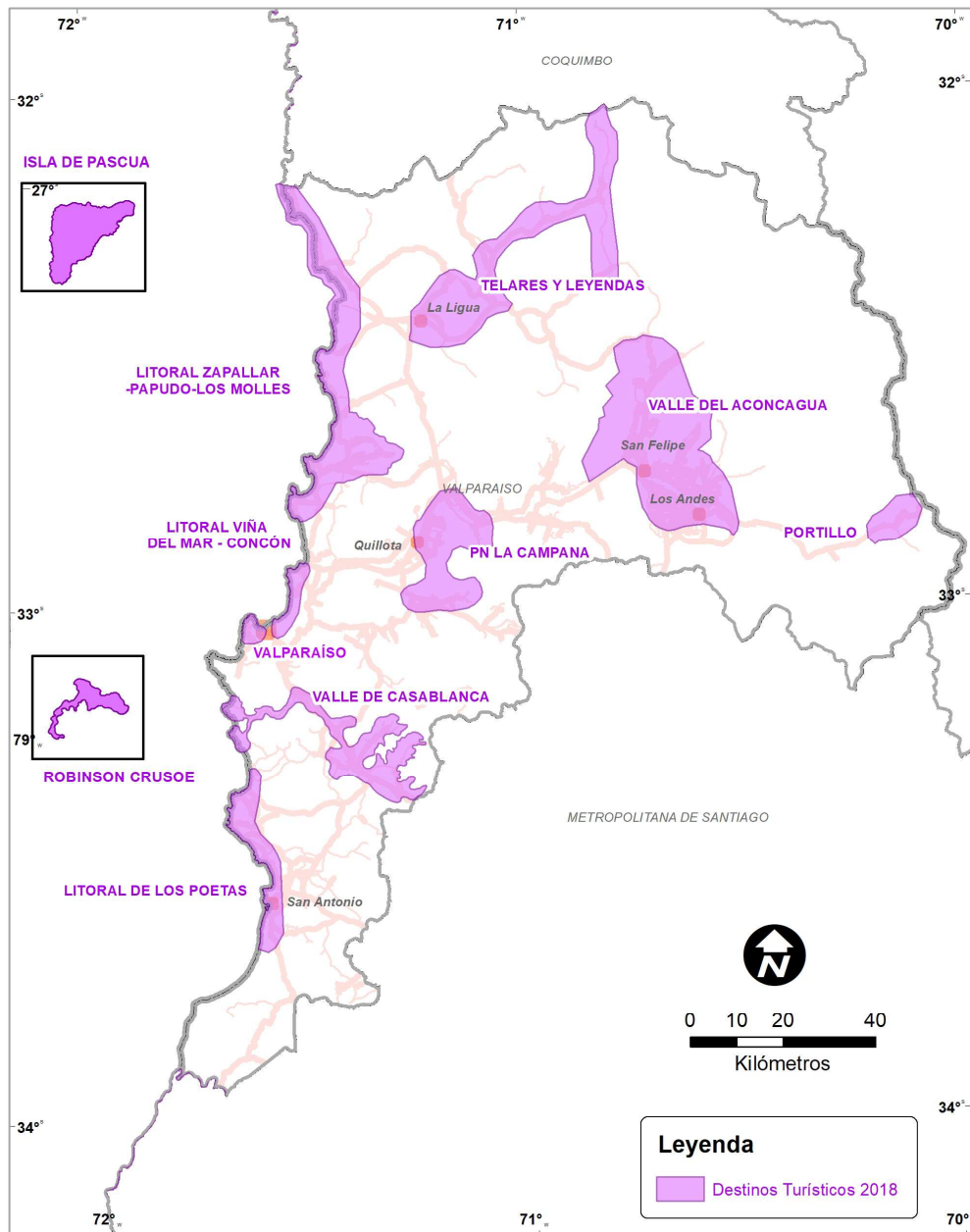
Existe un sólo caso de un destino que cambió de clasificación, de emergente a potencial, principalmente debido a la variación del polígono, lo que hace cambiar su estado. El siguiente cuadro muestra los destinos finales 2018, con la clasificación y nombre respectivo, y la comparación de esta misma información con el resultado del ejercicio 2015.

Tabla N° 7. Comparación destinos región de Valparaíso 2015-2018

N°	DESTINOS TURÍSTICOS 2018	CLASIFICACIÓN	DESTINOS TURÍSTICOS 2015
1	Robinson Crusoe	Emergente	Robinson Crusoe
2	Litoral Zapallar - Papudo – Los Molles	Consolidado	Litoral Norte - Papudo
3	Isla De Pascua	Consolidado	Isla De Pascua
4	Litoral de Los Poetas	Consolidado	Litoral Algarrobo - Santo Domingo
5	Valparaíso	Consolidado	Valparaíso
6	Litoral Viña Del Mar- Concón	Consolidado	Litoral Viña Del Mar- Concón
7	P.N. La Campana	Consolidado	Olmué - La Campana
8	Valle del Aconcagua	Emergente	Valle Del Aconcagua
9	Portillo	Consolidado	Portillo
10	Telares y Leyendas	Emergente	---
11	Valle de Casablanca	Emergente	Valle De Casablanca

Fuente: Elaboración propia en base a Informe de Intensidad Turística y Definición de Destinos Turísticos -SERNATUR

Figura N° 4. Destinos turísticos prioritarios Región de Valparaíso 2018



Fuente: Informe de Intensidad Turística y Definición de Destinos Turísticos, actualización 2017 -SERNATUR

3.2.2.1.2 Zonas y Centros de Interés Turísticos

De acuerdo con la Ley del Turismo (Ley 20.423 del año 2010), son Zonas de Interés Turístico “los territorios comunales, intercomunales o determinadas áreas dentro de éstos, que tengan condiciones especiales para la atracción turística y que requieran medidas de conservación y una planificación integrada para promover las inversiones del sector privado” (Art. 13).

Adicionalmente, la Ley señala que “las Zonas de Interés Turístico tendrán carácter prioritario para la ejecución de programas y proyectos públicos de fomento al desarrollo de esta actividad, como asimismo para la asignación de recursos destinados a obras de infraestructura y equipamiento necesarios (Art. 17).

La ZOIT es un instrumento de gestión público-privada para el fomento de la actividad turística que se ejecuta por medio de la construcción participativa, coordinación y el compromiso de ejecución de un Plan de Acción en un territorio determinado dentro de un plazo de ejecución de cuatro años. Estos territorios estarán liderados por el municipio, en conjunto con otros actores (públicos y privados) y organizaciones de carácter local, acompañados técnicamente por las Direcciones Regionales de Turismo de Sernatur.

Las Zonas de Interés Turístico (ZOIT), del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo posteriores al año 2010, cuentan con una delimitación territorial y un Plan de Acción (plan de trabajo) para el desarrollo turístico sustentable, el que es gestionado por una mesa público-privada. En La Región de Valparaíso se cuentan las siguientes, al momento de la elaboración de este informe.

- **ZOIT Casablanca:** Este plan de acción es un instrumento de gestión elaborado de forma participativa por actores representativos de CASABLANCA, entre los que están el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), la I. Municipalidad de Casablanca, que forman parte de la postulación, la Corporación para el Desarrollo de Casablanca, los gremios y asociaciones vinculadas al turismo, servicios públicos, etc.
- **ZOIT Isla Robinson Crusoe:** El Plan de Acción está concentrado en Isla de Robinson Crusoe perteneciente al Archipiélago de Juan Fernández el cual posee variados sectores turísticos que provocan interés entre los visitantes, entre ellos: las rutas turísticas al interior del Parque Nacional Archipiélago Juan Fernández, las Cuevas de los Patriotas, Fuerte Santa Bárbara, las Balas del Crucero Alemán “Dresden”, las actividades deportivas marítimas, entre otros.

Por otro lado, existen ZOIT vigentes declaradas bajo el Decreto Ley N°1.224 (anteriores al 2010) que cuentan hasta el 2 de diciembre de 2019 para presentar su solicitud de declaración ZOIT bajo la Ley N°20.423. Dicha solicitud deberá ser presentada a la Subsecretaría de Turismo, tal como lo establece el artículo 1° transitorio, del decreto N°30 de 2016 del Ministerio de Economía Fomento y Turismo. De acuerdo con las ZOIT anteriores a 2010, se cuenta el Casco Histórico de Valparaíso, que involucra la nominación de Patrimonio de la Humanidad ante Unesco, por el reconocimiento y trayectoria histórica de la ciudad de Valparaíso como primer Puerto del Pacífico, representado en su arquitectura e historia.

3.2.3 Normativa Regional

3.2.3.1 Estrategia Regional de Desarrollo 2020

Dentro de la Estrategia Regional de Desarrollo 2020, la actividad turística se plantea mediante la definición de dos ejes, a saber:

1. Dinamización del sistema productivo regional para el crecimiento económico y la generación de empleo. Para avanzar en el desarrollo de la región es fundamental poder mantener un crecimiento económico sostenido y sustentable que permita crear más y mejores puestos de trabajo. Este eje apunta a promover una mayor productividad de los factores en los sectores y ramas económicas de la región, colocando un acento especial en los encadenamientos productivos, en el apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas, y en la atracción de nuevas inversiones sobre el territorio regional. Para ello, se deben mejorar las condiciones de entorno, principalmente las relativas a infraestructura, logística, redes de transporte, transferencia de carga, equipamiento, difusión y acceso a información, preparación del capital humano y redes de colaboración.

Objetivos estratégicos para el logro del eje:

- Potenciar a la región como un destino turístico nacional e internacional.
- Aumentar la capacidad de transferencia de carga en los puertos marítimos de la región.
- Fortalecer el desarrollo del sector logístico de apoyo al transporte intermodal.

- Ampliar, mejorar y definir las redes de transporte terrestre propiciando la multimodalidad.
- Potenciar a la región como un polo agroalimentario.
- Promover encadenamientos con el sector de la minería.
- Atraer inversión extranjera directa a la región de Valparaíso.

Dentro de las iniciativas planteadas de trabajo se encuentran:

- Implementación de Estrategia de Desarrollo del sector turístico.
- Programa de certificación de calidad de servicios turísticos.
- Programas de difusión nacional e internacional del turismo regional.
- Convenios de programación territoriales para el fomento del turismo rural y de intereses especiales.
- Programa de fomento del turismo para personas mayores.

2. Fortalecimiento de la identidad regional y la diversidad cultural. La región requiere fortalecer una identidad que contribuya a diferenciarla de otras regiones y darle mayor sentido de pertenencia a sus habitantes. En este eje se parte de la premisa que la identidad de la región está fuertemente vinculada al desarrollo de su cultura, su patrimonio y su historia, lo que le permite enfrentar su inserción en el mundo con un sello propio. Para ello, la región debe propiciar un proceso de puesta en valor de las identidades locales y las expresiones culturales que se manifiestan en sus territorios, contribuyendo a su pleno reconocimiento e integración. Se debe favorecer la preservación y el respeto de estas identidades y del patrimonio de la región, tanto cultural como natural, implementando políticas y programas orientados a satisfacer las necesidades y expectativas culturales y sociales de la población regional y sus visitantes. El desarrollo regional debe contemplar una valoración positiva de la diversidad cultural, de la libertad de creación y expresión, y de la participación y acceso igualitario de la población a los bienes y servicios culturales. Se debe poner, también, un énfasis especial en el conocimiento y respeto de las culturas de los pueblos originarios.

Objetivos estratégicos para el logro del eje:

- Reconocer, proteger y poner en valor el patrimonio cultural de la región.
- Fomentar el desarrollo de iniciativas culturales locales.
- Potenciar el turismo cultural de la región.
- Favorecer la participación cultural de la población y su acceso a los bienes y servicios de consumo cultural.
- Promover el desarrollo de la cultura de los pueblos originarios de la región.

3.2.3.2 Plan Regional de Gobierno Región de Valparaíso

Dentro de los principales programas e iniciativas del Plan Regional de Gobierno 2014-2018, se encuentra el diseño e implementación de Estrategia Regional de Innovación. Esta política pública regional identifica seis ejes estratégicos y focaliza su acción en polos de competitividad, tales como el sector agroalimentario, la logística, el turismo y las industrias creativas. Como áreas transversales estratégicas se consideran los recursos hídricos, la energía, y las TIC y servicios avanzados en las empresas. Para su implementación el gobierno regional proponía destinar anualmente, a lo menos, el 70% del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC-R) y gestionar el financiamiento de las iniciativas contempladas en este instrumento a través de otros fondos del sector público, así como inversión del sector privado.

Cabe destacar, que en la región se ha mantenido constante la tendencia que muestra un mayor envejecimiento relativo de la población, es la región del país que reúne, en términos proporcionales, el mayor porcentaje de personas de más de 60 años. Además, se debe considerar que los adultos mayores se encuentran en una situación de mayor fragilidad social y, muchas veces, en situación de pobreza. Esta situación demográfica plantea desafíos distintos en la Gestión Regional para procurar el cuidado de su salud y su bienestar en general. Lo anterior implica, entre otros aspectos, la

necesidad de infraestructura pública acorde a los requerimientos de los adultos mayores, como la construcción de hospitales de mayor complejidad y consolidar la red de consultorios con mejores equipamientos. Del mismo modo, hay que considerar también que los adultos mayores están en condiciones de desarrollar una vida activa y pueden contribuir positivamente al desarrollo de la región, especialmente en ámbitos relacionados con la educación, el turismo, la salud, la recreación, entre otros. La comuna de El Quisco refleja esta misma realidad, siendo el programa de vacaciones de la tercera edad, de SERNATUR, uno de los trabajos que hoy en día se encuentra en ejecución. De acuerdo con la Estrategia Regional de Desarrollo, la imagen objetivo proyectada al 2020, es de “Una Región diversa con desarrollo sostenible”, esta imagen fue construida a través del análisis de características propias de la región como su infraestructura, dinámica económica, capital humano, situación geográfica, entre otras. Lo anterior hace imperioso el desarrollo y ejecución de una estrategia de promoción y posicionamiento lo que constituye una oportunidad para generar y avanzar en su desarrollo.

El fortalecimiento de la región puede generar múltiples iniciativas en relación con las regiones existentes en la Macrozona Central de Chile, en el área de influencia del Corredor Bioceánico Central y en la Cuenca del Pacífico, para robustecer la integración interregional y a su vez, con regiones vecinas, como también con el resto del mundo.

3.2.3.3 Plan de Acción Región de Valparaíso, sector turismo, 2014- 2018

El Plan de acción regional plantea sus estrategias como resultado del diálogo sostenido con los actores regionales vinculados al sector turismo mediante talleres realizados en cada uno de los territorios y entrevistas a actores claves. En el marco del proceso de elaboración del Plan, se planteó como visión del turismo regional al año 2020 lo siguiente:

“La Región de Valparaíso y sus territorios, que se extienden desde el mar hasta la Cordillera de Los Andes, y que se proyectan hacia el Océano Pacífico a través del Archipiélago de Juan Fernández y la Isla de Pascua, nos hemos consolidado como destinos turísticos con identidad, de jerarquía internacional, con planta e infraestructura turísticas de alta calidad, que hemos desarrollado gracias a las personas y al manejo sustentable de nuestro patrimonio natural, arqueológico, urbano y cultural.”

Los lineamientos de la gestión de SERNATUR se estructuran considerando los requerimientos establecidos anteriormente por la Estrategia de Desarrollo Regional, y los lineamientos del SERNATUR incluidos en ella, se definen en los siguientes puntos:

- **Promoción Nacional e Internacional**
- **Desarrollo de Oferta de Actividades y Productos en Destino**
- **Puesta en Valor de Destinos e Infraestructura Habilitante**
- **Calidad**
- **Capital Humano**

Tabla N° 8. Líneas Estratégicas del Plan

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	ACCIONES
PROMOCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL	Potenciar a la región como un destino turístico nacional e internacional.
	Aumentar de manera significativa los recursos destinados a la promoción turística nacional e internacional, para mejorar el posicionamiento de Chile y sus destinos turísticos.
	Potenciar y/o promover el turismo cultural de la región.
	Aumentar el acceso de los servicios y productos regionales a los mercados internacionales.
	Afianzar las relaciones con Argentina.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	ACCIONES
DESARROLLO DE OFERTA DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS EN DESTINO	Generar espacios de participación para las personas mayores en la región.
	Establecer mesas de trabajo turísticas y comunales.
	Programación de ferias turísticas.
	Favorecer la participación cultural de la población y su acceso a los bienes y servicios de consumo cultural.
	Fomentar la práctica de actividades deportivas y físicas recreativas, formativas y competitivas.
	Mayor desarrollo de oferta de actividades y de productos en destino.
	La principal oportunidad de la región está en capturar mayor valor por turista, seguido de un aumento en el flujo de turistas.
	Potenciar la ocupabilidad de destinos turísticos emergentes.
	Facilitar el consumo turístico a sectores vulnerables.
	Potenciar el crecimiento de prestadores de servicios turísticos locales.
	Crear en el conjunto de ciudadanos mejores condiciones de práctica, acceso efectivo y sin discriminación a la actividad turística nacional.
	Apoyar y orientar Declaración de ZOIT.
	Promover el desarrollo endógeno y sustentable de los territorios especiales de Isla de Pascua y Archipiélago de Juan Fernández.
	Reconocer, proteger y poner en valor el patrimonio cultural de la región.
PUESTA EN VALOR DE DESTINOS E INFRAESTRUCTURA HABILITANTE	Identificar y/o promover sitios terrestres y marinos con valor biológico en la región para su preservación y conservación.
	Inversiones públicas habilitantes, enfocadas en Áreas Silvestres Protegidas del Estado y circuitos binacionales.
	El desarrollo equitativo y solidario de todos sus territorios - continentales e insulares- gracias a la protección y puesta en valor de las personas, el patrimonio, su paisaje y recursos naturales.
	Aumentar la utilización de servicios turísticos en comunas/destinos priorizadas por SERNATUR y aumentar el número de llegadas y pernoctaciones en dichos destinos. Diversificación y superación de brechas con una oferta innovadora y sustentable, generando procesos de ajuste
	Certificación de empresas regionales.
CALIDAD	Aplicación de instrumentos de apoyo y cofinanciamiento en ámbitos relacionados con la certificación de calidad de prestadores de servicios turísticos: sello de sustentabilidad, formación y capacitación de capital humano
	Apoyo al diseño de Planes de Desarrollo Turístico Comunal
CAPITAL HUMANO	Promover acuerdos internacionales que potencien la investigación y desarrollo (I+D).
	Promover la asociatividad entre el gobierno regional, servicios públicos y municipios para la ejecución de proyectos de impacto comunal o intercomunal.
	Aumento de capacidades de gestión y de servicios de capital humano.
	Aumento de asociatividad en el sector TURISMO.
	Acordar líneas de fomento y capacitación (CORFO, SERCOTEC, FOSIS, INDAP, SENCE) que permitan consolidar la existencia de servicios turísticos acorde a un país competitivo.

Fuente: Plan de acción Región de Valparaíso, sector turismo 2014 - 2018

3.2.3.4 Monumentos Nacionales

Los monumentos nacionales dependen del Consejo de Monumentos, que es el organismo encargado de la protección y tuición del patrimonio cultural y natural de Chile. Para que los diversos bienes culturales o naturales sean considerados Monumentos Nacionales, el CMN debe identificarlos y declararlos como tales en un registro que se divide en cinco categorías: monumentos históricos, monumentos públicos, zonas típicas, monumentos arqueológicos y santuarios de la naturaleza.

A nivel regional, existen 168 Monumentos Nacionales, los que se desglosan por categoría de protección. En la siguiente tabla se especifica lo anterior.

Tabla N° 9. Monumentos nacionales Región de Valparaíso

REGIÓN DE VALPARAÍSO	MUEBLES		INMUEBLES			TOTAL	% TOTAL NACIONAL
	MH M	MA	MH I	SN	ZT		
	4	6	114	13	21	168	9,99%

- **MH M:** Monumento Histórico
- **MA:** Monumento Arqueológico
- **MH I:** Monumento Histórico Inmueble
- **SN:** Santuario de la Naturaleza
- **ZT:** Zona Típica
- **TOTAL:** Totales Regionales y Nacional

No están considerados en la estadística los monumentos desafectados por decreto.

Se considera como una unidad más en el total, el decreto que protege el Patrimonio Cultural Subacuático a nivel nacional, D311 del 08 de octubre de 1999.

Fuente: Monumentos Nacionales, agosto 2018

A nivel comunal, se reconocen tres Monumentos Nacionales: La Quebrada de Córdoba como Santuario de la Naturaleza, la Zona Típica del Sector Costero de Isla Negra y la Casa de Pablo Neruda como Monumento Histórico. En la siguiente tabla se expone la descripción de estos tres monumentos.

Tabla N° 10. Monumentos nacionales comuna de El Quisco

NOMBRE	CATEGORIA	DESCRIPCIÓN
QUEBRADA DE CÓRDOVA	SANTUARIO DE LA NATURALEZA	<p>El área propuesta se encuentra emplazada al interior del sitio prioritario para la conservación de la biodiversidad denominado Quebrada de Córdoba, reconocido en la Estrategia Regional de Biodiversidad y en el Plan de Acción para la Conservación de la Diversidad Biológica del año 2005 como uno de los sitios de primera prioridad para la protección de ecosistemas terrestres principalmente por la existencia de un bosque relicto de olivillo.</p> <p>Esta declaratoria permitirá aumentar la superficie protegida del piso vegetacional, bosque esclerófilo mediterráneo costero de <i>Lithrea caustica</i> y <i>Cryptocarya alba</i>. Dicho ecosistema es en la actualidad uno de los ecosistemas terrestres con menor protección en el sistema Nacional de Áreas Protegidas, con tan solo un 1,24% de superficie protegida a nivel nacional.</p> <p>El área posee una alta singularidad y es reconocida como un sitio de relevancia para la conservación de la biodiversidad por los servicios ecosistémicos que provee, tanto para la mantención de funciones y procesos ecológicos como para la comunidad. De esta</p>

NOMBRE	CATEGORIA	DESCRIPCIÓN
		<p>forma, se reafirma la pertinencia de la categoría propuesta para la educación y protección de formaciones naturales.</p> <p>Los objetos de conservación del área serán principalmente: La comunidad de plantas higrófilas, entre las que destacan el olivillo y varias especies de arrayanes del género Myrceugenia. El sistema hídrico, que comprende los escurrimientos superficiales y subsuperficiales. Las especies en categoría de amenaza: Cururo en peligro, Pejerrey chileno vulnerable, Culebra de cola larga vulnerable, Rana Chilena vulnerable y Coipo vulnerable.</p>
<p>SECTOR COSTERO ISLA NEGRA</p>	<p>ZONAS TÍPICAS</p>	<p>El borde costero está constituido por tres playas: Las Conchitas, Pablo Neruda y Las Ágatas.</p> <p>El sector costero de la antigua playa Las Gaviotas destaca por la bravura de su mar y los roqueríos de color oscuro. Uno de sus principales atractivos es la casa del Premio Nobel, ubicada en la calle del poeta s/n. Poseedora de una imponente vista al mar, la Casa de Neruda es Monumento Histórico desde 1990.</p> <p>La zona de Isla Negra se caracteriza por la armonía de sus construcciones con el paisaje, conservando cierta rusticidad, dando como resultado una comunión entre lo construido y la naturaleza. La mayoría de las casas están hechas de piedra y madera, con una altura máxima de dos pisos, los jardines y lugares aledaños están rodeados de árboles y plantas nativas de la costa central de Chile. También destaca como patrimonio de la zona, la presencia de artesanos, donde destacan las Bordadoras de Isla Negra.</p> <p>Con el fin de resguardar el entorno de la casa de Pablo Neruda y de mantener la armonía de su territorio, es que la Junta de Vecinos N° 2 de Isla Negra en conjunto con organizaciones sociales y culturales, presentaron una moción para que este sector fuera resguardado. En atención a esta solicitud, el Consejo de Monumentos Nacionales declara al sector costero de Isla Negra como Monumento Nacional en la categoría de Zona Típica, por medio del D.E. 1187, promulgado en diciembre de 1997.</p>
<p>CASA DE PABLO NERUDA</p>	<p>MONUMENTO HISTÓRICO</p>	<p>La casa de Isla Negra, ubicada en el poblado del mismo nombre, está inserta en el paisaje costero de la comuna de El Quisco, frente al mar de olas incesantes que golpean un negro roquerío. Diseñada como un barco, con techos bajos, pasillos estrechos y piso de madera, este espacio fue una importante fuente de inspiración para el poeta, escribiendo aquí gran parte de su obra, repertorio entre el que destaca El Canto General.</p> <p>Neruda llegó a la zona (que bautizó como Isla negra) en 1938 tras comprar una pequeña casa de piedra al marino español Eladio Sobrino, la que fue sucesivamente transformada. El primer cambio importante ocurrió en 1943, cuando le encarga al arquitecto catalán Germán Rodríguez Arias el diseño de las ampliaciones de la casa, las que concluyeron en 1945. La primera intervención fue una chimenea, un gran ventanal que mira hacia el mar y una torre en el acceso. Esta consta de dos pisos, en el primer nivel, el suelo está relleno de conchas marinas y se encuentra un timón de barco; en el segundo, se</p>

NOMBRE	CATEGORIA	DESCRIPCIÓN
		<p>encontraba el dormitorio del poeta. En 1965 el arquitecto y amigo de Neruda, Sergio Soza proyectó nuevas ampliaciones que consistieron en la construcción de los arcos que unen los cuerpos de la casa, y los recintos que albergan la Sala del Caballo y la Covacha, espacio que se usaba como escritorio. En el techo se pusieron planchas de zinc que le permitían escuchar el sonido de la lluvia que lo hacía recordar su infancia en el sur de Chile. En el jardín de la casa se encuentra un campanario, un bote y una fuente de agua.</p> <p>Además de las particularidades arquitectónicas de la casa, destacan sus colecciones entre las que se encuentran objetos procedentes de diversas partes del mundo donde la mayoría tiene relación con el mar, como mascarones de proa, réplicas de veleros, barcos en botellas y caracolas marinas.</p> <p>Tras la muerte de Neruda en 1973 la casa fue abandonada. Recién en 1986 la Fundación Neruda obtuvo la personalidad jurídica de la casona y esta fue restituida, siendo abierta al público en 1990 como Casa Museo.</p> <p>En 1996 los restos de Pablo Neruda y los de su esposa, Matilde Urrutia, fueron trasladados hasta la casa de Isla Negra, lugar donde descansan hasta hoy.</p> <p>El 8 de junio de 1990, la casona fue declarada Monumento Nacional en la categoría de Monumento Histórico y en la actualidad continúa con su funcionamiento como Museo.</p>

Fuente: Consejos de Monumentos Nacionales, agosto 2018.

3.2.4 Normativas comunales

3.2.4.1 Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO)

El Plan de desarrollo comunal representa la carta de navegación de una comuna en Chile, donde su objetivo es orientar el desarrollo comunal a través de una serie de iniciativas hacia el cumplimiento de la imagen-objetivo propuesta en el mismo instrumento. Dicho documento se desagregó en diez capítulos, cuyas conclusiones se concentraron en destacar los factores críticos y potencialidades de cada unidad temática. En cuanto a la actividad turística sostiene la importancia de generar un encadenamiento con los proyectos a proponer para el territorio.

Asimismo, la multisectorialidad del turismo, deja en evidencia que este tema puede ser abordado desde múltiples acciones provenientes del PLADECO, como, por ejemplo, el desarrollo social de sus residentes, quienes pueden tomar protagonismo en temporada alta debido a la alta demanda de servicios en periodo estival, lo cual si bien, se transforma en un factor crítico por la cantidad de población flotante, también se considera una posibilidad de progreso para ellos, quienes podrían desarrollar y promover la oferta turística, considerando los recursos disponibles, tanto en esta época como en temporada baja, acompañados de los profesionales pertinentes. Por el lado cultural, el PLADECO rescata las acciones actuales en torno a la artesanía, música, poesía, patrimonio y rescate de tradiciones, no obstante, también plantea la necesidad ampliar la oferta de talleres y actividades artísticas hacia el sector rural y comunidades más allá de la temporada estival.

En educación, los factores críticos se concentran los bajos rendimientos, infraestructura deteriorada, vulnerabilidad y clima escolar. Mientras que las potencialidades se concentran en inclusión, ampliación y ejecución de programas escolares.

Las problemáticas en salud vienen de la mano de los cambios en la población, el envejecimiento de esta y la sobrecarga de los sistemas en periodo estival, lo que ha conllevado a la necesidad de mejor y mayores números de especialistas.

Por tanto, al mezclar turismo y desarrollo económico, los factores críticos se centran en la alta estacionalidad económica, aumento de servicios informales, y la casi obligación que tiene el turismo formal de limitar su calidad dado la ardua competencia en precios.

Dentro de los desafíos para la actividad turística que el PLADECO identifica se encuentran: la articulación entre todos los actores de la industria, escasa colaboración público-privado, débil infraestructura habilitante, insuficiente fiscalización y muy limitado fomento de los recursos turísticos (artesanías, recursos naturales, capital humano y atractivos). Existe una necesidad inminente de diversificar la oferta actual, y superar el turismo masivo de sol y playa.

Finalmente, y muy ligado al turismo, el desafío será integrar los principales elementos señalados en la nueva Ordenanza de Medio Ambiente, en los lineamientos y propuestas de otros instrumentos de gestión municipal y de planificación territorial que gestiona la Municipalidad.

Tabla N° 11. Resúmenes principales resultados etapa diagnóstico PLADECO

ÁMBITO	DESCRIPCIÓN
FACTORES CRÍTICOS DESARROLLO SOCIAL	Demanda de servicios en periodo estival por crecimiento de población flotante
	Déficit de viviendas (tomadas)
	Loteos irregulares
	Falta de una Política Municipal de Vivienda y reforzamiento de la Unidad Municipal de Vivienda
	Problemas de microtráfico y consumo de drogas ilícitas
POTENCIALIDADES DESARROLLO SOCIAL	Comuna con niveles de pobreza en descenso
	Comuna con fuerte atractivo turístico y económico
	Comuna con una base de organizaciones comunitarias diversas y activas
FACTORES CRÍTICOS CULTURA	Baja valoración de la identidad local y escasa puesta en valor del patrimonio local
	Falta de reconocimiento de las organizaciones socioculturales.
	Necesidad de ampliar la oferta de talleres y actividades artísticas
	Necesidad de ampliar la oferta hacia el sector rural y comunidades
	Infraestructura cultural insuficiente para el fomento de las disciplinas artísticas
	Baja motivación en los jóvenes y falta de incentivos a los grupos artísticos juveniles
	Falta de profesionales y trabajo coordinado entre la Unidad de Cultura y la Biblioteca Pública Municipal
	Necesidad de actualización del Plan Municipal de Cultura y generación de indicadores de cumplimiento
POTENCIALIDADES CULTURA	Festival de Artes Escénicas de Isla Negra FESTINE
	Fomento de las artes
	Artesanía
	Turismo Cultural
	Valoración positiva de la gestión cultural municipal
	Participación en actividades artísticas culturales
	Ampliación de las posibilidades de gestión cultural local
FACTORES CRÍTICOS EDUCACIÓN	Alta vulnerabilidad social y "Clima Escolar"
	Rendimiento académico menor a las medias nacionales y regionales
	Infraestructura insuficiente y deteriorada
	Gestión municipal y trabajo docente
POTENCIALIDADES EDUCACIÓN	Implementación y ejecución exitosa de programas escolares
	Ampliación del área técnico-profesional (enfermería y contabilidad)

ÁMBITO	DESCRIPCIÓN
FACTORES CRÍTICOS SALUD	Inclusión de la diversidad y trabajo intersectorial
	Equipamiento en salud insuficiente
	Envejecimiento poblacional
	Falta de especialistas e inexistencia de laboratorios
	Sobre carga del sistema en período estival
POTENCIALIDADES SALUD	Inclusión de grupos vulnerables
	Ejecución e Implementación de Programas
	Comunicación y participación con la comunidad
	Buena atención en Salud Pública comunal
FACTORES CRÍTICOS DESARROLLO ECONÓMICO	Estacionalidad económica
	Desempleo e inserción laboral
	Turismo de mediana y baja calidad: La oferta de servicios turísticos no se rigen por una estrategia integral que permitan ofrecer un servicio de alta calidad.
	Turismo informal: Alto porcentaje de emprendimientos turísticos informales, por tanto, no individualizados ni identificados, los que no se rigen por un lineamiento turístico de imagen comuna.
	Subutilización de recursos naturales y sectores de interés: Salvo algunos sectores representativos con demanda turística permanente todo el año como por ejemplo la casa de Pablo Neruda, que posee una estrategia consolidada y eficiente, existen muchos atractivos, sobre todo naturales, que se encuentran poco potenciados. Ejemplo de lo anterior son las quebradas y el sector rural de El Totoral.
	Ausencia de grandes empresas
	Escasez de ofertas de capacitación: Que tengan relación directa con las actividades productivas predominantes.
	Alineación de objetivos: Falta alinear los objetivos en las estrategias de desarrollo económico de los departamentos municipales relacionados, ejemplo Fomento productivo, OMIL y Turismo.
	Plan integral de desarrollo: Las planificaciones son individuales y tienden a dispersarse en el tiempo, es decir, al realizarse de forma aislada estas no forman parte de una planificación integral de imagen comuna en que se estandaricen los objetivos y que a la vez perduren en el tiempo.
	Infraestructura: Falta mejorar la infraestructura vial, señalética, comercio y otros servicios que entreguen calidad a las demandas de habitantes y turistas. Asimismo, la implementación de puntos de información turística es crítica para mejorar la calidad del destino.
POTENCIALIDADES DESARROLLO ECONÓMICO	Ubicación estratégica dentro del litoral central.
	Patrimonio natural.
	Borde Costero.
	Sector Rural: Aporta ventajas ecosistémicas -reservas de agua, flora y fauna, turismo, desarrollo económico en torno al valor cultural).
	Cultura.
	Capital Humano: Disponibilidad de mano de obra.
	Comercio: Oferta de bienes y servicios sobre todo en verano. Se requiere mejorar la calidad para aumentar el estándar y el tipo de turistas. En paralelo, fomentar el desarrollo de otros rubros comerciales no directamente relacionados al turismo, por ejemplo, ferias libres, emprendedoras, comerciantes, artesanos, etc.
FACTORES CRÍTICOS TURISMO	Superar el turismo masivo de sol y playa.
	Baja calidad de infraestructura y gestión de los servicios turísticos privados.
	Mejoramiento de infraestructura pública – privada habilitante.
	Deficiente fomento y protección de áreas naturales con importancia ambiental.
	Escaso trabajo colaborativo público-privado.
	Falta de fiscalización municipal y SERNATUR.
	Bajo fomento de la artesanía como recurso turístico.
Necesidad de fortalecer el capital humano.	

ÁMBITO	DESCRIPCIÓN
	Necesidad de generar estudios en turismo.
	Deficiencia de servicios complementarios (banco, cajero).
	Bajo desarrollo de emprendimientos.
	Presencia de perros abandonados.
	Problemas básicos de saneamiento (sistemas de alcantarillado y pavimentación).
	Baja promoción turística.
	Ordenamiento turístico.
	Estacionalidad de la demanda.
	POTENCIALIDADES
Recursos naturales de la comuna	
Oportunidad de fortalecimiento de organizaciones turísticas	
Formación de capital humano	
Turismo Inclusivo	
Pesca y diversificación turística	
Fortalecimiento de convenios y desarrollo del Turismo Social	
Ampliación de la oferta de productos turísticos	
Puesta en valor de la artesanía local	
Variada oferta de atractivos naturales y culturales	
Potencial Zona de Interés Turístico	

Fuente: Elaboración propia en base a información municipal.

3.2.4.2 Plan Regulador Comunal (PRC)

La comuna de El Quisco posee un PRC que se encuentra en proceso de actualización, y si bien, este continúa vigente, los antecedentes declarados ya no tienen relación con la realidad actual de la comuna. Por lo anterior, se reconoce la importancia y pertinencia de replantear este instrumento con un carácter más funcional que permita definir el crecimiento de los centros urbanos, y al mismo tiempo, la protección de las áreas de interés histórico - patrimonial, así como también, las áreas de interés natural.

3.2.4.3 Diagnóstico Seguridad Pública

Con el objetivo de elaborar un Plan Comunal de Seguridad Pública, durante el año 2017 se llevó a cabo el diagnóstico en torno al tema. Su objetivo fue contar con este instrumento técnico para la toma de decisiones oportunas y pertinentes para direccionar un trabajo preventivo, puesto que no sólo levantó información cuantitativa, sino que además captó la percepción de seguridad que poseen los vecinos de los diversos sectores de la comuna, integrándose a un trabajo que tiene como eje central, el propiciar la co-responsabilidad ciudadana en la producción de seguridad.

El documento concluye con la priorización de problemas de seguridad, para que sean abordados por el respectivo Consejo Comunal de Seguridad Pública, y a su vez, se traduzcan en estrategias de abordaje a través del futuro Plan Comunal de Seguridad Pública.

- Ausencia de Dirección de Seguridad Ciudadana en la Municipalidad.
- Violencia escolar.
- Carencia de capital social.
- Carencia de poda arbórea.
- Veredas y calles en mal estado.
- Iluminación pública no es completamente efectiva.
- Presencia de micro-basurales.
- Aumento de delitos e incivildades en época estival.
- Incivildades en el borde costero.
- Robo en lugar no habitado: Concentración en sector central comercial.
- Poca dotación policial exclusiva para la comuna.

- Ausencia de incorporación de aspectos de prevención situacional en la gestión municipal.

3.2.4.4 Plan municipal de cultura 2014-2016

La ejecución del plan como instrumento de planificación Cultural, permitió guiar el trabajo del Municipio en esta área, promoviendo una mirada cultural de mediano y largo plazo para la comuna. La misión de este documento busca *“Velar por el desarrollo cultural a través de planes y programas que permitan fortalecer la participación, formación, creación, promoción artística y formación de audiencias, procurando dar espacios de ámbito cultural a sus habitantes, que nos permita resguardar y difundir el patrimonio “vivo” material, inmaterial y natural”*.

El resultado del análisis del diagnóstico comunal y de las demandas y prioridades recogidas en los diversos espacios de consulta y participación ciudadana, tarea que se concluyó en el trabajo por mesas del primer Cabildo Cultural en la comuna, priorizaron cuatro ejes en los cuales la política cultural comunal debía sustentarse.

- Fomento de la creación y capital artístico.
- Participación ciudadana.
- Identidad y patrimonio local.
- Fortalecimiento de la institucionalidad cultural de la comuna.

3.2.4.5 Programas de gestión Unidad de turismo

El programa de la unidad de turismo para el año 2017, contempla seis programas y 20 subprogramas, con sus respectivos objetivos, indicadores y actividades a cumplir. Estas actividades se encuentran enmarcadas dentro del plan interno de trabajo de la unidad y se exponen a continuación.

Tabla N° 12. Programas de gestión unidad de turismo, año 2017

PROGRAMA	SUBPROGRAMA	INDICADOR DE GESTIÓN
PROGRAMA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNA	Promoción turística en ferias regionales, nacionales e internacionales	Encuentro Nacional de Coordinadores Municipales Feria VYVA Feria Turística y Laboral Provincia de San Antonio
	Elaboración material de difusión	Folletería en inglés Dípticos El Totoral Dípticos Isla Negra Planos comunales
	Implementación oficina de informaciones turísticas	Oficina de Isla Negra operativa todo el año
PROGRAMA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS	Capacitaciones y/o talleres	Curso de garzones y servicios gastronómicos Curso de servicios turísticos generales en coordinación con SERNATUR
	Certificaciones en competencias laborales	Certificación de competencia laboral en el idioma inglés
	Conciencia Turística	Certificación de 42 usuarios del rubro de turismo, en dos jornadas
	Fiscalización	---
PROGRAMA DE TURISMO CULTURAL	Turismo Rural	Fiesta Costumbrista Fiesta de la Chilenidad Fiesta de la Merced
	Actividades culturales en temporada baja	Fiesta de San Pedro Feria Gastronómica Artesanos Patrimonio Cultural

PROGRAMA	SUBPROGRAMA	INDICADOR DE GESTIÓN
	El Quisco pedalea	118 usuarios a través de circuitos turísticos gratuitos (2 rutas)
PROGRAMA DE TURISMO SOCIAL	Salidas recreativas y educativas	24 familias de El Quisco visitaron Olmué y otros lugares como Concón y Viña del Mar por medio del Programa Turismo Familiar de SERNATUR
PROGRAMA DE SUSTENTABILIDAD	Conociendo mi comuna colegios	---
	Conociendo mi comuna Adultos Mayores	205 personas junto a guías capacitados pudieron conocer, aprender e identificar tanto los atractivos naturales y culturales locales.
	Aparcadores	Credenciales de trabajo, capacitación de conciencia turística y formación en terreno como informadores turísticos
	Sello de Origen Bordadoras de Isla Negra	Trabajar en conjunto con el departamento de cultura y fomento productivo el tema del sello de origen otorgado por el INAPI
	Casa museo Pablo Neruda	Elaboración de proyectos e iniciativas de responsabilidad social empresarial que los vinculen en un mayor grado con la comunidad local
PROGRAMA DE INVERSIÓN	Señalética Vial/ Paradores turísticos/ Mapas	---
	Desarrollo de rutas atractivos actuales y potenciales	---
	Accesibilidad Universal	---

Fuente: Elaboración propia en base a información municipal

Respecto al cuadro anterior, es importante mencionar que la Unidad de Turismo durante el año 2017, contó con un presupuesto asignado por la municipalidad de \$135.670.000, de los cuales se ejecutaron alrededor de un 82,51%, equivalentes a \$111.951.900 aproximadamente. De igual manera cabe destacar, que este monto asignado superó los recursos otorgados el año 2016 que alcanzaron los \$74.590.000 y se ejecutaron alrededor de un 83,11% de dicho monto. Asimismo, se debe señalar que, en ambos años, el resto de los porcentajes no se ejecutaron o fueron traspasados a los presupuestos de otras unidades del municipio.

En relación con el año 2018, esta Unidad nuevamente recibe un monto mayor al asignado el año anterior y se le asignan \$190.220.000, que a la fecha actual (fines de agosto), lleva ejecutado \$142.627.000 aproximadamente, equivalentes al 74,98%¹⁶

Finalmente, y considerando las normativas vinculadas al turismo a nivel comunal destacadas del PLADECO, el Diagnóstico de Seguridad Pública, el Plan municipal de Cultura, el Programa de Gestión en Turismo, y otras líneas de trabajo dependientes de Direcciones, Departamentos y Oficinas (Anexo N° 1. Municipalidad de El Quisco y su vinculación con el turismo) de la gestión municipal que se pueden incluir y vincular directamente a las acciones del desarrollo sustentable del turismo, se debe tener en claro que, para resolver gran parte de los problemas y necesidades del sector, es importante destacar nuevamente, el énfasis en el trabajo conjunto entre organismos públicos y privados a nivel local, quienes reconozcan en el turismo una oportunidad de desarrollo para sus habitantes y una opción de resguardar los recursos utilizados para las generaciones futuras. Cuando todos estos actores identifiquen el valor y oportunidad de desarrollo que tiene la comuna de El Quisco y sus acciones sean tendientes al fomento de la actividad, será posible traducir todos estos esfuerzos de organización y planificación en desarrollo de nuevos productos, diversificación y aumento de la calidad en la oferta de servicios e infraestructura habilitante, mejorando las acciones de promoción para atraer nuevos mercados.

¹⁶ Unidad de Turismo, Municipalidad de El Quisco.

3.3 Caracterización de la oferta turística

3.3.1 Consideraciones previas

La metodología utilizada para elaborar este capítulo de caracterización de la oferta se basó en la recopilación y sistematización de información secundaria, la que luego fue comprobada, mejorada y actualizada mediante campañas en terreno. Asimismo, tanto atractivos como planta turística fueron georreferenciados en terreno para la generación de herramientas que serán parte de este documento y también para futuras intervenciones en torno a la ejecución del PLADETUR.

El catastro de la oferta turística de la comuna se realizó, en una primera instancia, en base a datos entregados por SERNATUR y la Unidad de Turismo del municipio. Esta información fue parte de las campañas en terreno, donde se visitó cada establecimiento, lo que permitió confirmar in situ la información, a través de la que se agregaron o eliminaron servicios para obtener una base de datos depurada y exacta para la toma de decisiones.

En tanto, el catastro de atractivos turísticos de la comuna fue realizado sobre la base del levantamiento de información de SERNATUR que identifica 20 atractivos ligados a sitios naturales y culturales, que se complementan con actividades de esta misma índole, siendo acontecimientos programados que atraen el interés y la visita de los turistas. De igual modo, este catastro fue complementado con la información otorgada por la Unidad de Turismo de la Municipalidad, y se han incorporado otros puntos de atracción que vecinos, empresarios turísticos y otros actores de la comuna han sugerido como importantes de relevar.

3.3.2 Atractivos turísticos

3.3.2.1 Caracterización general

La Comuna de El Quisco es una zona costera y rural que, en los últimos años, ha alcanzado un alto nivel de desarrollo turístico, logrando captar significativas inversiones y proyectos en este campo y recibiendo un importante flujo de turistas provenientes del mercado nacional e internacional.

Esta relevancia queda avalada por la calidad de sus playas y la buena dotación de recursos diversos y alternativos al turismo de sol y playa como las zonas rurales, fiestas costumbristas, gastronomía, etc..., que se ha ido concretando, principalmente, en las localidades ubicadas en el borde costero de la comuna.

En El Quisco se identifican los siguientes tipos de turismo predominantes y potenciales:

- Turismo de sol y playa;
- Turismo rural;
- Turismo cultural;
- Turismo religioso;
- Turismo gastronómico;
- Turismo de intereses especiales: naturaleza, aventura, deportivo y ecoturismo;
- Turismo de cruceros;
- Turismo aventura (kayak, cicloturismo, buceo, cabalgatas, canopy y pesca deportiva).

El área de aptitud para el desarrollo del turismo de sol y playa corresponde al tramo de borde costero de la comuna que comprende los sectores de Punta Tralca y El Quisco, dentro de los cuales, es posible encontrar playas con arenas que permiten la realización de diferentes actividades de baño y recreación, conocidas como: Poza Azul, Las Conchitas, Los Corsarios y Hanga Roa.

Por otro lado, el área de aptitud para el desarrollo de turismo rural, religioso y gastronómico se puede encontrar tanto en El Quisco como en la zona interior de El Totoral. Mientras que el área principal de desarrollo del turismo cultural corresponde a Isla Negra siendo parte y protagonista del destino/producto Litoral de los Poetas.

Sumado a esto, se debe mencionar que históricamente la actividad turística en la comuna de El Quisco se ha centrado principalmente en torno al turismo de sol y playa, por lo que desde años se cuenta con instalaciones de alojamiento, gastronomía y áreas de balnearios que tuvieron su apogeo en las décadas de los 80/90. La evolución de la planta turística tuvo un retroceso en los últimos años, producto de una baja inversión en infraestructura y equipamiento y la falta de capacitación en todos los niveles, lo que ha implicado la disminución de precios y por ende servicios de mala calidad.

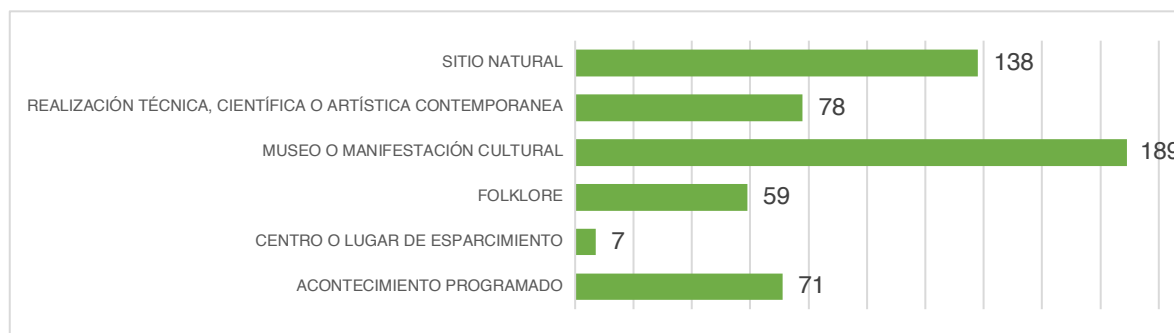
Con el fin de estandarizar los conceptos que se utilizarán para evaluar y analizar los atractivos turísticos, a continuación, se presenta su definición:

“todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico, que pueden ser atractivos naturales o culturales”¹⁷

Los atractivos turísticos pueden ser registrados en una clasificación de seis categorías; 1. Sitios naturales, 2. Museos y manifestaciones culturales, 3. Folklore, 4. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas, 5. Acontecimientos programados, y 6. Centros o lugares de esparcimiento, todas subdivididas a su vez en tipos y subtipos.

La Región de Valparaíso cuenta con un total de 541 atractivos turísticos identificados por el Servicio Nacional de Turismo el año 2013, siendo esta la clasificación vigente y sintetizada en el gráfico a continuación.

Gráfico N° 3. Atractivos turísticos por categoría, Región de Valparaíso



Fuente. Catastro de Atractivos turísticos. SERNATUR (2013).

Los atractivos turísticos también pueden ser clasificados según la motivación e interés de la demanda, bajo este contexto es que a cada uno de ellos se les asigna una “jerarquía” que permite reconocerlo de acuerdo a los mercados que es capaz de atraer, el detalle a continuación:

- **Jerarquía 3 o internacional:** atractivo es excepcional y de gran satisfacción para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).
- **Jerarquía 2 o nacional:** atractivo con rasgos excepcionales en un área específica, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes del mercado interno o externo, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos antiguos.
- **Jerarquía 1 o regional:** atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia ya sea del mercado interno o externo que hubiesen llegado al área

¹⁷ Glosario de Turismo, SERNATUR, 2008.

específica por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas locales (actuales o potenciales) y,

- **Jerarquía 0 o local:** atractivos sin méritos suficientes para considerarlos al nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden completar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

La siguiente tabla identifica la jerarquía otorgada por SERNATUR a los 541 atractivos de la Región de Valparaíso. En esta, es factible determinar que la mayor cantidad de atractivos de la región corresponden a los nacionales, seguidos por regionales e internacionales.

Tabla N° 13. Atractivos turísticos según jerarquía, Región de Valparaíso

JERARQUÍA	TOTAL
INTERNACIONAL	89
NACIONAL	208
REGIONAL	165
LOCAL	79
TOTAL REGIÓN	541

Fuente: Catastro de atractivos turísticos 2013, SERNATUR.

La Provincia de San Antonio, a la que pertenece la comuna en estudio, cuenta con 57 atractivos turísticos, lo que representa el 11% del total regional. Dentro de estos datos, es relevante mencionar que la comuna de El Quisco es la única que posee atractivos de jerarquía internacional, lo que le entrega una condición especial con respecto a su entorno. La tabla siguiente detalla la cantidad y jerarquía de los atractivos turísticos de la Provincia de San Antonio.

Tabla N° 14. Atractivos turísticos según comuna y jerarquía, Provincia de San Antonio

COMUNA	JERARQUÍA	CANTIDAD	TOTAL
ALGARROBO	Nacional	8	16
	Regional	7	
	Local	1	
CARTAGENA	Nacional	3	8
	Regional	5	
EL QUISCO	Internacional	2	7
	Nacional	1	
	Regional	3	
	Local	1	
EL TABO	Nacional	6	12
	Regional	6	
SAN ANTONIO	Nacional	3	8
	Regional	4	
	Local	1	
SANTO DOMINGO	Nacional	3	6
	Regional	3	
TOTAL PROVINCIAL			57

Fuente: Catastro de atractivos turísticos 2013, SERNATUR.

El catastro de atractivos turísticos de SERNATUR (2013), muestra 57 elementos a nivel provincial, de los cuales siete pertenecen a la comuna de El Quisco. Esta cifra es la información oficial que maneja SERNATUR en la actualidad, no obstante, la municipalidad señala que los atractivos turísticos corresponden a un total de 29 que han sido utilizados, puestos en valor y validados a lo largo del tiempo por los propios habitantes, empresarios y visitantes. Por lo anterior, es necesario incorporar algunos o todos estos atractivos a la base de datos del Servicio, por cuanto este reconocimiento trae consigo una serie de beneficios como la posibilidad de acceder a acciones

oficiales de incorporación en actividades, herramientas e instrumentos de tipo público y privados a nivel regional y nacional.

La tabla a continuación muestra los siete atractivos turísticos oficiales, reconocidos por SERNATUR, de la comuna de El Quisco.

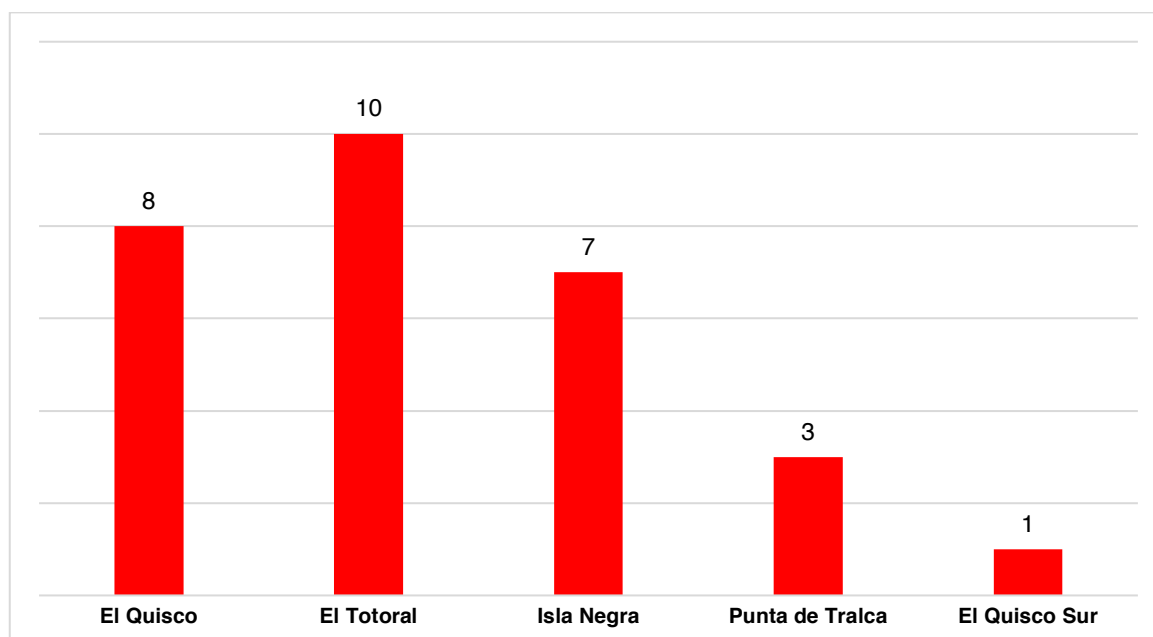
Tabla N° 15. Atractivos turísticos comuna de El Quisco

NOMBRE	LOCALIDAD	CATEGORÍA	SUBTIPO	JERARQUÍA
Sector costero de Isla negra (ZT)	Isla Negra	Sitio natural	Playa balneario	o Internacional
Punta de Tralca	Punta de Tralca	Sitio natural	Playa balneario	o Nacional
Fiesta virgen de la merced de El Totoral	El Totoral	Acontecimiento programado	Fiesta religiosa	Regional
El Quisco	El Quisco	Realización técnica, científica o artística contemporánea	Ciudad	Regional
Caleta El Quisco	El Quisco	Sitio natural	Bahía o caleta	Local
El Totoral	El Totoral	Folklore	Pueblo	Regional
Casa de Pablo Neruda (MH)	Isla Negra	Museo o manifestación cultural	Museo	Internacional

Fuente: Catastro de atractivos turísticos 2013, SERNATUR.

En los siguientes acápite se exponen los 29 atractivos turísticos oficiales de la comuna de El Quisco, según los registros de la municipalidad. En esta se detallan sus principales características, potencialidades y limitantes para la actividad turística e imágenes representativas. Antes de eso, a continuación se muestra un gráfico que especifica el número de atractivos por localidad.

Gráfico N° 4. Atractivos turísticos por categoría, Región de Valparaíso



Fuente: DTS Consultores Ltda

En el Anexo N° 2 y Anexo N° 3 se entrega el catastro completo de atractivos turísticos y las fichas de atractivos turísticos de la comuna de El Quisco, respectivamente. En tanto en Anexo N° 4 se entregan fotografías de todos los 29 atractivos turísticos de El Quisco.

3.3.2.2 Caracterización atractivos turísticos comuna de El Quisco

3.3.2.2.1 El Quisco

El Quisco es uno de los balnearios más populares del litoral de la Región de Valparaíso, ubicado en la Provincia de San Antonio y muy próximo a Santiago, razón por la que es uno de los lugares favoritos de los residentes de la Región Metropolitana, principalmente para ser visitado en época estival, pero también durante los fines de semana largos.

Su nombre viene de la cactácea Quisco (*Echinopsis chiloensis*), que a su vez proviene de la palabra proveniente del quechua khishka. Se accede por el norte vía ruta 68, variante Casablanca y por el sur vía ruta 78 por la carretera del Sol variante Cartagena. La comuna se creó oficialmente el 30 de agosto de 1956.

Existe infraestructura de alojamiento tales como: hoteles, hostales, cabañas, residenciales, entre otros, con precios que varían según la demanda del momento y las fechas de temporada alta y baja. También existen supermercados, almacenes, recintos médicos de atención primaria y subcomisaría de carabineros, además de contar con estacionamientos concesionados y se encuentran generalmente en la avenida principal muy cercanos a la playa.

Gran parte de la infraestructura colapsa durante la época estival debido a la gran cantidad de turistas, como los cajeros automáticos, por ejemplo (existen cuatro en toda la comuna).

En torno a la gastronomía, existe gran cantidad de locales de comida rápida al paso, además de restaurantes con distintas tarifas aptos para varios tipos e público. No existe una diversidad gastronómica significativa, y es muy difícil encontrar comidas especiales como por ejemplo vegetariana, vegana, para alérgicos o celíacos, lo que podría generar un valor agregado para la comuna identificándose como lugar donde acceder a este tipo de productos.

Posee playas amplias, de arenas limpias y otras con roqueríos, son inclusivas ya que tienen acceso para discapacitados y en ellas es posible encontrar baños públicos, negocios y arrendar kayaks para paseos en el mar. La señalética requiere de una fuerte intervención, tanto a nivel informativo como de orientación, un ejemplo de aquello es que no existen letreros que indiquen accesos a las playas, recursos y/o servicios disponibles.

Se destaca que los estilos de las casas del balneario de El Quisco son muy variados, algunas sobresalen por su diseño respondiendo a la realidad de sus primeros grupos de visitantes, conformados por familias de mayor poder adquisitivo que edificaban casas amplias y llamativas.

Existe una caleta liderada por pescadores artesanales organizados. Las familias de los pescadores han establecido una feria a la entrada de la caleta, donde venden diversos elementos, como trabajos de bordados a crochet, en vidrio y souvenirs.

Se considera como punto relevante la existencia de semáforos estratégicos en la avenida principal, además de señalética idónea para comunicar acciones de tránsito, ya sea vehicular o peatonal, sobre todo en temporada alta, donde la congestión vehicular es razón de molestias para residentes y visitantes.

Imagen N° 1. El Quisco



Fuente: Municipalidad de El Quisco

3.3.2.2.2 Playa Los Corsarios

La playa “principal” llamada Los Corsarios, es la más popular y transitada de la comuna. Es apta para el baño y cuenta con salvavidas durante toda la época estival. Es especialmente apta para convocar a surfistas y practicantes de todos los deportes náuticos. En sus alrededores se puede encontrar una gran cantidad de restaurantes y hospedajes como hoteles, hostales y cabañas.

Imagen N° 2. Playa Los Corsarios



Fuente: Municipalidad de El Quisco

3.3.2.2.3 Caleta de Pescadores Artesanales José Narciso Aguirre

Se ubica en pleno borde costero hacia el sur de la Playa Los Corsarios, es una de las caletas más antiguas de la zona y de las más avanzadas del país por sus áreas de manejo, organización y planificación sindical. Su muelle fue inaugurado en el año 1997. Su trabajo en turismo se encuentra destacado por la disponibilidad de paseos en lancha por la bahía y la opción de salidas en banano o kayak, más la oferta de desayunos y almuerzos en la sede o en los restaurantes del sector. Tienen duchas y baños públicos.

Se encuentran trabajando con un profesional para la tramitación en la postulación a proyectos que les permitan ampliar la oferta de actividades turísticas. La caleta se adjudicó un proyecto vinculado a la modernización productiva y fortalecimiento del capital humano de su sindicato¹⁸, al mismo tiempo que es remodelada por la Dirección de Obras Portuarias de la Región de Valparaíso.

Imagen N° 3. Muelle y Caleta El Quisco



Fuente: Municipalidad de El Quisco

¹⁸ Portal Comunidades Costeras. Enlace: <https://comunidadescosteras.cl/desarrollo-y-bio-diversificacion-de-las-caletas-de-pescadores-del-litoral-sur-provincia-de-san-antonio-region-de-valparaiso/>

3.3.2.2.4 Playa inclusiva Las Conchitas

Ubicada en el centro de la comuna, es habilitada el año 2017 como la única Playa Inclusiva de El Quisco, adaptada para personas con capacidades diferentes o adultos mayores con movilidad reducida. Cuenta con dos sillas de ruedas anfibias, diseñadas especialmente para ser trasladadas por la arena e introducir las al mar. El equipamiento es acompañado por profesionales que ponen en funcionamiento el sistema todos los días de la semana durante los meses de enero y febrero, convocando y transformando este espacio para disfrute familiar. Aunque no es apta para el baño, en temporada estival cuenta con salvavidas y ahí se realizan los talleres municipales de surf y bodyboard.

Imagen N° 4. Playa inclusiva Las Conchitas



Fuente: Municipalidad de El Quisco

3.3.2.2.5 Bancas arte mosaico El Quisco

Se trata de una iniciativa realizada por la municipalidad en conjunto a artesanos de la comuna que rescataron lo central de los paisajes y recursos existentes en la comuna de El Quisco y lo plasmaron por medio del arte de los mosaicos a lo largo de todas las bancas que se encuentran en la Avenida Isidoro Dubournais. Esta imagen corresponde a la banca que se ubica entre Avenida Pinomar y Playa Los Corsarios.

Imagen N° 5. Bancas arte mosaico El Quisco



Fuente: DTS Consultores Ltda.

3.3.2.2.6 El Totoral

El Totoral es una localidad rural ubicada a 106 kilómetros de la ciudad de Santiago, hay señalética por todo el camino indicando la dirección para llegar, cuenta con un mapa que presenta la localización de los atractivos del sector.

Lugar típico en el que se funde lo español con lo chileno. Fue una encomienda de Alonso de Córdoba en 1570 y formaba parte del camino desde San Antonio a Valparaíso. El atractivo histórico - religioso principal lo constituye la Iglesia del pueblo. En El Totoral, el ambiente está caracterizado por sus leyendas y tradiciones, existen artesanos de telar y pequeños agricultores con su oferta de flores, frutas, verduras, miel, y muestras gastronómicas y de repostería: chocolates, dulces, galletas, empanadas y amasados, ofrecidos en varios locales que van desde pequeños kioscos, almacén, bazar, salón de té y Quincho de comidas típicas.

Desde hace varios años ha estado trabajado y potenciado el turismo rural, cuenta con establecimientos gastronómicos y alojamientos, principalmente servicios de cabañas, no posee mucha oferta comercial y no existen cajeros automáticos.

EL Totoral es un lugar rico en historia, ha sido testigo de los cambios en Chile, se hacen esfuerzos en restauración para tratar de mantener su arquitectura como por ejemplo su iglesia, los residentes también entienden esto por lo que colaboran en mantener el lugar.

Es un lugar cada vez más poblado, algunas personas que antes vivían en la costa se han ido estableciendo en esta localidad, principalmente en la búsqueda de tranquilidad.

Imagen N° 6. El Totoral



Fuente: DTS Consultores

3.3.2.7 Iglesia colonial Nuestra Señora de La Merced

Ubicada en la localidad de El Totoral, es un edificio de estilo colonial que data del año 1815. Su origen se marca con la llegada de los conquistadores españoles, los cuales edificaron una Iglesia ahí, y coronaron la imagen de Nuestra Señora de las Merced, venerándose hasta el día de hoy. Por otro lado, todos los domingos del verano, se realizan misas a la chilena. A un costado se ubica el cementerio colonial, creado en el año 1820. En sus alrededores se puede disfrutar de puestos de artesanías y un museo colonial¹⁹.

Imagen N° 7. Iglesia colonial Nuestra Señora de La Merced



Fuente: DTS Consultores Ltda.

¹⁹ Portal Chile es Tuyo. Enlace https://www.chileestuyo.cl/que_hacer/iglesia-nuestra-senora-la-merced-total/

3.3.2.8 Museo Colonial El Totoral

Ubicado frente a la Iglesia, en el año 1982 por iniciativa del sacerdote Óscar Cárdenas, se recolectaron antiguos objetos que se apilaban en la Iglesia. Fue así como se dio inicio al Museo El Totoral, un espacio de antigüedades histórico-costumbristas de la zona donde se pueden encontrar diversos objetos como: trajes de sacerdotes, antiguos confesionarios, cuadros religiosos, radios, tocadiscos, máquinas de fotos antiguas, monturas de madera, utensilios de cocina, entre otras piezas.

Imagen N° 8. Museo Colonial El Totoral



Fuente: DTS Consultores Ltda.

3.3.2.9 Cementerio El Total

Cementerio colonial ubicado a un costado de la Iglesia, fue creado en el año 1820 lo que lo convierte en el más antiguo de la provincia. Posee un relato en torno a las numerosas historias que recorren sus tumbas, las más pintorescas pertenecen a los primeros pobladores de El Total y El Quisco.

Imagen N° 9. Cementerio El Total



Fuente: Municipalidad de El Quisco

3.3.2.2.10 Eremitorio Franciscano de El Totoral

Es un lugar de retiro espiritual de la congregación franciscana, se proyecta como un espacio de contemplación, armonía y belleza arquitectónica de tradición. Es atendido por una fraternidad estable, que actualmente la componen tres hermanos, acoge a visitantes -hermanos, religiosas, sacerdotes y laicos- de todo Chile y el mundo, para la realización de retiros. Se construyó en el año 1981 en base a un estilo colonial, mantiene espacios como el claustro interior y una fachada de adobe que corresponde a la casa habitación de los hermanos franciscanos, que fue edificada el 7 de junio del año 1982. Además, posee otro edificio destacado, la capilla redonda construida en piedra que fue inaugurada el 13 de diciembre de 1988.

Imagen N° 10. Eremitorio Franciscano de El Totoral



Fuente: Municipalidad de El Quisco

3.3.2.2.11 Feria de artesanías El Totoral

Ubicada en la explanada de la localidad, durante el año funciona todos los sábados, domingos y fines de semana, mientras que en temporada estival se encuentra abierta todos los días. En este lugar artesanos y artesanas ofrecen una variedad de productos locales como licores artesanales, dulces chilenos, tejidos, mermeladas, artesanía en cuero, y diversos productos de elaboración propia.

Imagen N° 11. Feria de Artesanías El Totoral



Fuente: DTS Consultores Ltda.

3.3.2.2.12 Misa a la chilena

Canto característico y tradicional de la zona central, que se desarrolla en la localidad de El Tortal hace cerca de 17 años, grupos folclóricos acompañan la misa dominical en la temporada de enero-febrero y algunas celebraciones religiosas durante el año.

Imagen N° 12. Misa a la chilena



Fuente: Municipalidad de El Quisco

3.3.2.2.13 Fiesta Costumbrista El Total

Fiesta que se realiza a mediados de febrero, donde se pone en valor las costumbres campesinas, a través de la artesanía, música, gastronomía, entre otros. En ella se concentra gran cantidad de visitantes, que pueden acceder a un espectáculo artístico, gastronomía típica, actividades para niñas/os y concursos de cueca.

Imagen N° 13. Fiesta costumbrista El Total



Fuente: Municipalidad de El Quisco

3.3.2.2.14 Fiesta de San Pedro

Fiesta tradicional de los pescadores de la Caleta de El Quisco para celebrar a su patrono San Pedro, siendo una actividad que destaca por el apego a la tradición, se celebra cada año el día 29 de junio. Esta festividad atrae a los turistas por el ya tradicional paseo de las embarcaciones adornadas especialmente para rendir tributo al santo patrono. Existe una figura del santo patrono San Pedro, la que en su parte posterior se pueden observar los nombres de los pescadores fallecidos a la fecha.

Imagen N° 14. Fiesta de San Pedro



Fuente: Municipalidad de El Quisco

3.3.2.15 Feria gastronómica

Actividad que concentra restaurantes y productores locales, además de invitados del Litoral de Los Poetas, los que son acompañados con espectáculos artísticos y gastronómicos que se realizan con cocina en vivo, concurso y presentaciones de destacados chefs a nivel nacional. Se busca rescatar y promover las tradiciones culinarias de la comuna y del litoral y se lleva a cabo en el mes de agosto de cada año.

Imagen N° 15. Feria gastronómica



Fuente: Municipalidad de El Quisco

3.3.2.2.16 Fiesta de la chilenidad

Celebración del aniversario patrio, dónde se concentra gran cantidad de visitantes que pueden acceder a un espectáculo artístico, gastronomía típica, actividades para niñas y niños, y concursos de cueca durante los días de celebración.

Imagen N° 16. Fiesta de la chilenidad



Fuente: Municipalidad de El Quisco

3.3.2.17 Fiesta Patronal de la Virgen de la Merced de El Totoral

Esta fiesta es el mayor evento de El Totoral y se celebra cada 24 de septiembre con una misa solemne a la chilena, la procesión al cerro La Cruz y canto a lo divino durante las noches de festejo.

Imagen N° 17. Fiesta Patronal de la Virgen de la Merced de El Totoral



Fuente: Municipalidad de El Quisco

3.3.2.2.18 Festival Bienvenido Verano

Festival musical que da cabida, tanto a artistas de renombre nacional, como artistas locales y provinciales. Se realiza este evento cada año en el mes de noviembre en la playa principal Los Corsarios de El Quisco, y concentra cerca de 10.000 personas por día²⁰.

Imagen N° 18. Festival Bienvenido Verano



Fuente: Municipalidad de El Quisco

²⁰ Portal Municipalidad de El Quisco

3.3.2.2.19 Ruta turística natural y cultural

Ruta turística natural y cultural, que recorre el centro de la comuna, pasando por las playas principales (Los Corsarios, Caleta de pescadores, playa inclusiva Las Conchitas) en dirección a Isla Negra, donde se visita la casa-museo de Pablo Neruda, y luego se dirigen a la localidad de Punta de Tralca, donde el mirador Cantalao es parada obligatoria. Se finaliza la ruta en la localidad de El Totoral donde se visita el museo, artesanías, iglesia y Eremitorio Franciscano. Su duración es entre 4 a 7 horas dependiendo de los requerimientos del grupo.

Imagen N° 19. Ruta turística natural y cultural



Fuente: DTS Consultores Ltda.

3.3.2.2.20 Punta de Tralca

Localidad poblada con casas de segunda residencia y recintos como el seminario Pontificio y el Balneario del Banco Central, utilizados para realizar retiros y convenciones. Su plaza principal es centro de encuentro y eventos culturales. Se puede percibir como un lugar tranquilo, sus casas siguen la línea arquitectónica del resto de las localidades de la comuna. Existen establecimientos para pernoctar, principalmente cabañas y hostales, además, de almacenes y estacionamientos muy cercanos a la playa, no existen cajeros automáticos en el sector.

Cerca de la playa se encuentra una roca de gran volumen, denomina “Piedra del Trueno” (cuya descripción se entrega más adelante). Actualmente luce una costanera remozada a finales del año 2017 que cuenta con algunos juegos para niños e instalaciones de luz que permiten dar un poco más de vida al sector. Requiere contar con servicios higiénicos durante todo el año, ya que solo funcionan en temporada alta.

Imagen N° 20. Costa Punta de Tralca



Fuente: Municipalidad de El Quisco

3.3.2.2.1 Piedra del Trueno

La “Piedra del Trueno” es un promontorio o punta rocosa que avanza en el mar y se ubica en la localidad de Punta de Tralca. El principal atractivo es que el impacto de las olas genera un ruido estremecedor y agua en gran cantidad. En este punto se aglutinan los visitantes con el fin de captar la foto del momento, el que varía si hay gran oleaje o no. Para acceder existe un sendero demarcado desde la playa, no muy bien diseñado y sin señalética.

La zona tiene una gran riqueza paisajística de flora y fauna, específicamente de aves que anidan en aquel lugar de interés geológico, contando con dos especies que se encuentran bajo una alta presión antrópica: el pequén y el cururo. Se destaca también la gran cantidad de especies que se encuentran en el ecosistema intermareal, que bordea la piedra, invertebrados marinos y vistas panorámicas de 180°.

Imagen N° 21. Piedra del Trueno



Fuente: Municipalidad de El Quisco

3.3.2.22 Mirador Cantalao: “El Sueño de Neruda”

Es el nombre con el que Pablo Neruda bautizó el pueblo imaginario de uno de sus primeros poemas. Ubicado en el extremo sur de la playa Punta de Tralca, este territorio fue adquirido por el poeta para desarrollar una entidad sin fines de lucro destinada a la difusión de las letras, las artes y las ciencias. En la actualidad es un parque de esculturas y memorial que administra la fundación Pablo Neruda. En el terreno se aprecia la cabaña (reconstruida) que utilizaba Neruda en la época, el ancla que simboliza la intención del poeta por permanecer en ese lugar, nueve esculturas de gran tamaño en piedra, inspiradas en el Canto General y la escultura Mínima Catedral, memorial a Pablo Neruda creado por el escultor Luis Prato y el arquitecto Ignacio Prieto.

La atractividad del lugar se da por el sendero que va desde la entrada hasta la cabaña y donde a lo largo es factible apreciar la panorámica de sus obras además de recorrerlo entre “bosques” de chaguales (especie protegida). No se encuentra puesto en valor desde el punto de vista turístico, ya que no cuenta con señalética ni interpretación para la educación e información del visitante, tampoco posee servicios higiénicos lo que complejiza su visita.

Imagen N° 22. Mirador Cantalao



Fuente: Municipalidad de El Quisco

3.3.2.23 Isla Negra (sector costero)

Localidad de gran riqueza cultural y natural, donde destaca la Casa Museo Pablo Neruda, que es visitada cada año por miles de turistas de todo el mundo. Este lugar ha sido declarado Zona Típica para preservar su estética y naturaleza.

El sector está conformado por tres playas: Las Conchitas, Pablo Neruda -ubicada a los pies de la casa del poeta-, no aptas para el baño, y playa Las Ágatas, ubicada en el límite con la comuna de El Tabo. El nombre de esta última playa proviene de que en sus suelos se encontraban gran cantidad de ágatas, producto del arrastre del caudal de materiales pétreos que se deslizaban por el cauce de la Quebrada de Córdova.

La zona posee una larga tradición de venta de artesanías, las que mezclan diferentes técnicas, tipos de trabajos y oficios, donde en general (según el trabajo de campo del equipo consultor), existe una alta concentración en manualidades y poca artesanía local. Los locales de artesanía se encuentran, principalmente, en dos puntos: feria de la calle principal y en el camino hacia el museo de Neruda en las calles aledañas. En este último punto de venta premia la creatividad, es posible encontrar piezas únicas, en grabados, pinturas, caricaturas y artesanía de todos los tipos, pero a diferencia de la primera feria, estos artesanos no están establecidos y se encuentran esporádicamente.

En este sector de la comuna se destaca la obra de las Bordadoras de Isla Negra (en las que se ahondará más adelante), que se encuentran agrupadas en dos asociaciones que se potencian entre sí y ponen en valor su trabajo. Asimismo, existe un grupo de artesanas del Taller de Emprendedoras que se destacan por sus trabajos realizados en acrílicos, vitrales, copas con diseños coloreados, bolsos, cuadros relacionados con el poeta, entre otros.

Imagen N° 23. Sector costero Isla Negra



Fuente: Municipalidad de El Quisco

3.3.2.2.4 Museo de Pablo Neruda

Declarada Monumento Histórico D.S. 569 del 08/06/1990. Por la potencia evocadora de los objetos que guarda y por su entorno dominado por la presencia del mar, la casa de Isla Negra es una especie de compendio visual y material del imaginario poético de Neruda. El lugar se llamaba originalmente Las Gaviotas, y según menciona una teoría, El poeta lo rebautizó como Isla Negra por el color de sus roqueríos. Al regresar de Europa a Chile, en 1937, buscaba un lugar para dedicarse a su Canto General, un gran libro sobre la historia y la naturaleza americana. “La costa salvaje de Isla Negra, con el tumultuoso movimiento oceánico, me permitía entregarme con pasión a la empresa de mi nuevo canto”²¹.

Don Eladio Sobrino, marino español que se quedó definitivamente en Chile cuando su barco lo dejó en un puerto austral, vendió a Neruda el sitio con una cabaña de piedra en 1938. Luego, como escribió el poeta: “la casa fue creciendo, como la gente, como los árboles...”

Las colecciones más importantes que se conservan en esta casa se vinculan con el mar: mascarones de proa, réplicas de veleros, barcos dentro de botellas, caracolas marinas, dientes de cachalote. Hay también espacios que conmemoran su amistad con algunos poetas muertos, cuyos nombres hizo grabar en las vigas del bar. También se muestra a los visitantes otras colecciones, como las de botellas de formas extrañas, máscaras, zapatos antiguos y pipas.

En esta casa Pablo Neruda escribió parte importante de su obra literaria, reunió allí la mayoría de sus libros y también ejerció la hospitalidad, que es otro de los legados de su infancia sureña.

Los restos de Pablo Neruda y Matilde Urrutia fueron trasladados hasta esta localidad el 11 de diciembre de 1992, para cumplir con el deseo del poeta de poder ser enterrado en su casa frente al mar.

Imagen N° 24. Casa Museo de Pablo Neruda



Fuente: Municipalidad de El Quisco

²¹ Ficha de atractivos turísticos, SERNATUR, 2012.

3.3.2.2.25 Feria artesanal de Isla negra

Feria artesanal ubicada en la calle principal de la localidad del mismo nombre y muy cercana a la Casa Museo de Pablo Neruda. Es de estilo rústico sofisticado y agrupa las mejores creaciones de artistas locales. El principal producto es la mezcla de colores en vidrio, lanas y pinturas. Estos locales son los primeros en recibir a la importante cantidad de turistas nacionales y extranjeros que llegan al lugar, motivados por conocer los barrios donde vivió el famoso poeta.

Imagen N° 25. Feria artesanal de Isla Negra



Fuente: Municipalidad de El Quisco

3.3.2.26 Plaza Eladio Sobrino

La plaza Eladio Sobrino, se ha convertido en un centro artesanal alternativo, y también en un espacio para que compañías de teatro itinerantes presenten a los niños y turistas sus funciones especiales. Es un punto de encuentro para poetas, pintores y otros artistas que se reúnen para compartir con sus congéneres y el público que esté dispuesto a disfrutar de sus obras. Su nombre se debe al marino español que llegó, junto a su mujer Luz Sanz, hasta la localidad de Isla Negra en el año 1934. La hija mayor del matrimonio, Leonor Sobrino, fue quién donó el terreno donde hoy se sitúa la plaza y también ayudó en la conformación y desarrollo del taller “Bordadoras de Isla Negra” que prevalece hasta el día de hoy. La Fundación Eladio Sobrino, entidad encabezada por la Familia Marmentini Sobrino descendientes del marino español, continua hasta el día de hoy el legado de la familia y dan continuidad a la labor de apoyo a la comunidad y al entorno de la zona a partir de proyectos que favorezcan el desarrollo integral del lugar.

Imagen N° 26. Plaza Eladio Sobrino



Fuente: DTS Consultores Ltda.

3.3.2.27 Bordadoras de Isla Negra

Los bordados de Isla Negra son tejidos y productos textiles creados por mujeres de campesinos y pescadores de la zona, estas bordadoras comenzaron su trabajo en los años 60, siendo conocidas en el mundo por sus arpilleras Naif, con motivos rurales y marinos, más cerca de lo “costumbrista”, es decir, mirar y reparar lo cotidiano. El año 2016 fueron reconocidas con el Sello de Origen. Estas creaciones son posibles de comprar en la casa museo de Isla Negra y en el paseo de las artesanías que se encuentran en la avenida principal. Se juntan todas las semanas a desarrollar su trabajo en dos lugares: Sede comunitaria de Isla Negra y en "Las Coincidencias".

Imagen N° 27. Bordadoras de Isla Negra



Fuente: Municipalidad de El Quisco

3.3.2.2.28 Nave Imaginaria

Este recurso se ha logrado transformar en un atractivo turístico debido a que los visitantes que llegan hasta Isla Negra lo han transformado en un “imperdible” de la comuna. Se trata de una casa barco construida en la Avenida Central, al mando de su dueño, Rodrigo Parra, quién se hace llamar el “Capitán”. A partir del año 2007 decide intervenir la casa de su abuela transformándola en un barco, motivado por su sueño de niño de vivir en un árbol. Se puede visitar todos los días de la semana sin horarios definidos, incluso la vivencia en su interior no tiene tiempo de duración, según fuentes “es una experiencia única y significativa para grandes y chicos, donde al instante de ser recibidos por su capitán comienza una navegación que los transporta a un lugar mágico de disfrute familiar”. Todo el material que se puede apreciar es reciclado, donado o conseguido por trueque. Es sin duda una obra que muestra parte de la cultura y patrimonio local que muchos vecinos y turistas defienden y esperan se mantenga en el tiempo (texto elaborado en base a las fuentes indicadas)²².

Imagen N° 28. Nave Imaginaria



Fuente: DTS Consultores Ltda.

²² Fuentes:

Diario El Mercurio, publicación 2 de enero 2010.

Enlace http://diario.elmercurio.cl/2010/01/02/vivienda_y_decoracion/destacados/noticias/1b901e28-12cb-42d9-98b2-e406204d1ec0.htm.

Opiniones destacadas TripAdvisor 2018.

Enlace https://www.tripadvisor.cl/Attraction_Review-g303672-d4282320-Reviews-or10-La_Nave_Imaginaria-Isla_Negra_Valparaiso_Region.html.

Diario El Líder de San Antonio, publicación 21/10/2014.

Enlace <http://www.soychile.cl/San-Antonio/Sociedad/2014/10/21/281858/Capitan-de-la-Nave-Imaginaria-de-Isla-Negra-Me-acusan-de-ser-demasiado-creativo-y-soy-culpable.aspx>

3.3.2.2.29 Quebrada de Córdova

Se ubica en el sector sur de la Comuna de El Quisco, declarada Santuario de la Naturaleza, es un espacio natural de gran valor ambiental, ecológico y recreativo. Se presenta encajonada en pendientes de hasta 120mts, donde persisten ecosistemas excepcionales cuyo eje es el estero de Córdova, se puede recorrer por senderos habilitados (entrada por El Tabo, Santa Luisa) apreciándose vegetación nativa, avifauna y una amplia variedad de especies que la posiciona como un indudable atractivo para el turismo de naturaleza²³.

Los objetos de conservación del área son principalmente: la comunidad de plantas higrófilas, entre las que destacan el olivillo, y varias especies de arrayanes del género *Myrceugenia*; el sistema hídrico, que comprende los escurrimientos superficiales y subsuperficiales; y las especies Cururo, Pejerrey chileno, Culebra de cola larga, Rana Chilena y Coipo.

Imagen N° 29. Laguna Quebrada de Córdova



Fuente: Municipalidad de El Quisco

²³ Fuente: Portal Municipalidad El Quisco.

3.3.3 Planta turística

3.3.3.1 Caracterización general

La comuna de El Quisco, al igual que la mayoría de los destinos, tanto regionales como nacionales, presenta una demanda bastante estacional, donde son las temporadas estivales (enero - febrero) y de vacaciones de invierno (julio) los períodos que concentran el mayor flujo de turistas y visitantes, lo que conlleva a que los servicios concentren su oferta principalmente en esos períodos. Lo anterior implica que gran cantidad de establecimientos no funcione el resto del año o reciban muy poca demanda.

Como ya se mencionara con anterioridad, la planta turística se encuentra conformada por todos aquellos servicios que permiten que la actividad turística se pueda llevar a cabo, donde es factible apreciar la conformación y vocación de un territorio o destino turístico. En el caso de El Quisco la oferta de establecimientos es bastante amplia con respecto a otros servicios, lo que implica que su perfil se encuentre más asociado a un destino de “veraneo” o turismo de sol y playa. Este tipo de turismo es más bien estático y no representa una agregación de valor a los destinos, si no más bien una pérdida de sus condiciones prístinas, ya que todo se desarrolla en un ambiente de espontaneidad y sin mayores cuidados.

Refuerzo de lo anterior, es la casi nula existencia de productos turísticos y una identidad visible, salvo el ejemplo de la Casa Museo de Pablo Neruda, la cultura no es la protagonista de la actividad turística, y es justamente este tipo de turismo, junto con el rural, participativo, en general, el turismo de intereses especiales, el que agrega valor y genera beneficios sostenibles.

Los siguientes acápite representan estos resultados y permiten adentrarse en análisis más específicos para la determinación de acciones valiosas para mejorar la competitividad del territorio, asociada a la calidad y sostenibilidad.

En Anexo N° 5 se encuentra el catastro de la planta turística de la Comuna El Quisco desagregado en: alojamiento, alimentación, tour operadores y agencias de viaje, artesanía, transporte y actividades de turismo aventura y esparcimiento.

3.3.3.2 Establecimientos de alojamiento

3.3.3.2.1 Contexto de los establecimientos de alojamiento

El alojamiento turístico se compone de distintos tipos de establecimientos, que se encuentran definidos en la norma chilena 2760 del año 2013 denominada “Clasificación, calificación y terminología de los establecimientos de alojamiento turístico”²⁴. Esta, debe ser la guía para que las empresas se clasifiquen en la obtención del Sello Q de calidad y para la obtención de patentes de funcionamiento.

La ley de turismo (20.423) indica la obligatoriedad de los establecimientos de alojamiento de encontrarse inscritos en el registro de SERNATUR. La no inscripción en este registro faculta a las autoridades a la aplicación de medidas legales como multas y demandas. Por lo anterior, los catastros a realizar, generalmente se basan en este registro, donde debiese aparecer la totalidad de establecimientos de alojamiento de una comuna, exceptuando aquella oferta informal o ilegal.

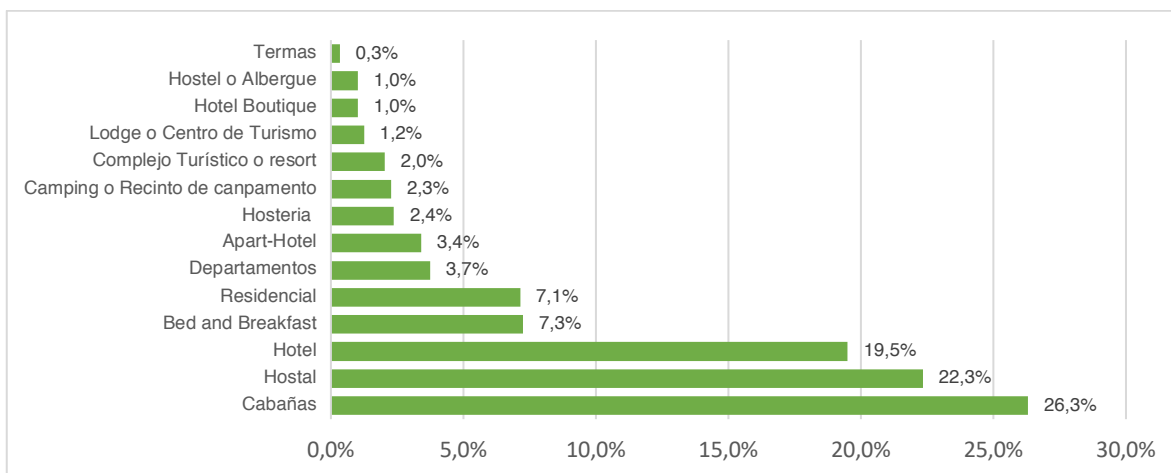
En el caso de la elaboración del catastro de establecimientos de alojamiento turístico de la comuna de El Quisco, se acude al registro de SERNATUR, mencionado en el párrafo anterior, como información primaria, a lo que se agrega el trabajo realizado en terreno por el equipo consultor y que

²⁴ www.calidadturistica.cl

consistió en la identificación de nuevos servicios, corrección de información y/o eliminación de los registros.

Con el fin de contar con una visión macro del registro de la planta turística de alojamiento, el siguiente gráfico presentará la realidad actual de la Región de Valparaíso, para luego bajar a nivel comunal y generar comparativos que permitan situar a El Quisco en este mapa.

Gráfico N° 5. Clasificación de tipos de alojamiento, Región de Valparaíso

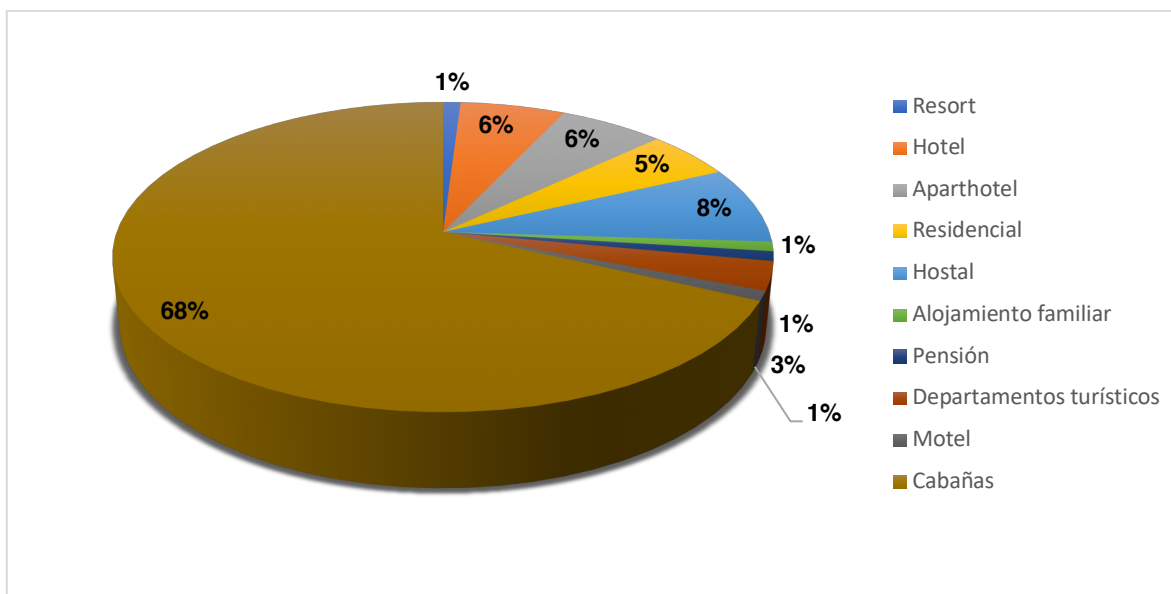


Fuente: Registro nacional de servicios turísticos, SERNATUR 2018 (registro.sernatur.cl)

La Región de Valparaíso posee un total de 883 establecimientos de alojamiento turístico registrados, la mayor cantidad se encuentran en la categoría “cabañas” con un 26,3% que se corresponde con un total de 232 establecimientos. Le sigue el “hostal” con un total de 197 y “hotel” con 172, que son los que más se destacan a nivel regional. Entre estas tres categorías suman casi el 70% del total regional, lo que implica que son los tipos más requeridos por el tipo de demanda que llega hasta la región.

En tanto, la comuna de El Quisco cuenta con un total de 158 establecimientos de alojamiento turístico, identificados en el marco del catastro elaborado para este estudio en particular, donde algunos de ellos no corresponden con oferta formal -lo que será analizado en el gráfico N° 8 presentado más adelante-. La clasificación de las empresas advierte una situación similar a la regional ya que la categoría “cabañas” es la de mayor incidencia en el resultado final. A continuación, se presenta el gráfico con el alcance de cada categoría.

Gráfico N° 6. Clasificación de tipos de alojamiento, Comuna de El Quisco



Fuente: Catastro planta turística comuna de El Quisco 2018

El 68% de establecimientos comunales corresponde a la categoría “cabañas”, lo que implica un total de 107, esto es altamente relevante ya que en la Región de Valparaíso existen 232 de este tipo de alojamiento, por lo que El Quisco posee casi el 50% (46%) de esa oferta. Lo anterior puede tener dos análisis, por un lado, que la comuna posee un alto grado de formalización en este tipo de establecimientos, y/o por otro, que es una de las zonas de mayor llegada de turistas en época estival, ya que generalmente el “veraneante” prefiere este tipo de alojamiento. El resto de los alojamientos no representan una gran relevancia por si solos, siendo el hostel el más alto con un total de 13 establecimientos.

Un dato fundamental al momento de planificar de manera sostenible, es determinar no solo la cantidad de establecimientos si no que también la capacidad instalada del territorio, en función de la actividad turística. La tabla a continuación entrega los datos de la capacidad de E Quisco para la recepción de visitantes.

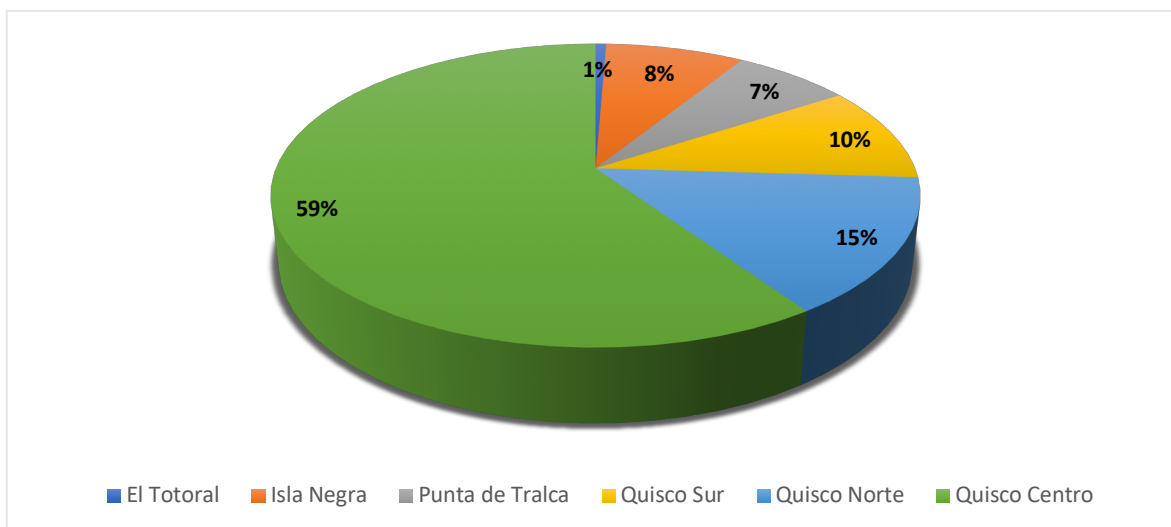
Tabla N° 16. Capacidad instalada establecimientos de alojamientos en la comuna de El Quisco

ÍTEM	CAPACIDAD
Habitaciones	2.539
Baños	2.040
Camas	7.442
Departamentos	284
Cabañas (unidades)	965

Fuente: Catastro planta turística. DTS Consultores 2018

Con los datos expuestos, es posible indicar que la capacidad instalada de la comuna de El Quisco alcanza las 7.442 camas. Si se considera este dato versus la cantidad de servicios higiénicos disponibles en los establecimientos de alojamiento, a nivel general, se determina que existe un baño cada 3,6 personas. Asimismo, la tabla establece que el tipo de alojamiento “cabaña” es el que más se repite a nivel comunal siendo 965 la suma total de unidades de alojamiento de este tipo -con distintas capacidades-, seguidas por los departamentos, que en este caso considera como categoría de alojamientos a “departamentos, apart hotel y hotel”. Finalmente, según este catastro se determina que la comuna posee 2.539 habitaciones como parte integrante de cada categoría de alojamiento.

Gráfico N° 7. Distribución territorial de la oferta de alojamiento turístico en la comuna de El Quisco



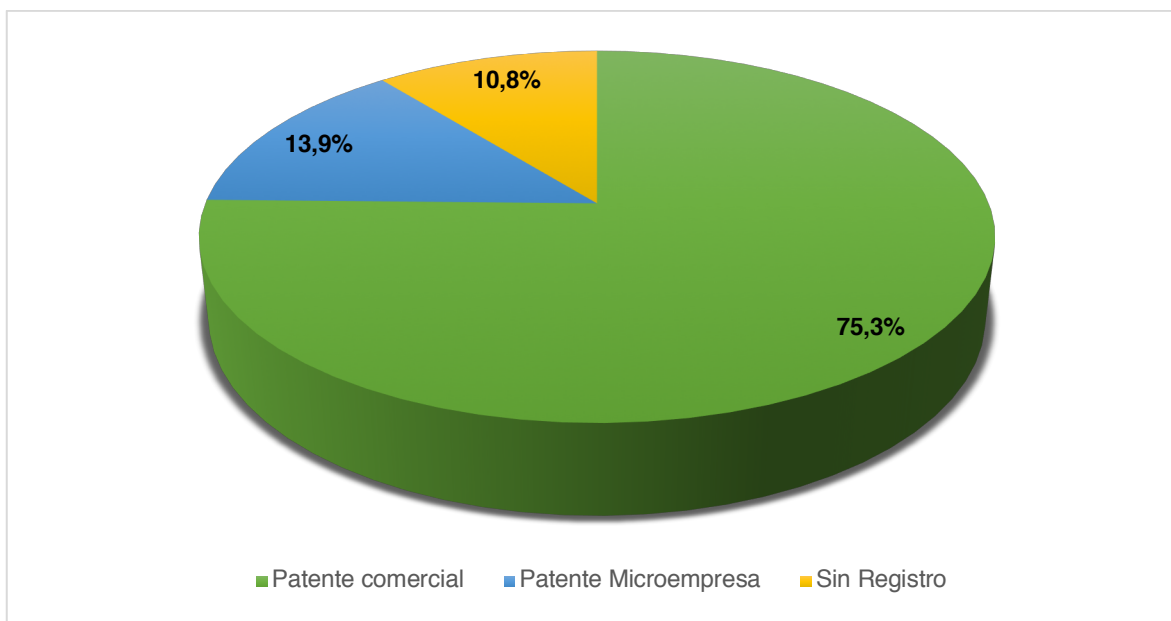
Fuente: Catastro planta turística comuna de El Quisco 2018

La zona de El Quisco Centro posee la mayor cantidad de establecimientos (94), y estos son, en su mayoría, del tipo “cabañas”, por lo que es factible señalar que esta zona geográfica del litoral central es la que posee la mayor cantidad de oferta de este tipo a nivel regional (y quizás nacional).

El Quisco Norte y El Quisco Sur abarcan un total del 25% de la oferta de alojamiento, lo que implica que sean las zonas costeras de la comuna las que concentran el 85% del total de los establecimientos y, como consecuencia, de la demanda.

Una vez que se tiene claridad de los tipos de alojamiento de la comuna y su distribución geográfica, a continuación, se presenta el grado de formalización de la oferta de la comuna, lo que indica, en primera instancia, la capacidad de la comuna para obtener beneficios económicos directos por la actividad turística y que esta sea llevada a cabo bajo condiciones básicas de calidad y sustentabilidad.

Gráfico N° 8. Formalización de los negocios de alojamiento²⁵



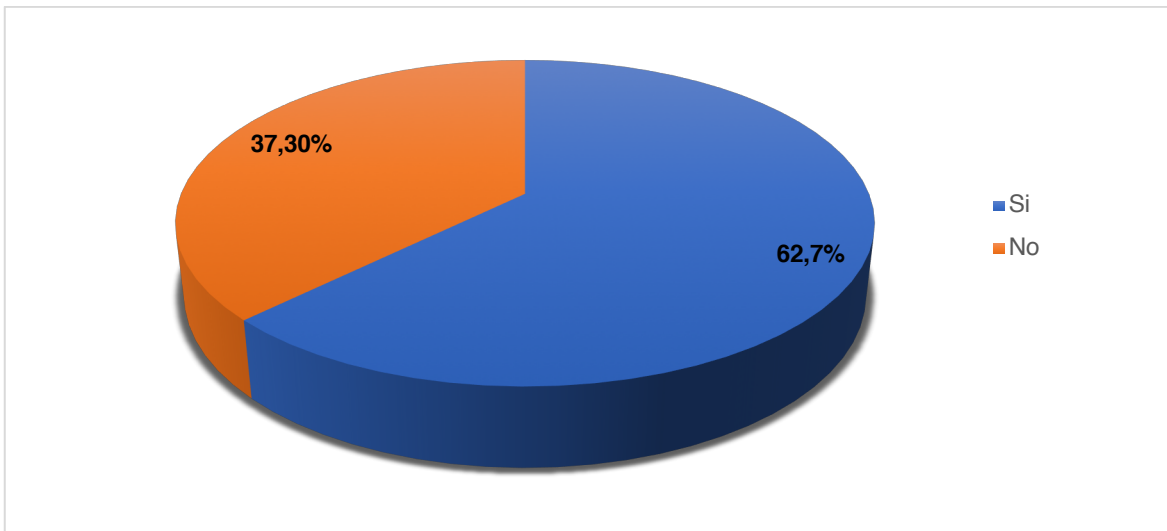
Fuente: Catastro planta turística comuna de El Quisco 2018

De los 158 establecimientos de alojamiento turístico registrados en el catastro realizado en el marco de este PLADETUR, se identificaron 119 establecimientos con patente comercial, equivalentes al 75,3% del total y 22 negocios con patente de microempresa familiar, lo que se traduce en un 13,9% del total. La suma de ambas patentes establece que existen 141 alojamientos con sus registros en renta y patentes al día, los que representan un total de 89,2%. El restante 10,8%, o 17 establecimientos, prestan sus servicios de manera informal o aún no regularizan en el Departamento de Renta de la Municipalidad.

La información del párrafo anterior ha sido construida a partir de varias fuentes: datos facilitados por la Unidad de Turismo de la municipalidad de El Quisco, con apoyo del departamento de Rentas; catastro de prestadores de servicios turísticos de SERNATUR y; campañas en terreno realizadas por el equipo consultor, que consideraron aquellos establecimientos visiblemente promocionados con algún tipo de señalética. Esto no indica que estos sea toda la oferta existente en la comuna, ya que los establecimientos que funcionan de manera informal o ilegal solo pueden ser registrados en base a su conocimiento. Este fue uno de los temas más abordados en los talleres de participación ciudadana en el marco de este PLADETUR, donde la comunidad señala que este número podría duplicar al informado, pero que no es factible comprobar con las herramientas existentes.

²⁵ Información actualizada al 22 de agosto del año 2018, fecha en que se termina de realizar la campaña en terreno en el marco de la elaboración del diagnóstico de este estudio.

Gráfico N° 9. Establecimientos de alojamiento registrados en Sernatur



Fuente: Catastro planta turística comuna de El Quisco 2018

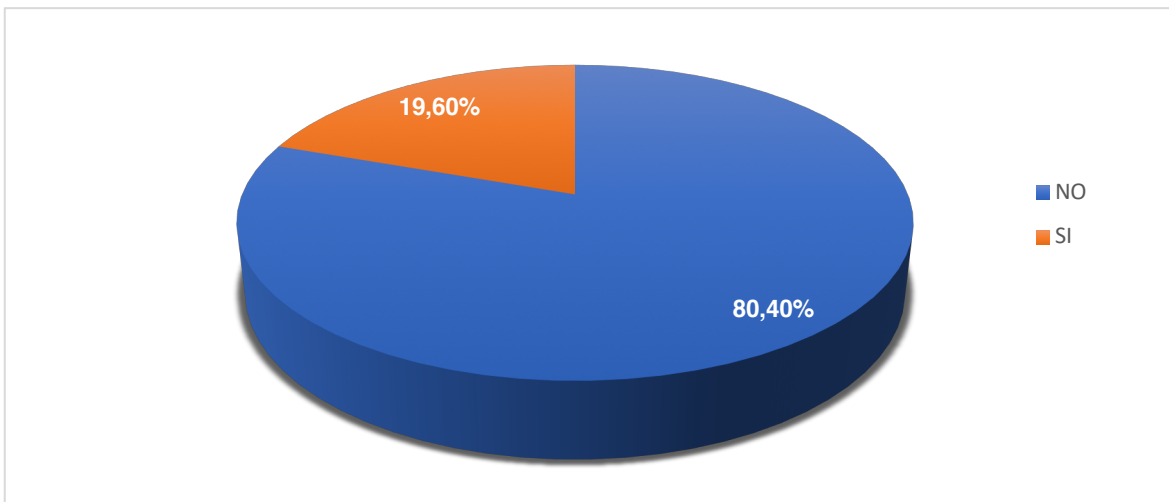
El gráfico muestra que el 62,7% de los establecimientos de alojamiento se encuentran registrados en SERNATUR, mientras que el 37% restante no lo está, esto es 99 y 59 establecimientos respectivamente. De acuerdo con esta información, de esos 59 establecimientos 17 son informales, por lo que existe un total de 42 empresas -formales- que no se encuentran en el registro nacional de establecimientos de alojamiento turístico por lo que estarían incumpliendo la ley. Este es un tema transversal a todas las comunas del país, y se debe, principalmente, a falta de información con respecto a los requerimientos exigidos para llevar a cabo este registro.

3.3.3.2.2 Caracterización de los establecimientos de alojamiento turístico comuna de El Quisco

La información que se presenta en este apartado corresponde a la caracterización de cada uno de los establecimientos de alojamiento turístico de la comuna (formales e informales), realizada a partir de una visita individual donde se les aplicó una matriz de registro con antecedentes relacionados con varios ámbitos: ubicación -dirección y coordenada-, formalización, legal, comercial, equipamiento, demanda, valor agregado, otros. Esta matriz se estructura como una base de datos en Excel, con el fin de que su utilización permita generar diversos análisis por parte de los usuarios de la información.

Los siguientes gráficos, y sus interpretaciones, especificarán algunas de las temáticas que se consideran más relevantes y que ayudan a contar con una impresión del nivel de la planta turística de alojamiento de la comuna, en torno al cumplimiento de estándares o del grado de avance en ciertos aspectos relevantes para elevar el nivel de calidad del destino.

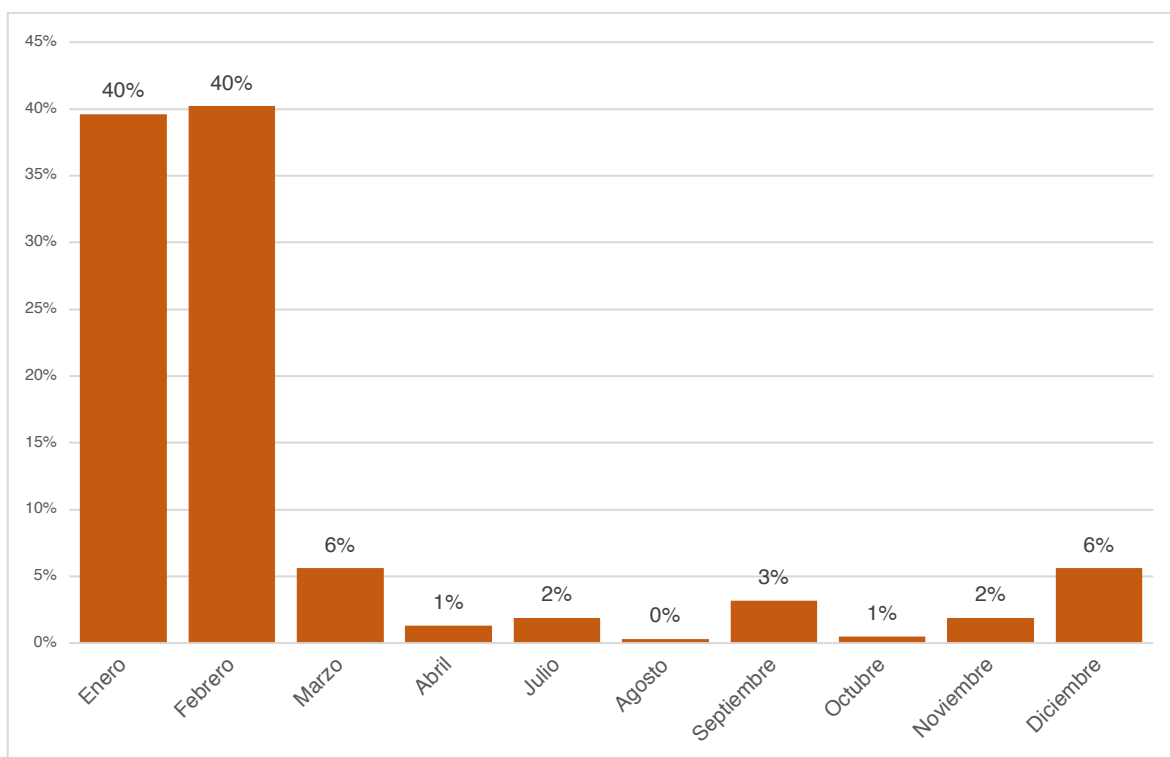
Gráfico N° 10. Establecimientos de alojamientos que poseen organigrama



Fuente: DTS Consultores

La pregunta de si poseen o no organigrama en la organización es la base en la mayoría de los protocolos que buscan el perfeccionamiento de los negocios: Sello Q, Sello S, SIGO, entre otros, por lo que contar con este ítem, aun cuando la empresa sea micro o pequeña, es factor de orden y preocupación por parte de dueños y administradores. En este caso, solo el 20% de los negocios lo poseen, lo que indica que existe una baja penetración de los programas gubernamentales para la implementación de medidas de mejoramiento del ecosistema en la comuna.

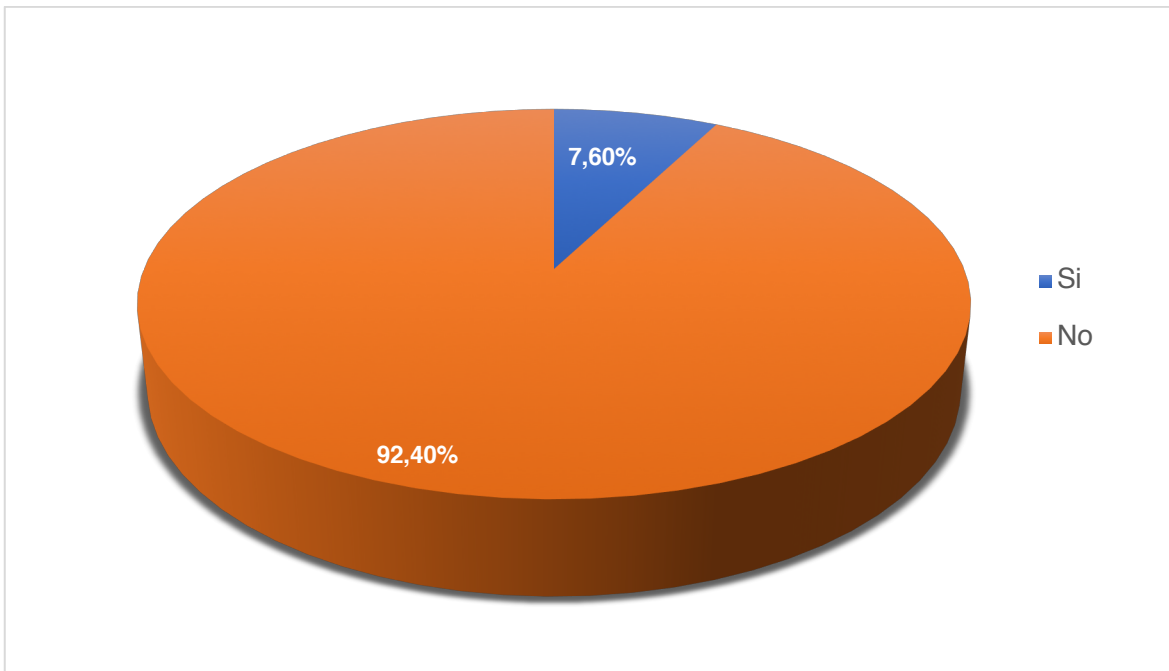
Gráfico N° 11. Estacionalidad de los establecimientos de alojamiento



Fuente: DTS Consultores

En relación con la identificación de la temporada alta, la mayoría de los empresarios de alojamiento consideran, en base a su experiencia, que los meses de mayor demanda para sus negocios corresponden a los dos primeros del año, sobresaliendo febrero con un 40,2%, seguido de enero con un 39,6%, sumando ambos 79,8% del total de las respuestas. En tercer lugar, y con el mismo porcentaje, se identifica a los meses de diciembre y marzo con un 5,6% del total, lo que, si bien es un número muy por debajo de los anteriores, amplía la percepción de que la actividad comienza a tener movimiento desde el último mes del año hasta marzo del año siguiente. El mes de septiembre queda con un 3,2% de las respuestas con respecto a la temporada alta, y se le relaciona a las celebraciones de fiestas patrias. Los meses de abril, julio, octubre y noviembre son los menos mencionados, en tanto, mayo y junio ni siquiera aparecen en estas menciones.

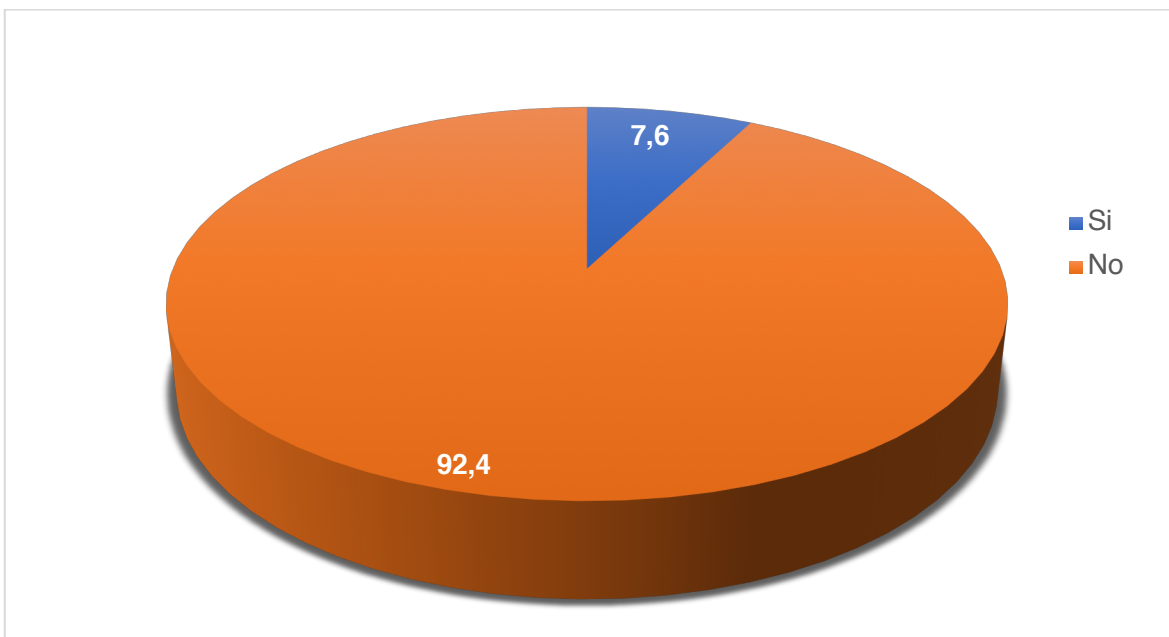
Gráfico N° 12. Pertenencia a alguna agrupación formal o informal



Fuente: DTS Consultores

El 92,4% de los servicios de alojamiento declaran no estar asociados ni vinculados a ninguna asociación gremial o similar, siendo sólo el 7,6% que, si lo está, lo que representa a 146 y 12 establecimientos, respectivamente. Esto indica que el territorio funciona de manera espontánea y no exista una búsqueda de complementariedad o trabajo participativo por parte de los negocios.

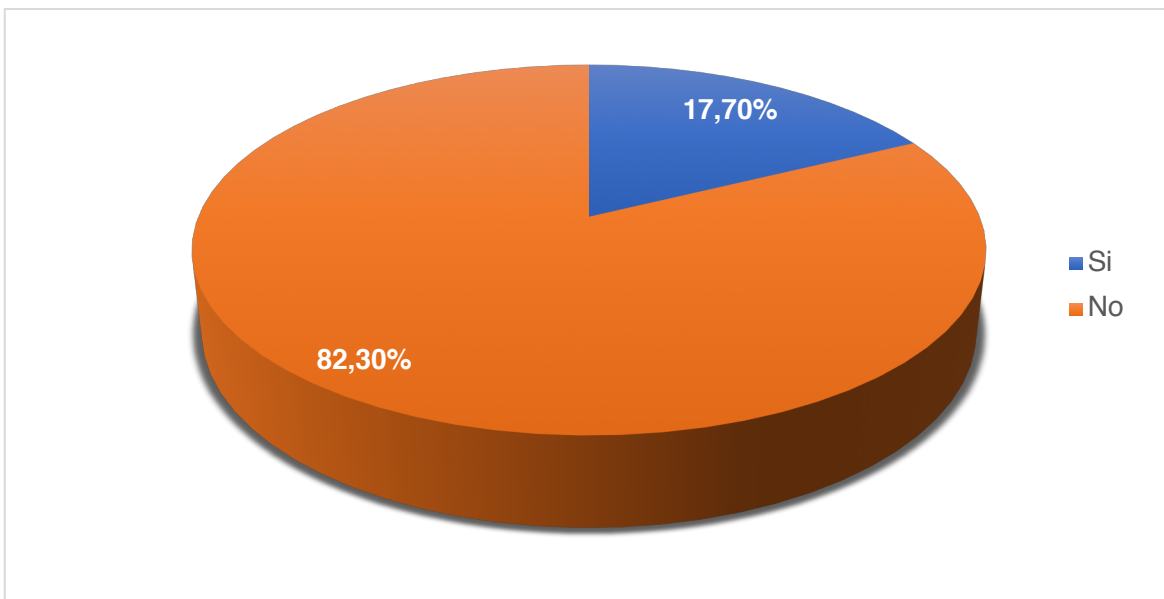
Gráfico N° 13. Incorporación de elementos identitarios en su establecimiento



Fuente: DTS Consultores

En temas relacionados a la identidad local y/o elementos que pudieran ambientar el establecimiento de manera temática, se identifica la misma relación que el punto anterior, sólo 12 alojamientos, correspondientes al 7,6% incorporan elementos de identidad en su negocio. Este bajo número llama completamente la atención considerando el amplio número de artesanas y artesanos existentes en la comuna, aparte de la cantidad de recursos culturales y naturales posibles de poner en valor.

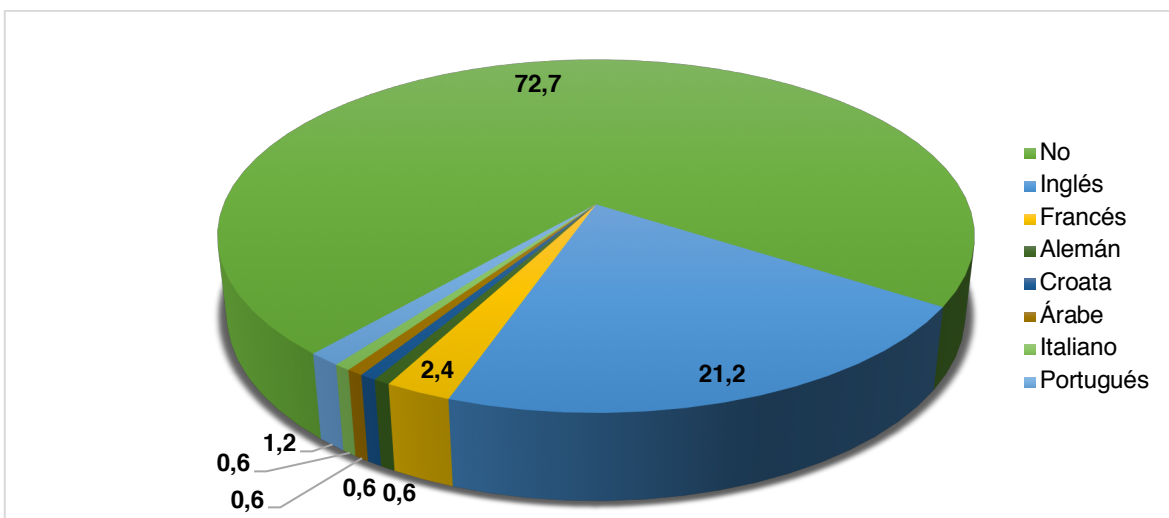
Gráfico N° 14. Incorporación de infraestructura accesible



Fuente: DTS Consultores

Frente a la interrogante vinculada a la existencia de infraestructura orientada a la accesibilidad universal, solo 28 establecimientos respondieron positivamente, lo que equivale al 17,7% del total de los 158 establecimientos catastrados. Asimismo, indicaron que las instalaciones más frecuentes estaban orientadas a recibir a personas con sillas de ruedas, por lo que las rampas y baños accesibles fueron las únicas respuestas vinculadas a responder en algo esta necesidad.

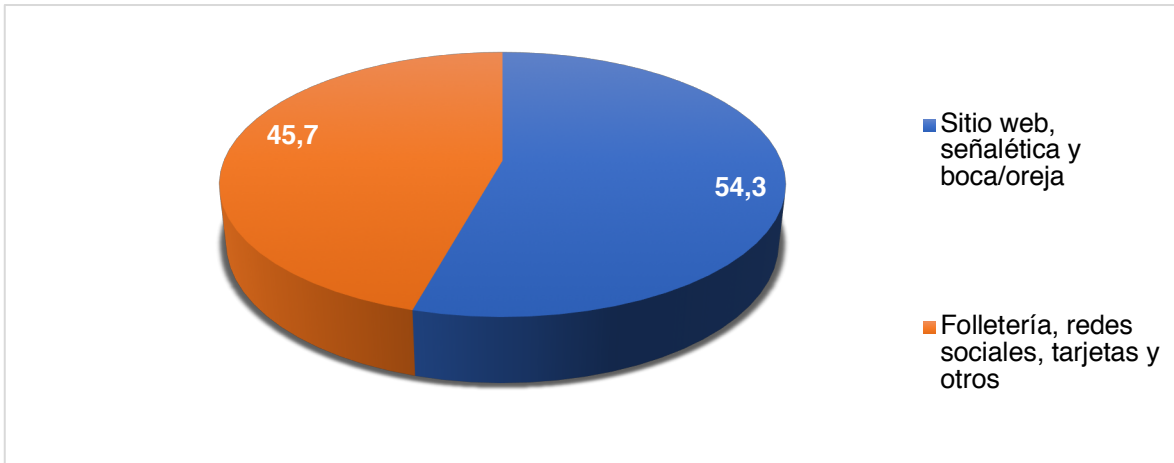
Gráfico N° 15. Manejo de idiomas



Fuente: DTS Consultores

Concerniente al dominio de idiomas por parte de los empleadores de servicios de alojamiento, el gráfico expone que el 72,7% de los empresarios (120) de este rubro no dominan ningún idioma extranjero, siendo el español el único. Un 21,2%, equivalente a 35 establecimientos, de los empresarios encuestados mencionaron tener algún grado de conocimiento y dominio del inglés. Mucho más alejados en porcentaje se encuentran los empresarios que dominan otros idiomas: cuatro en el caso de francés, dos portugués y una respuesta para cada uno de los restantes, árabe, croata, italizano y alemán.

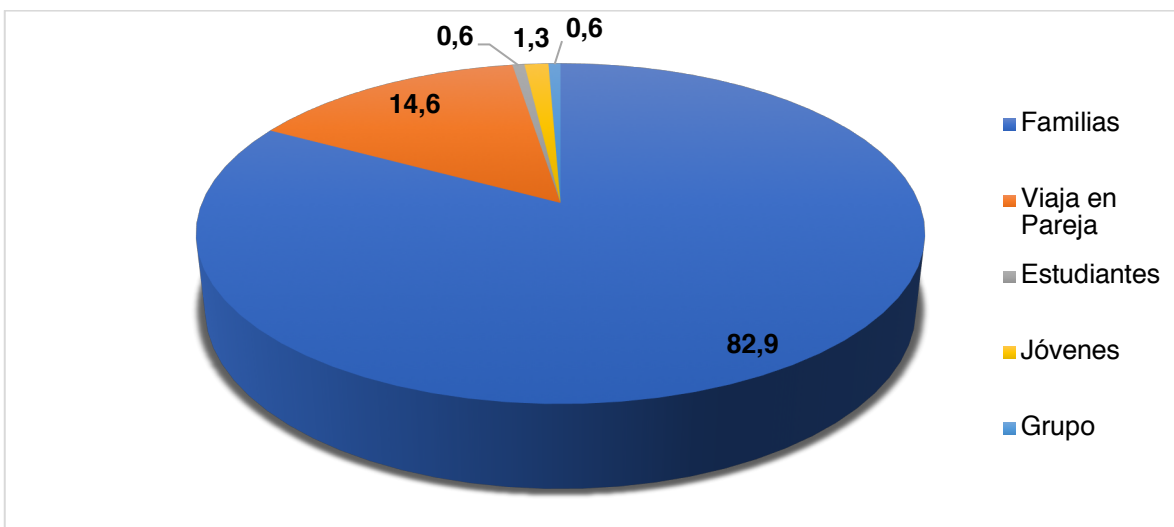
Gráfico N° 16. Medios de difusión del servicio de alojamiento



Fuente: DTS Consultores

Como datos adicionales a los entregados, la mayor parte de los establecimientos de alojamiento promueve su negocio por medio de sitio web, señalética y/o boca a boca, lo que representa un total del 54,3%, siendo la difusión a través de folletería, redes sociales, tarjetas y otros, representada con un 45,7%.

Gráfico N° 17. Composición de los visitantes

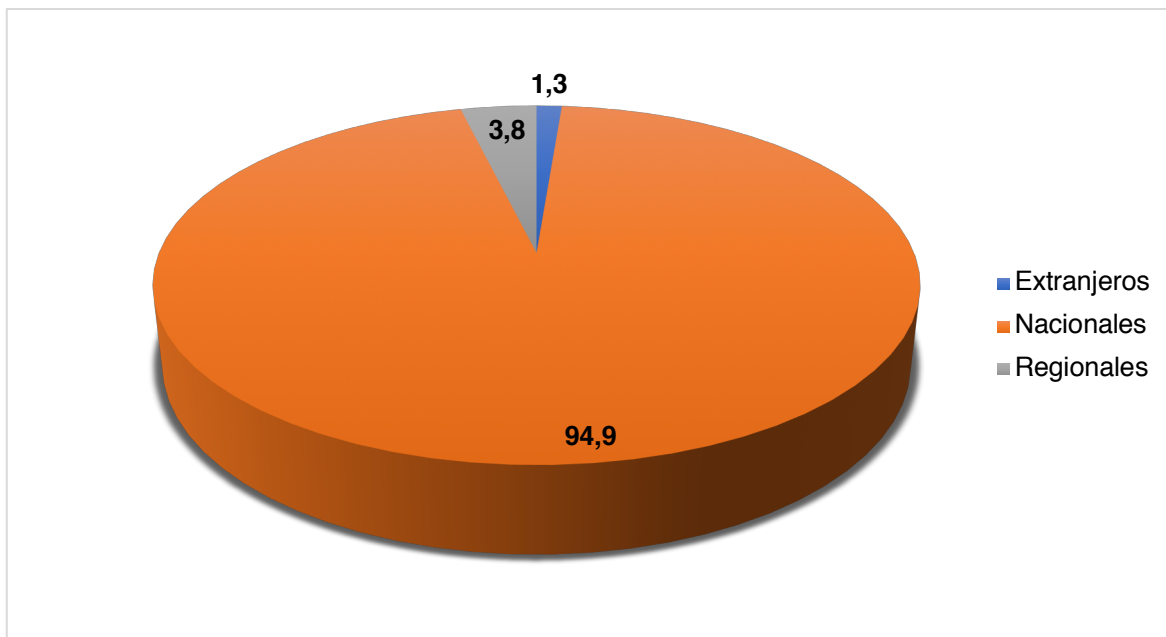


Fuente: DTS Consultores

Desde las preguntas orientadas a conocer la composición de los visitantes que llegan a la comuna de El Quisco, según se muestra en el gráfico anterior, se puede decir que está compuesto

mayoritariamente por familias, quienes representan un 82,9% del total de los establecimientos encuestados, seguidos por un 14,6% de personas que viajan en pareja, siendo ambos, los 2 grupos más significativos que visitan la comuna. En tercer lugar, aparecen con un 1,3% los jóvenes, y finalmente con una misma participación del 0,6% se encuentran aquellos integrados por grupos de estudiantes u otros tipos de grupos, que según los mencionados respondían a viajes organizados de tercera edad o centros de madres.

Gráfico N° 18. Procedencia de los visitantes



Fuente: DTS Consultores

Complementando el análisis anterior, se muestra este gráfico que representa la procedencia de los visitantes, según la respuesta de los empresarios de alojamientos que los reciben, donde se indica que el 94,9% de los visitantes provienen del mercado nacional, equivalente a 150 alojamientos. Con el 3,8%, seis respuestas, señalan que su segmento está constituido mayoritariamente por personas de la propia región, y sólo dos empresarios, 1,3%, indican que su negocio es mayoritariamente visitado por un mercado extranjero.

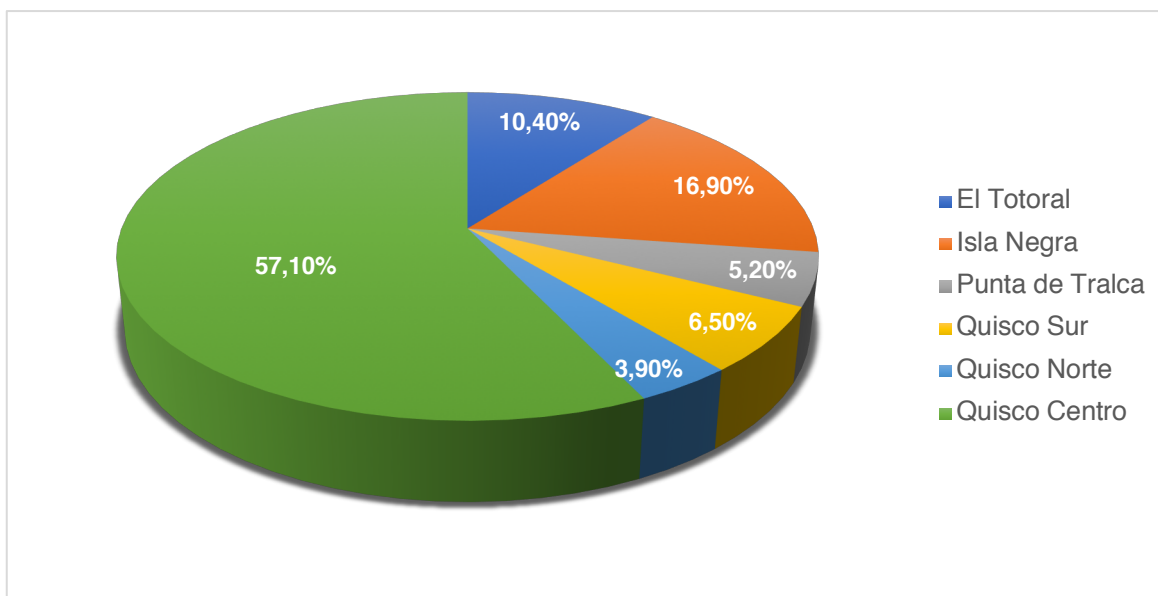
3.3.3.3 Establecimientos de alimentación

Para la realización del catastro de establecimientos de alimentación, se consideraron bases de datos del Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos de SERNATUR, información otorgada por la Unidad de Turismo de la Municipalidad y los antecedentes recabados en las campañas en terreno en el marco de este PLADETUR.

El catastro identificó 77 establecimientos de alimentación (Ver Anexo N°5), donde se destacarán y analizarán los aspectos más relevantes.

En primer lugar, se expone la ubicación de los establecimientos dentro de la comuna de El Quisco.

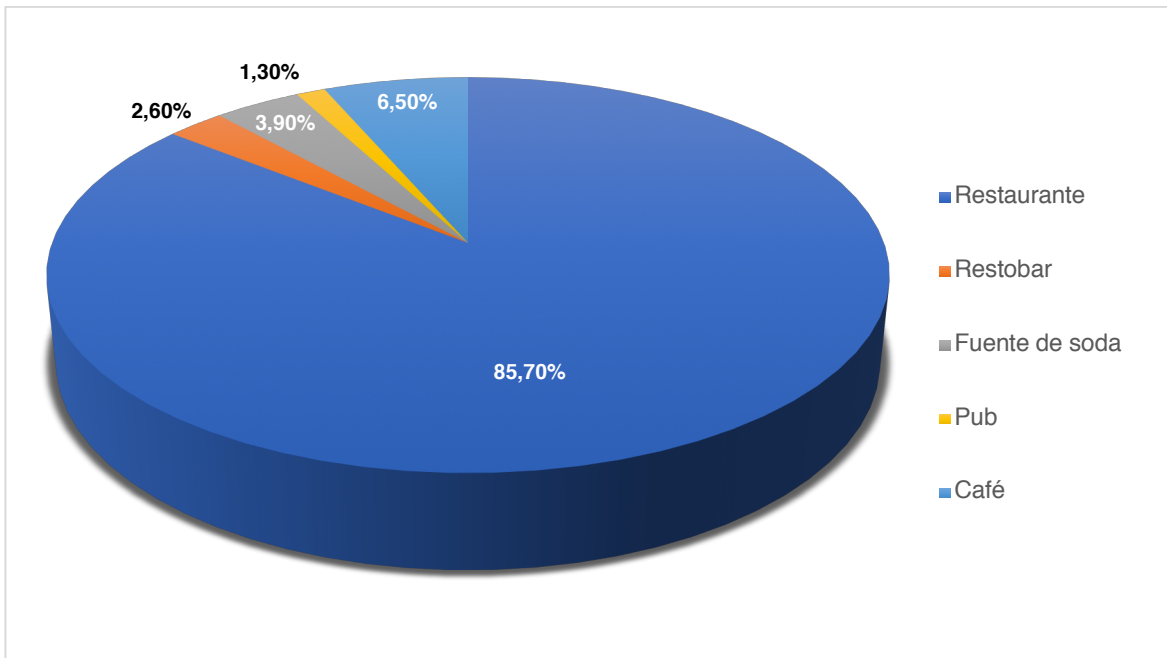
Gráfico N° 19. Distribución territorial de los servicios de alimentación de la comuna de El Quisco



Fuente: DTS Consultores

El mayor porcentaje de los establecimientos de alimentación se ubican en la localidad denominada Quisco Centro con un 57,1% (44) del total, seguidos de aquellos ubicados en Isla Negra que representan el 16,9% (13). En tercer lugar, aparecen los establecimientos situados en El Totoral con el 10,4% (8), y con menores participación aparecen las localidades de El Quisco Sur con un 6,5% (5), Punta de Tralca con un 5,2% (4) y finalmente, el Quisco Norte con un 3,9% (3).

Gráfico N° 20. Tipo de establecimiento de alimentación



Fuente: DTS Consultores

El 85,7% de los servicios gastronómicos que se ubican en la comuna corresponden a restaurantes, los que equivalen a 66 establecimientos. En segundo lugar, con el 6,5% se encuentran las cafeterías, seguidas con el 3,9% por las fuentes de soda, encontrándose en penúltimo lugar los restobares con un 2,6%, y dejando como últimos representantes a los pubs con el 1,3%.

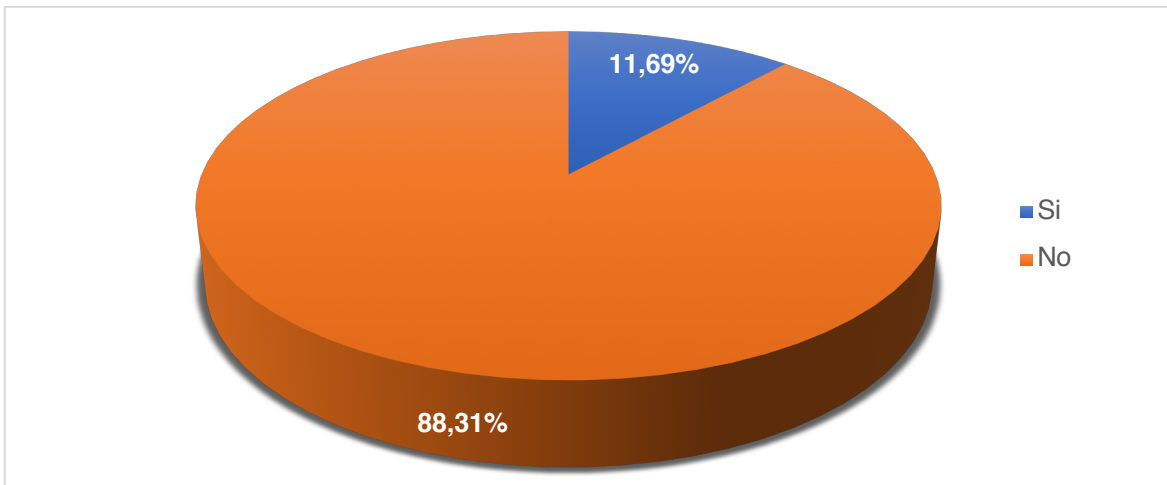
Tabla N° 17. Capacidad instalada establecimientos de alimentación en la comuna de El Quisco

ÍTEM	CAPACIDAD
Cantidad de sillas (montaje regular)	7.301
Capacidad máxima de sillas	7.682
Baños	263
Locales con salones de evento	29
Locales con estacionamientos	52

Fuente: Catastro planta turística. DTS Consultores

El catastro determina que en la comuna de El Quisco existe una oferta disponible de 7.301 sillas en montaje regular, que en temporada alta pueden llegar a una 7.682. En cuanto a los baños, existen 263 disponibles durante todo el año, que en temporada alta (según cantidad de sillas) significa uno cada 30 personas. Por otro lado, 29 establecimientos cuentan con salones de eventos y 52 con estacionamientos propios.

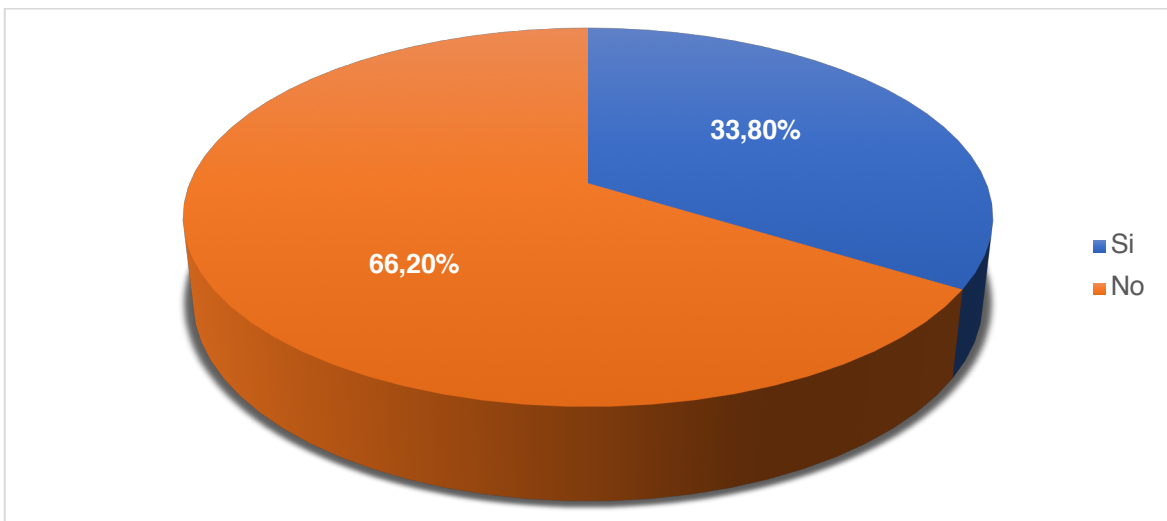
Gráfico N° 21. Servicios de alimentación registrados en SERNATUR



Fuente: DTS Consultores

Según el gráfico anterior, y en base a la verificación de la información en el portal del Servicio Nacional de Turismo, el 88,3% de los servicios gastronómicos que se ubican en la comuna de El Quisco no se encuentran registrados en la institución, en tanto, el 11,7% si es parte de este registro.

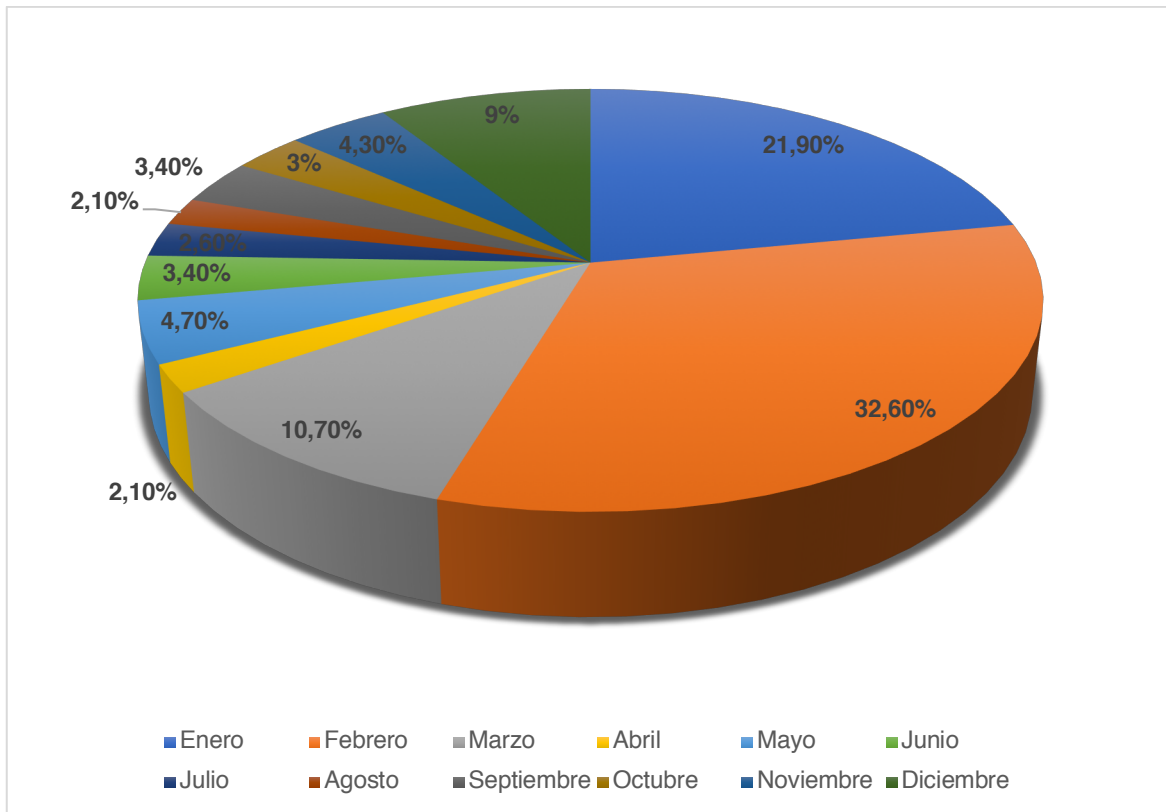
Gráfico N° 22. Servicio de alimentación que cuentan con organigrama



Fuente: DTS Consultores

En el gráfico anterior, se destaca este aspecto relacionado a la gestión organizacional del negocio, y se expone que el 66,2% de los empresarios de alimentación no cuentan con un organigrama que les permita presentar, de forma clara, objetiva y directa, la estructura jerárquica de la empresa. El 33,8% en cambio, equivalente a 26 empresas, sí cuenta con esta definición.

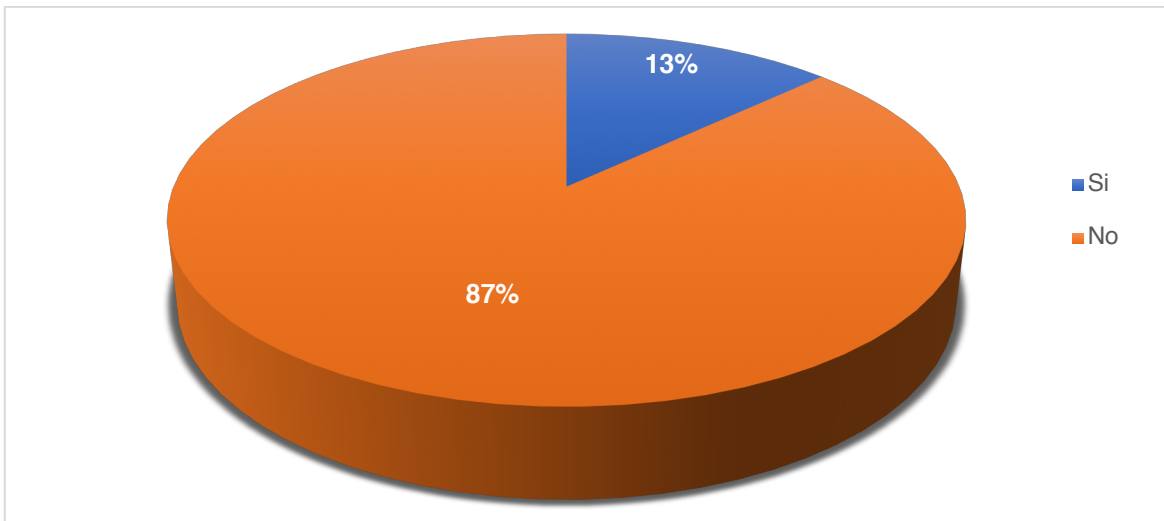
Gráfico N° 23. Estacionalidad de la demanda en establecimientos de alimentación



Fuente: DTS Consultores

Respecto con el análisis de la temporada alta y baja manifestada por los empresarios del rubro de alimentación, se puede evidenciar que el 32,6% identifica al mes de febrero como el mejor mes de todo el año, seguido por enero con el 21,9% marzo con un 10,7%, dejando al primer trimestre del año con una sumatoria del 65,2% del total de las apreciaciones respecto a los mejores meses del negocio. El mes de diciembre aparece con el 9%, y que, junto a mayo y noviembre, se encuentran dentro de los mejores 6 meses del año, aunque sus aportes no sean tan altos como los primeros indicados. Por otro lado, los meses de abril y agosto se identifican como los más bajos, seguidos de julio, octubre, junio y septiembre, los que en conjunto representan los meses con menor llegada de visitantes.

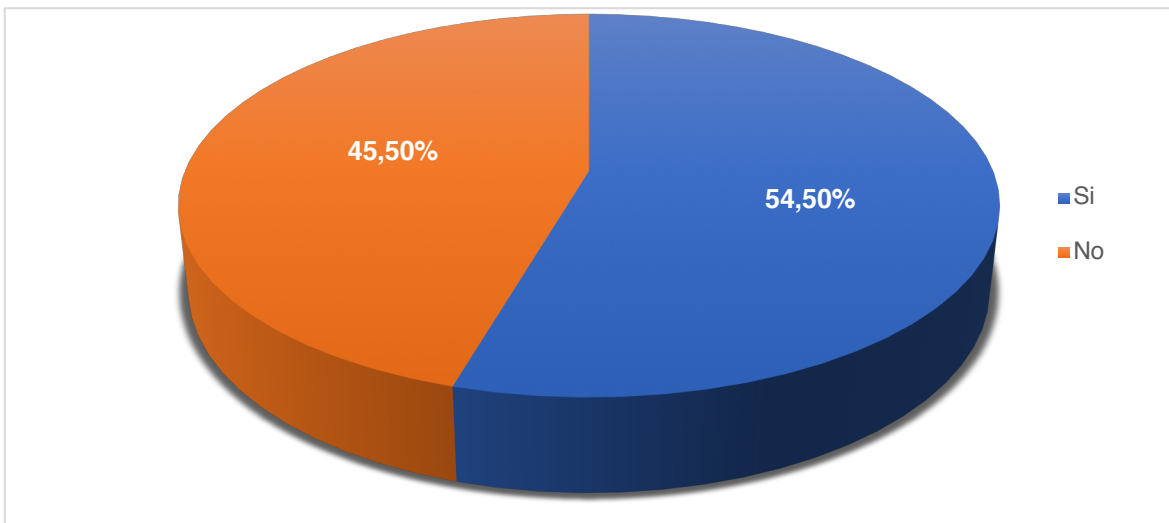
Gráfico N° 24. Pertenencia a alguna agrupación formal o informal



Fuente: DTS Consultores

Otro punto importante por considerar es el nivel de vinculación con otras empresas u organizaciones que tiene este tipo de servicios, ya sea con establecimientos de su mismo rubro u otros que le complementen. El 87% de los empresarios de alimentación no tienen ningún tipo de vínculo con asociaciones gremiales o afines. Solo el 13%, equivalente a 10 establecimientos, indica que sí pertenece a alguna asociación.

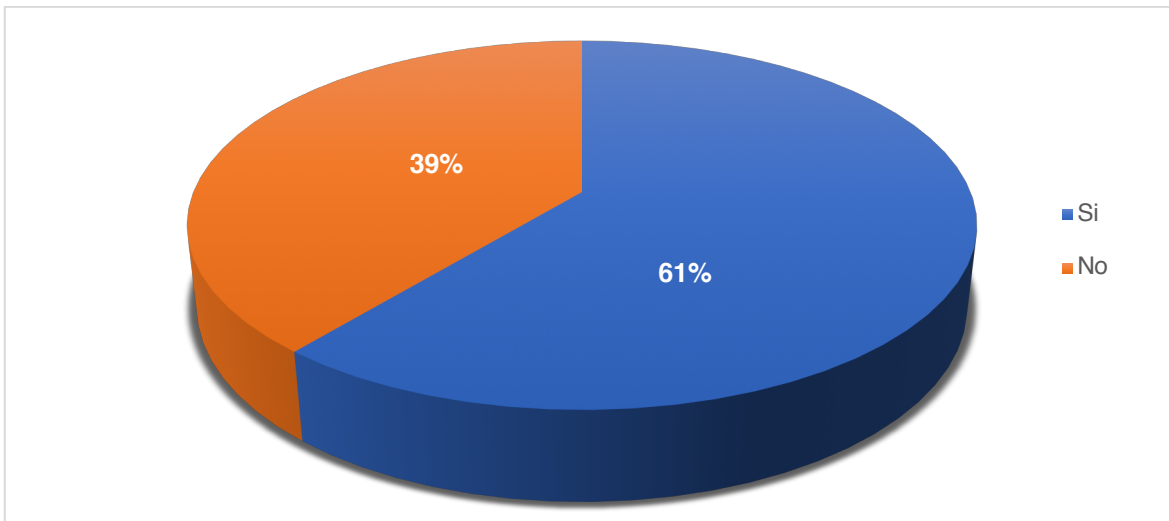
Gráfico N° 25. Incorporación de elementos identitarios en el establecimiento de alimentación



Fuente: DTS Consultores

A diferencia de los servicios de alojamiento, los servicios de alimentación incorporan en mayor medida elementos de identidad local en sus negocios. Este porcentaje alcanza el 54,5% y representa a un total de 42 establecimientos, donde la mayoría declara que esto se debe principalmente al tipo de gastronomía local que ofrecen y que además consideran importante incluir en su ornamentación artículos relacionados al mar y su entorno. El otro 45,5% indica no considerar ningún elemento de identidad local.

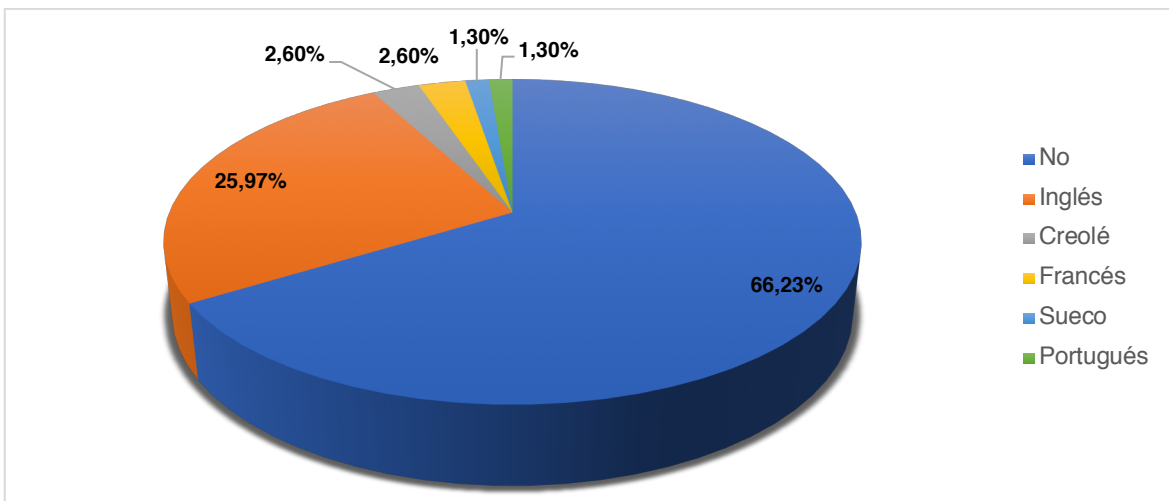
Gráfico N° 26. Incorporación de infraestructura accesible



Fuente: DTS Consultores

Este tipo de información vuelve a presentar una realidad distinta a lo identificado en los establecimientos de alojamiento. Un total de 47 negocios de alimentación (61%) declara incorporar elementos de accesibilidad universal en la prestación de sus servicios, siendo la evidencia más clara la infraestructura semejante a rampas y baños accesibles. El 39% de ellos menciona no contar con ningún tipo de infraestructura de accesibilidad universal.

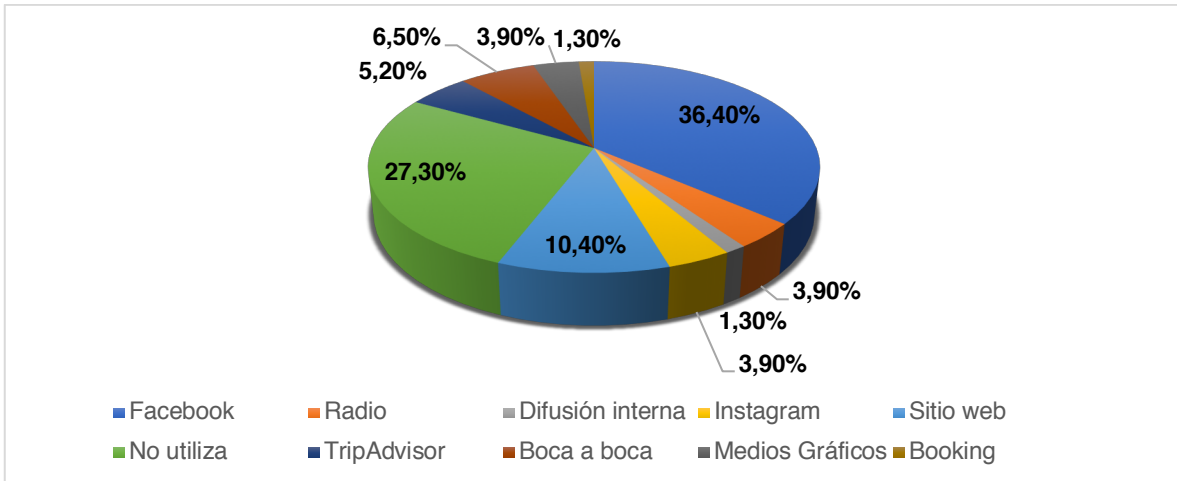
Gráfico N° 27. Manejo de idiomas



Fuente: DTS Consultores

Del total de 77 servicios de alimentación catastrados, el 62% de los empresarios del rubro indicaron no dominar ningún idioma extranjero. En segundo lugar, con un 26%, siguen aquellos establecimientos cuyos dueños o personal de contacto directo con el cliente, dominan el inglés y son capaces de prestar un servicio bilingüe. Además, se identificaron cuatro establecimientos que poseen la capacidad de comunicarse en otros idiomas: dos creolé, uno en francés, uno en sueco y uno en portugués.

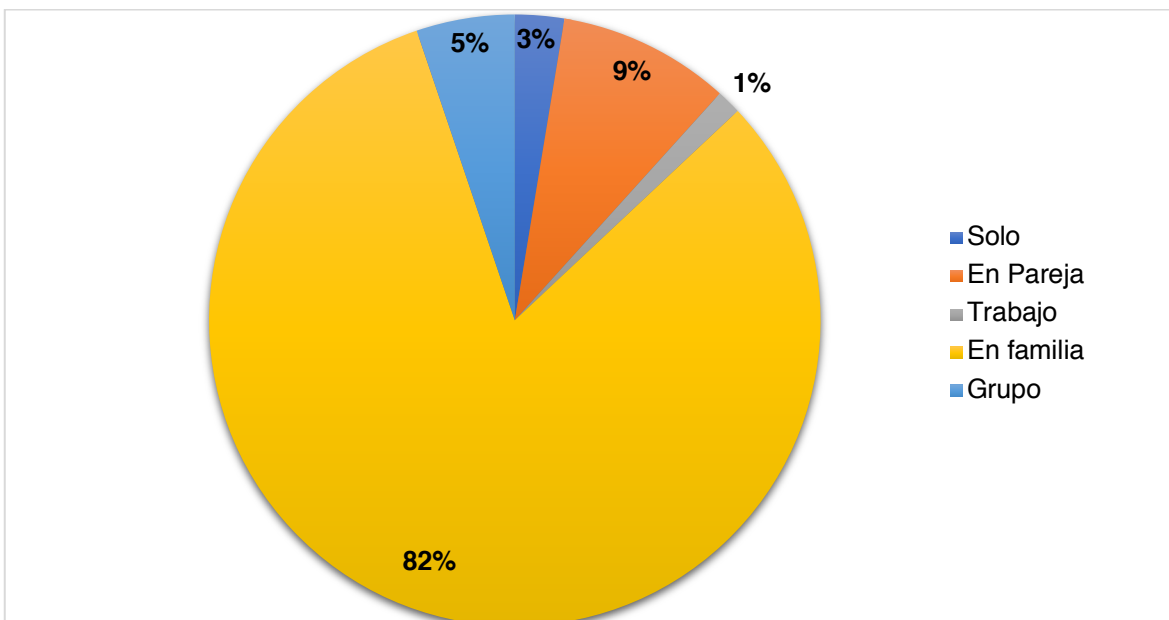
Gráfico N° 28. Medios de difusión del servicio de alimentación



Fuente: DTS Consultores

La manera en que se comunican y difunden los establecimientos de alimentación en El Quisco es muy amplia y variada. Según se observa la red social Facebook es la más representativa alcanzando el 36,4% del total de los negocios, en segundo lugar y llamando mucho la atención por su acción, aparecen todos aquellos empresarios que declaran no utilizar ningún medio de difusión, lo que representa el 27,3%, seguido en tercer lugar, por aquellos que solamente utilizan página web propia equivalente al 10,4% de los empresarios encuestados, siendo estas 3 las más distintivas. Mucho menos usada, pero igualmente vigente se mantiene quienes solo se difunden por el boca a boca con el 6,5%, luego la plataforma TripAdvisor con un 5,2%, seguidos de la red social Instagram, radio local y medios gráficos (folletería/letreros) con el 3,9% cada uno, y finalmente, Booking y difusión interna con el 1,3% cada uno.

Gráfico N° 29. Composición de los visitantes

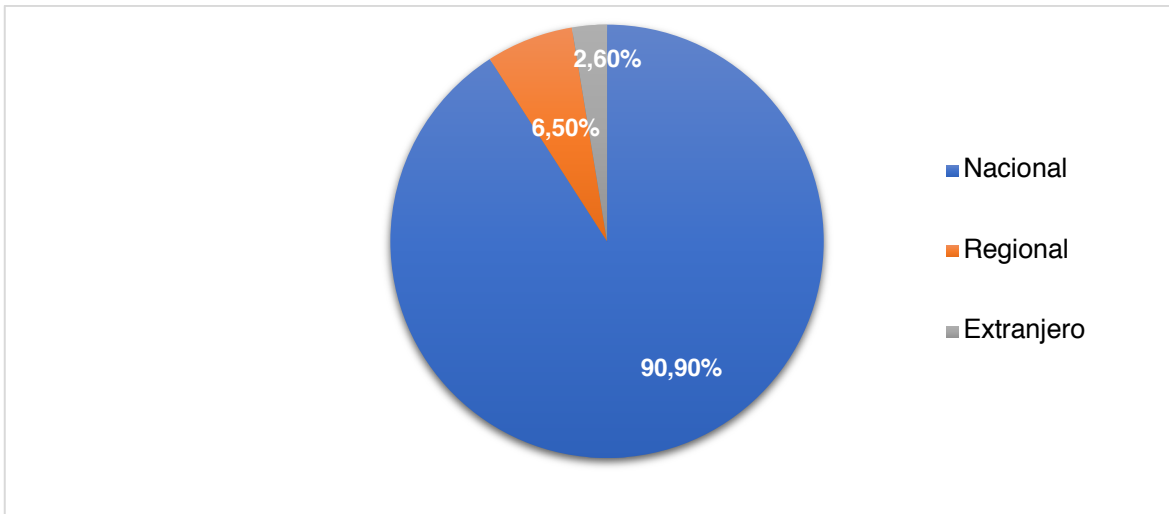


Fuente: DTS Consultores

Al igual que en la realidad de la composición del visitante que utiliza servicios de alojamiento, las familias vuelven a ser el segmento que más destaca como grupo de demanda en la comuna de El

Quisco, representados por el 81,8% del total, seguidos por el 9,1% de aquellos que viajan en pareja. En tercer lugar, con el 5,2% se indican aquellos que viajan en grupos (tercera edad, centros de madres, amigos), el 2,6% que visitan solos la comuna y finalmente, aquellos que viajan por trabajo con el 1,3%.

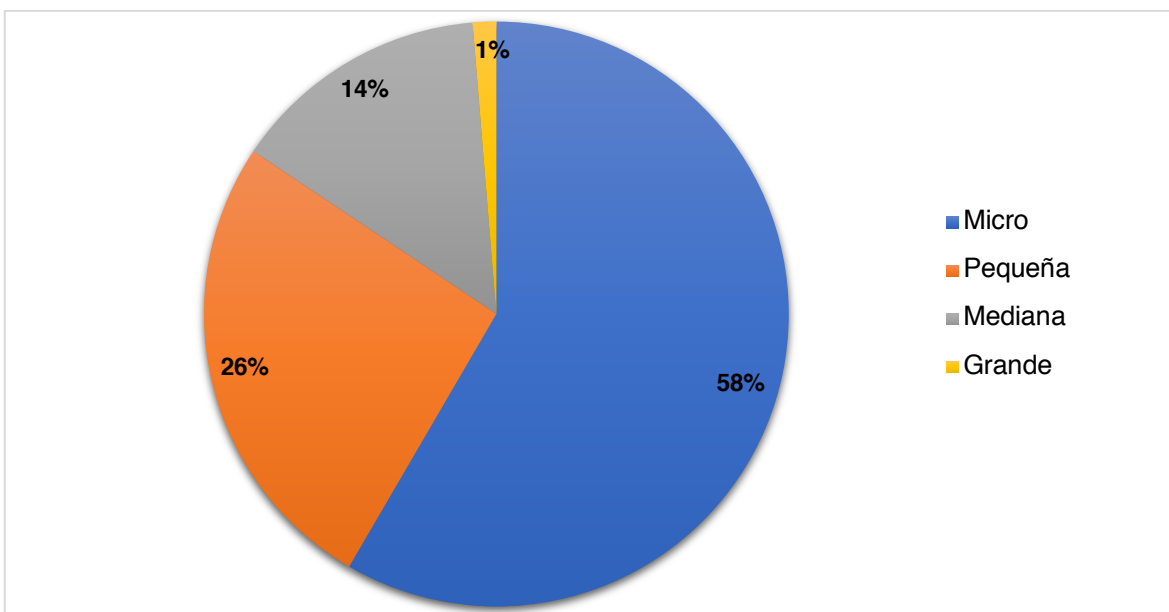
Gráfico N° 30. Procedencia de los visitantes



Fuente: DTS Consultores

Según lo indicado por los empresarios del rubro de alimentación, el 90,9% (70 establecimientos) corresponde a comensales del territorio nacional, seguidos por el 6,5% (5) que son identificados como clientes de la misma región, quedando el 2,6% equivalente a 2 negocios que reconocen que la procedencia de sus clientes es mayoritariamente integrada por extranjeros.

Gráfico N° 31. Tamaño de las empresas de alimentación



Fuente: DTS Consultores

Como dato final, se debe mencionar que la realidad de los tamaños de las 77 empresas de alimentación que fueron parte del catastro de El Quisco está compuesta de la siguiente manera: el

58,4% es considerado microempresa, seguido por el 26% correspondiente a pequeñas, 14,3% catalogadas como medianas y finalmente, con el 1,3%, las denominadas grandes empresas. Asimismo, y para fines de análisis generales, se puede decir que el 84,4% (65) de la prestación de servicios gastronómicos en la comuna es parte de las denominadas micro y pequeñas empresas.

3.3.3.4 Agencias de viaje, tour operadores y guías de turismo

Según la base de datos del Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos de SERNATUR, más la información recabada durante las campañas en terreno de elaboración del diagnóstico de este PLADETUR, la comuna de El Quisco cuenta con cuatro agencias de viajes o tour operadores formalizados: Rosalía Tour, Suroeste, Paty Tour y Tour experiencia, de estos cuatro servicios, uno cuenta con el Sello Q. Todos ellos han participado en las distintas instancias de formación/capacitación que ofrece el Servicio Nacional de Turismo y al mismo tiempo, son considerados en la mayoría de las actividades que la Unidad de Turismo organiza. Sumado a ellos, y tal como se indica en el catastro, en la comuna operan tres guías de turismo, los que se encuentran registrados en SERNATUR.

3.3.3.5 Servicios de turismo aventura

Los servicios de turismo aventura que se ofrecen de manera formal en El Quisco son cuatro y corresponden a actividades relacionadas con los paseos en distintos medios acuáticos: kayak, banano; cables: canopy, tirolesa, y también con el esparcimiento en zonas de picnic.

Todas las empresas se encuentran registradas en SERNATUR, lo que implica que el 100% de la oferta de turismo aventura cumpla con la normativa legal, por cuanto se encuentran en la obligación de hacerlo.

3.3.3.6 Productos artesanales

Los artesanos y artesanas que viven en las distintas localidades de la comuna de El Quisco trabajan variados tipos de artesanías: orfebrería, vitrofusión, joyería mapuche, crin, telares, cuero, licores artesanales, bordados y maderas. Existen tres grupos representativos: Bordadoras de Isla Negra que poseen reconocimiento internacional, el Taller de Emprendedoras y los Artesanos de la Fundación Artesanías de Chile. Existe otras personas que se agrupan solo temporalmente para mostrar y vender sus productos en distintas instancias.

El catastro realizado en el marco de este diagnóstico, individualiza a 85 artesanos y artesanas. Además, entrega el detalle de cada uno de los productos, que en su gran mayoría representan los paisajes y manifestaciones culturales de la comuna.

3.3.3.7 Servicios de transporte

Los prestadores del servicio de transporte de pasajeros interurbano, corresponden a empresas que operan en todo Chile o la zona completa del Litoral, según el catastro ninguna sería específica de la comuna. Las empresas que transportan pasajeros, teniendo como origen, destino o parada intermedia a la comuna de El Quisco son: Tur Bus, Pullman Bus, Pullman Florida, Buses Andrade, Buses Bahía Azul y Pullman Costa Central.

Por otro lado, desde el punto de análisis de los transportes internos o de corta distancia, existen tres servicios de taxi que se encuentran ubicados de manera estratégica en la avenida principal de la comuna.

3.4 Caracterización de la demanda turística de la comuna de El Quisco

3.4.1 Consideraciones previas

La información para conocer la demanda en Chile se obtiene principalmente de los registros de llegada y pernoctación en establecimientos de alojamiento turístico, que son extraídos desde los anuarios de turismo elaborados por el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) junto al Instituto Nacional de estadísticas (INE). Los anuarios y otros documentos elaborados a partir de estos, como las estadísticas de llegada y pernoctación a establecimientos desagregados por comuna, permitirán visualizar el flujo y estacionalidad de las llegadas a la Comuna de El Quisco.

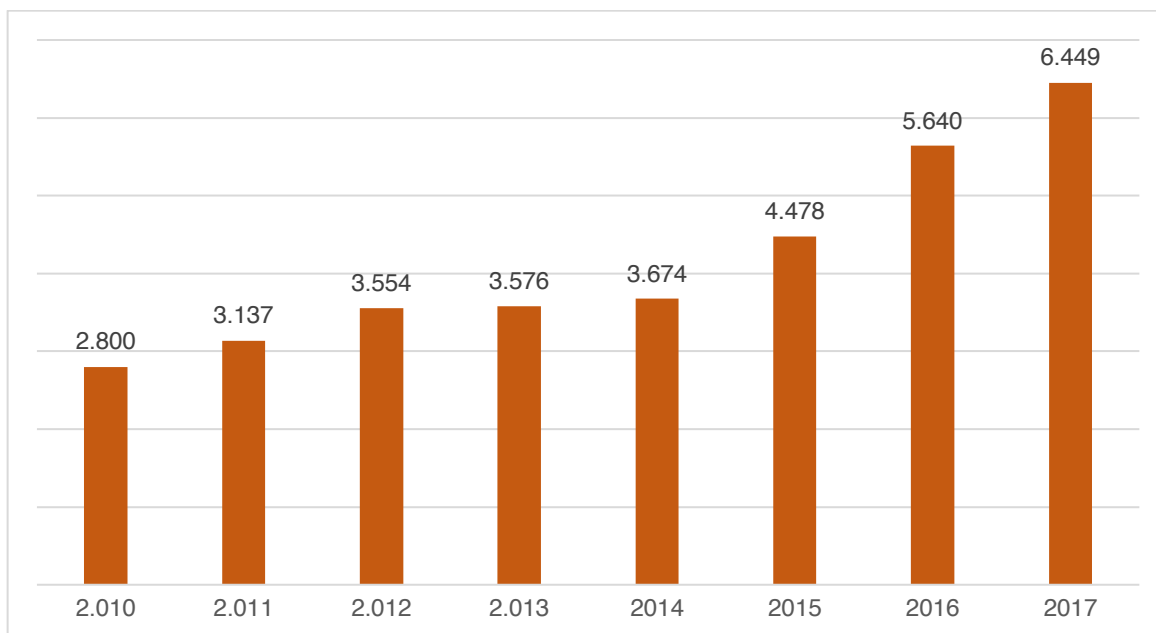
Además, DTS Consultores realizó en terreno un sondeo de demanda en tres temporadas diferentes, el que consistió en aplicar la misma encuesta en diferentes meses del año, considerando aquellos de temporada alta, media y baja y cuyos resultados se entregan en el contexto de este capítulo.

3.4.2 Contexto de la demanda turística a nivel país y regional

3.4.2.1 Cifras de turismo receptivo

La Subsecretaría de Turismo señala que la llegada de turistas internacionales al país el año 2017 ha crecido considerablemente con un ingreso de 6 millones 449 mil 883 visitantes lo que corresponde a un aumento de un 14,3% con respecto al año 2016.

Gráfico N° 32. Llegada de turistas a Chile, años 2010 a 2017



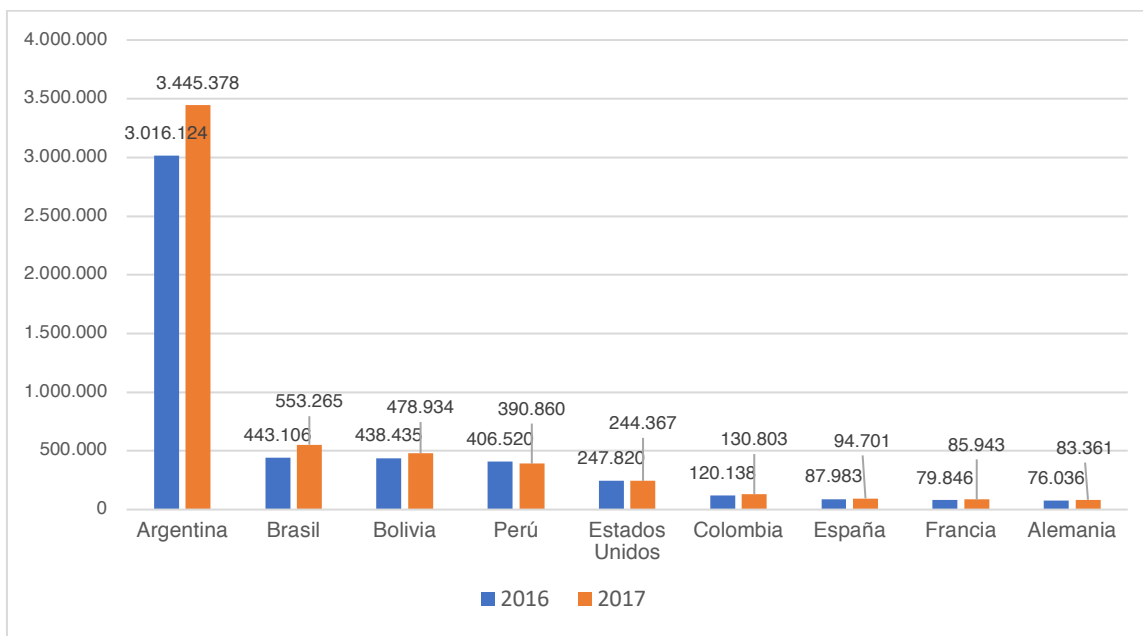
Fuente: Informes turismo receptivo serie 2010 - 2017, Subsecretaría de Turismo

Este incremento responde, en parte, al aumento de los recursos de promoción internacional como parte de una política de Estado, en cooperación con el sector privado, para posicionar a Chile en mercados internacionales, de corta, mediana y larga distancia.

Los principales mercados que llegan a Chile, como se visualiza en el gráfico siguiente, son: Argentina con 3.323.771 turistas, aumentando su llegada al país en un 14,6% en comparación al año anterior, y; Brasil con 544.000 turistas, que aumentaron un 24,1% respecto al 2016. Del mercado europeo, el que más turistas aporta es España con 94 mil llegadas.

En tanto, los mercados que disminuyeron sus llegadas fueron Estados Unidos y Perú, con respecto al 2016.

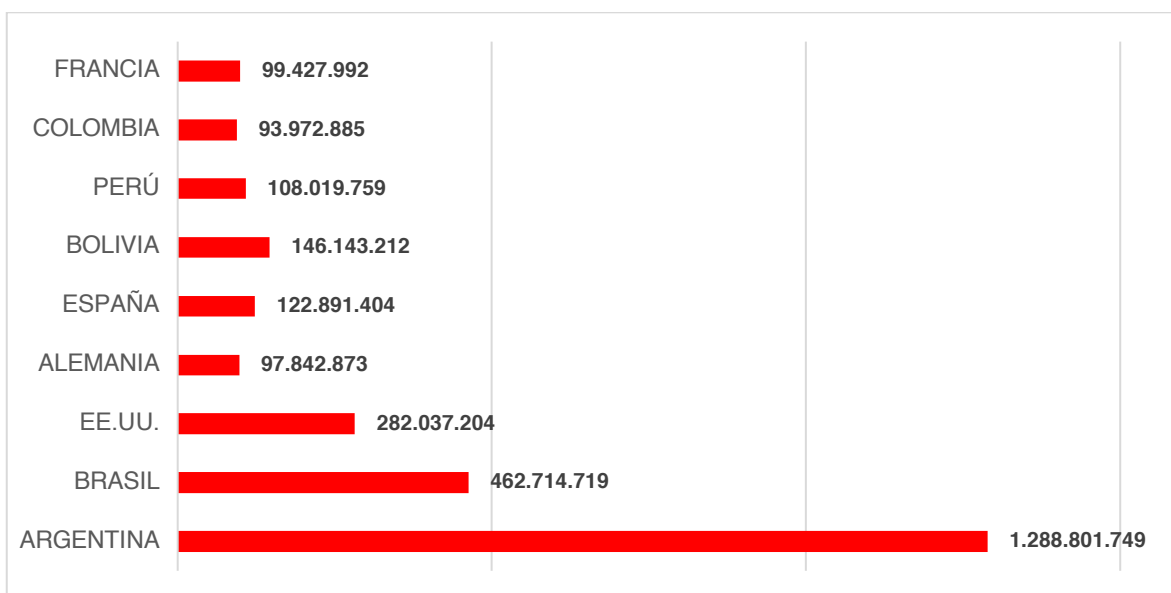
Gráfico N° 33. Llegada de turistas a Chile según país de procedencia, años 2016 a 2017



Fuente: Informes turismo receptivo 2016 - 2017, Subsecretaría de Turismo

El ingreso de divisas correspondiente a turismo receptivo durante el 2017 alcanzó la cifra de US\$4.200 millones, lo que significa un crecimiento significativo con respecto del año 2016.

Gráfico N° 34. Ingresos de divisas (en dólares) por turismo a Chile, año 2017. Por país

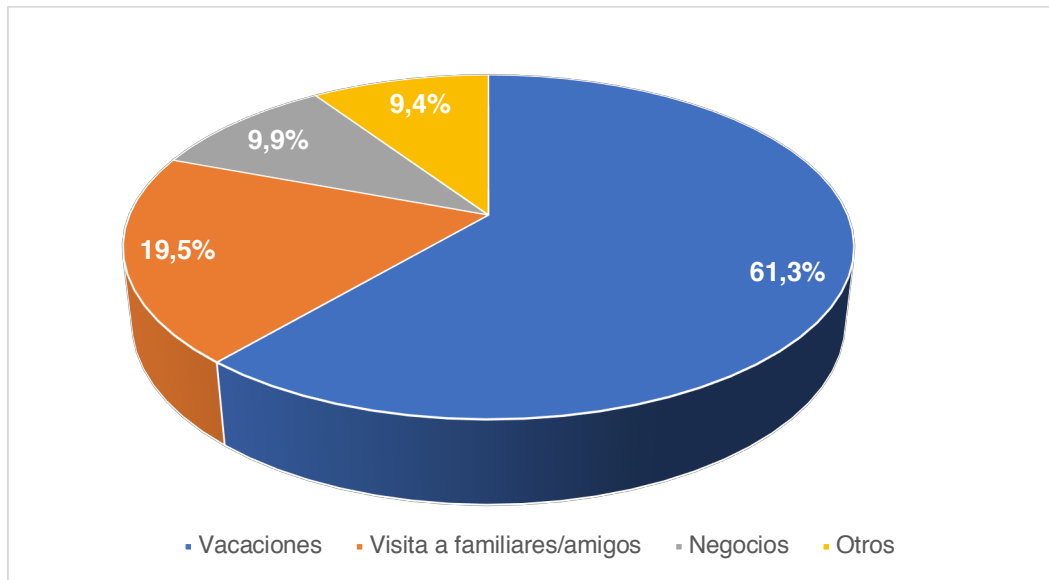


Fuente: Informe turismo receptivo 2017, Subsecretaría de Turismo

El gráfico anterior muestra que las divisas dejadas por los turistas argentinos fueron las más altas con un gasto de US\$ 1.288 millones de dólares, lo que representa un aumento del 51% en

comparación al año 2016, mientras que los turistas provenientes de Brasil dejaron divisas por US\$462 millones, incrementando su aporte en un 57,6% respecto al año anterior.

Gráfico N° 35. Motivación del viaje a Chile, año 2017



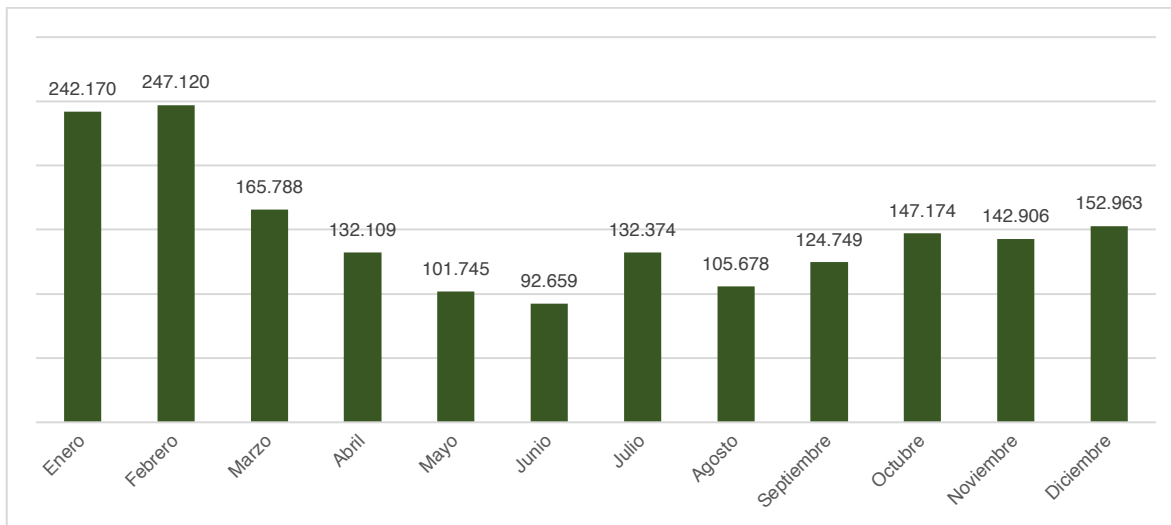
Fuente: Informe turismo receptivo 2017, Subsecretaría de Turismo

Según el gráfico la respuesta “vacaciones” fue la que tuvo una mayor cantidad de afirmaciones, con un 61,3% sobre el total de llegadas de turistas, lo que significa que fue el principal motivo de viaje declarado. En segundo lugar, aparecen los viajes motivados por la visita a familiares/amigos con un 19,5%, seguido por quienes viajaron por negocios con un 9,9%, y finalmente otros motivos no especificados con el 9,4%.

3.4.2.2 Demanda turística Región de Valparaíso

Los antecedentes de llegada, estacionalidad y pernoctación de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico, proviene de las propias empresas prestadoras de servicios turísticos de cada región, por lo que se consideran fuentes formales. El INE es la institución encargada de entregar una ficha para ser llenada por las empresas, y con esta información se construye la desagregación mensual tal como se ve a continuación.

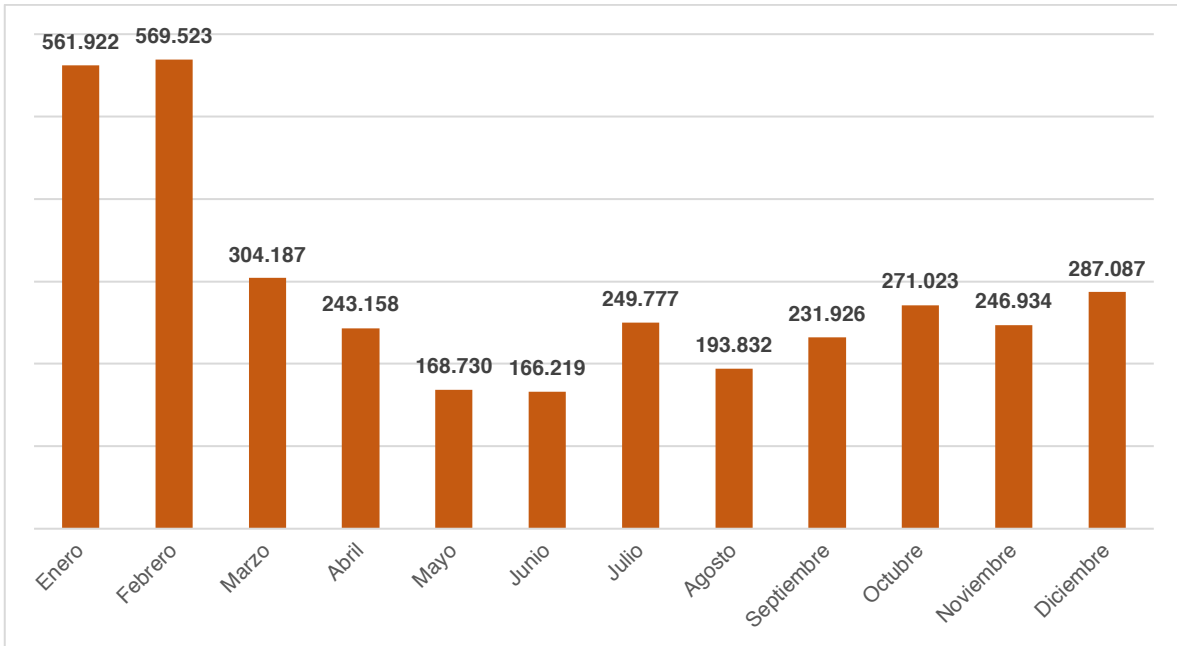
Gráfico N° 36. Llegada de turistas a establecimientos de alojamiento turístico de la Región de Valparaíso, por mes año 2017



Fuente: Estadísticas de Establecimientos de Alojamiento Turístico por destino. Serie 2014-2017. Subsecretaría de Turismo

La información que expone el gráfico anterior muestra que, a lo largo del año 2017, los meses que recibieron la mayor cantidad de turistas en la Región de Valparaíso fueron enero y febrero, siendo este último el que alcanzó el punto más alto, tanto de la llegada de turistas nacionales como de extranjeros. Le siguen a estos meses, aquellos pares del último trimestre; diciembre, noviembre y octubre, considerando la llegada de los turistas extranjeros, y los meses de julio, septiembre y diciembre tomando en cuenta el desplazamiento de los turistas nacionales. En común se muestra la realidad de que los meses de junio, mayo y abril, son los que tienen la cifra más baja de todo el año en llegadas de turistas a la región.

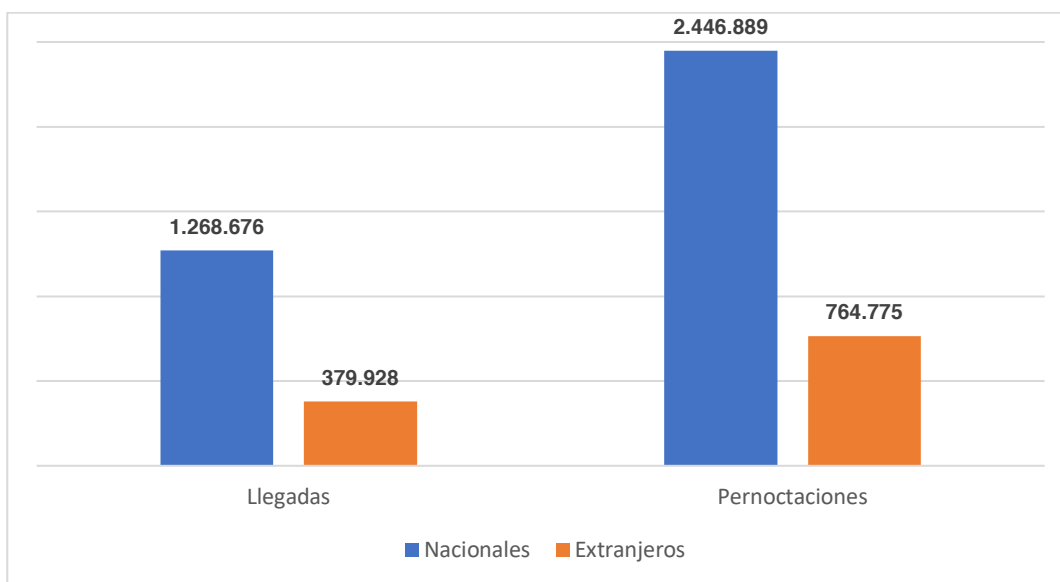
Gráfico N° 37. Pernoctaciones de turistas Región de Valparaíso, por mes año 2017



Fuente: Estadísticas de Establecimientos de Alojamiento Turístico por destino. Serie 2014-2017. Subsecretaría de Turismo

De acuerdo con el comportamiento de las llegadas a la región y permanencia en la misma, se observa el mayor flujo de pernoctaciones mayoritariamente de turistas nacionales durante los meses de enero y febrero, equivalentes a la temporada alta de verano y mayor contexto de toma de vacaciones laborales a nivel nacional. La menor demanda de servicios de alojamientos se produce en los meses de marzo a junio, donde desde el mes de julio comienza nuevamente el repunte de las pernoctaciones. Se debe mencionar que el mes de julio corresponde a las vacaciones de invierno de los establecimientos educacionales de todo el país.

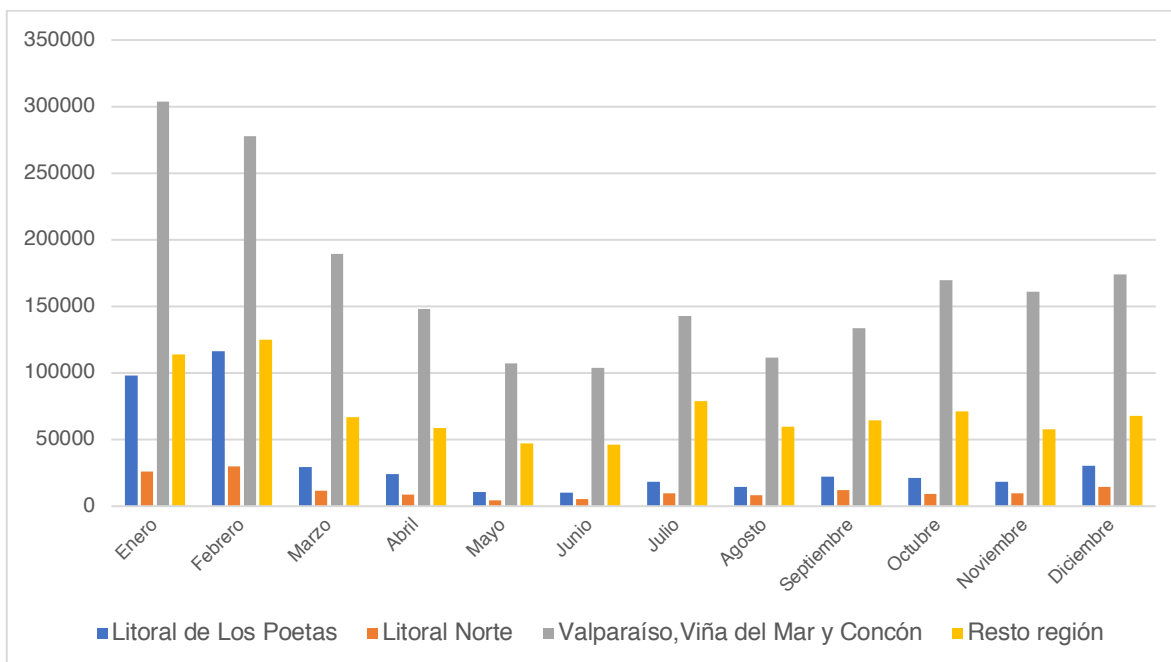
Gráfico N° 38. Llegada y pernoctación de pasajeros a EAT Región de Valparaíso, según residencia año 2017



Fuente: Estadísticas de Establecimientos de Alojamiento Turístico por destino. Serie 2014-2017. Subsecretaría de Turismo

De acuerdo con los registros la cantidad de pasajeros que llegaron a la Región de Valparaíso durante el año 2017 alcanzó la cifra de 1.648.604 personas, compuesta por 1.268.676 nacionales y 379.928 extranjeros. Paralelamente, el número de pernoctaciones para ese mismo año alcanzó los 3.211.664 pasajeros, distribuidos en 2.446.889 nacionales y 764.775 extranjeros.

Gráfico N° 39. Pernoctación de pasajeros a EAT Región de Valparaíso, según destino año 2017

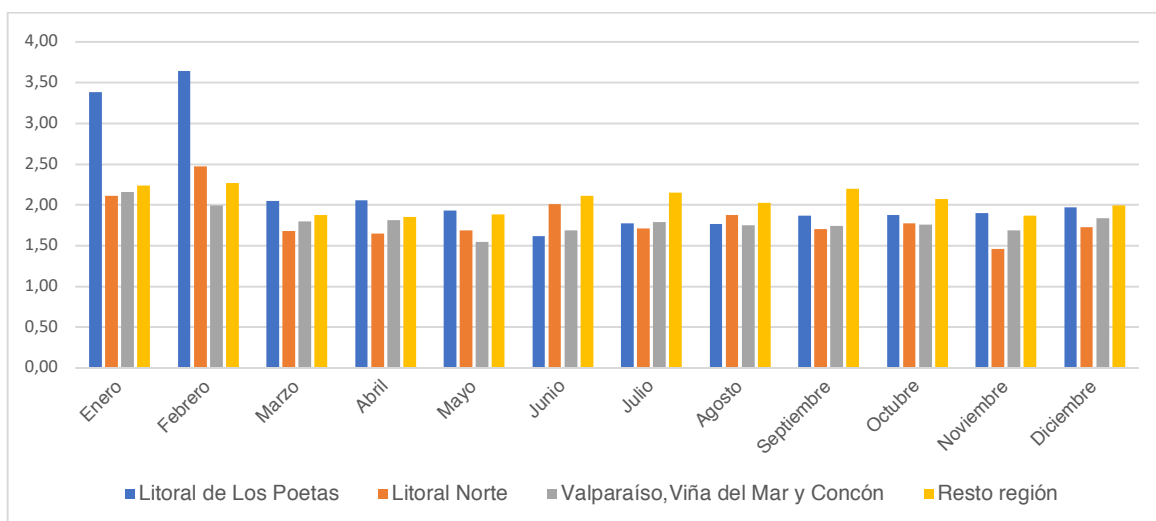


Fuente: Estadísticas de Establecimientos de Alojamiento Turístico por destino. Serie 2014-2017. Subsecretaría de Turismo

El análisis territorial por destino demuestra que los primeros dos meses del año son los que concentran la mayor participación de las pernoctaciones en la región, independientemente el destino que se observe ya sea Valparaíso, Litoral de los Poetas o el resto de la región. Valparaíso, Viña del

mar y Concón son las comunas que congregan en dicho período la mayor cantidad de pernотaciones. Asimismo, el gráfico expuesto indica que desde el mes de marzo a hasta junio, la cantidad de pernотaciones baja drásticamente, por consiguiente, el flujo se mantiene homogéneo para cada comuna de estudio. Las cifras remontan desde el mes de julio, fecha congruente con las vacaciones de invierno escolar, y a partir del mes de octubre, la curva asciende y se mantiene, produciéndose un leve aumento en el flujo durante el mes de diciembre para el caso del destino Litoral de Los Poetas al cual pertenece la comuna de El Quisco.

Gráfico N° 40. Promedio de estadía de pasajeros en EAT Región de Valparaíso, según residencia año 2017



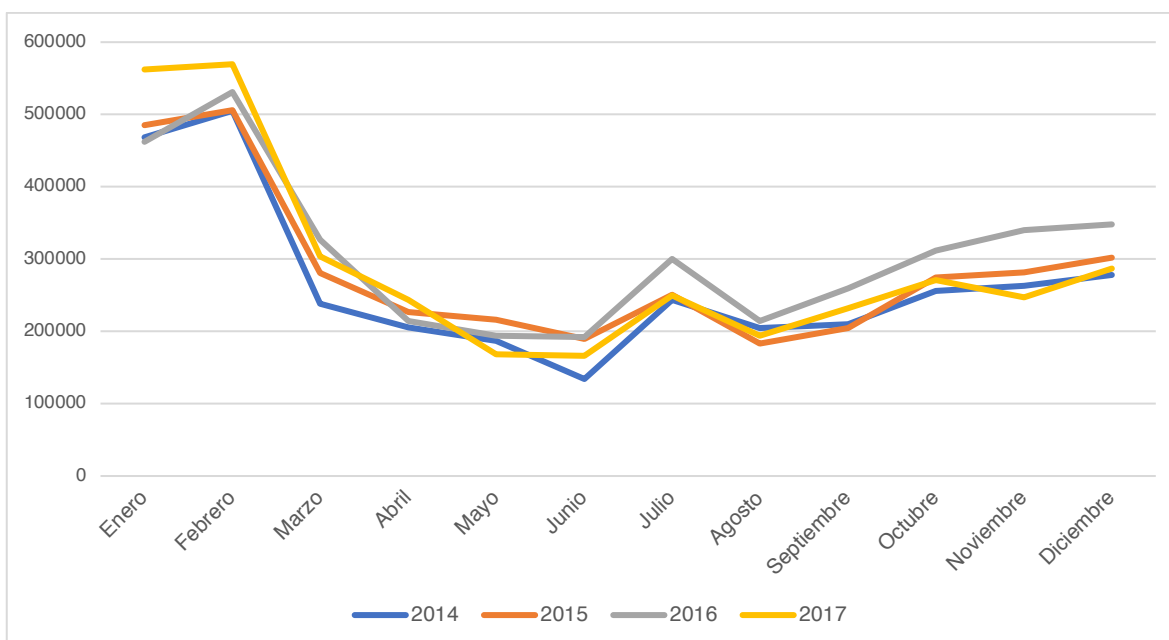
Fuente: Estadísticas de Establecimientos de Alojamiento Turístico por destino. Serie 2014-2017. Subsecretaría de Turismo

Según los datos obtenidos por el INE respecto al análisis de la estadía de los turistas nacionales y extranjeros a lo largo del año, se identifica que durante los meses de enero y febrero el promedio de estadía alcanza las 2,4 noches aproximadamente, disminuyendo en el resto de los meses del año, donde la estadía bordea las 1,8 noches, a excepción del mes de mayo que representa el dato de estadía más bajo alrededor de las 1,6 noches.

La evolución tanto de las llegadas como de las pernотaciones en la región de Valparaíso reflejan un aumento constante en las tasas de crecimiento durante los 4 años analizados, exponiendo que desde el año 2010 al 2013 las llegadas identificadas en los primeros tres meses del año han ido en aumento. Dicho de otro modo, se debe decir que el año 2011 presentó un crecimiento del 12,4% en las llegadas con respecto al año anterior, mientras que el año 2012 se produce un crecimiento menor, pero alcanza el 10%. Finalmente, entre los años 2013 y 2014 existe un aumento discreto del 0,8% en la llegada de pasajeros.

Por su parte, y tal como se puede observar en el gráfico continuo, los indicadores de pernотaciones muestran una tasa de crecimiento del 13% para el año 2011, un 2,2% para el año 2012 y un 6% para el año 2013, todos en base al año anterior. Dejando para el año 2014 un aumento del 2,8%.

Gráfico N° 41. Evolución de las pernoctaciones de pasajeros en EAT Región de Valparaíso, 2014 - 2017



Fuente: Elaboración propia en base a Estadísticas de Alojamiento Turístico. Años 2014 al 2017– INE

3.4.2.3 Visitantes ingresados a Áreas Silvestres Protegidas Región de Valparaíso

Antes de profundizar en este punto es importante mencionar que la Región de Valparaíso cuenta con siete Áreas Silvestres Protegidas del Estado, compuestas por tres Parques Nacionales: PN Archipiélago de Juan Fernández, PN La Campana y PN Rapanui; tres Reservas Nacionales: RN Río Blanco, RN El Yalí y RN Lago Peñuelas y un Monumento Natural: MN Isla Cachagua. Igualmente, se suma el Santuario de la Naturaleza Laguna El Peral, que cuenta con una categoría de protección diferente a las que administra la Corporación Nacional Forestal (CONAF) por medio del Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas por el Estado (SNASPE), pero está asignado en comodato a la institución, por lo que no se puede dejar considerar en este punto debido al patrimonio natural que protege y las personas que lo visitan motivados por el mismo interés de acercarse a la variada biodiversidad que alberga la región.

En la tabla siguiente, se expone la evolución de llegada de turistas a las Áreas Silvestres Protegidas de la región de Valparaíso desde el año 2007 al 2016.

Tabla N° 18. Evolución de la llegada de turistas a ASP Región de Valparaíso 2007 al 2016

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
M.N. ISLA CACHAGUA	-	-			-	-	-	-	-	-
P.N. ARCHIPIÉLAGO DE JUAN FERNÁNDEZ	1.137	763	1.222	1.708	1.048	1.416	1.142	2.759	2.300	3.086
<i>Chilenos</i>	1.069	573	805	1.549	990	1.259	980	2.504	2.065	2.748
<i>Extranjeros</i>	68	190	417	159	58	157	162	255	235	338
P.N. LA CAMPAN	35.586	35.098	39.764	41.204	44.514	52.389	58.112	54.487	59.041	60.320
<i>Chilenos</i>	33.147	31.844	36.926	38.780	41.712	49.703	55.559	51.867	56.727	58.391
<i>Extranjeros</i>	2.439	3.254	2.838	2.424	2.802	2.686	2.553	2.620	2.314	1.929

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
R.N. EL YALI	1.174	1.220	1.904	1.747	1.569	1.845	1.964	1.534	2.415	1.915
<i>Chilenos</i>	<i>1.137</i>	<i>1.196</i>	<i>1.856</i>	<i>1.703</i>	<i>1.550</i>	<i>1.805</i>	<i>1.933</i>	<i>1.508</i>	<i>2.394</i>	<i>1.896</i>
<i>Extranjeros</i>	<i>37</i>	<i>24</i>	<i>48</i>	<i>44</i>	<i>19</i>	<i>40</i>	<i>31</i>	<i>26</i>	<i>21</i>	<i>19</i>
R.N. LAGO PEÑUELAS	43.929	36.627	43.315	41.989	20.638	33.212	51.208	37.021	42.298	41.972
<i>Chilenos</i>	<i>43.601</i>	<i>36.117</i>	<i>42.790</i>	<i>41.279</i>	<i>19.870</i>	<i>31.828</i>	<i>49.861</i>	<i>36.433</i>	<i>41.357</i>	<i>40.584</i>
<i>Extranjeros</i>	<i>328</i>	<i>510</i>	<i>525</i>	<i>710</i>	<i>768</i>	<i>1.384</i>	<i>1.347</i>	<i>588</i>	<i>941</i>	<i>1.388</i>
R.N. RÍO BLANC	-	-			-	-	-	-	-	-
S.N. LAGUNA EL PERAL	12.492	10.214	11.904	12.627	17.811	17.541	22.233	27.540	22.554	21.080
<i>Chilenos</i>	<i>12.227</i>	<i>9.930</i>	<i>11.621</i>	<i>12.375</i>	<i>17.538</i>	<i>17.157</i>	<i>21.997</i>	<i>27.337</i>	<i>22.470</i>	<i>20.979</i>
<i>Extranjeros</i>	<i>265</i>	<i>284</i>	<i>283</i>	<i>252</i>	<i>273</i>	<i>384</i>	<i>236</i>	<i>203</i>	<i>84</i>	<i>101</i>
P.N. RAPA NUI	36.412	46.823	43.869	46.886	49.312	52.202	58.459	65.064	11.038	68.903
<i>Chilenos</i>	<i>12.736</i>	<i>18.727</i>	<i>19.619</i>	<i>24.692</i>	<i>24.310</i>	<i>26.844</i>	<i>30.365</i>	<i>29.734</i>	<i>5.520</i>	<i>36.668</i>
<i>Extranjeros</i>	<i>23.676</i>	<i>28.096</i>	<i>24.250</i>	<i>22.194</i>	<i>25.002</i>	<i>25.358</i>	<i>28.094</i>	<i>35.330</i>	<i>5.518</i>	<i>32.235</i>

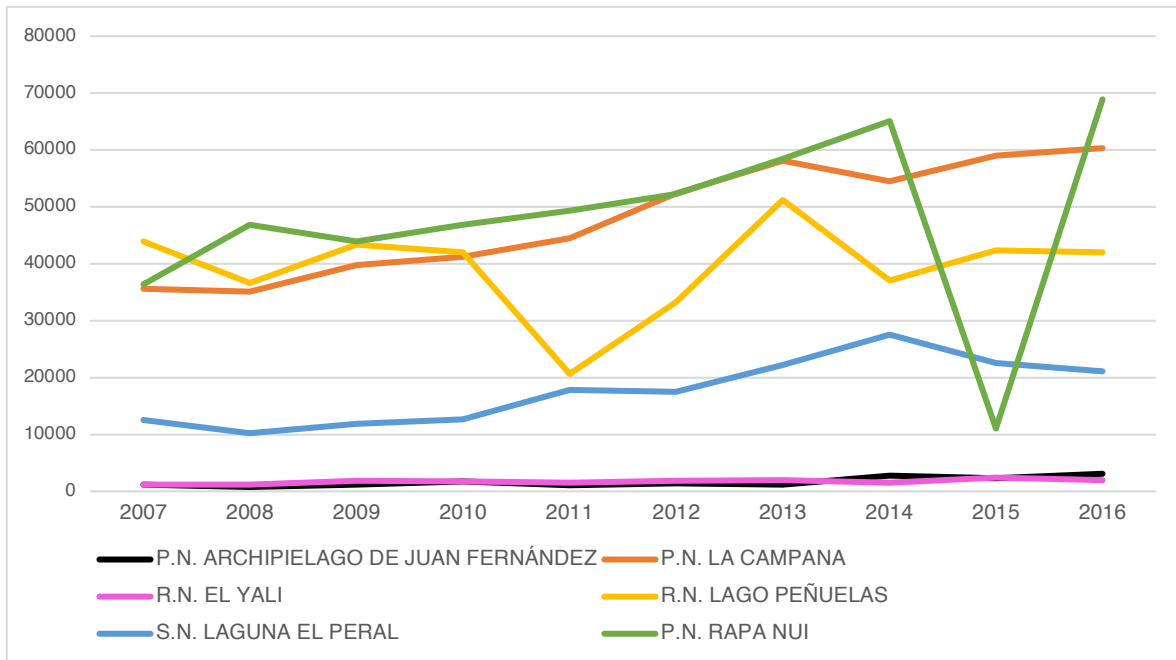
Fuente: CONAF

Visto lo anterior, se debe agregar que a nivel nacional todas las Áreas Silvestres Protegidas del Estado recibieron la visita total de 3.068.184 turistas, integrados por 2.271.830 chilenos y 796.354 extranjeros durante los 10 años expuestos. En este caso, y considerando solo las unidades de protección a nivel regional durante el mismo periodo, se debe indicar que estas recibieron en total a 1.561.556 turistas, siendo 1.272.742 chilenos y 288.814 extranjeros. Por lo tanto, se puede decir que la región de Valparaíso recibió durante los años 2007 al 2016 el 50,89% de la cantidad total de visitantes registrados en dicho periodo a nivel nacional.

Agregar que el Monumento Natural Isla Cachagua ubicado en la comuna de Zapallar, no presenta antecedentes respecto a ingresos de turistas, debido a que no es un espacio abierto al público y sólo se permite el ingreso de personas interesadas por actividades de investigación previa solicitud a CONAF. Igualmente es el caso de la Reserva Nacional Río Blanco ubicada en la comuna de Los Andes, que tampoco registra datos de ingreso de turistas debido a que CONAF no administra este lugar y sus dueños, Codelco Andina son responsables de la administración de este territorio.

Para poder observar de manera general, se muestra el siguiente gráfico que resume la evolución del total del ingreso de visitantes a Áreas Silvestres Protegidas del Estado de la región de Valparaíso durante los últimos 10 años de información disponible a la fecha, indicándose lo siguiente.

Gráfico N° 42. Evolución de las visitas a ASP Región de Valparaíso, 2007 a 2016



Fuente: Elaboración propia en base a Estadísticas de CONAF. Años 2007-2016.

Este último gráfico muestra de manera más clara y simple la evolución del total de las visitas a estos espacios naturales en la región desde el año 2007 al 2016, demostrando que desde el primer año de análisis hasta el 2010 existió un crecimiento paulatino, que se vio disminuido durante el año 2011 y, al mismo tiempo, desde ese año se produce un aumento significativo de las cifras que no cesó hasta el año 2013. Identificando además que el año 2014 sufrió nuevamente un leve descenso en el número de visitas respecto al año anterior, dando paso a la caída más significativa durante el año 2015, año en que nuevamente el número de visitantes aumenta alcanzado la cifra más alta de los 10 años observados.

Finalmente se agrega que la evidente baja de ingreso de turistas identificada durante el año 2015 se debió principalmente a un conflicto político en la provincia de Isla Pascua, lugar al que pertenece el Parque Nacional Rapanui, relacionado a la independización del pueblo isleño del Estado de Chile²⁶, afectando esto directamente el número de visitas al Parque Nacional más visitado de la región, quienes en el año 2014 registraron un ingreso de 65.064 personas, bajando el año del conflicto a 11.038 visitantes, quienes volvieron el año siguiente, retomando la regularidad el año 2016 con 68.903 visitantes.

²⁶ Portal de noticias El Mostrador. Enlace: <http://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2015/05/12/chilenos-paria-el-lado-b-del-larvado-conflicto-politico-en-rapa-nui/>

3.4.3 Análisis de demanda turística Comuna de El Quisco

3.4.3.1 Introducción

El presente apartado presenta el primer estudio de demanda turística, que correspondió al análisis de la temporada alta del 2018, esto es, los meses de enero y febrero. En este período se aplicaron 300 encuestas personales en las localidades de El Quisco, Isla Negra, El Totoral y Quebrada de Córdova. La elección de estos sectores se debió a que corresponden a los puntos turísticos más importantes y reconocidos dentro de la comuna, siendo una gran oportunidad para el levantamiento de información por la llegada de miles de turistas durante el verano.

El objetivo principal fue definir el perfil de los turistas que eligen destino turístico la región de Valparaíso y en específico la comuna de El Quisco. Para esto, se desarrolla una metodología estadística para describir, caracterizar y monitorear el actual avance turístico en lo que se refiere a la demanda en temporada alta en El Quisco.

Tabla N° 19. Ficha metodológica encuestas de demanda turística comuna de El Quisco

DETALLE	TEMPORADA ALTA	TEMPORADA MEDIA	TEMPORADA BAJA
Lugar de aplicación	El Quisco centro, El Totoral, Isla Negra y Quebrada Córdova	El Quisco centro, El Totoral, Isla Negra y Quebrada Córdova	El Quisco centro e Isla Negra
Tipo de encuesta	Entrevistas por submuestras personalizadas	Entrevistas por submuestras personalizadas	Entrevistas por submuestras personalizadas
Universo de estudio	Turistas que transitaban por los puntos definidos	Turistas que transitaban por los puntos definidos	Turistas que transitaban por los puntos definidos
Periodo levantamiento de información	Enero y febrero del 2018	Marzo de 2018	Agosto 2018
Cuestionario	Preguntas abiertas y cerradas, con explicación previa de la encuesta	Preguntas abiertas y cerradas, con explicación previa de la encuesta	Preguntas abiertas y cerradas, con explicación previa de la encuesta
Cantidad de encuestas aplicadas	300	100	86

Fuente: Elaboración propia

La encuesta aplicada a los turistas, en cada una de las temporadas se entrega en Anexo N° 6 de este documento.

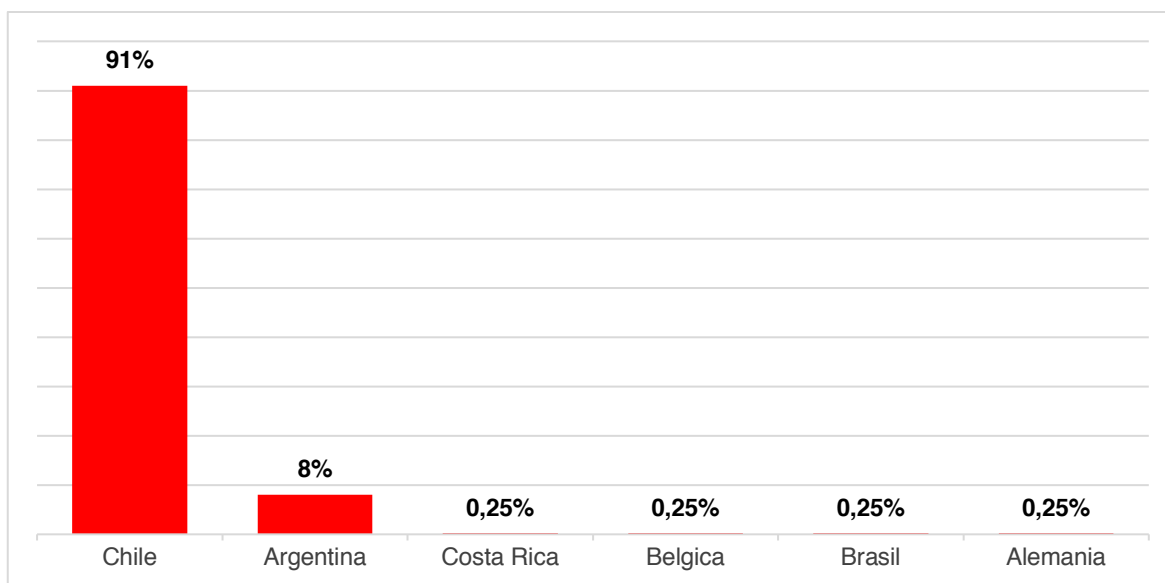
En los puntos siguientes se expondrán los resultados de la encuesta que investiga el perfil del turista que visita la comuna de El Quisco, destacando los antecedentes más relevantes con el propósito de lograr un análisis más completo de este turista.

3.4.3.2 Resultados aplicación encuestas de demanda comuna de El Quisco

3.4.3.2.1 Análisis encuestas de demanda temporada alta

La aplicación de encuestas a turistas en temporada alta comienza con la pregunta de su procedencia, con el fin de generar un primer filtro para el resto de las interrogantes.

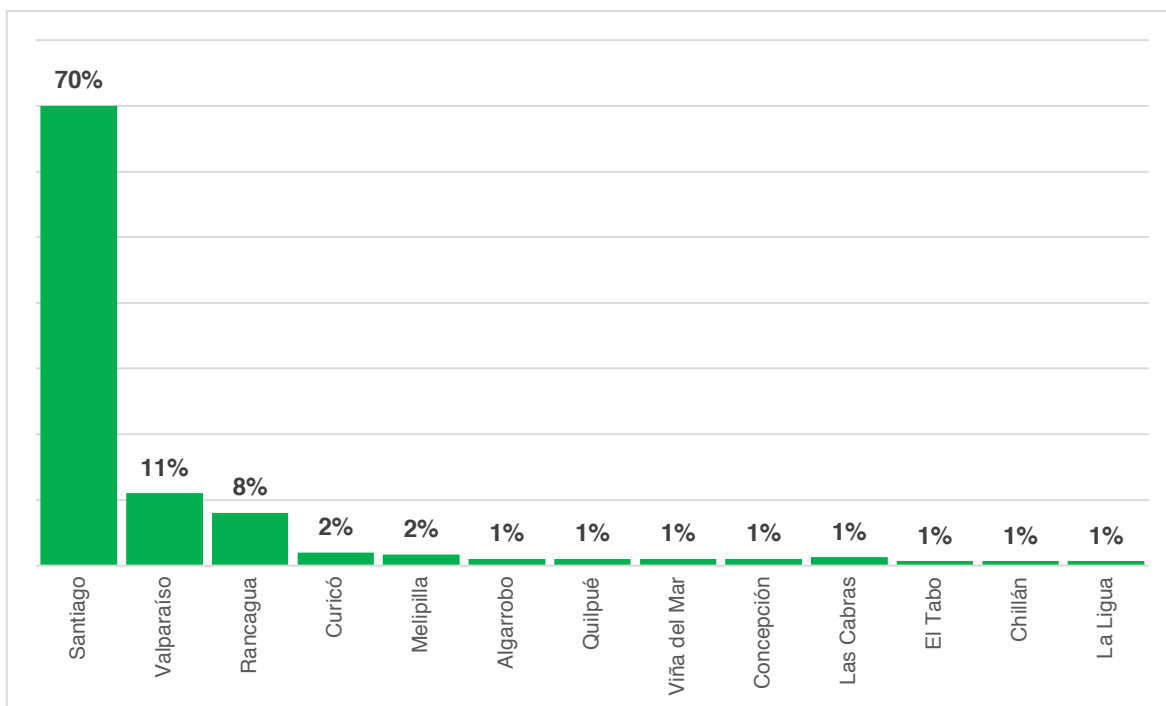
Gráfico N° 43. País de procedencia. Temporada alta



Fuente: DTS Consultores

De acuerdo con el país de procedencia de los visitantes se puede observar en el gráfico que el mayor número de turistas que visita El Quisco proviene de Chile, que corresponde al 91% del total de los encuestados, y es seguido muy de lejos por el turista argentino que tiene una participación del 8%. El resto, aunque en muy baja cantidad, se desagrega en costarricenses, belgas, brasileños y alemanes, representados con 0,25% cada uno.

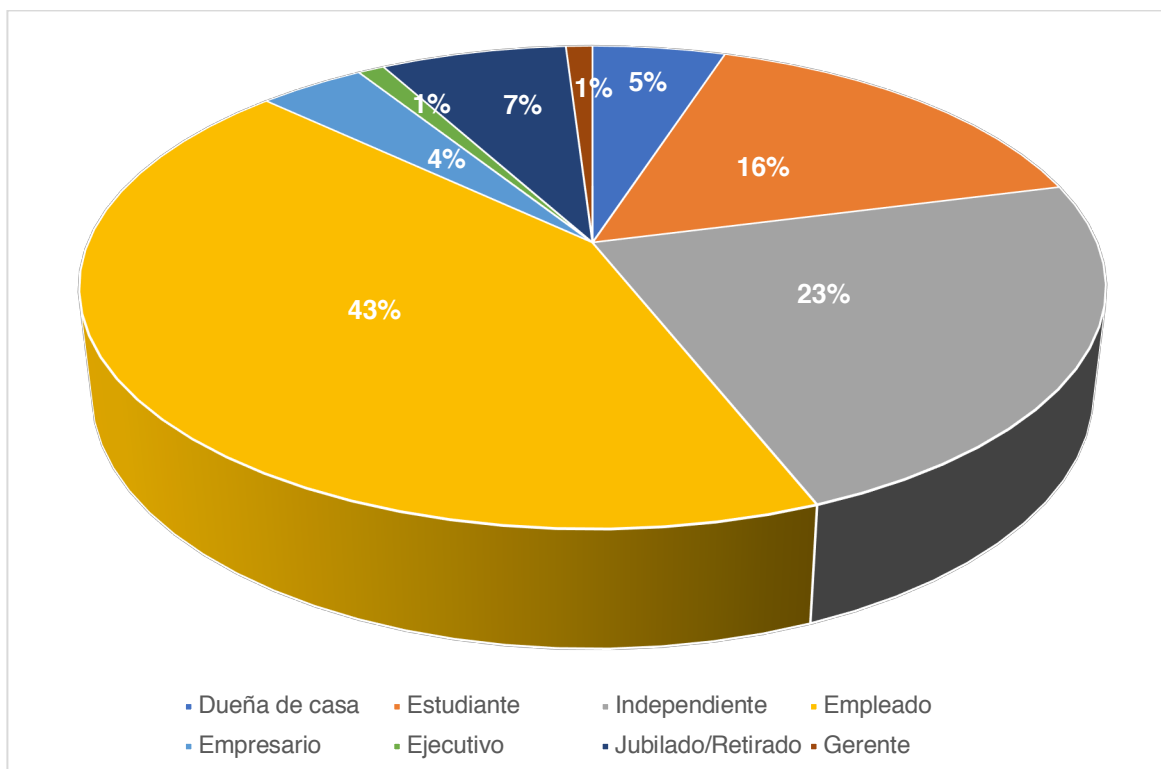
Gráfico N° 44. Ciudad/comuna de residencia habitual. Temporada alta



Fuente: DTS Consultores

En cuanto a la ciudad o comuna de origen del visitante, el mayor número de ellos indicó provenir de Santiago, representando el 70% del total de las respuestas. En segundo lugar y provenientes de la misma región, aparecen los visitantes de Valparaíso alcanzando el 11% de la participación, seguido de quienes residen en la ciudad de Rancagua con un 8%. El 11% restante corresponde a otras ciudades o comunas de Chile: Curicó, Melipilla, Algarrobo, Quilpué, Viña del Mar, Concepción, Las Cabras, El Tabo, Chillán y La Ligua.

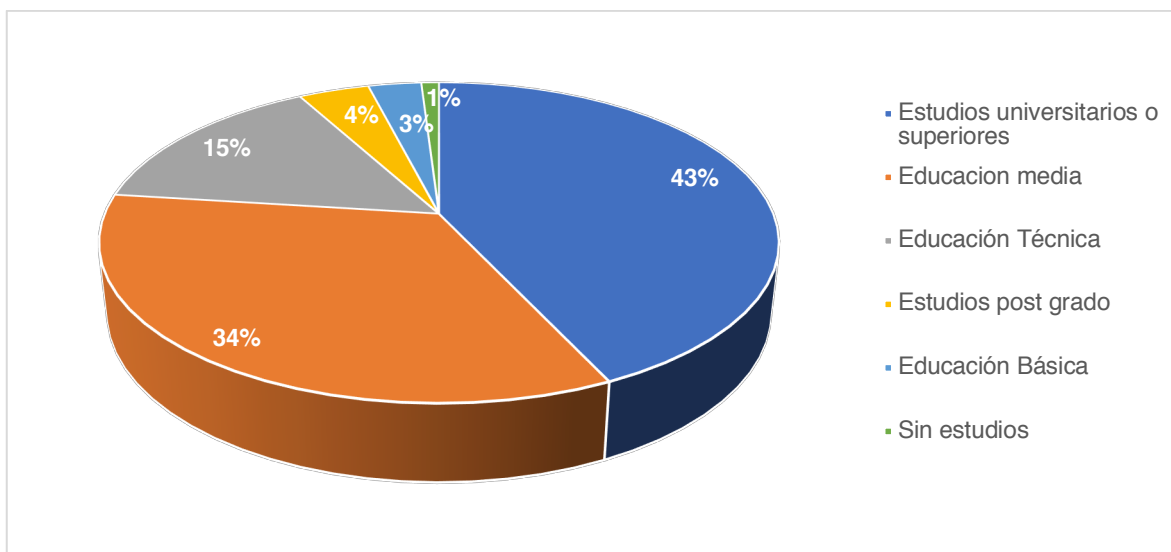
Gráfico N° 45. Situación laboral. Temporada alta



Fuente: DTS Consultores

Respecto a la situación laboral en la que se encontraban los turistas encuestados, los dos mayores porcentajes identificados corresponden a turistas que son empleados dentro de alguna empresa, con un 43% (129 personas), seguido por aquellos turistas definidos como trabajadores independientes quienes abarcan el 23% (69) del total. En tercer lugar, con el 16%, se encuentran los visitantes que aún se encuentran estudiando en la educación superior, seguidos por los jubilados o retirados, con el 7% de la participación. Finalmente, aparecen como dueño de casa con el 5%, empresarios con el 4% y ejecutivos y gerentes con el 1% cada uno.

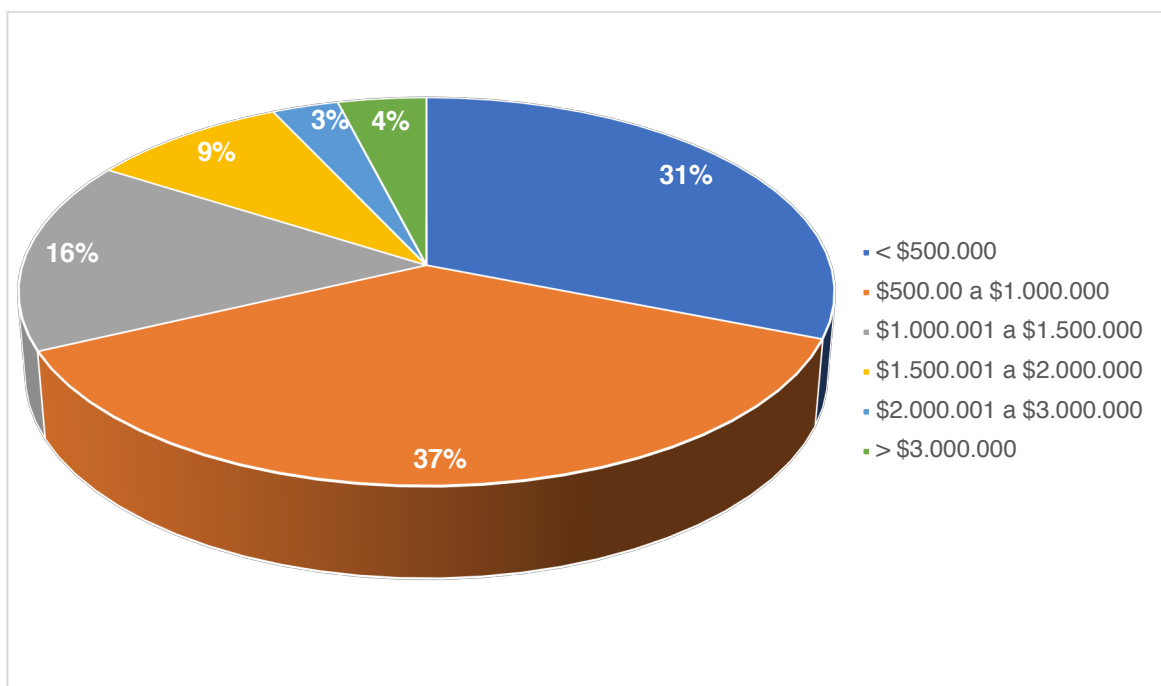
Gráfico N° 46. Nivel educacional. Temporada alta



Fuente: DTS Consultores

Con respecto al nivel de educación de los encuestados, el 43% (129 personas) cuenta con estudios universitarios o superiores, seguido por el 34% (102) de los visitantes que indica haber cursado y terminado la educación media. En tercer lugar, con el 15% (45) de participación se encuentran aquellos turistas que cuentan con un título técnico, y finalmente con las alternativas menos concurrentes, se identifica con el 4% (12) a aquellos turistas con estudios de post grado, 3% que tiene estudios de enseñanza básica y el 1% que no tiene estudios (tres personas).

Gráfico N° 47. Rango de ingreso mensual familiar. Temporada alta

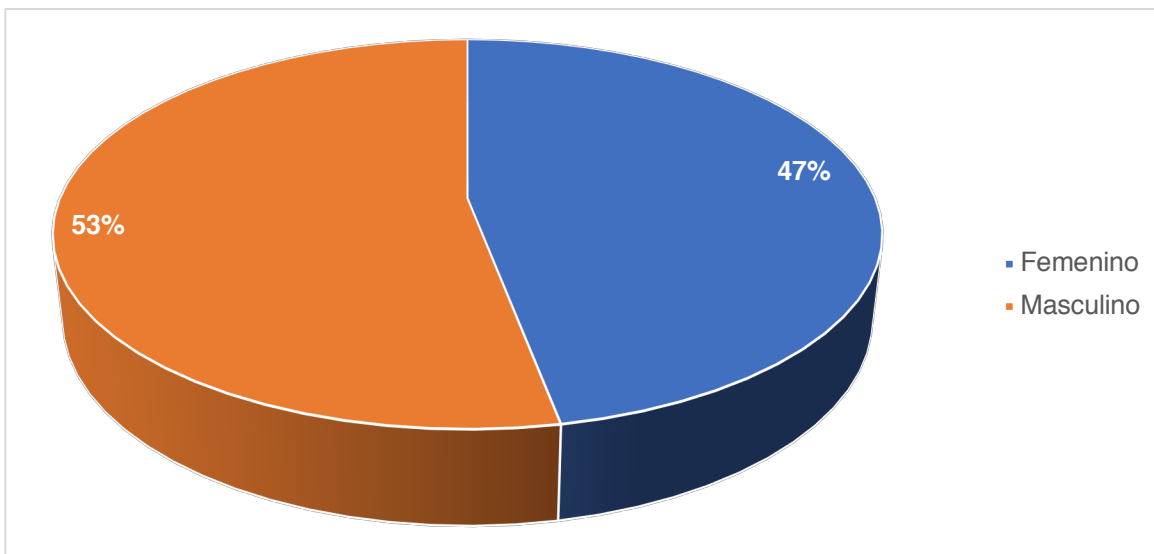


Fuente: DTS Consultores

Según el gráfico anterior, el 37% (110) de las personas encuestadas respondió que el rango del ingreso mensual familiar es de \$500.000 a \$1.000.000, clasificándose dentro de la clase media-alta

o C2. La siguiente mayor respuesta fue de un 31%, equivalente a 93 personas, que señalaron que el ingreso familiar no supera los \$500.000 al mes, lo que corresponde al segmento socioeconómico C3. En tercer lugar, con un 16% de la muestra, se encuentran aquellos que indicaron que su ingreso familiar se encuentra entre \$1.000.001 a \$1.500.000. El cuarto lugar lo obtiene el rango que va entre \$1.500.001 y \$2.000.000, con un 9%, y finalmente un 7% responde que tiene un ingreso familiar mensual de más de \$2.000.001.

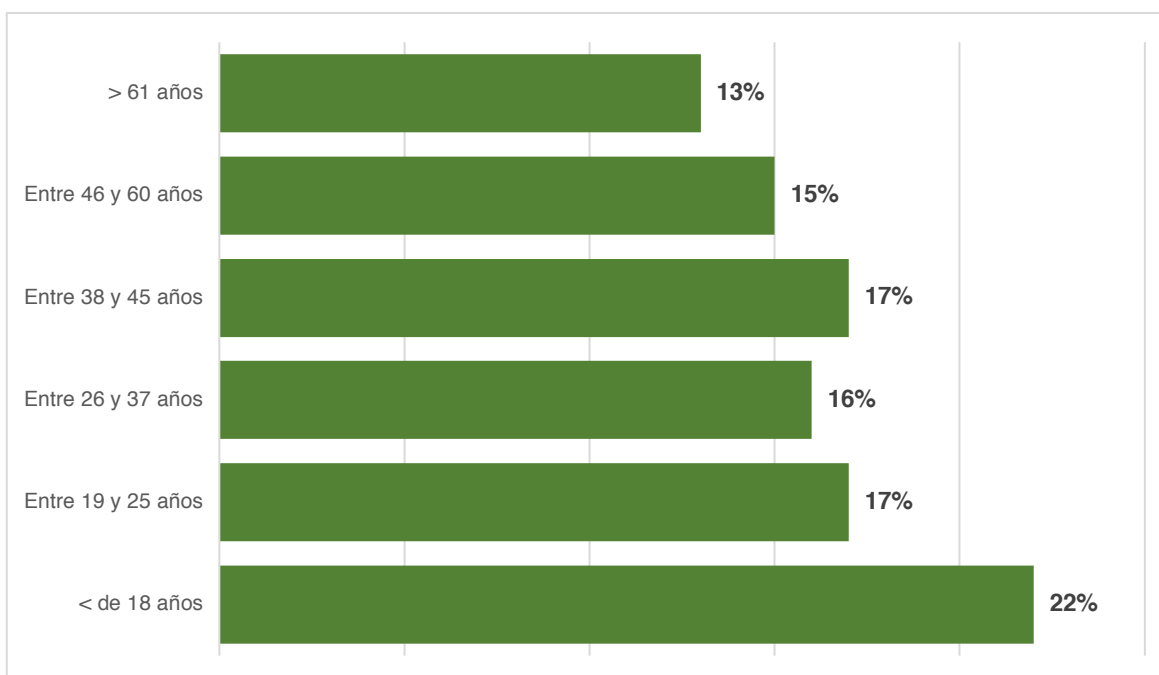
Gráfico N° 48. Género del entrevistado. Temporada alta



Fuente: DTS Consultores

Del total de las personas encuestadas durante la temporada alta, el 53% de ellas (159 personas) pertenecen al sexo masculino y un 47% (151) al sexo femenino.

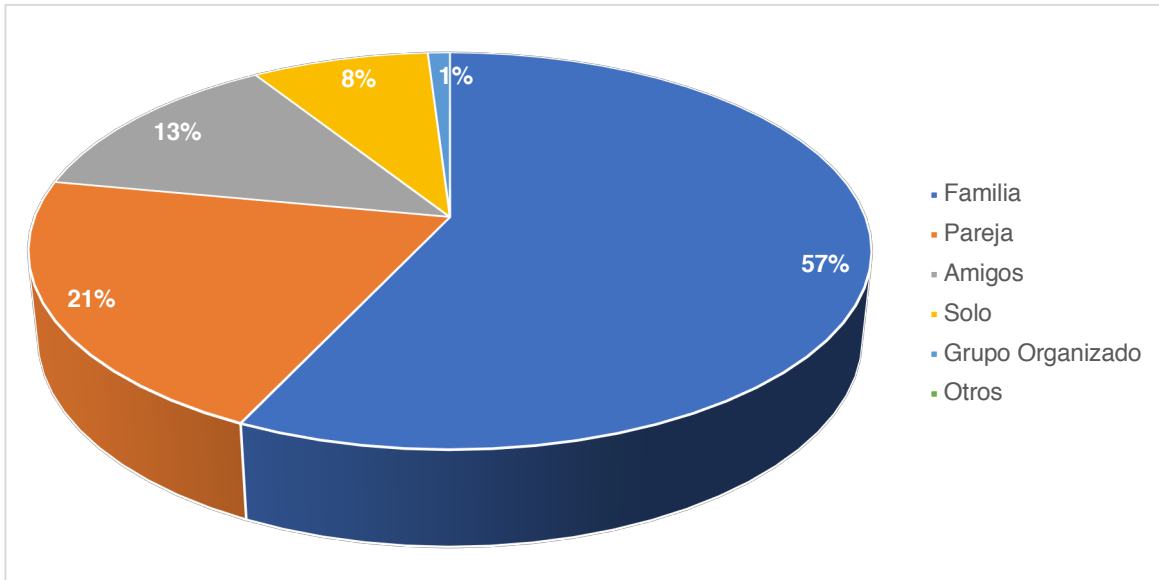
Gráfico N° 49. Número de personas según rango etario. Temporada alta



Fuente: DTS Consultores

El gráfico anterior responde a los datos entregados por cada uno de los 300 turistas encuestados, bajo la pregunta ¿cuántas personas integran su grupo de viaje y a qué rango etario corresponde cada uno?, identificándose mayoritariamente que el 22% estaba compuesto por 208 adolescentes menores a los 18 años. Le siguen, en orden de mayor a menor participación, los siguientes rangos: con el 17% aquellas personas entre los 19 y 25 años (163), con el mismo porcentaje quienes se encuentran entre los 38 y 45 años (162), seguidos por el 16% del conjunto de 26 a 37 años (153), apareciendo muy de cerca el 15% compuesto por las personas que tienen entre 46 a 60 años (147) y terminando con el 13% de los mayores de 61 años (128). El total de personas contabilizadas, según la respuesta de los encuestados equivale a 961 turistas.

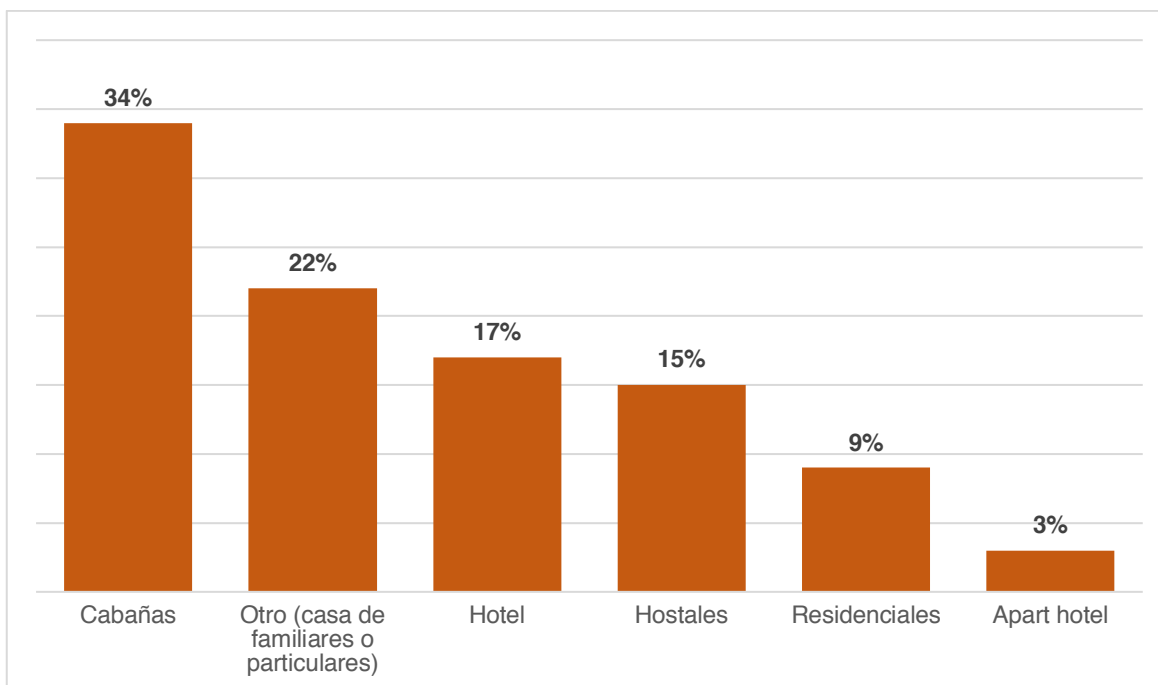
Gráfico N° 50. Composición del grupo de viaje. Temporada alta



Fuente: DTS Consultores

Un 57% (171) de las personas encuestadas respondió haber realizado el viaje junto a su familia, un 21% (63) haber viajado junto a la pareja, un 13% (39) viajó junto a un grupo de amigos, el 8% (24) visitó de manera individual la comuna y el último 1% (3) llegó mediante un grupo organizado. Con lo anterior, se evidencia que el destino en general es mayoritariamente visitado por un segmento familiar, seguido por quienes viajan en pareja. Ambas cifras son las más representativas. Por otro lado, y como dato vinculado a esta información, la pernoctación promedio de las personas encuestadas equivale a 3,8 noches por viaje.

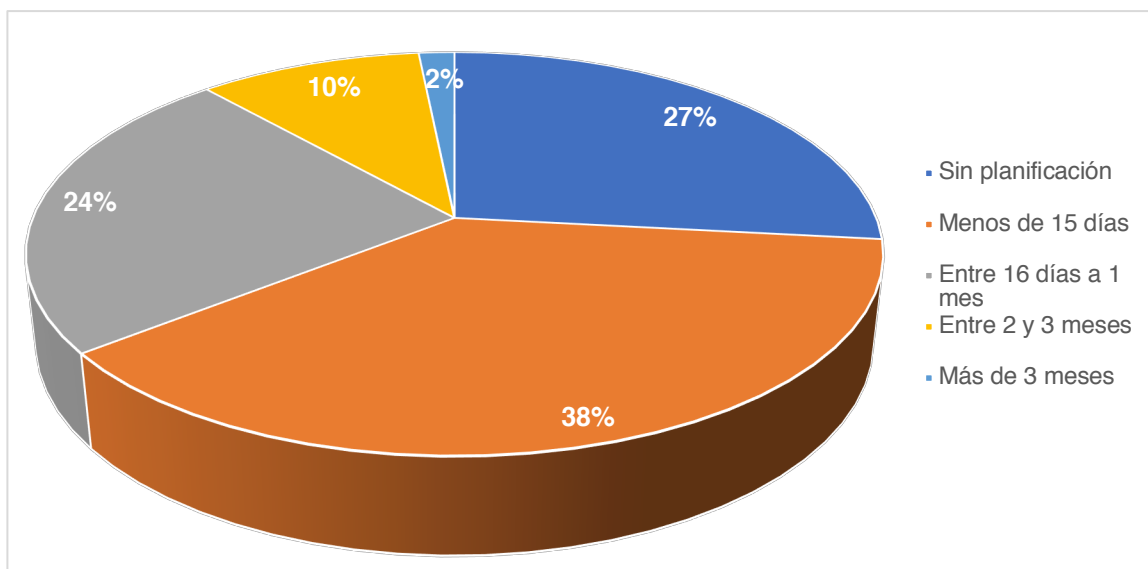
Gráfico N° 51. Tipo de alojamiento utilizado. Temporada alta



Fuente: DTS Consultores

El gráfico anterior muestra los tipos de establecimientos de alojamiento que utilizaron los turistas encuestados, donde el 34% respondió que opta por las “cabañas”. El 22% señala que prefiere arrendar una casa particular, mientras que los que prefieren alojar en hoteles representan al 17% de los encuestados. Le sigue el 15% que aloja en hostales, el 9% que usa hospedaje residencial y finalmente, 3% que aloja en apart hotel.

Gráfico N° 52. Tiempo de planificación del viaje. Temporada alta

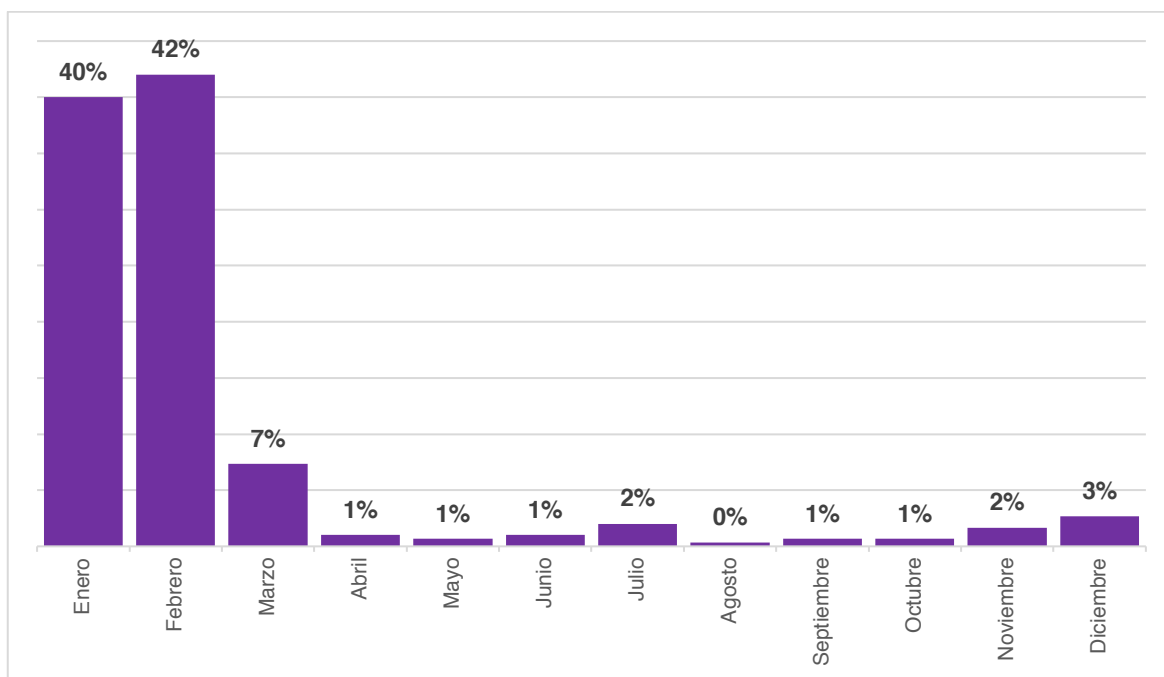


Fuente: DTS Consultores

El tiempo de planificación, indicado por las personas encuestadas, revela que el 37,7% (113) de los visitantes encuestados se toma menos de 15 días en planificar el viaje, mientras que un porcentaje

correspondiente al 26,7% (80) afirma viajar al destino sin mayor planificación, igualmente el 24% (72) indica planificar la visita entre 16 días a un mes. Un poco más alejando se encuentran, con el 10% (30), todas aquellas personas que toman entre 2 y 3 meses para planificar esta visita, dejando al 1,6% (5) de los encuestados que dice tardar aproximadamente más de tres meses en preparar todo para visitar la comuna.

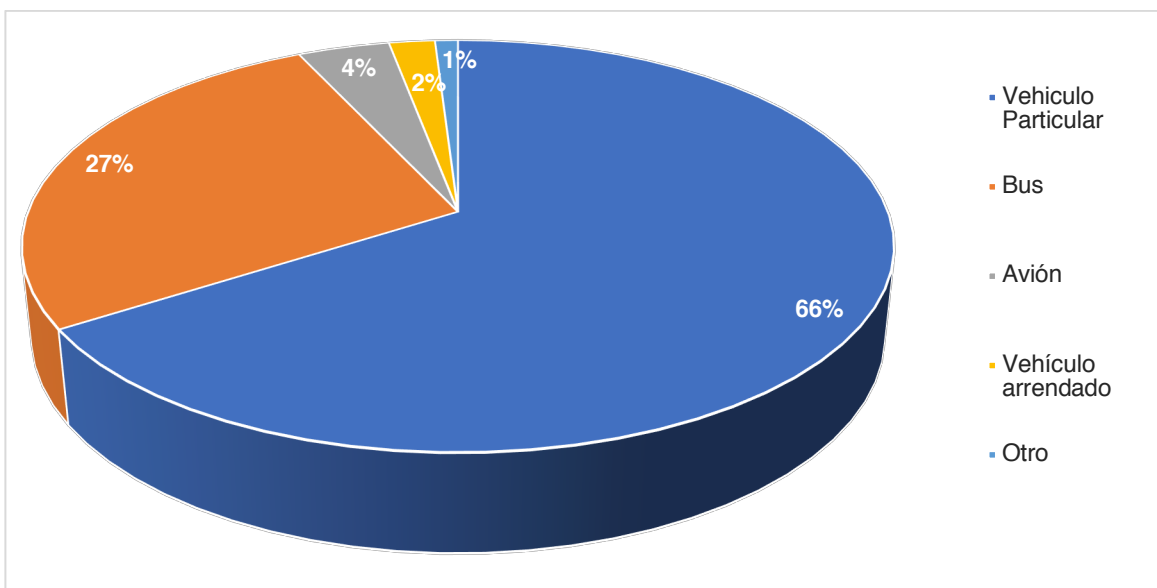
Gráfico N° 53. Meses de preferencia para realizar el viaje. Temporada alta



Fuente: DTS Consultores

En cuanto a la fecha preferida para vacacionar se concluyó que febrero es el mes predilecto por los turistas, tanto nacionales como internacionales. El mes febrero concentra el 42% (126) de las preferencias para realizar este viaje, seguido por enero con un 40% (120), dejando para el resto de los meses el 18%, distribuidos desde marzo a diciembre.

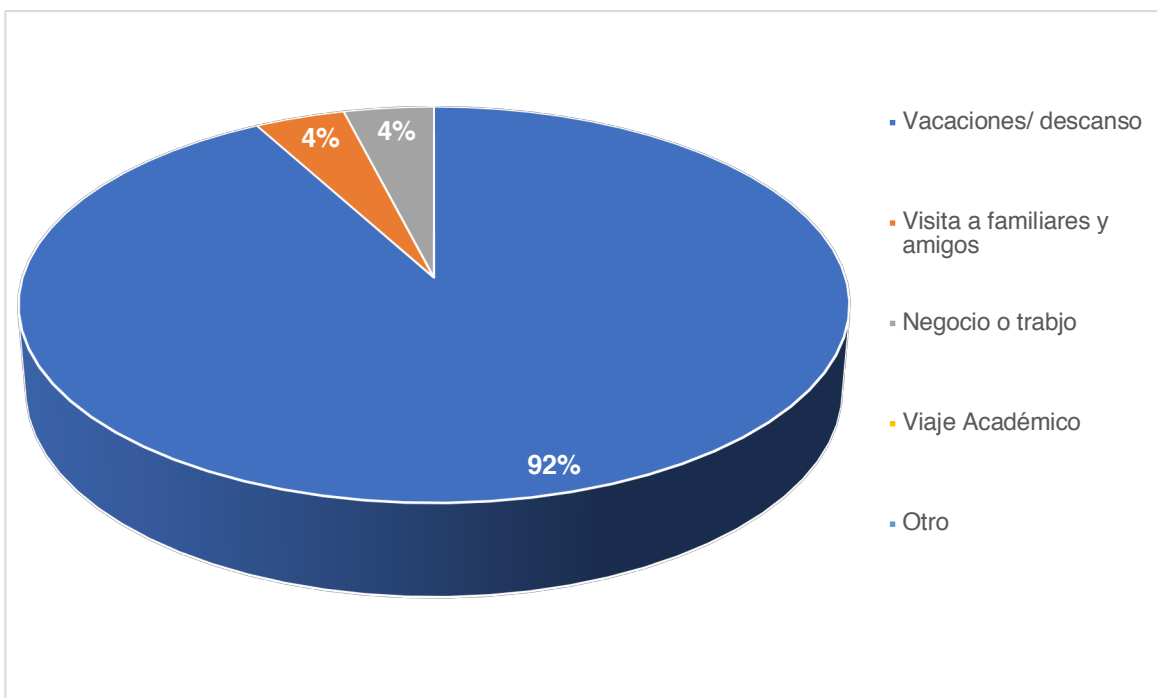
Gráfico N° 54. Medio de transporte utilizado. Temporada alta



Fuente: DTS Consultores

El 66% de los visitantes encuestados indicó que el medio de transporte utilizado para realizar el viaje fue vehículo particular, el 27% manifestó que llegó al destino viajando en buses interurbanos, el 4%, provenientes de otro país, usó el avión para llegar a la capital y luego el bus para trasladarse a la comuna, quedando un 2% que viajó mediante un vehículo rentado. La alternativa vinculada a otro medio y equivalente al 1% fue por un viaje realizado “a dedo” como se le conoce popularmente.

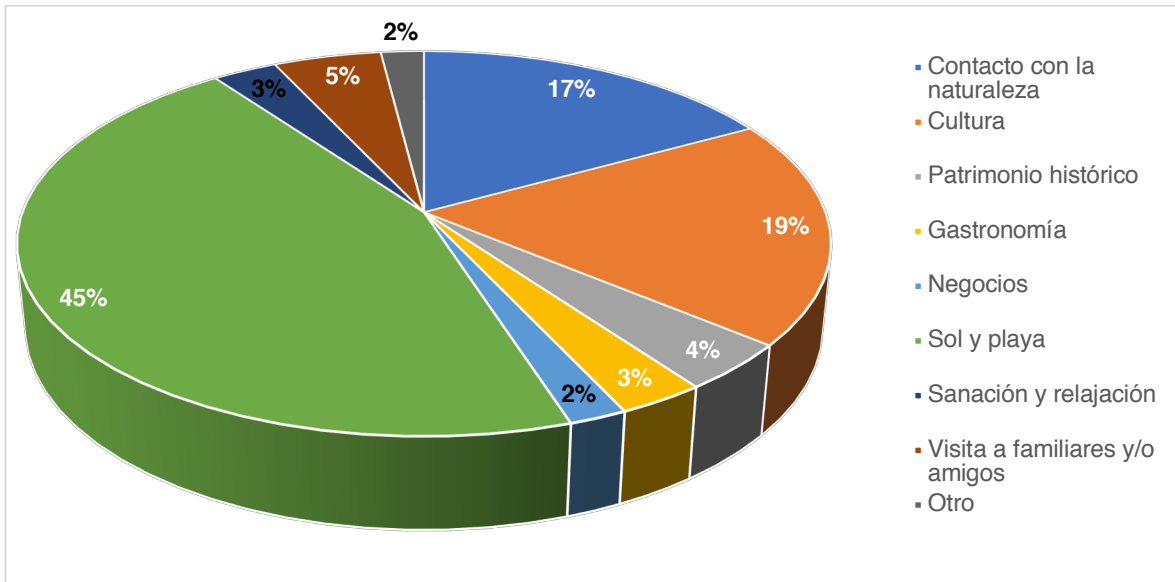
Gráfico N° 55. Propósito principal del viaje. Temporada alta



Fuente: DTS Consultores

Un gran porcentaje, correspondiente al 92% de las personas encuestadas, indicó que el motivo principal del viaje fue descanso o vacaciones, equivalente a 276 personas. Por otro lado, y bien alejados, se encuentran quienes indicaron viajar por temas de negocio/trabajo y visita de familiares/amigos alcanzando un 4% cada uno. Las opciones de viaje académico y otros, no fueron consideradas por ningún encuestado.

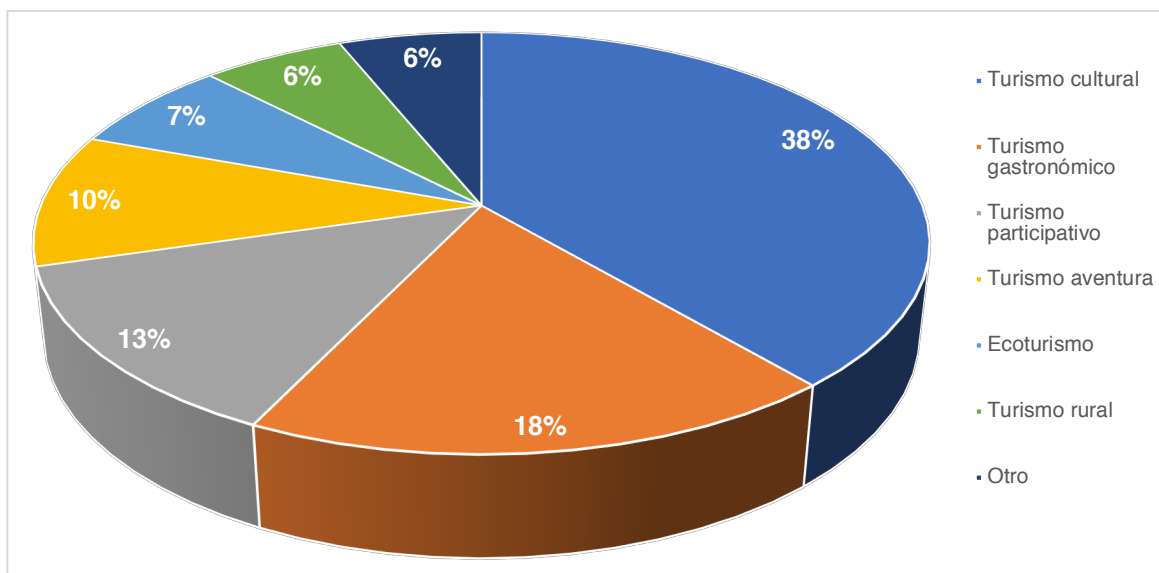
Gráfico N° 56. Motivo de elección del destino El Quisco. Temporada alta



Fuente: DTS Consultores

Una de las principales motivaciones que presentan los visitantes de El Quisco para escoger este destino es el interés por disfrutar del turismo de sol y playa, que representa el 45% (135) del total. El 19% (57) dice preferir la comuna debido a la cultura y la historia que posee, seguido del 17% (51) que menciona el contacto con la naturaleza como razón motivante del viaje. El 5% (15) dice estar en la comuna por visitar algún familiar y/o amigos, el 4% (12) por visitar patrimonios históricos, un 3% (9) por sanación/relajo y por la gastronomía que ofrece el lugar, y los dos últimos compuestos por el 2% dice estar por negocios o por temas puntuales, como compra de mercadería o mariscos.

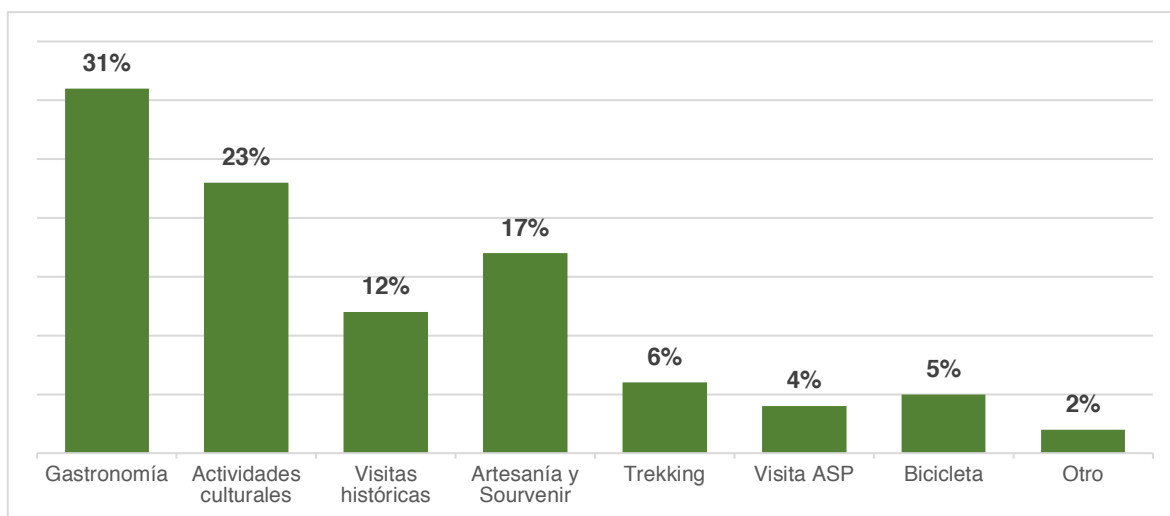
Gráfico N° 57. Tipo de turismo que ha realizado durante la estadía. Temporada alta



Fuente: DTS Consultores

Respecto al tipo de turismo realizado durante la estadía, el 38% de los visitantes dice que realizó o realizará turismo cultural; visita a casas de poetas, iglesias, entre otros. El 18% manifiesta preferir el destino por sus diferentes platos en relación con la gastronomía marina y tradicional. En tercer lugar, con el 13%, indican el deseo de realizar algún tipo de turismo participativo, quedando en cuarto lugar, con el 10%, a quienes quieren o han vivido actividades de turismo de aventura, tales como kayak y cicloturismo. El ecoturismo o turismo ecológico ha sido indicado por el 7% de los encuestados, mientras que el 6% responde querer vincularse con el turismo rural y turismo religioso.

Gráfico N° 58. Actividades que le gustaría realizar en su visita. Temporada alta

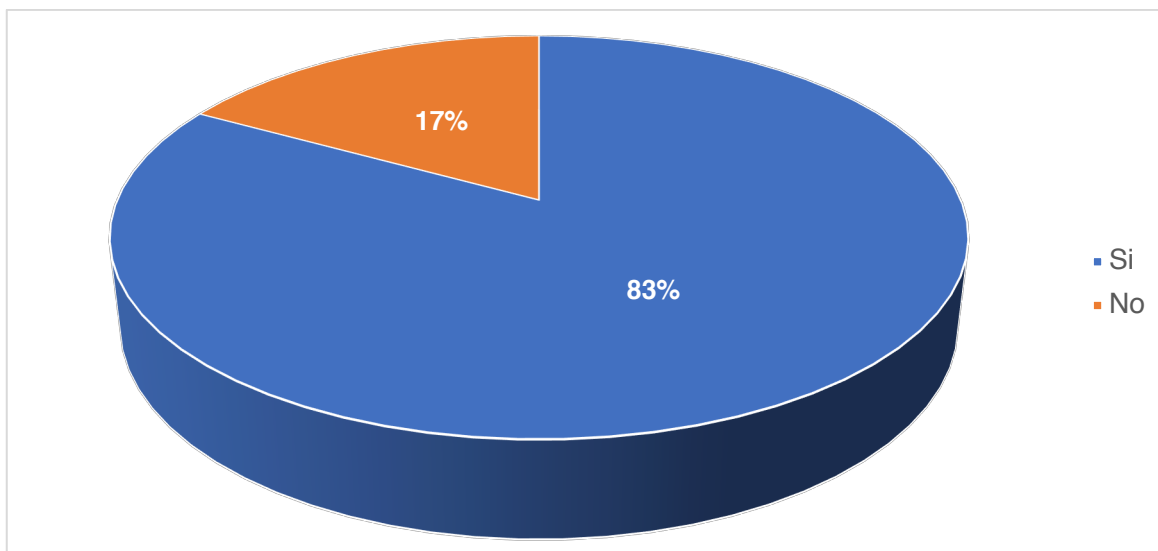


Fuente: DTS Consultores

Relacionado con la pregunta ¿qué actividades le gustaría encontrar al momento de visitar El Quisco?, se obtuvo la siguiente priorización: el 31% (93) de los turistas indicó tener interés en actividades vinculadas a la gastronomía, el 23% (69) hizo mención de las actividades culturales, el 17% (51) reveló su interés por participar de actividades de artesanía local, seguidos por el 12% (36)

motivados por visitas históricas. Con menos participación se indican actividades de trekking: 6% (18), bicicleta: 5% (15), visitar áreas silvestres protegidas: 4% (12).

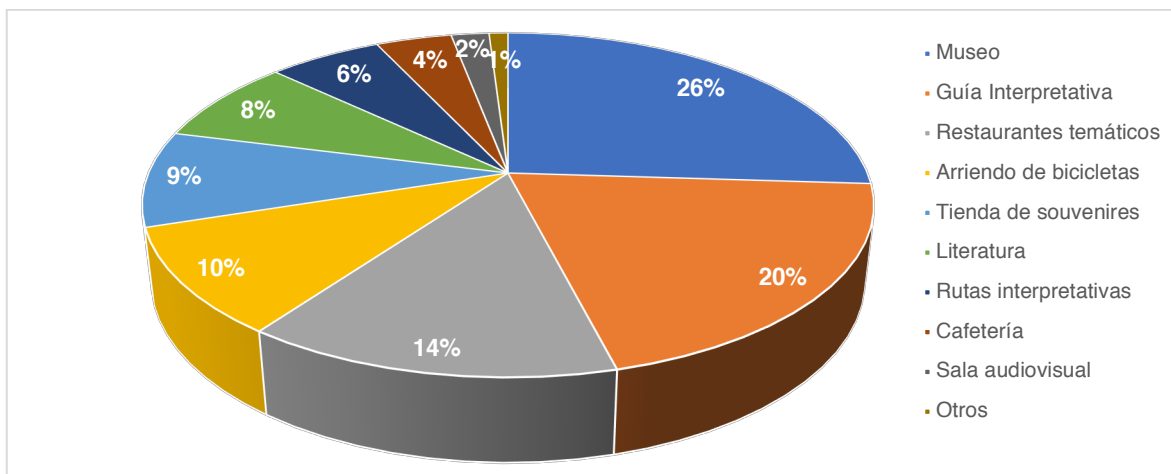
Gráfico N° 59. Interés por visitar atractivos turísticos de la comuna. Temporada alta



Fuente: DTS Consultores

La gran mayoría de los encuestados, 83%, afirma tener un gran interés por visitar atractivos turísticos de la comuna como elementos cruciales en su motivación de llegar a este destino. El 17% restante no presenta interés alguno, principalmente por falta de información y desconocimiento de los atractivos de la comuna.

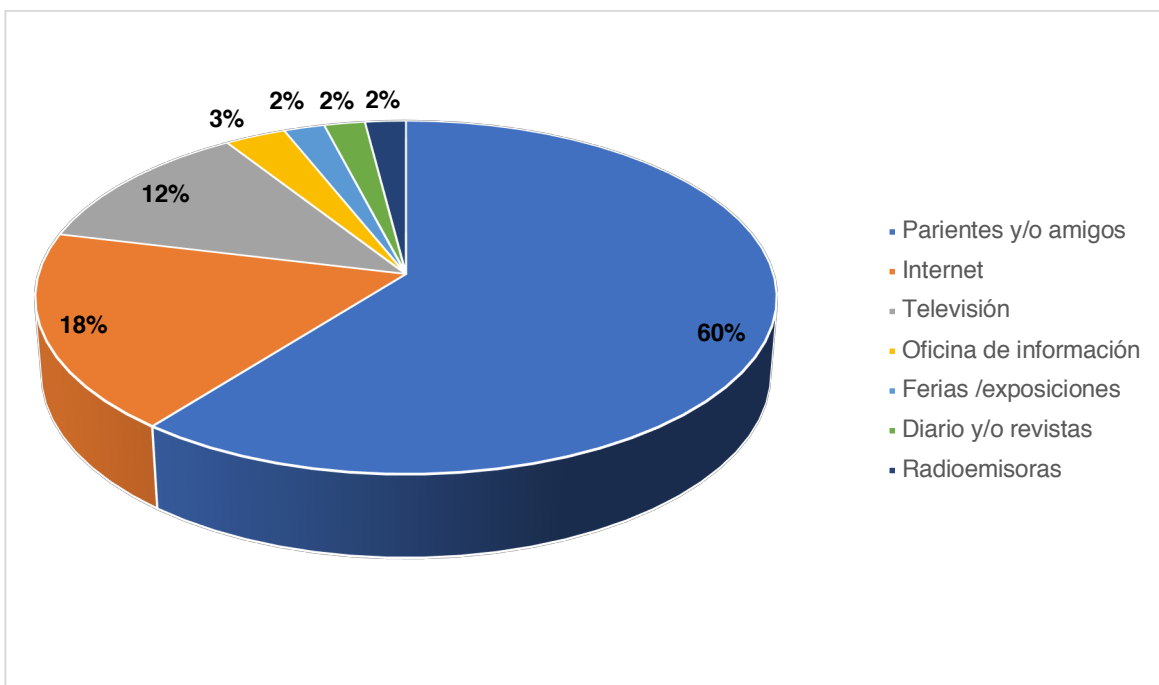
Gráfico N° 60. Tipo de servicio que espera encontrar en los atractivos turísticos. Temporada alta



Fuente: DTS Consultores

Dentro de los servicios que los turistas esperan encontrar al momento de visitar un atractivo turístico, se encuentran los siguientes (de mayor a menor): museo (26%), guía interpretativa (20%), restaurante temático (14%), si es un área de gran extensión que cuente con arriendo de bicicletas (10%), tienda de souvenirs (9%) y literatura ligada al atractivo (8%), rutas interpretativas (4%), cafeterías (4%), salas audiovisuales (2%) y otros (1%), que al desagregar se conformó con la opción de baños públicos.

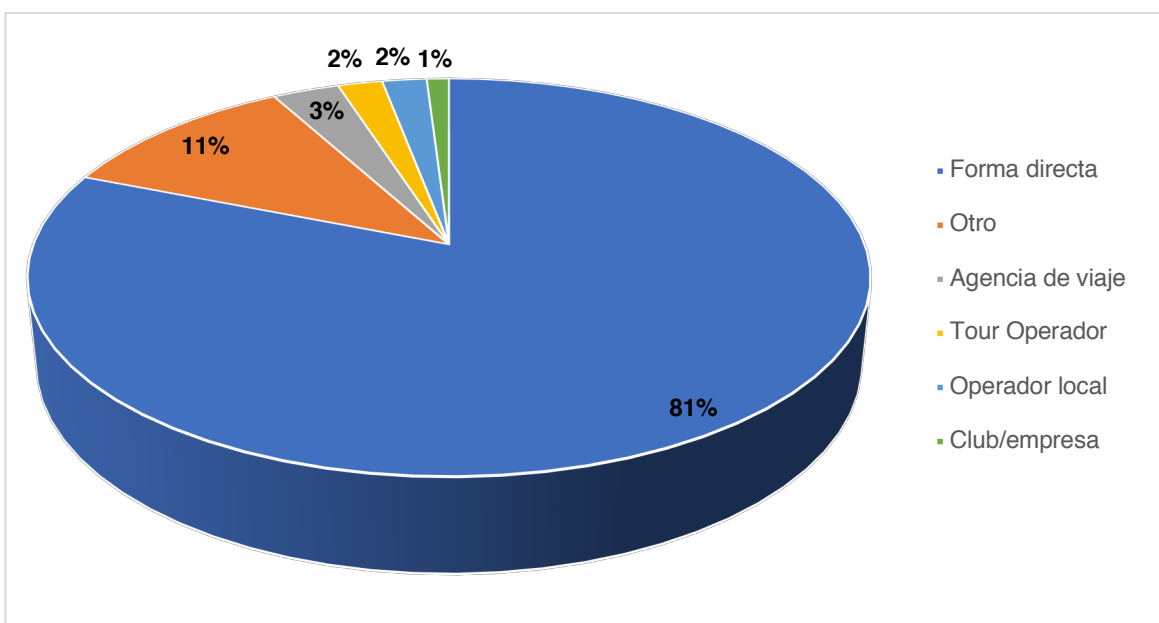
Gráfico N° 61. Fuentes de información. Temporada alta



Fuente: DTS Consultores

Respecto a las fuentes de información que han usado los encuestados, se indica que el 60% de las personas señala que su principal fuente de información acerca de los atractivos, actividades y servicio que ofrece la comuna, fueron parientes y/o amigos, el 18% comenta haber averiguado por sitios web o redes sociales y el 12% afirmó haber visto el destino en algún reportaje de televisión. El resto de los porcentajes son menores, relacionados con oficinas de información, 3%, seguido por diarios, revistas, ferias/ exposiciones, que representan el 2% cada una.

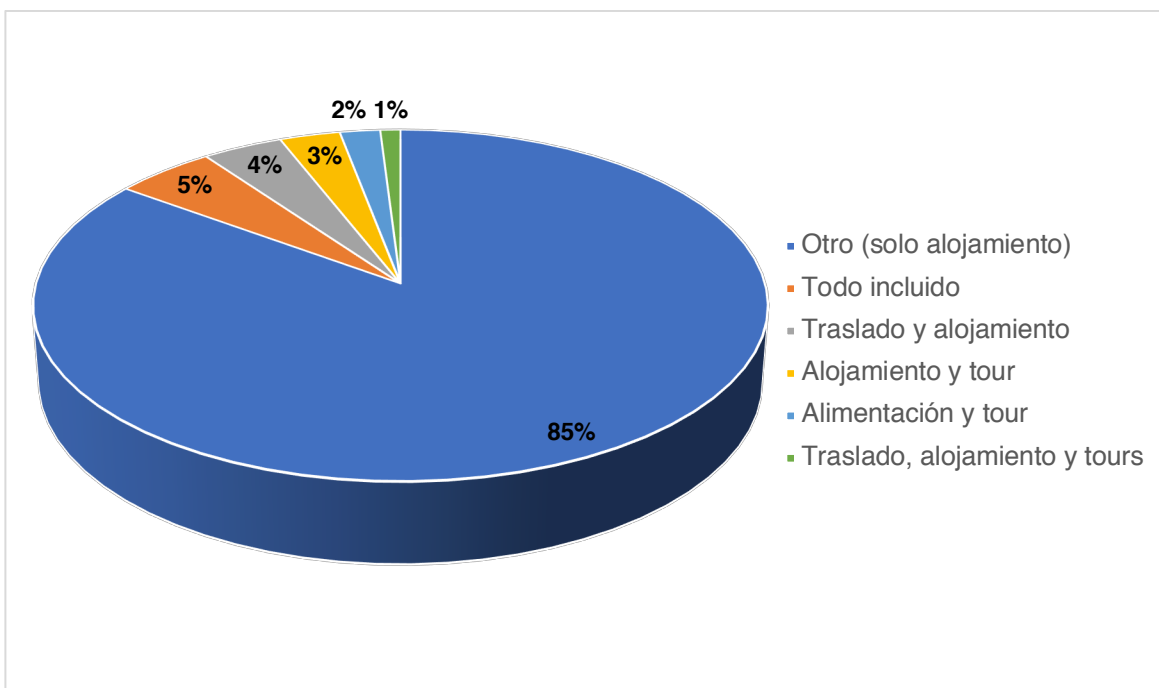
Gráfico N° 62. Contratación de los servicios a través de intermediario o de manera directa. Temporada alta



Fuente: DTS Consultores

El 81% de los turistas afirma haber contratado el servicio de forma directa sin ningún tipo de intermediario, el 11% mediante llamado telefónico o por redes sociales, 3% por medio de una agencia de viaje, y el 2% respondieron haberlo hecho por medio de un operador local o tour operador, finalmente el 1% dijo que contrató los servicios por medio de un convenio de empresa.

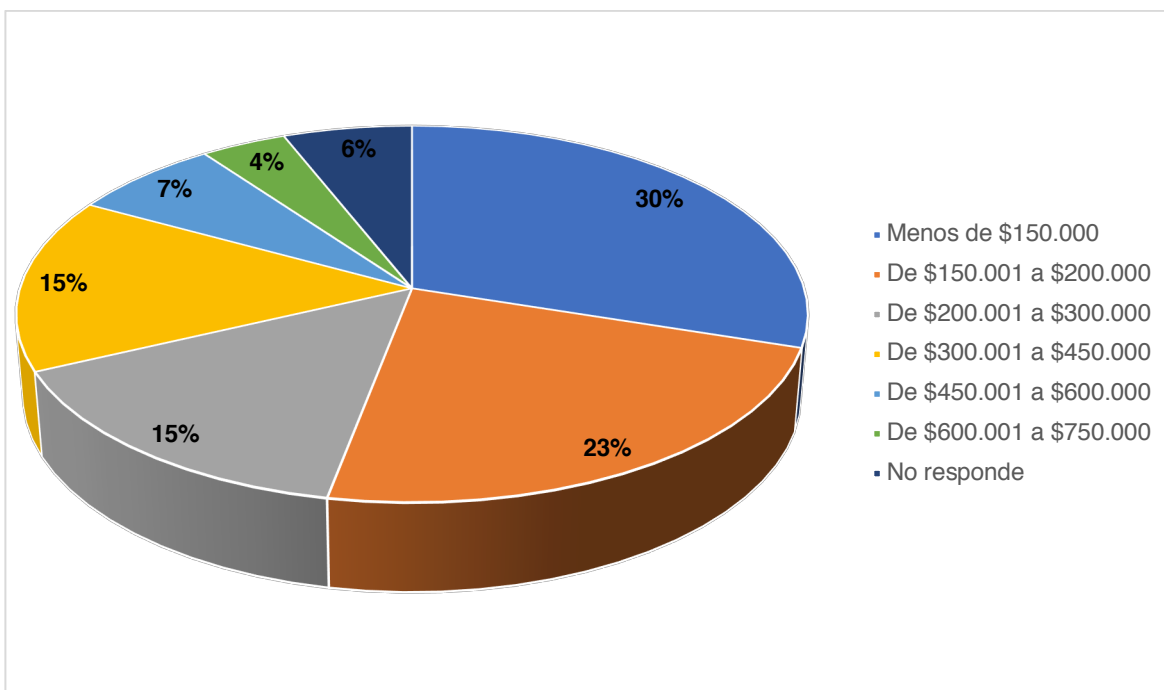
Gráfico N° 63. Modalidad de contratación de los servicios. Temporada alta



Fuente: DTS Consultores

Dentro de los grupos de personas encuestadas y que contrataron algún tipo de servicio, el 85% dice solo haber contratado el servicio de alojamiento y que lo demás lo verá en el transcurso de los días, un 5% contrató el servicio con todo incluido antes de realizar el viaje, un 4% solo traslado y alojamiento, un 3% alojamiento y circuitos, un 2% solo circuitos y servicio de alimentación y solo un 1% traslado, alojamiento y circuitos.

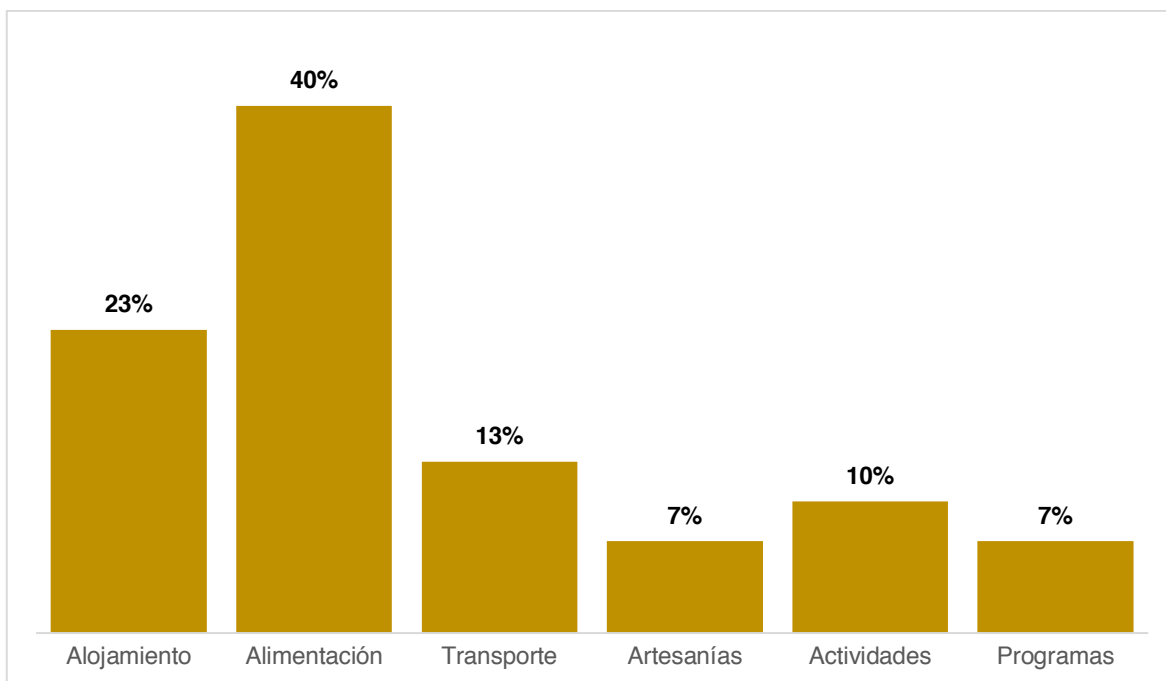
Gráfico N° 64. Gasto familiar realizado en el destino. Temporada alta



Fuente: DTS Consultores

De las 300 personas encuestadas en temporada alta, el 30% de ellos respondió que el rango de estimación de gasto su estadía es menor a \$150.000, mientras que el 23% señala que estima gastar entre \$150.001 a \$200.000. Otros dos grupos, con misma la participación del 15%, dicen gastar entre los \$200.001 a \$300.000 y entre los \$300.001 a \$450.000, un 7% afirma que espera gastar entre los \$450.001 a \$600.000 y el último porcentaje de personas manifiesta que gastará bordeando los \$600.001 a \$750.000 durante toda su estadía.

Gráfico N° 65. Gasto según ítem. Temporada alta



Fuente: DTS Consultores

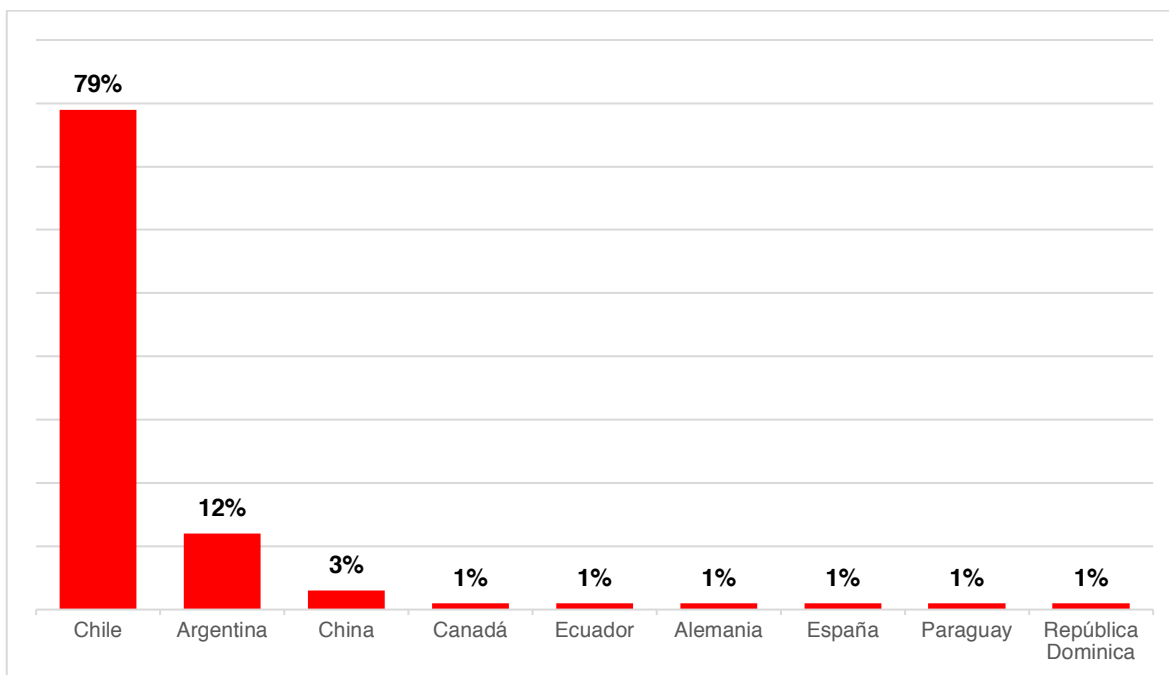
La desagregación del gasto está compuesto por: 40% en alimentación, 23% en alojamiento, 13% transporte, 10% actividades, 7% programas, por una parte, y compra de artesanía por el otro.

Finalmente, se le pregunta a los grupos de viajeros cuales han sido los atractivos turísticos visitados o que visitarían durante su estadía. El siguiente listado representa las opciones entregadas en la encuesta y los tres primeros son los que más se repitieron al momento de elegir.

- **Casa museo Pablo Neruda**
- **Iglesia de El Totoral**
- **Quebrada de Córdova**
- Casa Nicanor Parra
- Playas
- Centro El Quisco
- Playa Las Conchitas

3.4.3.2.2 Análisis encuestas de demanda temporada media

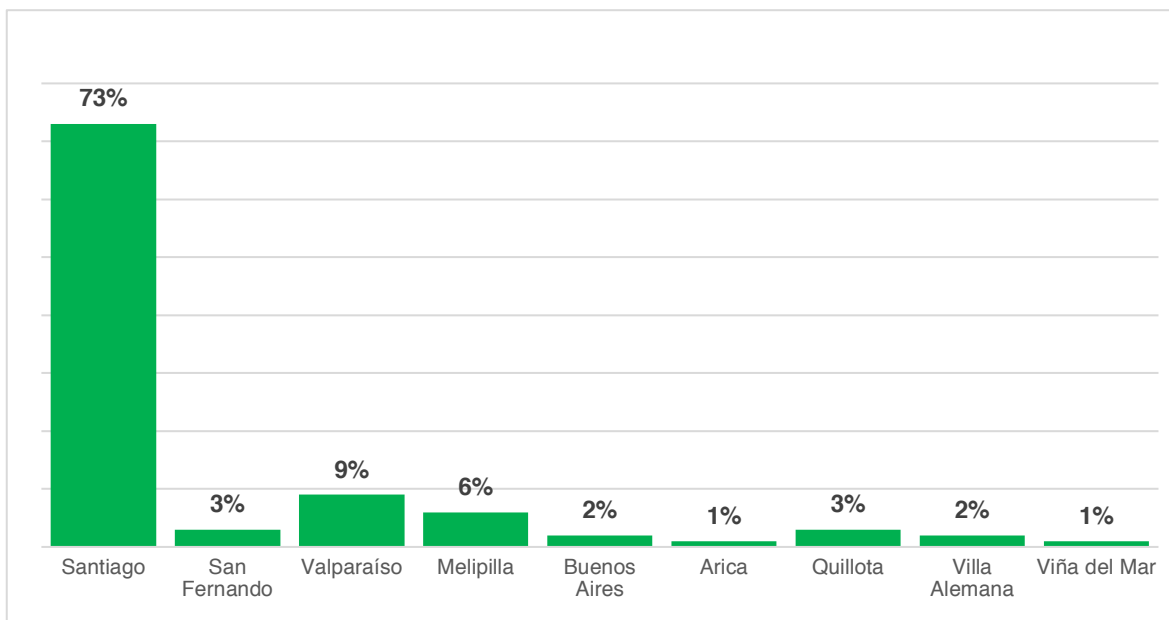
Gráfico N° 66. País de procedencia. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

De acuerdo con el país de procedencia de los visitantes el mayor número corresponde a chilenos (79%), muy de lejos con un 12% aparecen los turistas argentinos. El resto de respuestas van entre un 3% que señalar venir desde China y otros países con un 1%.

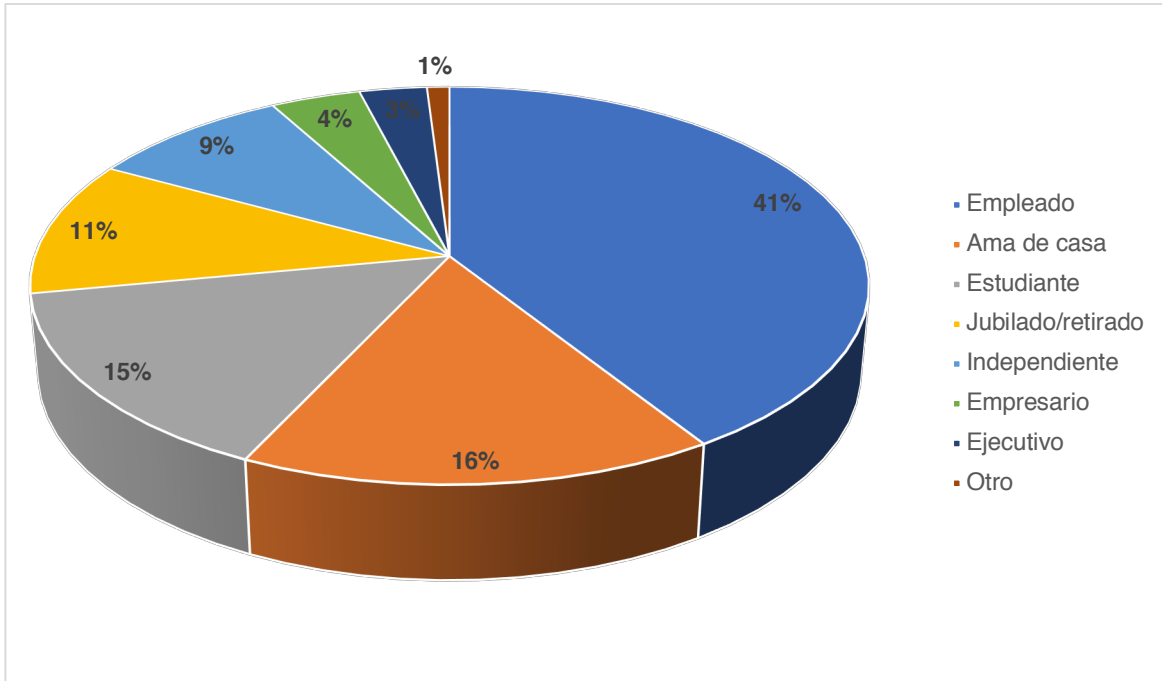
Gráfico N° 67. Ciudad/comuna de residencia habitual. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

En cuanto a la ciudad de origen, el mayor número de encuestados procede de Santiago, con un 73%, le sigue Valparaíso (9%) y Melipilla con un 6%. El resto de ciudades no sería representativo para la toma de deisiones.

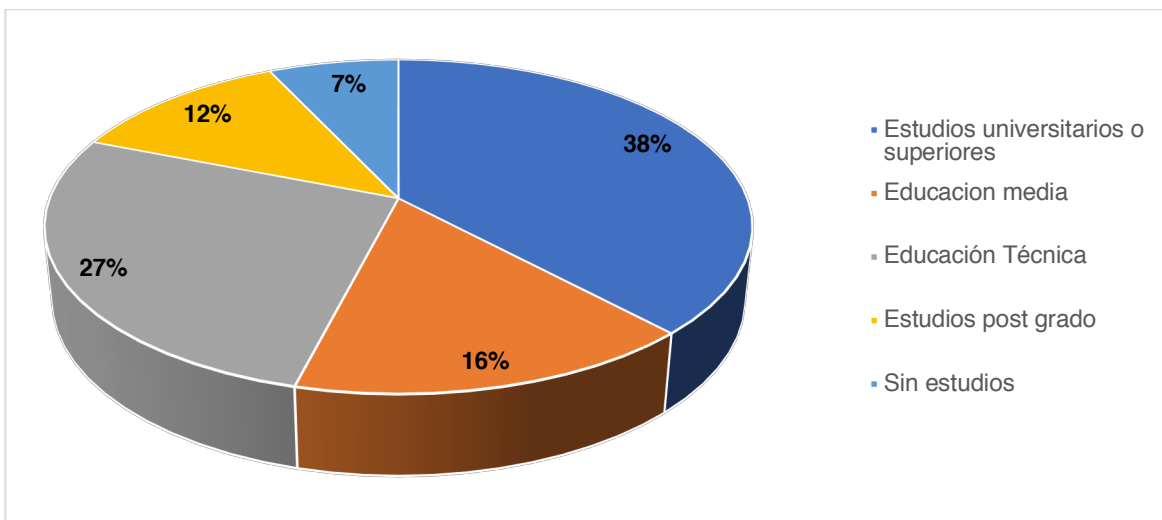
Gráfico N° 68. Situación laboral. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

Dentro de los trabajos que desempeñan los turistas encuestados, el 41% mencionó ser empleado dentro de una empresa, seguido por un 16% las amas de casa, que en esta temporada aumentaron su participación. Con el 15% aparece el turista que aún se encuentra en proceso de estudios universitarios o técnicos, seguido por el 11% correspondiente a jubilados o retirados. Un 9% corresponde a trabajadores independientes, quedando con menor participación los empresarios, 4%, y ejecutivos con un.

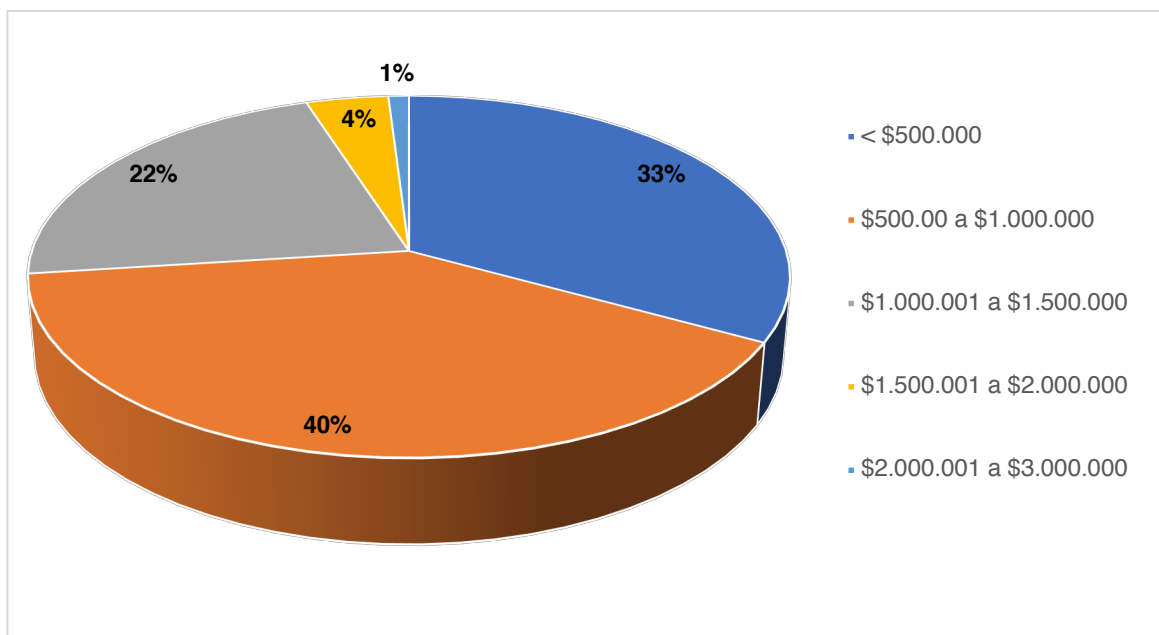
Gráfico N° 69. Nivel educacional. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

Con respecto al nivel de educación de los encuestados, el 38% presenta estudios universitarios o en vías de terminarlo, un 27% se formó en educación técnica, dejando el 16% a los visitantes que han culminado su educación media. Con un 12% de las respuestas aparecen aquellos visitantes que tienen post títulos y finalmente el 7% quienes indican no poseer estudios.

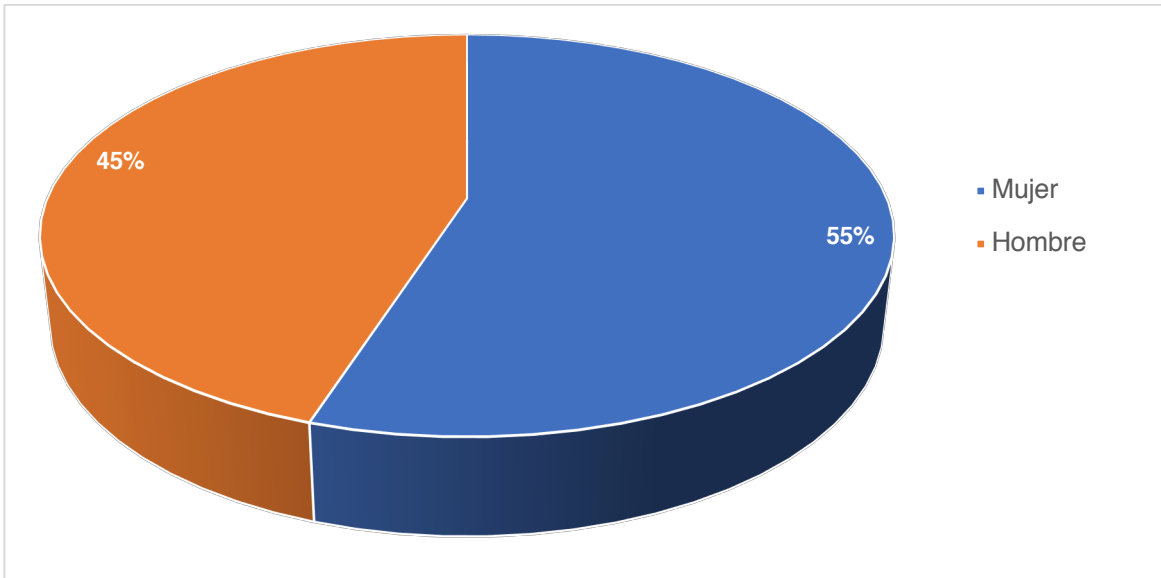
Gráfico N° 70. Rango de ingreso mensual familiar. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

El 40% (40) de de los encuestados respondió que el rango en el cual se encuentra el ingreso mensual familiar es de aproximadamente \$500.000 y \$1.000.000, mientras que un 33% (33) afirma que su ingreso familiar no supera los \$500.000 al mes, dejando como otro tercer grupo a los que su ingreso va desde el \$1.000.001 al \$1.500.000, con un 22% (22). Finalmente, y con una representación mínima, aparece con un 4% (4) quienes declaran ganar entre \$1.500.001 a \$2.000.000, y con un 1% quienes ganan entre \$2.000.001 a \$3.000.000.

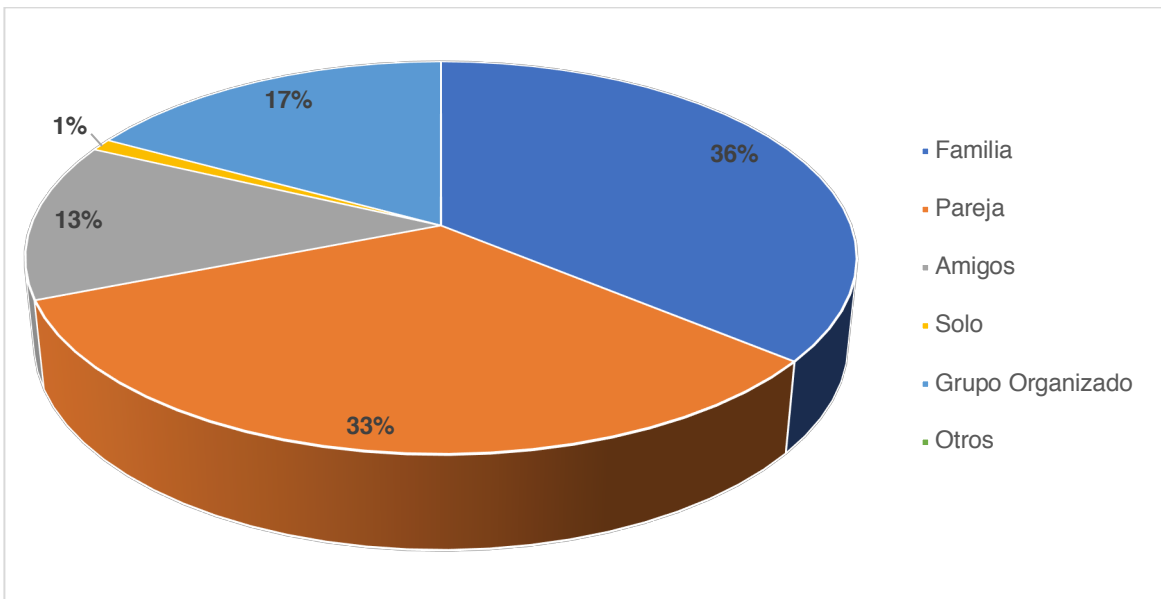
Gráfico N° 71. Género del entrevistado. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

Dentro de los grupos de personas que se encuestaron el mayor porcentaje de género fueron mujeres, que corresponde al 55%, dejando el 45% restante para el sexo masculino.

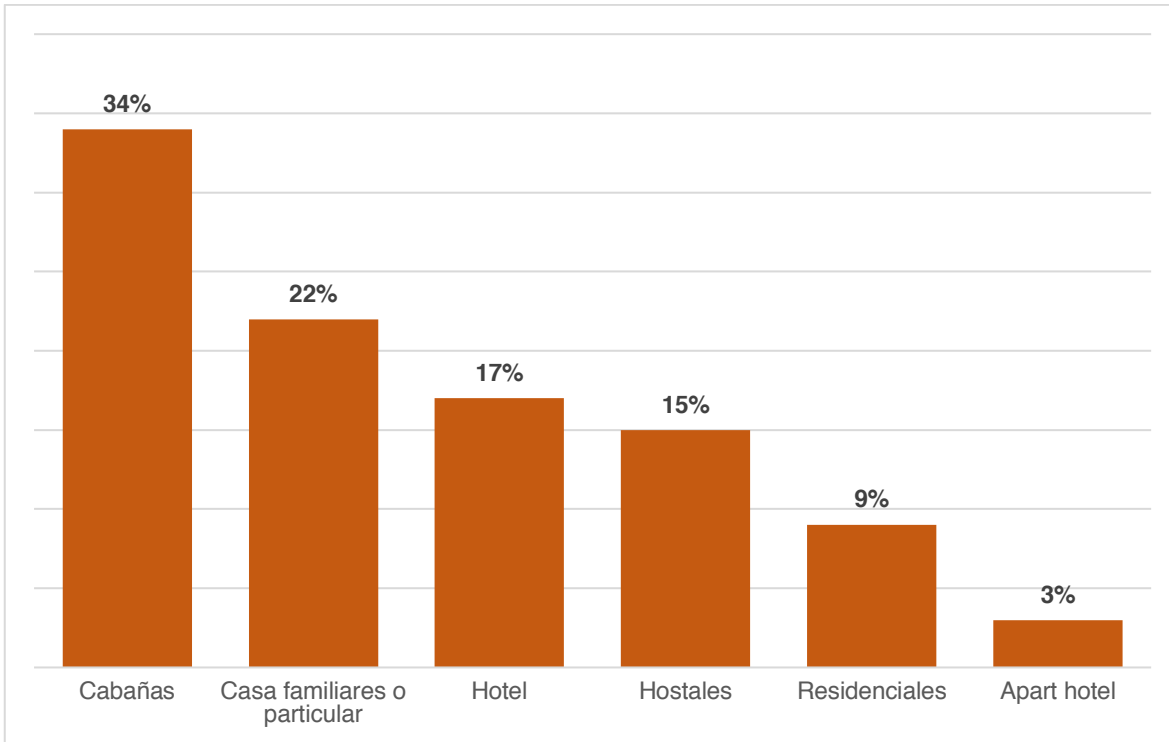
Gráfico N° 72. Composición del grupo de viaje. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

Un 36% de las personas encuestadas respondió haber realizado el viaje junto a su familia, un 33% con una pareja y un 17% como parte de un grupo organizado - tercera edad o municipal-. Un cuarto resultado fueron aquellos que visitan el destino con amigos, y que llega al 13%, cifra relevante para la propuesta de productos turísticos experienciales. Además, también se preguntó por la permanencia en destino y el resultado fue de 1,7 noches, en promedio.

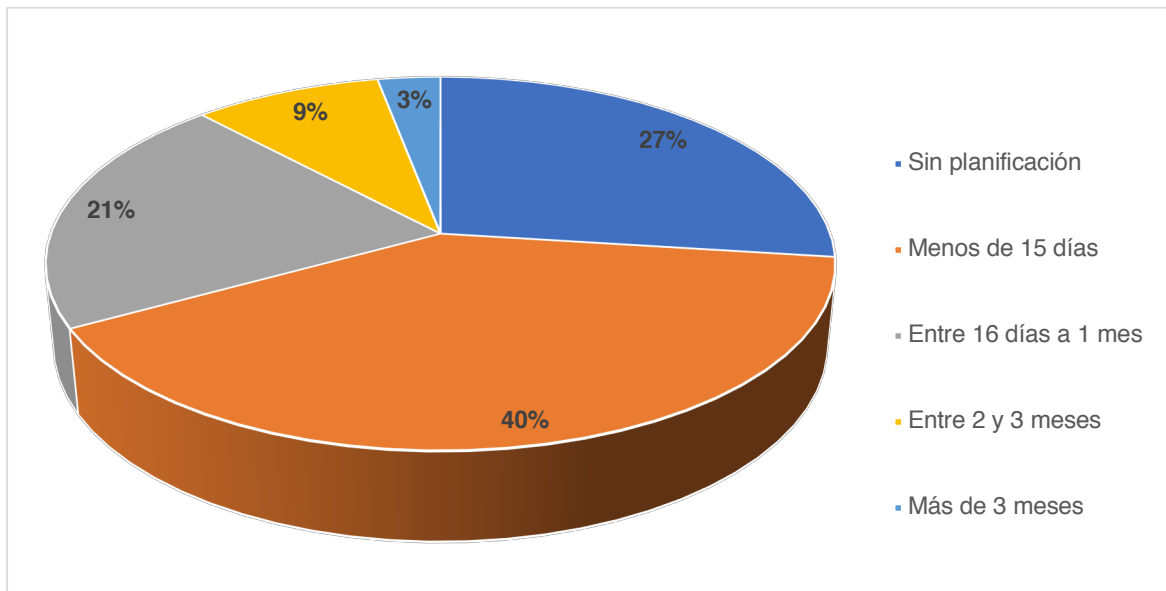
Gráfico N° 73. Tipo de alojamiento utilizado. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

El principal alojamiento utilizado por los turistas que llegan en temporada media es la “cabaña” que llega a un 34% del total. Le sigue la casa particular o de familiares con un 22%, el hotel con el 17%, los hostales con un 15%, las residenciales con el 9%, y finalmente, el apart hotel con el 3%.

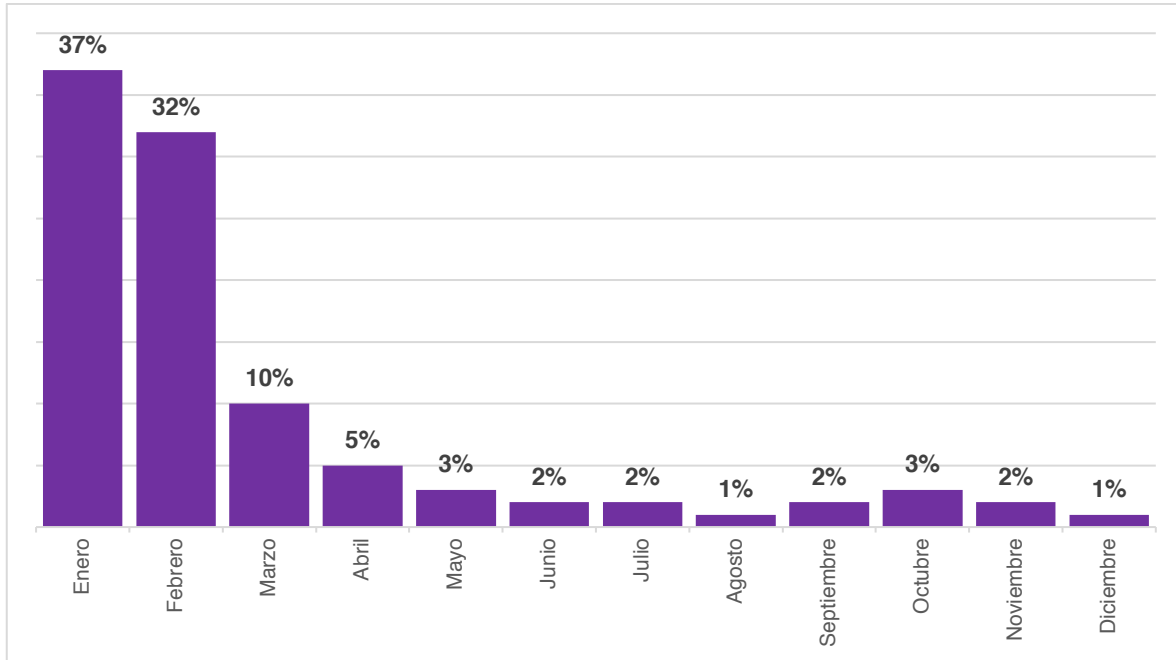
Gráfico N° 74. Tiempo de planificación del viaje. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

La planificación de la visita a la comuna fue: 40% un tiempo menos a 15 días, un 27% no planifica, el 21% entre 16 días a un mes, un 9% entre los 2 y 3 meses y un 3% dice tardar más de tres meses en planificar la visita.

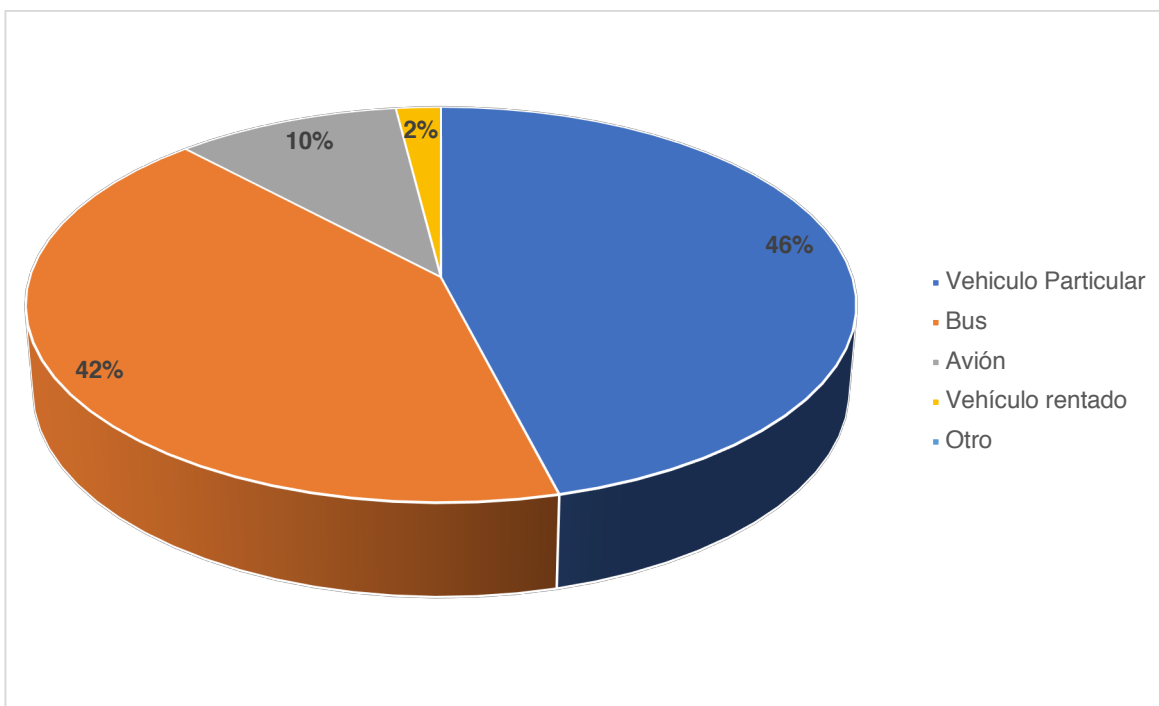
Gráfico N° 75. Meses de preferencia para realizar el viaje. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

En cuanto a la fecha preferida para vacacionar se concluyó que enero es el mes predilecto por los turistas, tanto nacionales como internacionales, para viajar, con un 37%, seguido por el 32% que prefiere febrero. Marzo y abril igual tienen una preferencia que va en descenso a los meses de invierno, pero igualmente tienen participación. El último trimestre también indica antecedentes un poco más elevados al tercer trimestre del año que tiene muy bajo movimiento.

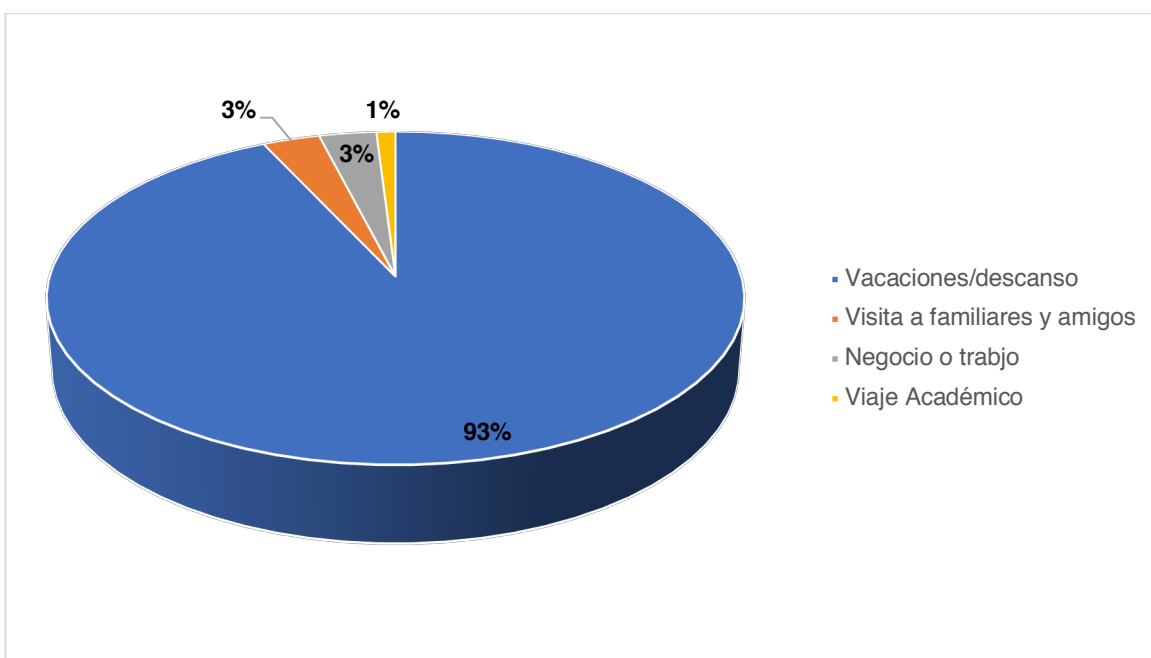
Gráfico N° 76. Medio de transporte utilizado. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

Un 46% de los visitantes indicó que el medio de transporte utilizado para realizar el viaje fue el vehículo particular, un 42% manifestó que llegó al destino viajando en bus interurbano o algún medio de locomoción pública, el 10% dice haber tomado un avión para llegar a Chile y luego tomar algún medio de locomoción para llegar a El Quisco, y el último 2% indicó haber arrendado un vehículo.

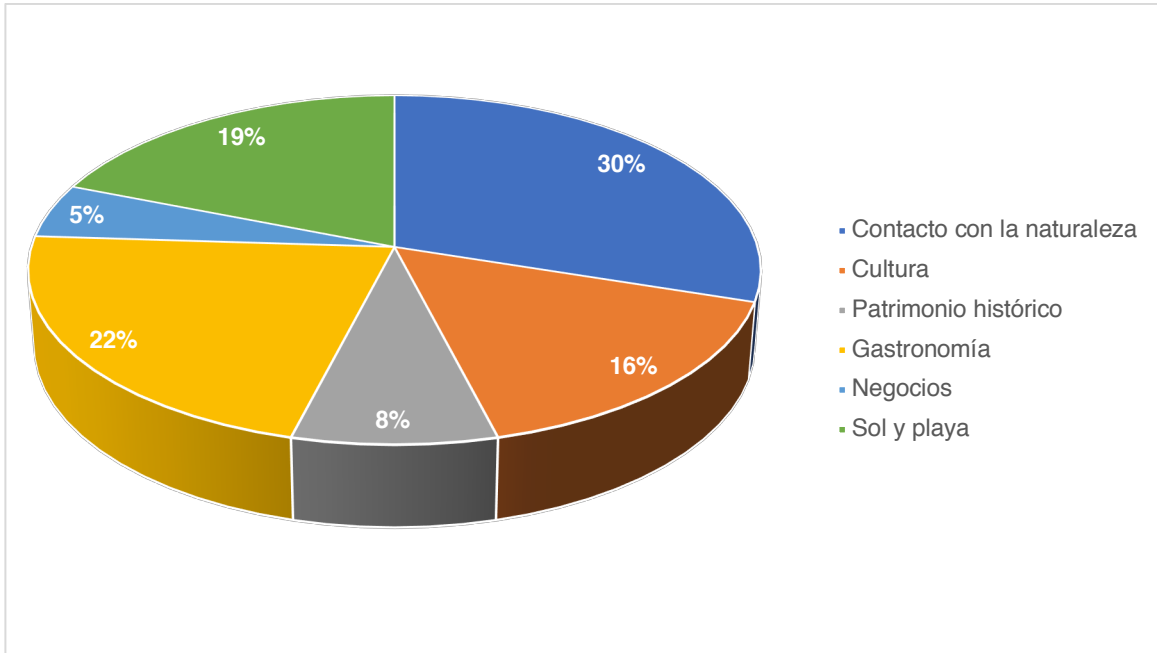
Gráfico N° 77. Propósito principal del viaje. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

El 93% de las personas encuestadas indicó que el motivo principal del viaje fue por descanso o vacaciones, dos grupos del 3% cada uno señalan haber visitado la comuna por temas de visita a familiares/amigos y razones de negocio/trabajo, dejando un 1% a razones por motivo académico.

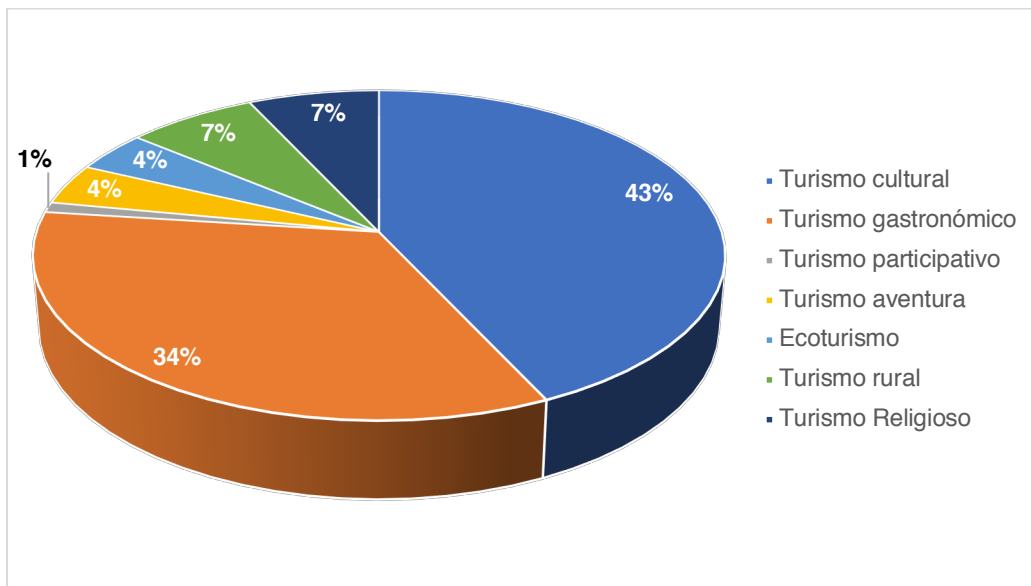
Gráfico N° 78. Motivo de elección del destino El Quisco. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

Una de las principales motivaciones es el contacto con la naturaleza, con un 30%, seguido por motivaciones gastronómicas con el 22%, sol y playa con el 19%, cultura con el 16%, visitar patrimonio histórico con el 8% y como último motivo, el 5% vinculado a negocios.

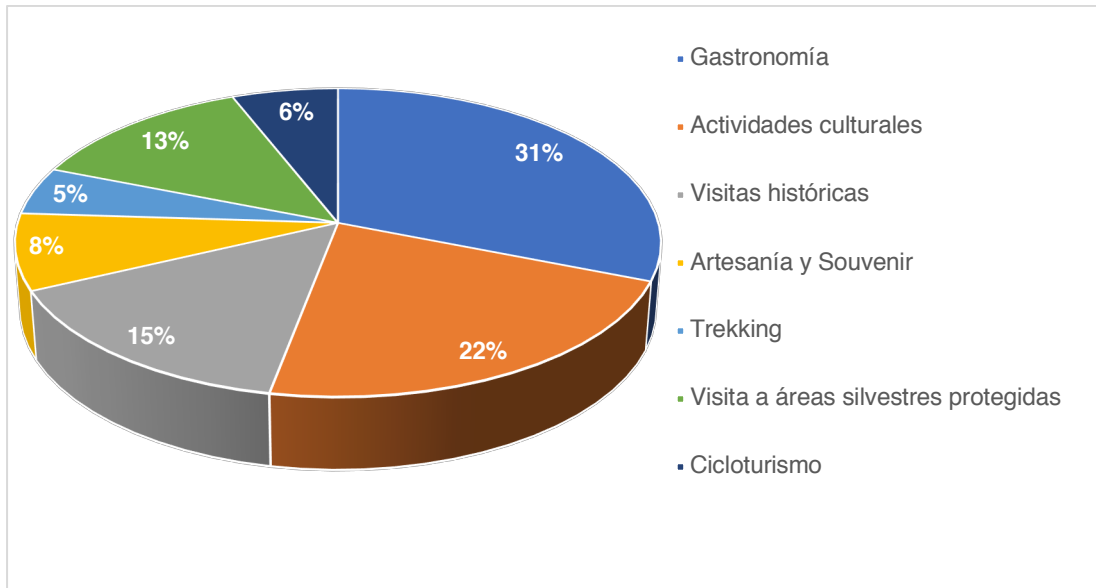
Gráfico N° 79. Tipo de turismo que ha realizado durante la estadía. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

Un 77% del total de encuestados manifiesta que realizó o realizará alguna actividad de turismo cultural (43%) e interés por la gastronomía (34%) lo que implica una gran mayoría de los turistas de la temporada. El resto de las respuestas considera tipos de turismo como: religioso, rural, ecoturismo, aventura y participativo, que en conjunto alcanzan el 23%.

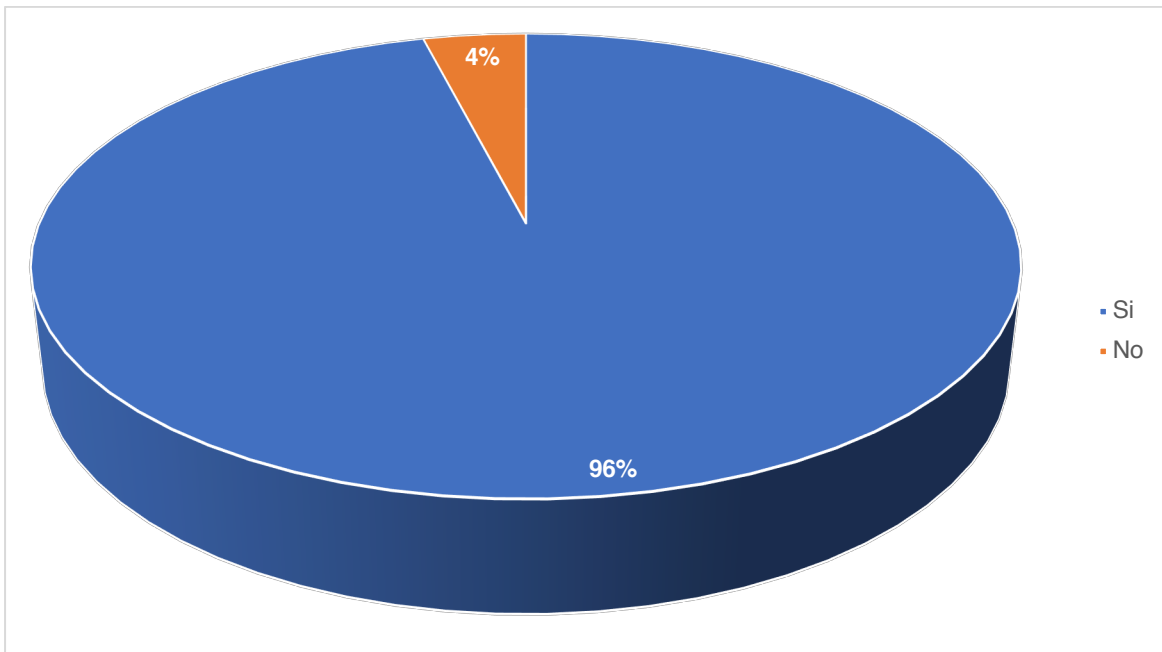
Gráfico N° 80. Actividades que le gustaría realizar en su visita. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

Con respecto a la pregunta de actividades que le gustaría encontrar en el destino, las respuestas mayoritarias fueron: gastronomía, con el 31%, culturales, con un 18% y las visitas históricas con el 15%. La respuesta de visita a áreas silvestres protegidas queda descontextualizada por la no existencia de estas en la comuna, no obstante, se asocia a áreas naturales, y representa un 13% del total. En tanto, las artesanías y souvenirs, el trekking y el cicloturismo, en conjunto, representan el 19%.

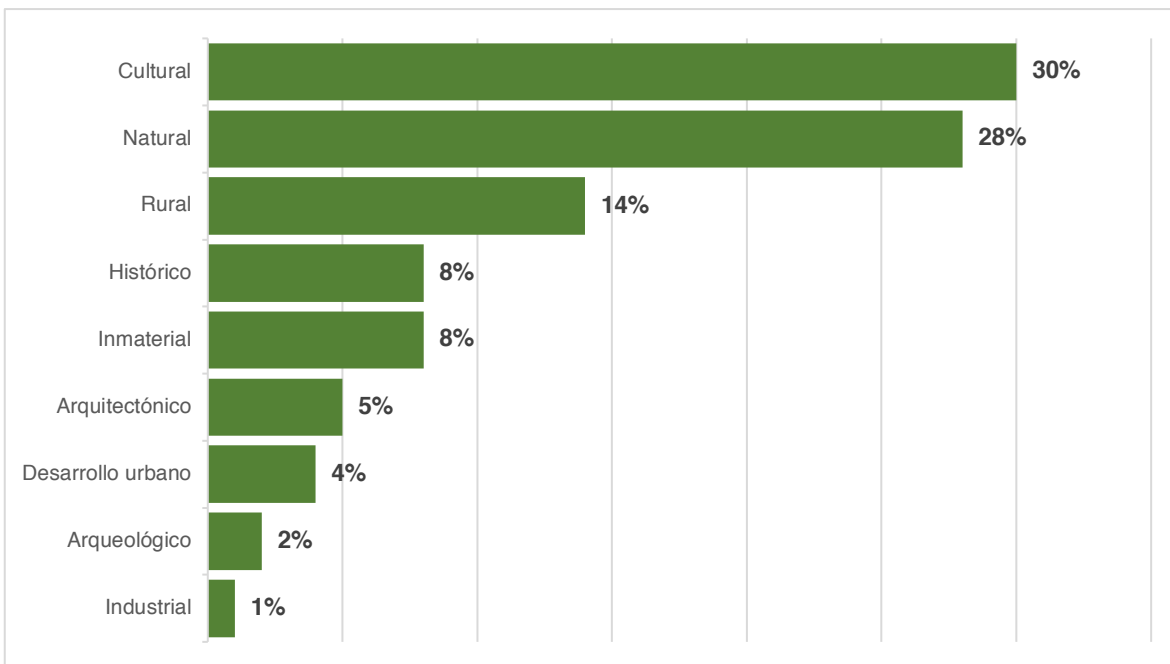
Gráfico N° 81. Interés por visitar atractivos turísticos de la comuna. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

La gran mayoría de los encuestados, representados por el 96%, afirma tener un gran interés por visitar atractivos turísticos de la comuna, aunque reconoce la falta información y pide orientación para recorrer otros lugares. Solo el 4% dice no estar interesado y se debe principalmente a que El Quisco es lugar de su segunda residencia.

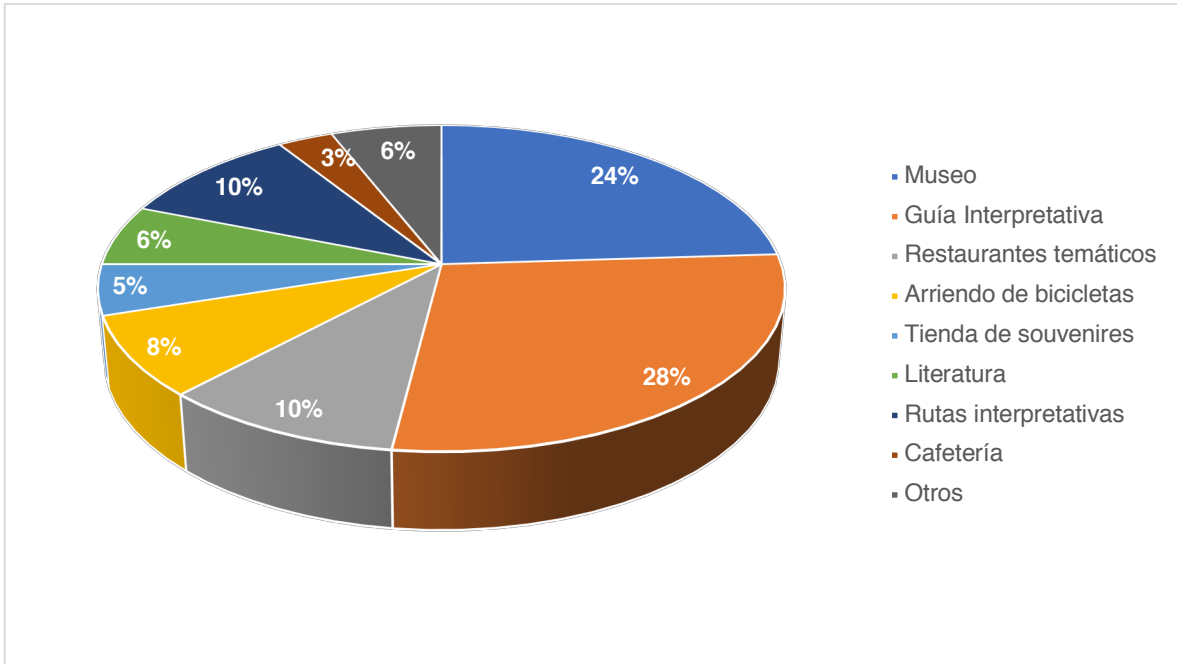
Gráfico N° 82. Categoría de mayor motivación para el visitante. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

Las categorías que motivan de mayor manera a los visitantes son la cultura y la naturaleza, que en conjunto representan el 58%. Le sigue el ámbito rural que también cuenta con un alto porcentaje, un 14%, luego lo histórico y lo inmaterial, con un 8% cada uno. Le sigue la motivación por visitar lugares relacionados con la arquitectura (5%), desarrollo urbano (4%), arqueológico (2%) e industrial (1%).

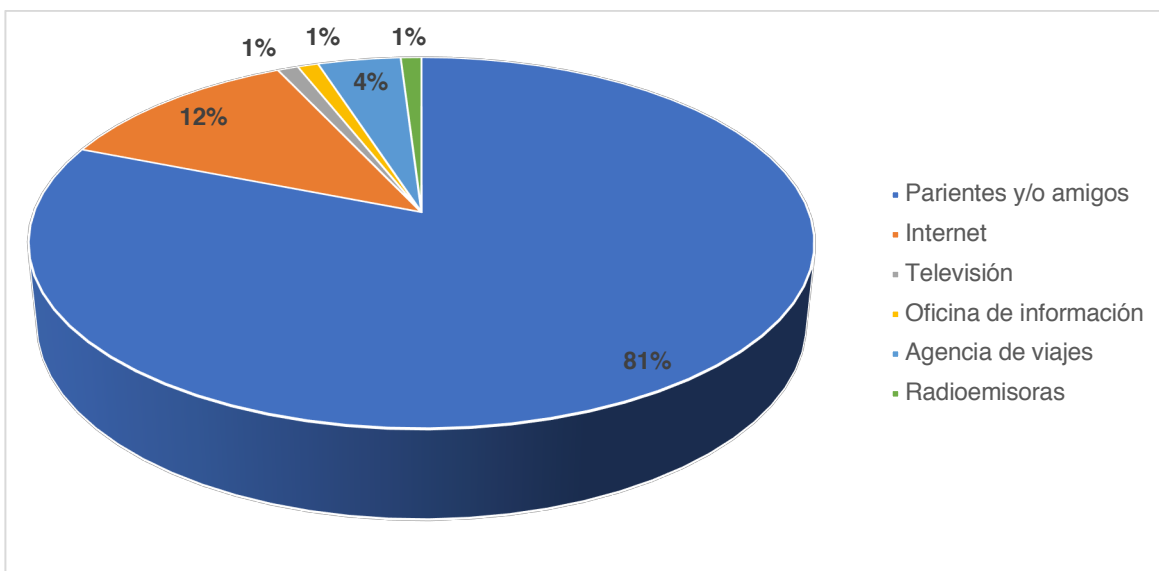
Gráfico N° 83. Tipo de servicio que espera encontrar en los atractivos turísticos. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

Dentro de los servicios que los turistas esperan encontrar al momento de visitar un atractivo turístico, estos señalan en primer lugar una guía interpretativa, alcanzando el 28% del total y en segundo lugar un museo, con el 24%. El 28%, en conjunto, señaló las rutas interpretativas, restaurantes temáticos y el arriendo de bicicletas entre sus prioridades. Finalmente, mencionan la tienda de souvenirs, literatura relacionada y la cafetería como servicios importantes, que agrupan el 14%. La opción otros alcanza el 6% de las preferencias.

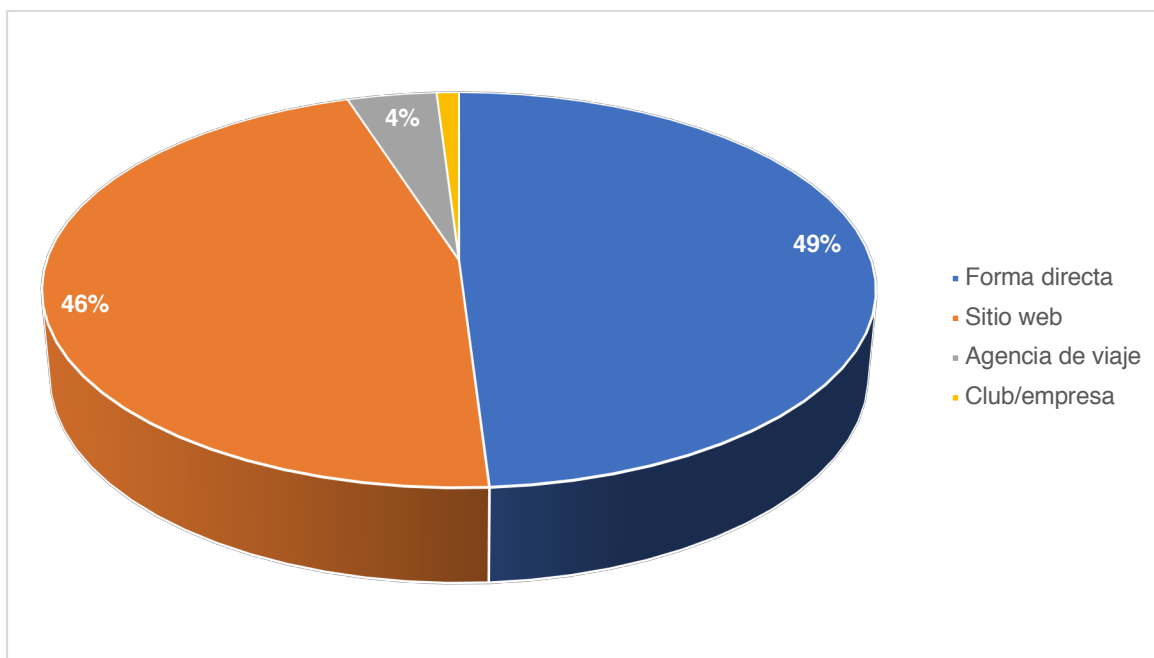
Gráfico N° 84. Fuentes de información. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

El 81% de los encuestados señalan que la principal fuente de información acerca de los atractivos, actividades y servicios que ofrece El Quisco lo obtuvo de parientes y/o amigos, lo que equivale a que el destino se destaca por el boca-oreja como la principal promoción turística. Más atrás, con un 12%, se encuentra mencionada internet y un 4% de personas que obtuvieron información por agencias de viaje. Radioemisoras, televisión y oficinas de información quedan más atrás con un 1% cada una.

Gráfico N° 85. Contratación de los servicios a través de intermediario o de manera directa. Temporada media

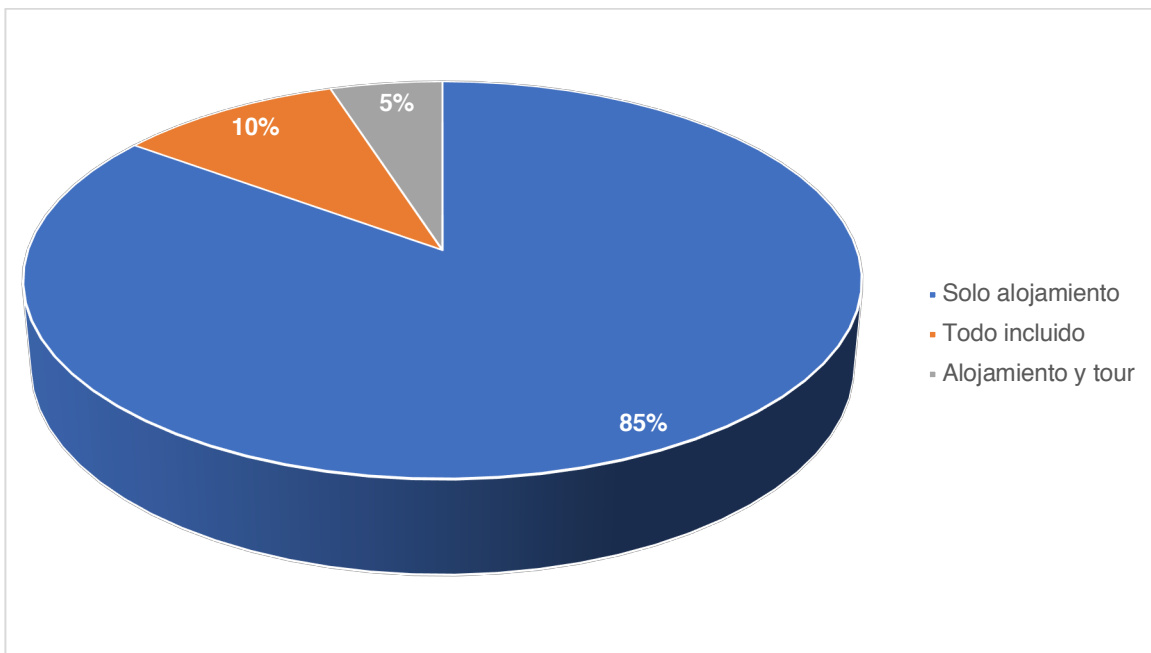


Fuente: DTS Consultores

El 49% de los turistas afirma haber contratado los servicios consumidos de forma directa, sin ningún tipo de intermediario y el 46% por medio de algún sitio web o red social, lo que implica que internet

se está posicionando como un intermediario potente al momento de el consumo turístico. En tanto, un 4% señala que contrató servicios por medio de una agencia de viajes y un 1% a través de un convenio de empresa o club al cual pertenece.

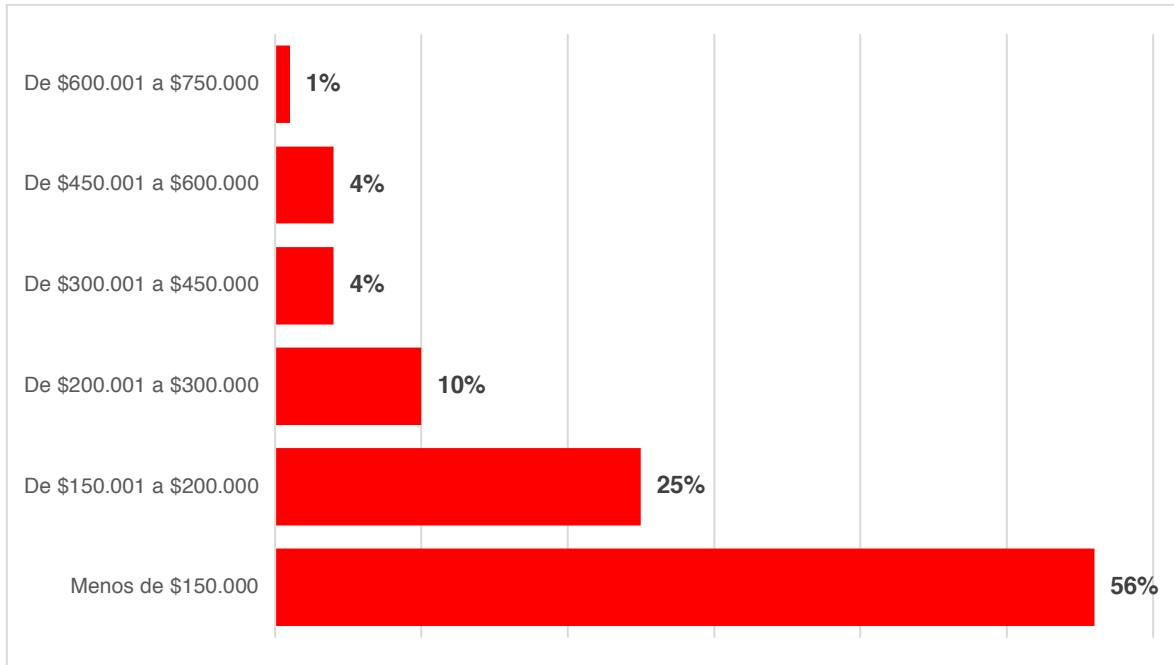
Gráfico N° 86. Modalidad de contratación de los servicios. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

Dentro de los grupos de personas encuestadas y que contrataron algún tipo de servicio, el 85% dice que sólo reservó el alojamiento de manera previa, mientras que el resto y el resto los gestionó en el destino. Un 10% contrató el servicio con todo incluido antes de realizar el viaje, y un 5% hizo una compra que vinculaba alojamiento y circuito de actividades.

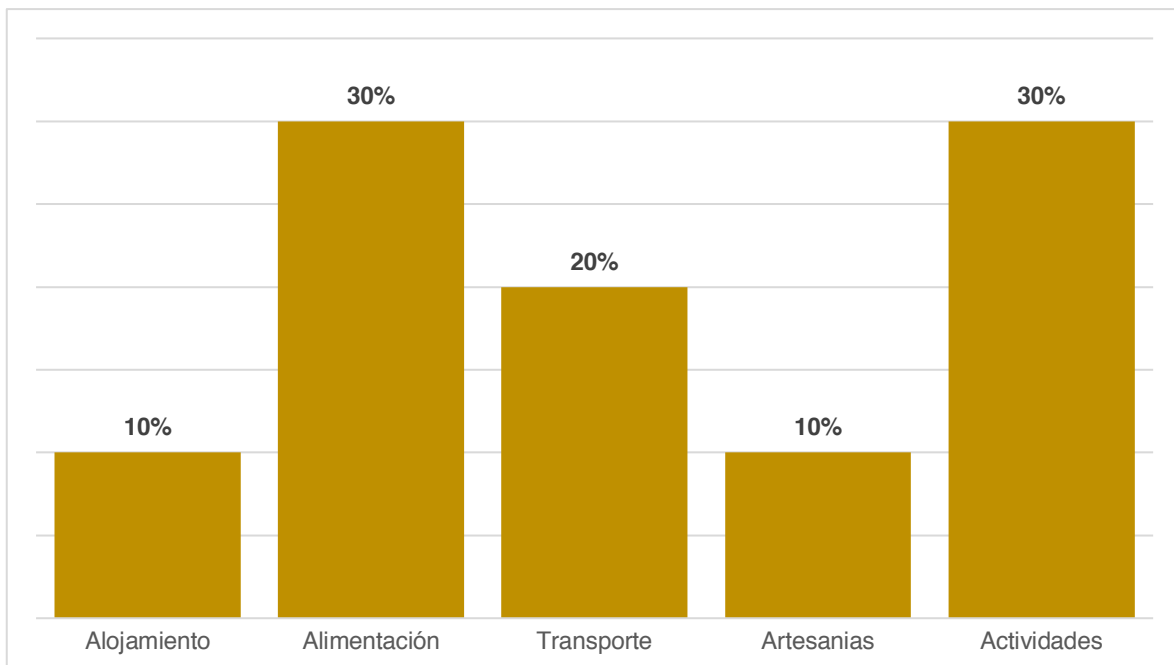
Gráfico N° 87. Gasto familiar realizado en el destino. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

El 56% de las familias encuestadas que visitan El Quisco respondió que el rango de lo dispuesto para gastar durante su estadía es menor a \$150.000. Le sigue, con el 25%, quienes estiman gastar entre \$150.001 a \$200.000, mientras que un 10% de los encuestados manifiesta la intención de gastar alrededor de \$200.001 a \$300.000. El resto, un 5%, está dispuesto a gastar más de \$450.000 durante su estadía en la comuna.

Gráfico N° 88. Gasto según ítem. Temporada media



Fuente: DTS Consultores

Respecto al porcentaje de gastos que los turistas de temporada media asignan a los diferentes servicios, se evidencia gracias al gráfico anterior que existen dos servicios principales a los que se les asigna un 30% de los recursos disponibles para el gasto, estos son en alimentación y actividades. El segundo servicio es transporte, con el 20%, quedando 10% orientado al pago de alojamiento y artesanías.

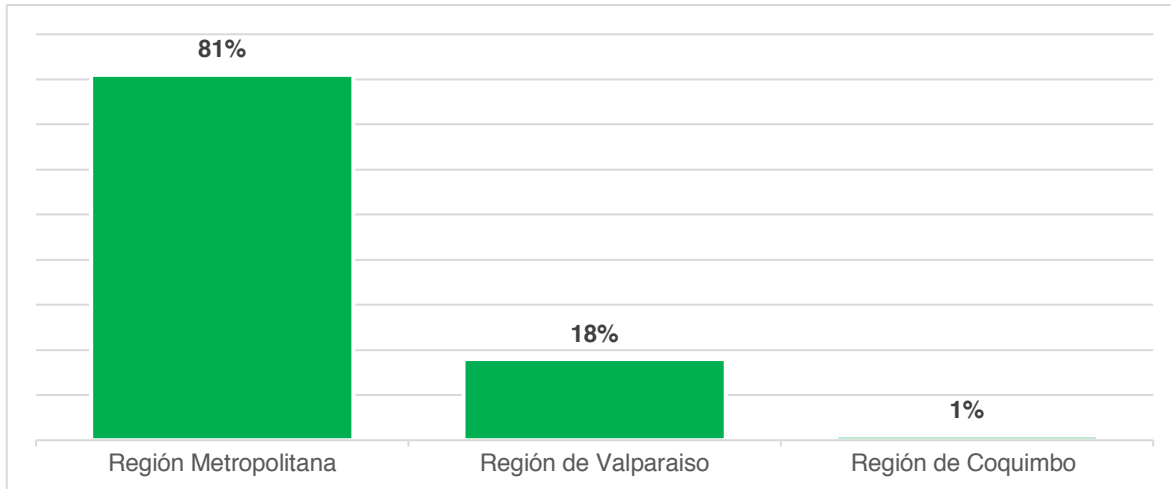
Finalmente, se le pregunta a los grupos de viajeros cuales han sido los atractivos turísticos visitados o que visitarían durante su estadía. El siguiente listado representa las opciones entregadas en la encuesta y los tres primeros son los que más se repitieron al momento de elegir.

- **Casa museo Pablo Neruda**
- **Isla Negra**
- **Iglesia de El Totoral**
- **Caleta El Quisco**
- Algarrobo
- El Tabo

3.4.3.2.3 Análisis encuestas de demanda temporada baja

La totalidad de los turistas encuestados durante el mes de agosto del 2018, que corresponde a la temporada baja, fueron chilenos, por lo que la primera pregunta a analizar corresponde a la región de residencia habitual de cada uno de ellos.

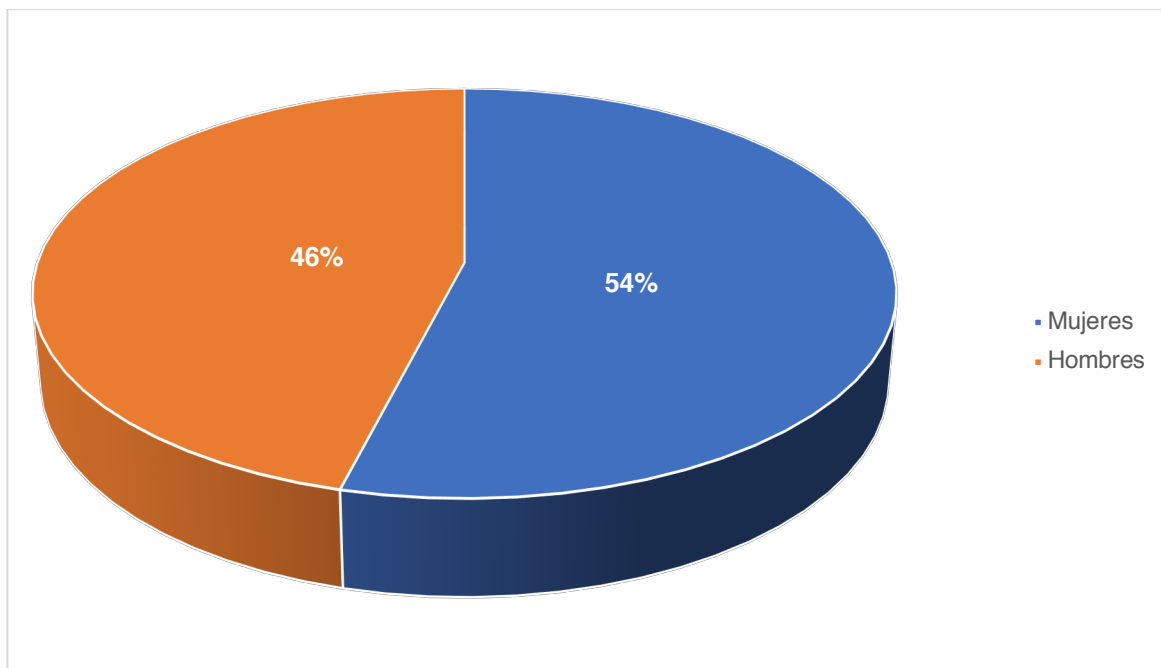
Gráfico N° 89. Región de residencia habitual. Temporada baja



Fuente: DTS Consultores

De estas, el 81% proviene de la Región Metropolitana, particularmente de la ciudad de Santiago, el 18% de la Región de Valparaíso y el 1% de la Región de Coquimbo. Quienes proceden de la misma región a la cual pertenece la comuna de El Quisco, lo hacen desde las comunas de San Antonio y Valparaíso, representando el 7,9% y 9,9% de los encuestados, respectivamente.

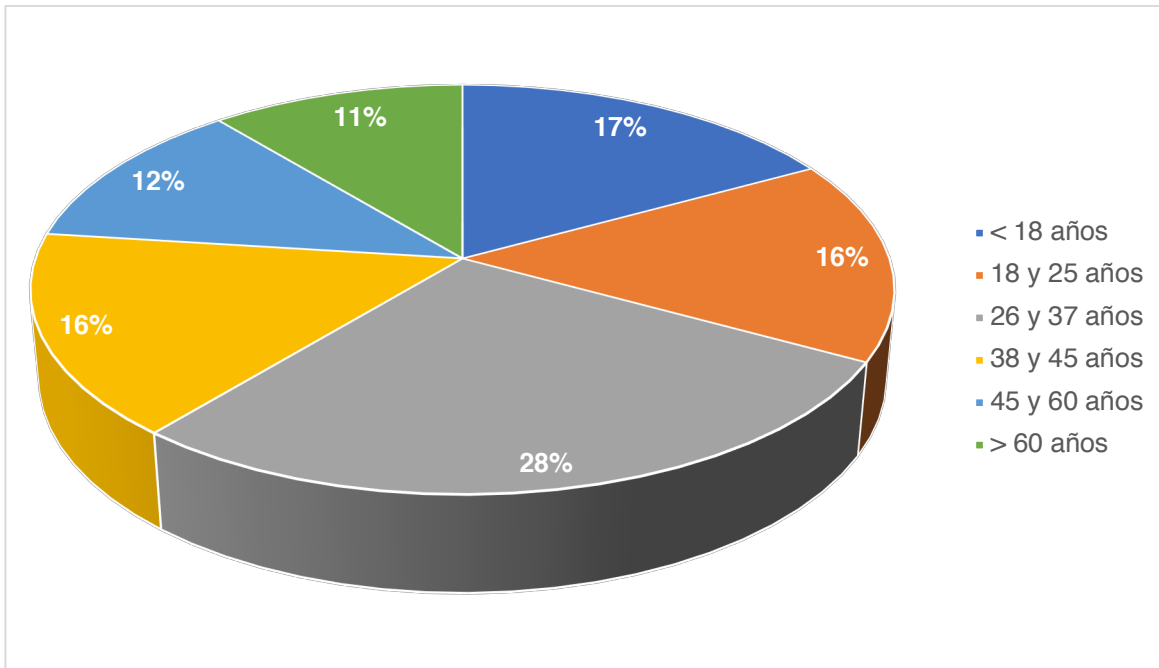
Gráfico N° 90. Género del entrevistado. Temporada baja



Fuente: DTS Consultores

Los encuestados y sus acompañantes representan una muestra de 101 personas. De estas, el 54% son mujeres y el 46% son hombres.

Gráfico N° 91. Número de personas según rango etario. Temporada baja

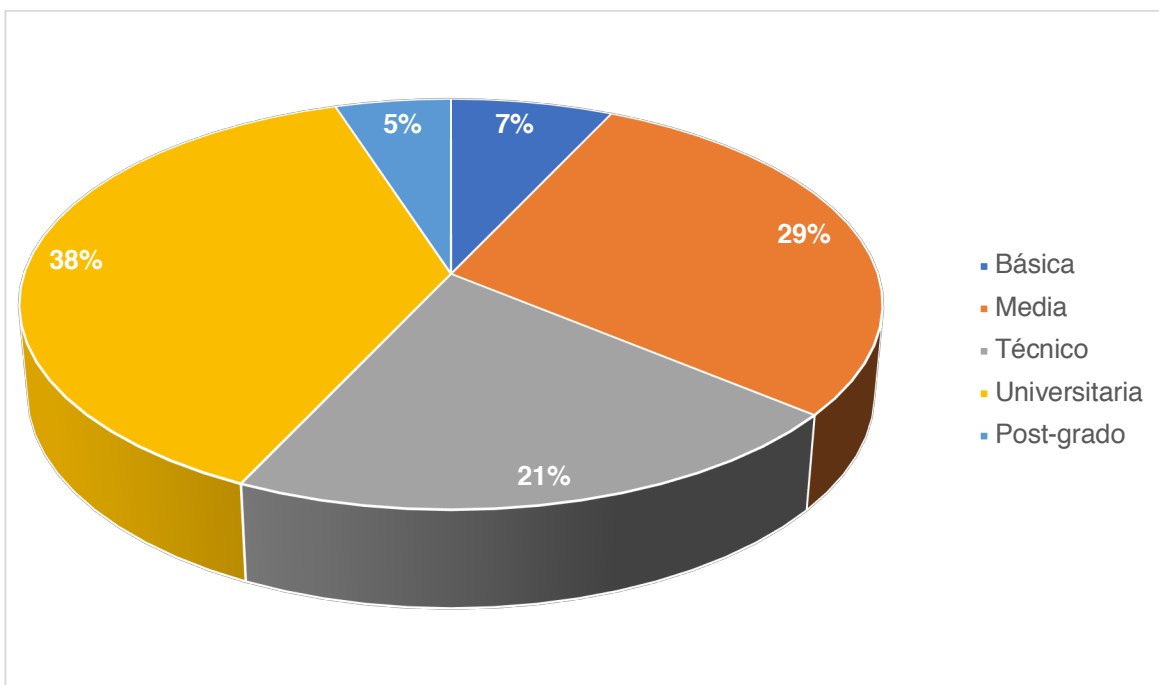


Fuente: DTS Consultores

En cuanto a la caracterización de los encuestados según edad, el 28% tienen entre 26 y 37 años, seguidos por aquellos que tienen menos de 18 años, con un 17%, quienes tienen entre 18 y 25 años y entre 38 y 45, con un 16% en ambos casos, finalizando con quienes tienen entre 45 y 60 y los de sobre 60, con un 12% y 11% respectivamente.

Sobre la permanencia en la comuna, la información da cuenta de que quienes pernoctan en esta y quienes la visitan solo por el día son grupos casi homogéneos (50.5% v/s 49,5%, respectivamente). En cuanto al grupo que pernocta en la comuna, el 53.4% lo hace por dos noches, seguido por el 39.6% que lo hace por una noche y terminando con quienes lo hacen por tres noches, que alcanzan aproximadamente al 8%.

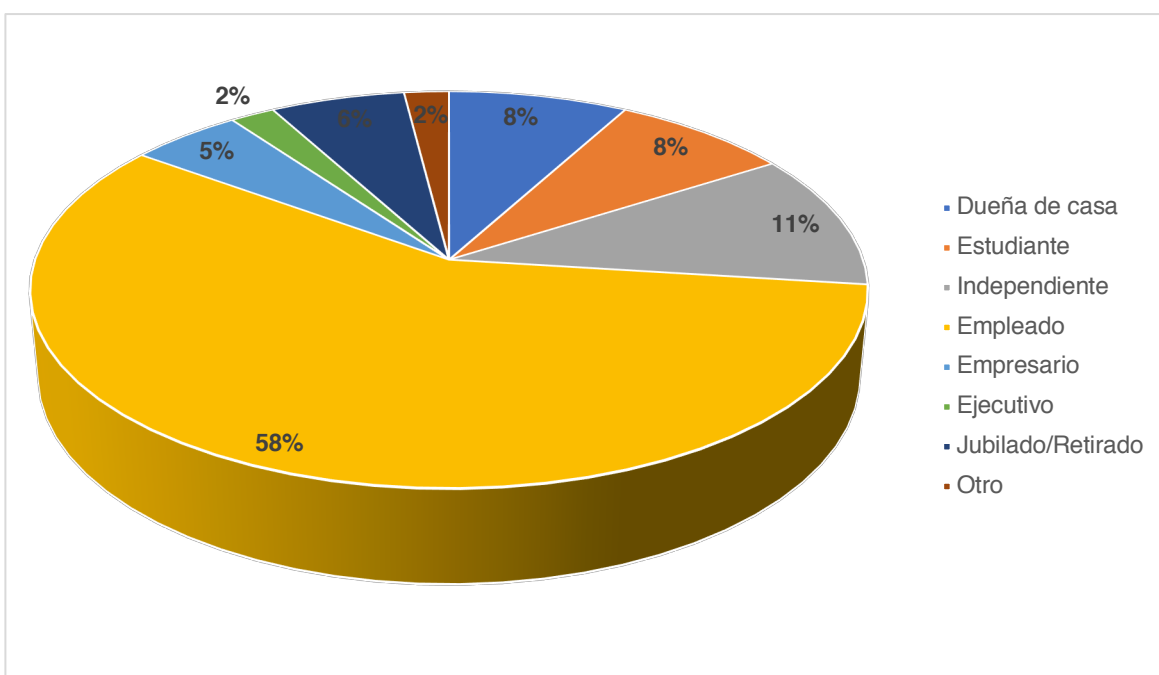
Gráfico N° 92. Nivel educacional. Temporada baja



Fuente: DTS Consultores

La mayor proporción de los encuestados, según lo indica el gráfico anterior, posee educación universitaria (38%), seguido por enseñanza media (29%) y técnica (21%). Con menor representatividad se encuentran aquellas personas que señalaron contar con enseñanza básica (7%) y post grado (8%).

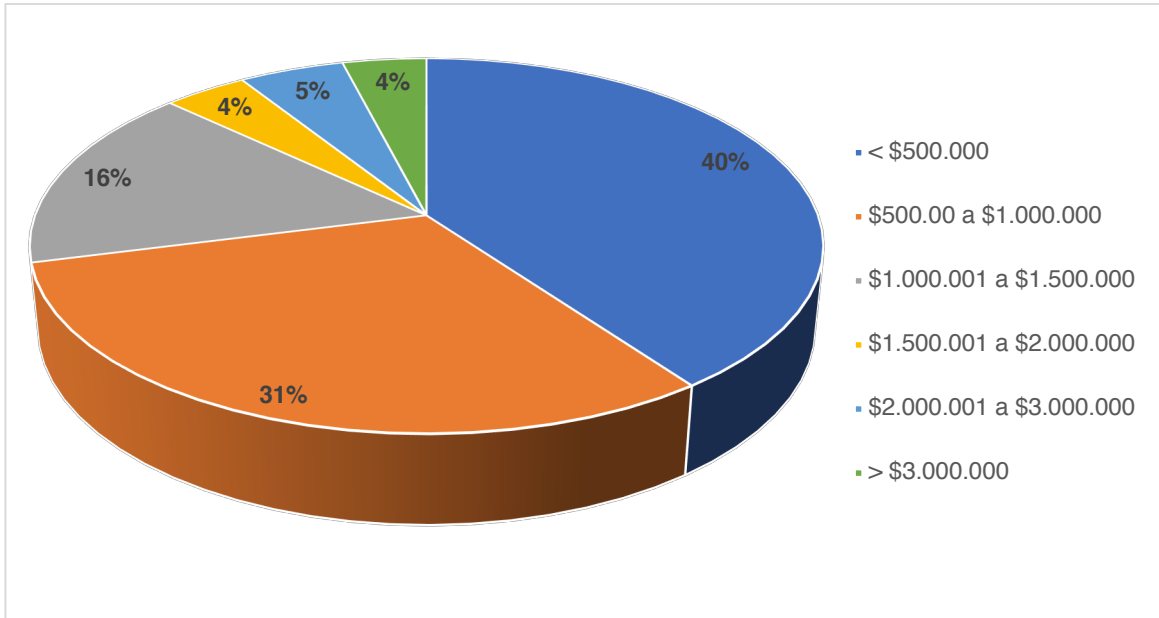
Gráfico N° 93. Situación laboral. Temporada baja



Fuente: DTS Consultores

En cuanto a la situación laboral de los encuestados, el 79% de esta posee trabajo remunerado, distribuyéndose entre empleados (58%), trabajadores independientes (11%), empresarios (5%) y ejecutivos (2%). Luego, dueñas de casa y estudiantes alcanzan un porcentaje del 16%.

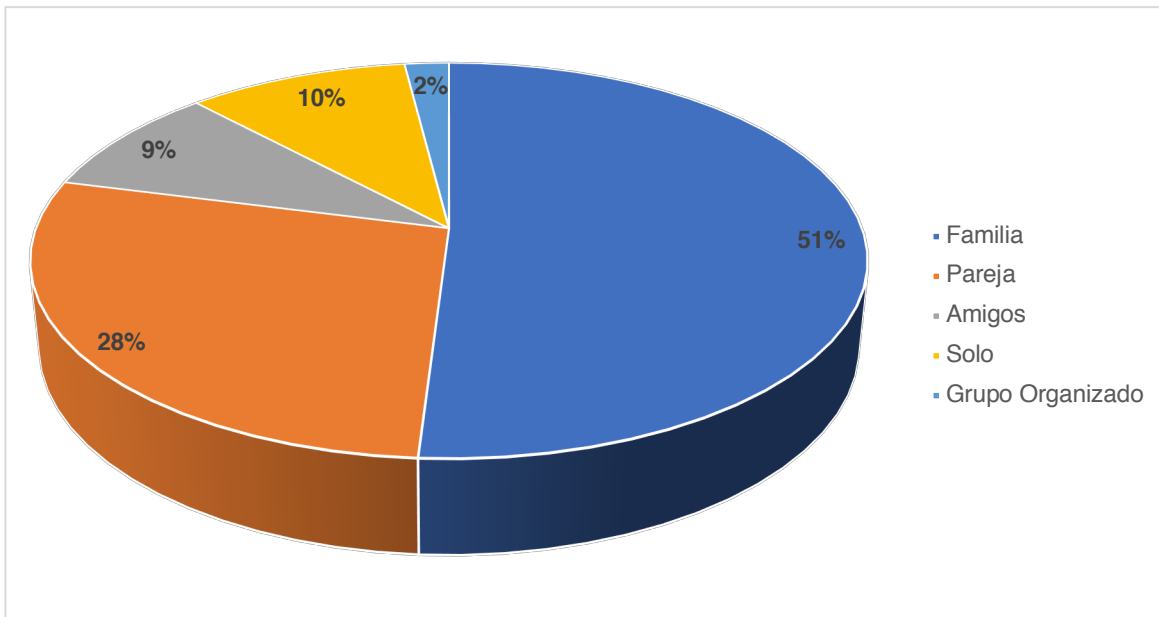
Gráfico N° 94. Rango de ingreso mensual familiar. Temporada baja



Fuente: DTS Consultores

El mayor porcentaje de los encuestados posee ingresos familiares totales menores de \$500.000 (40%), luego, en los dos tramos siguientes disminuye progresivamente, llegando al 16% en el tramo \$1.000.001 a \$1.500.000, mientras que el 13% tiene ingresos familiares por sobre el \$1.500.000.

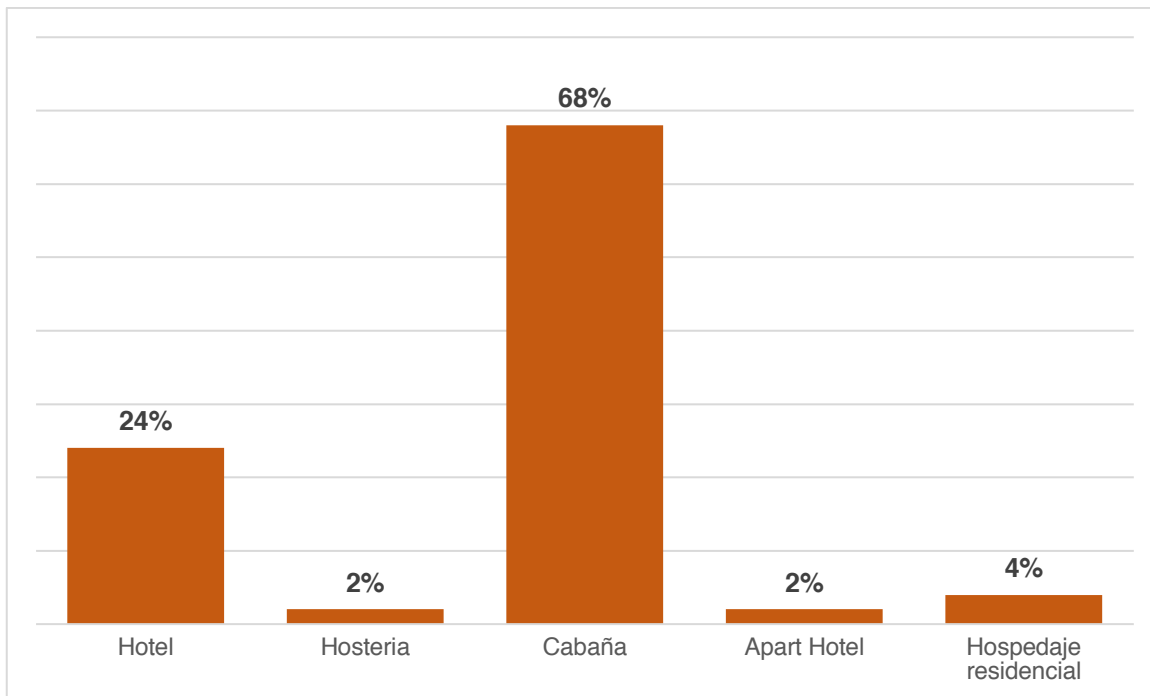
Gráfico N° 95. Composición del grupo de viaje. Temporada baja



Fuente: DTS Consultores

La mayor parte de los turistas visita la comuna acompañado. Esta condición la posee el 90% de los visitantes. Luego, sobresale que los grupos se componen fundamentalmente por familias (51%), seguido por los viajes en pareja que representan el 28% de la muestra.

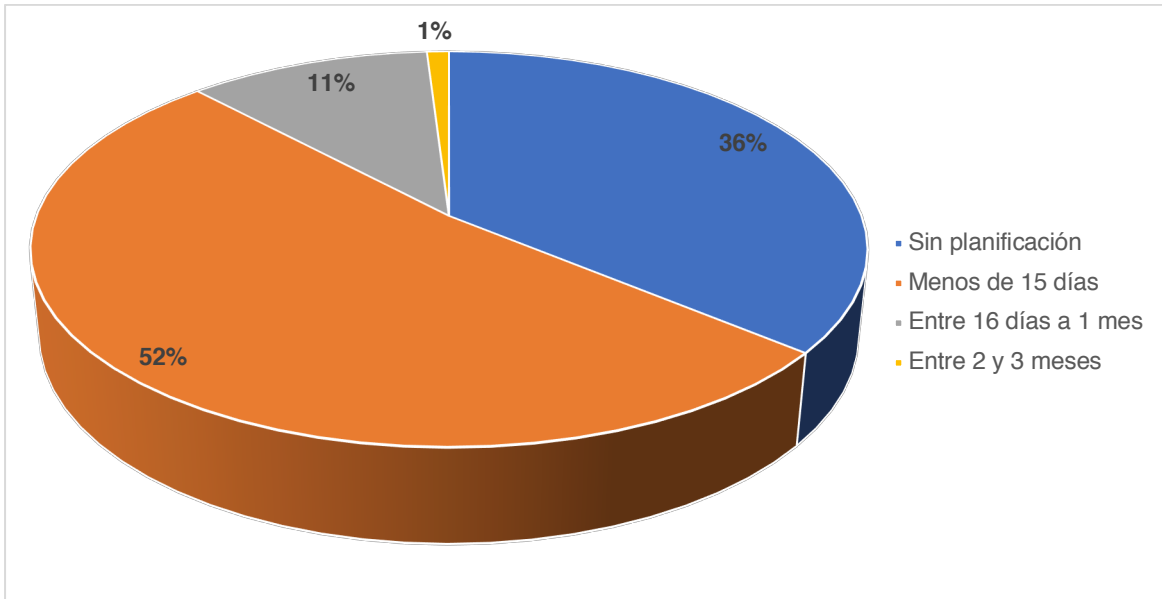
Gráfico N° 96. Tipo de alojamiento utilizado. Temporada baja



Fuente: DTS Consultores

La pregunta base para la construcción de este gráfico fue si se encontraban hospedados en la comuna de El Quisco al momento de ser encuestados, a lo que el 55% respondió que no. En este sentido, la pregunta del tipo de alojamiento utilizado se le aplica al restante 45% que contesta de manera positiva y que corresponde a 46 personas. Estos, respondieron que se hospedan de manera mayoritaria en cabañas (68%) y en hotel (24%). Más atrás se encuentran las opciones de hospedaje residencial, hostería y apart hotel con un 4%, 2% y 2% respectivamente.

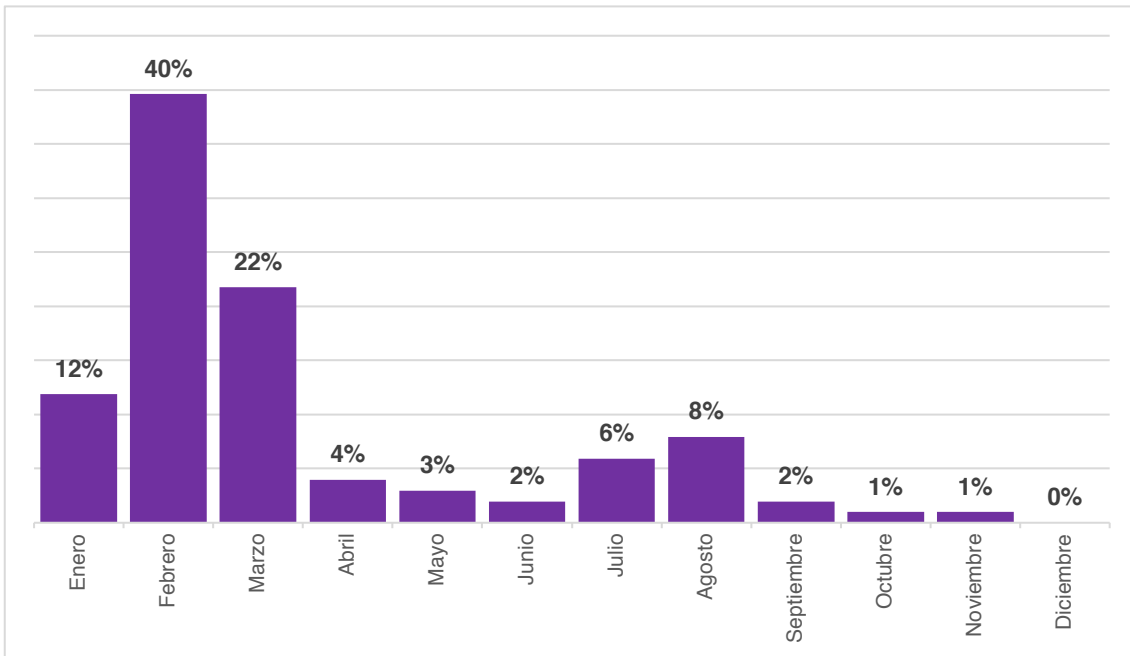
Gráfico N° 97. Tiempo de planificación del viaje. Temporada baja



Fuente: DTS Consultores

Se constató que la mayoría de los visitantes planea su viaje con menos de 15 días de anticipación (52%) e incluso, resaltan los viajes espontáneos, sin planificación alguna (36%). Adicionalmente, se destaca que el perfil del visitante no planifica la visita con un tiempo superior a dos meses de anticipación.

Gráfico N° 98. Meses de preferencia para realizar el viaje. Temporada baja

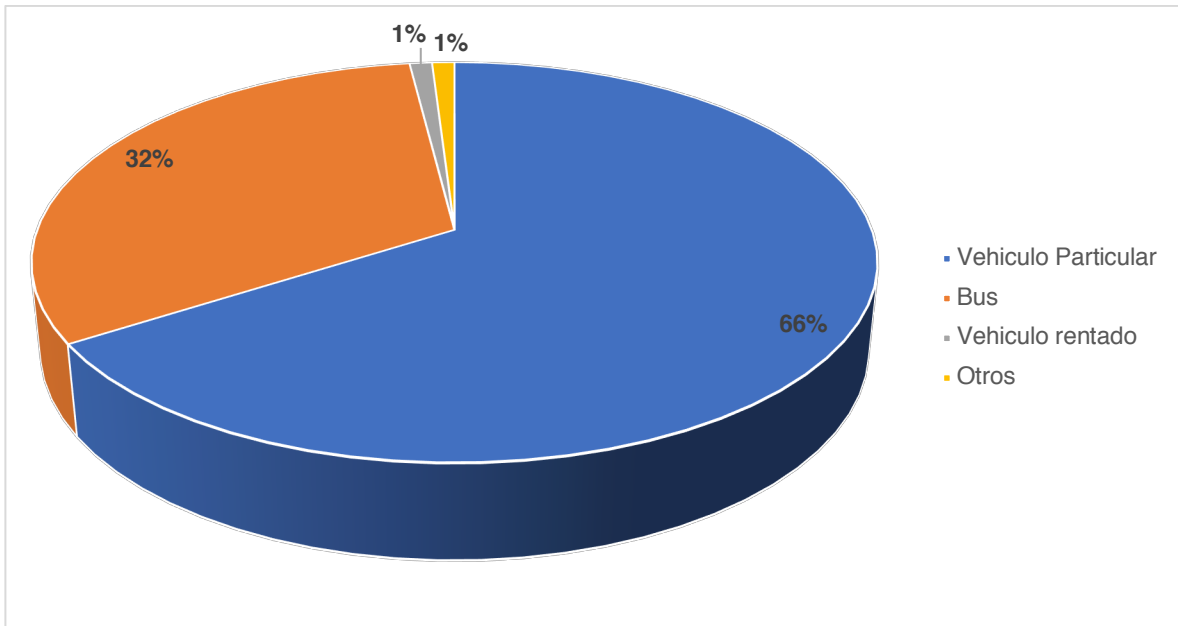


Fuente: DTS Consultores

Respecto al mes que los turistas de temporada baja prefieren visitar el destino, se evidencia que la época preferente corresponde al periodo estival comprendido entre enero y marzo, alcanzando su

peak en febrero (40%). Luego, durante el periodo julio-septiembre, se produce un nuevo peak, de menor intensidad que alcanza el 7,9%.

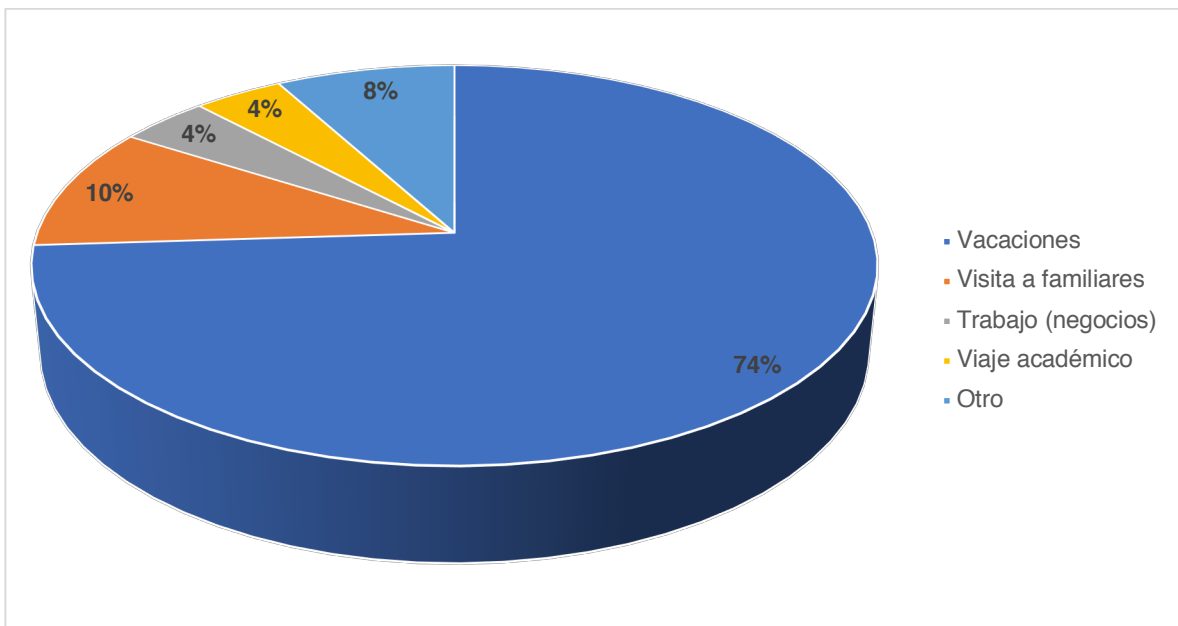
Gráfico N° 99. Medio de transporte utilizado. Temporada baja



Fuente: DTS Consultores

Los visitantes encuestados llegan hasta la comuna de El Quisco, preferentemente, en vehículos particulares (66%) y buses interurbanos (32%).

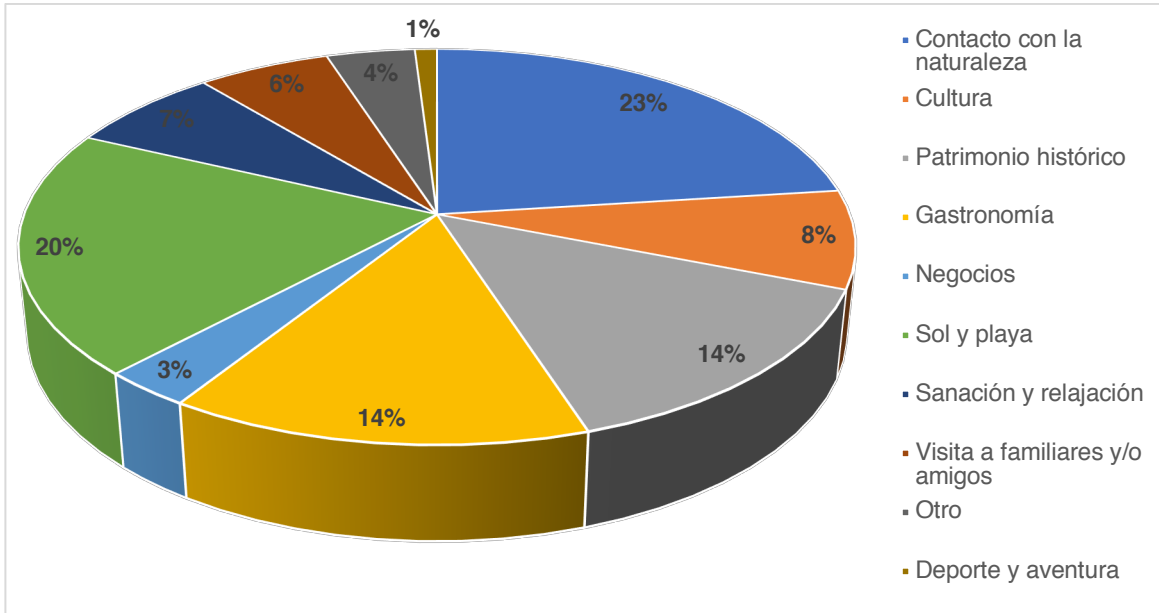
Gráfico N° 100. Propósito principal del viaje. Temporada baja



Fuente: DTS Consultores

Los turistas de temporada baja que visitan El Quisco, y que fueron encuestados en este proceso, llegan hasta la comuna con el propósito de tomar vacaciones y visitar a familiares (74% y 10% respectivamente). Le sigue el propósito “otros”, el trabajo y el viaje académico.

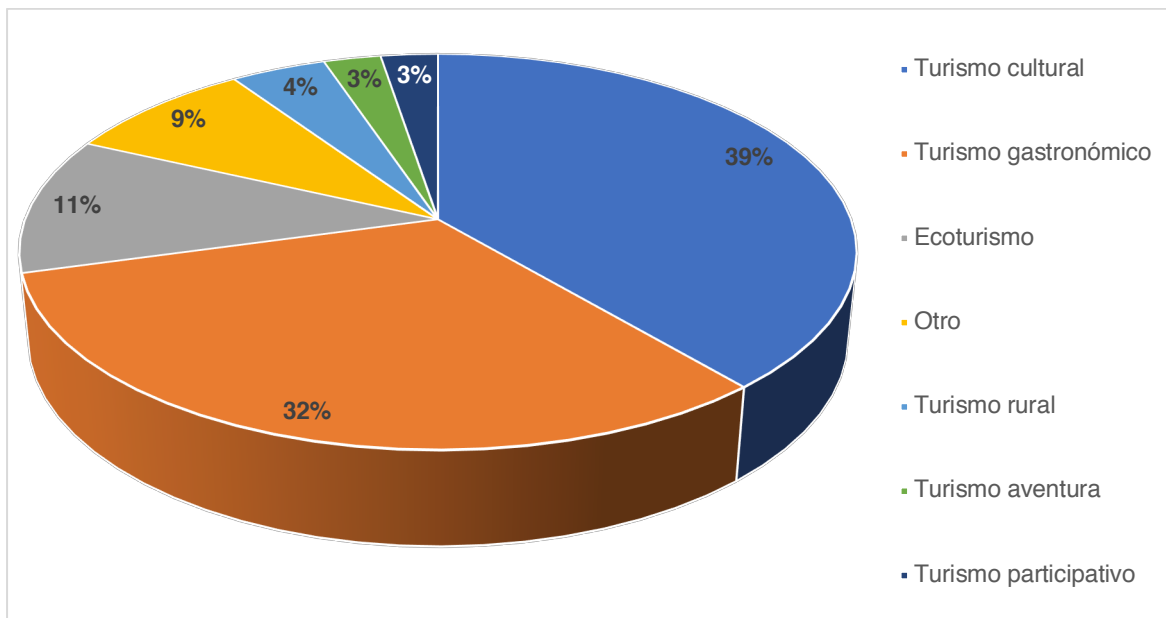
Gráfico N° 101. Motivo de elección del destino El Quisco. Temporada baja



Fuente: DTS Consultores

Los principales motivos para la elección de El Quisco son: contacto con la naturaleza (23%), disfrutar del sol y la playa (20%), conocer el patrimonio histórico y la gastronomía (ambas con 14%), visitas por negocios (3%) y el deporte aventura (1%).

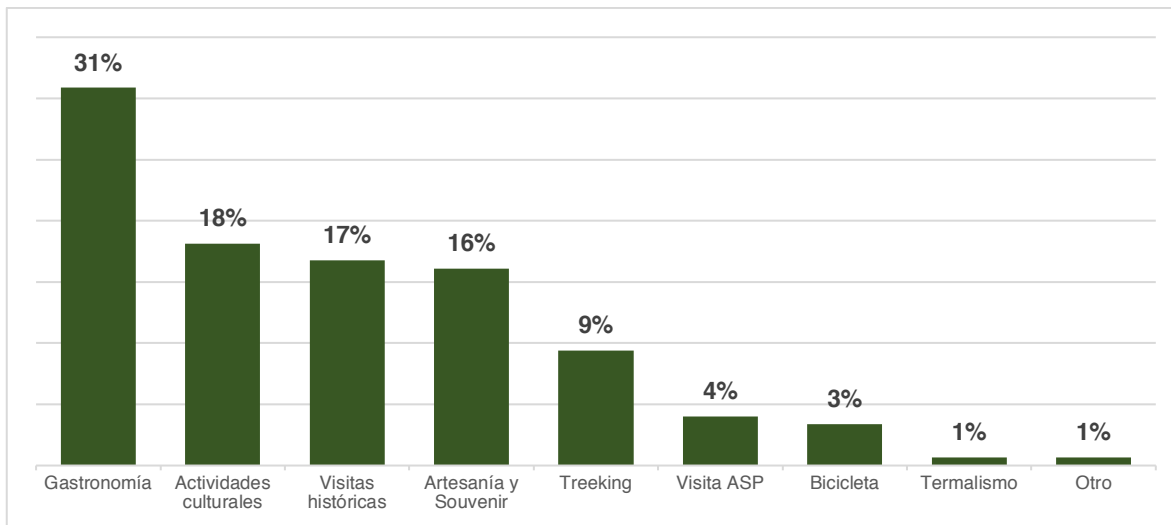
Gráfico N° 102. Tipo de turismo que ha realizado durante la estadía. Temporada baja



Fuente: DTS Consultores

El análisis muestra que las personas realizan, principalmente, turismo cultural y gastronómico. Actividades tales como turismo rural, de aventura y participativo son opciones con baja adhesión en la muestra analizada.

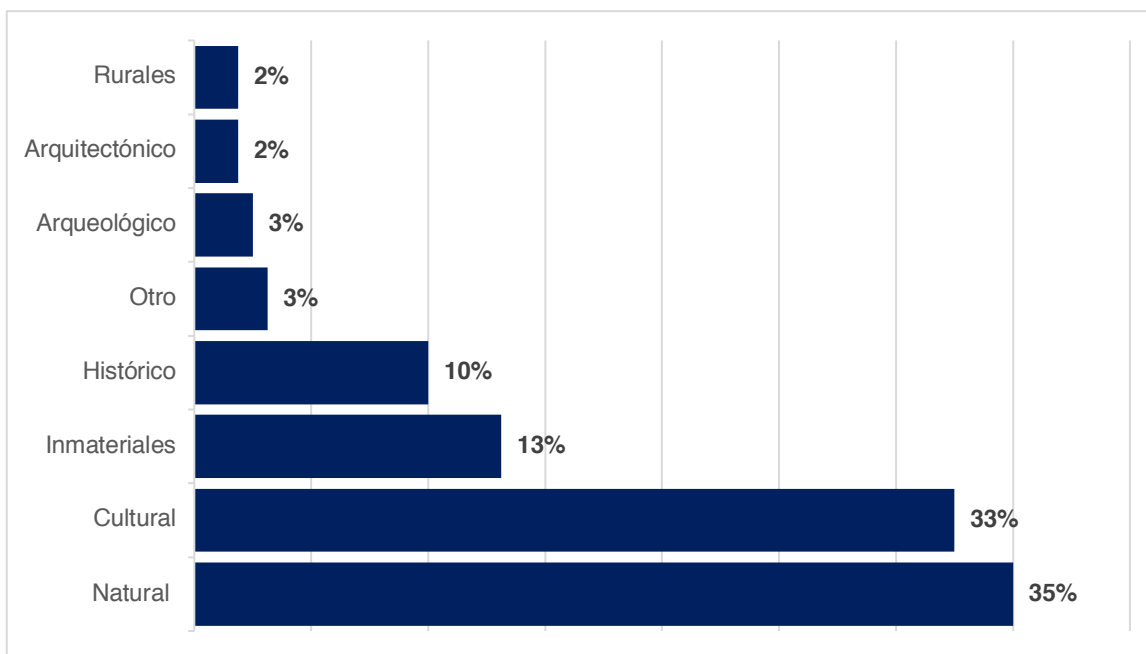
Gráfico N° 103. Actividades que le gustaría realizar en su visita. Temporada baja



Fuente: DTS Consultores

Las preferencias de los visitantes se concentran en la gastronomía, actividades culturales, visitas históricas, artesanía y souvenir y finalmente trekking. Para el resto de las actividades, se registró una baja intensidad de adhesión.

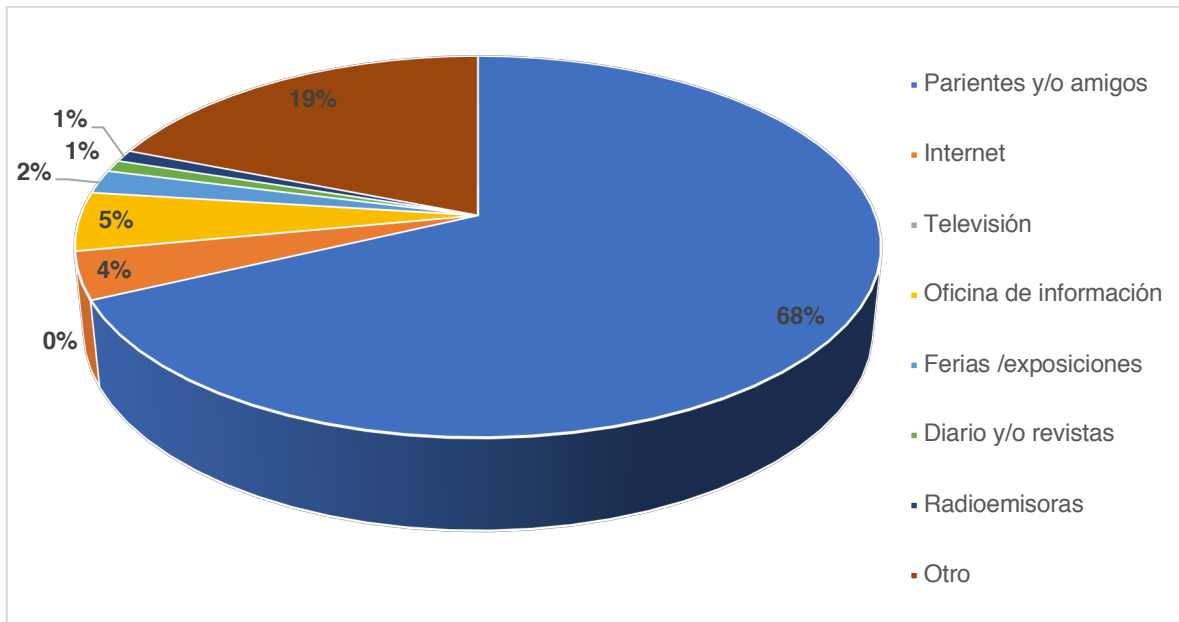
Gráfico N° 104. Categoría de mayor motivación para el visitante. Temporada baja



Fuente: DTS Consultores

Entre las temáticas que más motivación generan en los visitantes, resaltan lo natural, la cultura, actividades inmateriales (como obras o baile) y lo histórico de El Quisco.

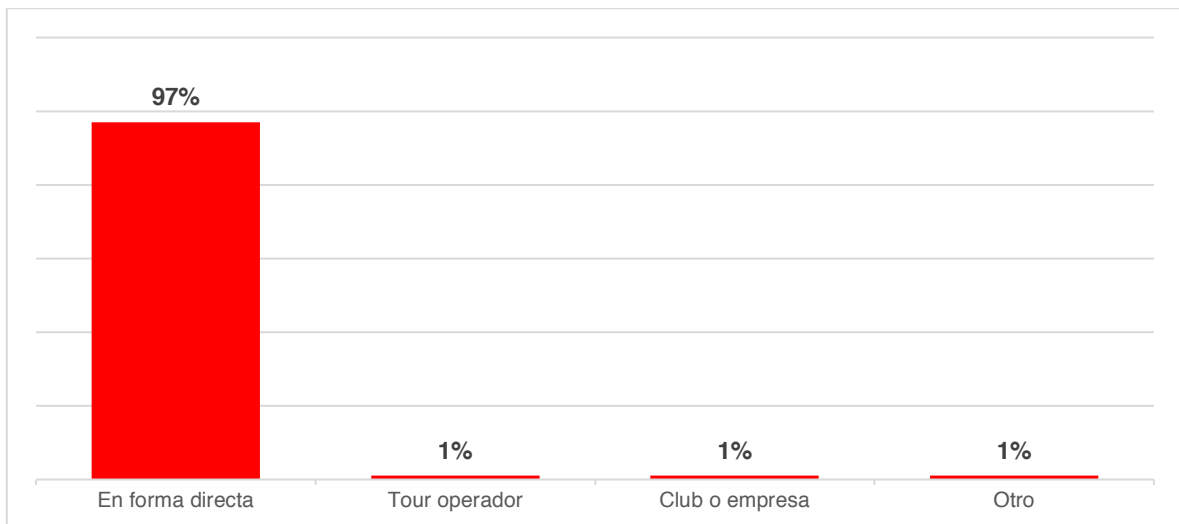
Gráfico N° 105. Fuentes de información. Temporada baja



Fuente: DTS Consultores

La principal fuente de información para este grupo de turistas son parientes y amigos, los que representan el 68% del total de los encuestados. Prácticamente los visitantes no obtuvieron información de El Quisco por medio de ferias/exposiciones, radioemisoras, diarios y revistas.

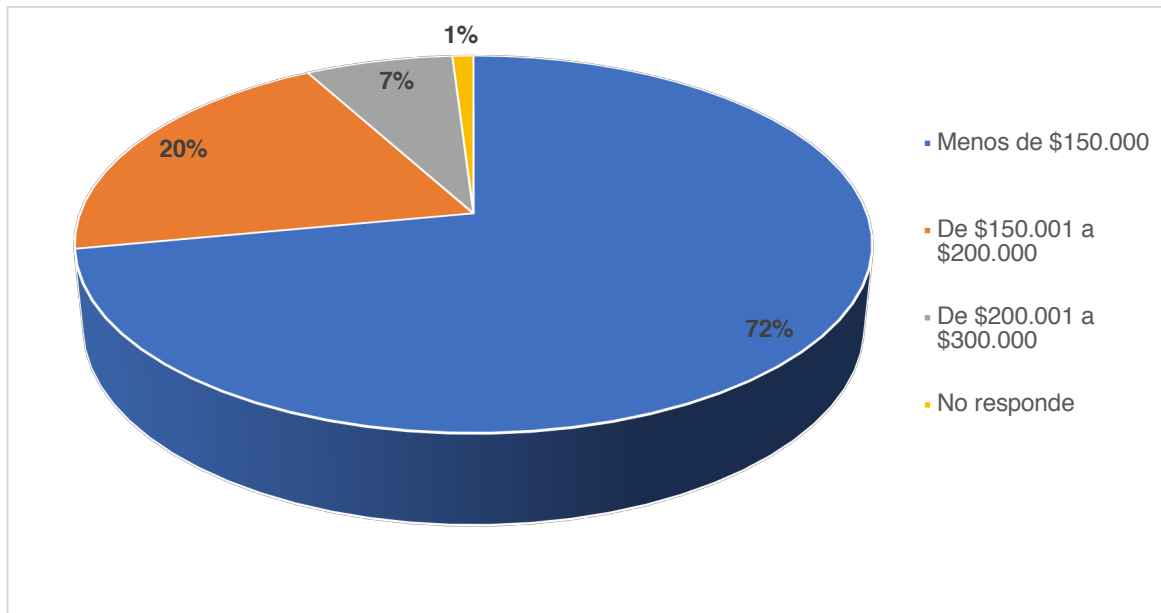
Gráfico N° 106. Contratación de los servicios a través de intermediario o de manera directa. Temporada baja



Fuente: DTS Consultores

Respecto al contrato de servicios, según modalidad de compra directa o a través de intermediario, se evidencia que casi la totalidad de los visitantes entrevistados se responsabiliza de su viaje, sin necesidad de contratar servicios de intermediarios. Además, para los tres casos que contratan servicios, seleccionan la oferta del todo incluido. Las alternativas Club, empresas y otros representan individualmente el 1% del total de la muestra.

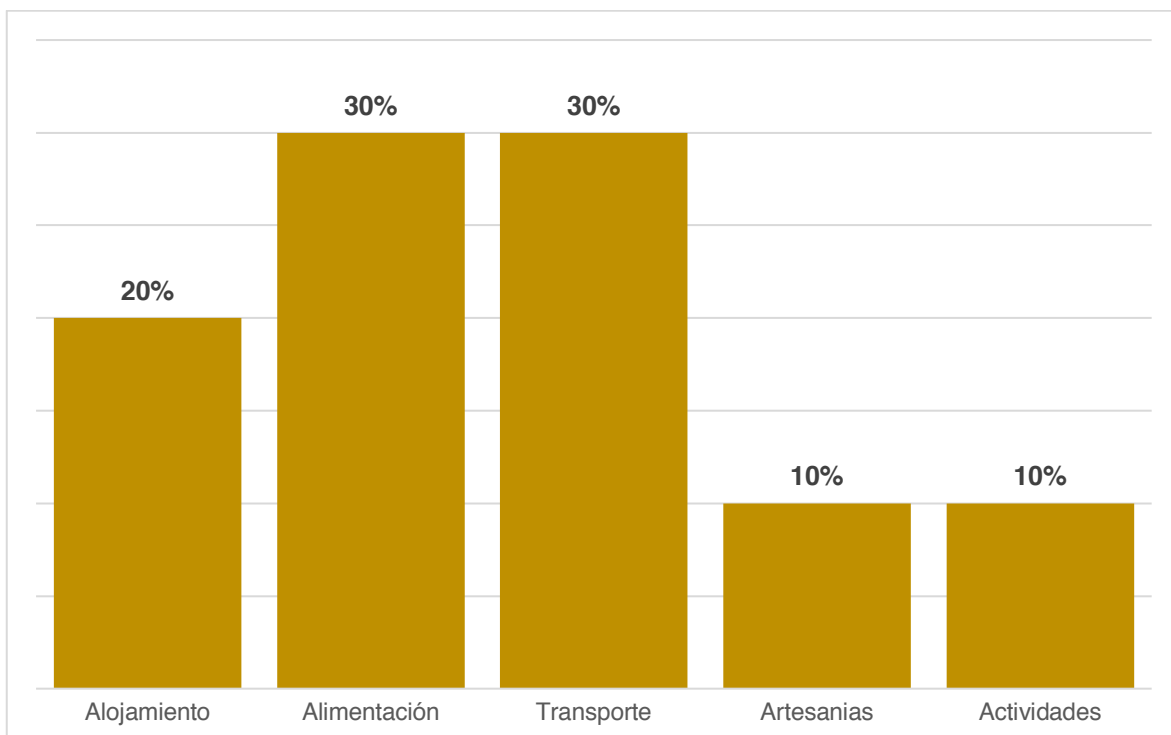
Gráfico N° 107. Gasto familiar realizado en el destino. Temporada baja



Fuente: DTS Consultores

La mayoría de los visitantes, 72% de ellos, indica haber gastado menos de \$150.000 durante su estadía en la comuna, el 20% de gasta entre \$150.000 a \$200.000, quedando un porcentaje del 7% que dice gastar entre \$200.001 a \$300.000. Finalmente, el 1% no accede a responder este dato.

Gráfico N° 108. Gasto según ítem. Temporada baja



Fuente: DTS Consultores

Los visitantes destinan el 30% de los recursos disponibles en alimentación y transporte, seguido por alojamiento (20%) y finalmente compra de artesanías y actividades de turismo (10% en ambas). Es importante mencionar que, si bien en la encuesta se consideró como alternativa el gasto en programas de turismo y otros, el análisis arrojó que la muestra no invierte dinero en estos ítems.

Finalmente, se le pregunta a los grupos de viajeros cuales han sido los atractivos turísticos visitados o que visitarían durante su estadía. El siguiente listado representa las opciones entregadas en la encuesta y los tres primeros son los que más se repitieron al momento de elegir.

- **Casa museo Pablo Neruda**
- **Feria gastronómica**
- **Iglesia de El Totoral**
- **Playa Los Corsarios**
- Centro El Quisco
- Quebrada de Córdova
- Playa Las Conchitas

3.4.3.3 Conclusiones análisis encuestas de demanda El Quisco

La aplicación de las encuestas de demanda a turistas que visitaron la comuna durante la temporada alta, media y baja, permiten establecer un resultado para cada una de estas temporadas. Las respuestas más importantes y significativas para la toma de decisiones, se entrega en la tabla a continuación en formato comparativo para efectos de análisis.

Tabla N° 20. Resumen resultados encuestas demanda turística El Quisco

	TEMPORADA ALTA	TEMPORADA MEDIA	TEMPORADA BAJA
Chilenos	91%	79%	100%
Región Metropolitana	70%	73%	81%
Hombres	53%	45%	45%
Mujeres	47%	55%	55%
Rango etario	18 a 45 años	18 a 45 años	26 a 37 años
Familias	57%	36%	57%
Vehículo particular	66%	46%	66%
No más de 15 días de planificación del viaje	38%	70%	52%
Motivo del viaje	Actividades de sol y playa 45%	Sanación y relajación 78%	Naturaleza 23%
Vacaciones y descanso	92%	93%	74%
Pernoctación	3,8 noches por viaje	1,7 noches por viaje	1 noche por viaje
Cabañas	48%	34%	68%
Menos de 150 mil pesos gasto total realizado	30%	56%	72%

Fuente: DTS Consultores Ltda.

La aplicación de encuestas en las tres temporadas demuestran que los resultados son bastante similares entre una temporada y otra, destacándose que en la temporada media las familias disminuyen en su llegada al igual que su ida en vehículo particular en esos meses. En temporada alta, a diferencia de las otras dos, la planificación de los viajes se realiza con más de 15 días de anticipación, lo que no es igual para las temporadas medias y baja, entendiendo que es un punto a considerar para minimizar la estacionalidad de la comuna. Las noches de pernoctación disminuyen en temporada media y baja, llegando solo a una noche en esta última, lo que puede ser el resultado de la no generación de actividades en esos períodos.

Finalmente, y como resultado de todo lo anterior, el gasto total realizado también es muy bajo en estas temporadas media y baja, ya que al estar menos día en destino la lógica es que disminuya de manera considerable.

3.5 Diagnóstico participativo comuna de El Quisco

3.5.1 Introducción

El presente apartado tiene por objetivo exponer los resultados iniciales del proceso de participación ciudadana²⁷, que, en conjunto con la sistematización de información secundaria, aportaron para el trabajo de las etapas posteriores y especialmente para la construcción de las acciones que serán parte de la cartera de programas y proyectos de este PLADETUR.

Durante los primeros meses de su elaboración, se realizaron actividades participativas para la realización del diagnóstico participativo y el análisis de las variables sociales, económicas, culturales e históricas del territorio, que entregan una base de conocimiento al equipo consultor en post de la construcción de la narrativa que guiará las siguientes etapas.

Este proceso abarcó varias formas de llegar a la comunidad, en las campañas en terreno se realizaron entrevistas y reuniones con actores clave como los empresarios, concejales, turistas, entre otros, que se consideraban relevantes. Lo anterior, lleva a contar con información de fuentes primarias que sustentan los productos y resultados esperados del documento.

La metodología utilizada para esta etapa, se encuentra integrada por una serie de aspectos relevantes y clave para la obtención de información. Estos se exponen a continuación.

- 1) Dar el espacio necesario a la comunidad local y especialmente a empresarios turísticos, para que expresaran sus experiencias y la información con la que cuentan. De esta manera conocer sus necesidades, requerimientos, ideas y propuestas para la construcción de una herramienta pertinente a la realidad del territorio, pudiendo visualizar todos los problemas y temáticas que se presentan como obstáculos para el desarrollo. Así, entre todas las personas e instituciones involucradas, buscar acciones de mejora.
- 2) Reconocer y hacer visibles las relaciones que se generan entre actores locales y los mecanismos institucionales que inciden en el desarrollo turístico del territorio de la comuna de El Quisco.
- 3) Identificar gracias al testimonio de quienes están más involucrados en la temática, es decir, los actores relevantes de la zona, cuáles podrían ser los elementos centrales para poder configurar un perfil del visitante que actualmente se desplaza hacia la comuna.
- 4) Identificar los requerimientos de capacitación en gestión y conciencia turística, sostenibilidad turística y valoración patrimonial turística entre los actores locales que inciden directamente en el territorio.
- 5) identificar los puntos críticos a resolver y las oportunidades y mecanismos de mejoras que los actores locales e institucionales observan respecto de la gestión turística actual dentro del territorio.

Uno de los ejes centrales para desarrollar lo anterior, fué aplicar metodologías participativas, como talleres y entrevistas personalizadas con actores clave, las que permitieron la recolección de insumos, la realización de talleres y la coordinación de entrevistas con actores claves, permitieron recopilar insumos que serían validados en procesos posteriores, para la toma de decisiones.

Las jornadas iniciales de trabajo participativo con metodologías de corte social, se realizaron durante aproximadamente cinco meses (entre noviembre de 2017 y marzo de 2018), de acuerdo a las

²⁷ El detalle de cada uno de los talleres y el material resultante se entrega en el capítulo 7 “PARTICIPACIÓN CIUDADANA” y los anexos correspondientes.

disponibilidades de los actores involucrados, y fueron realizados en: El Quisco (27/11/2017), Isla Negra (18/12/2017), El Totoral (21/12/2017), sindicato de pescadores (12/03/2018), concejales del municipio (13/03/2018) y dos talleres junto a dirigentes de diferentes sectores del territorio (26/03/2018). Además, se realizaron varias entrevistas personalizadas durante el mes de diciembre de 2017, que permitieron conocer de primera fuente y con un tiempo más exclusivo, la realidad de algunos empresarios del turismo. De esta manera se pudo contar con información que permitió llevar a cabo los talleres de mejor manera y recopilar la mayor cantidad de información pertinente.

Los talleres tuvieron la siguientes tabla: presentación del estudio y del equipo profesional, importancia de trabajar un PLADETUR, sus alcances, actividades del proceso, duración, entre otros. Luego, una segunda parte en que se realiza una dinámica participativa, en la que mediante el trabajo en base a un FODA, se pudo recabar información fundamental. Este tipo de talleres permitió generar confianza desde los actores de la comuna hacia el equipo consultor, también lograr una introducción a los elementos básicos de turismo sostenible y finalmente, generar un dialogo participativo con vistas a la sistematización de los comentarios realizados. En tanto, a partir de las entrevistas personalizadas, se logra establecer las sensaciones, dudas y propuestas que surgen desde los actores del mundo del turismo de la comuna.

Por otro lado, se realizaron diversas reuniones con la unidad de turismo del municipio con la finalidad de contar con información relevante, coordinar las actividades y gestionar los encuentros con los actores claves.

Muchas de las problemáticas expresadas en los siguientes apartados, y sus posibles soluciones, emergen desde la comunidad misma, destacándose una claridad de todos los actores involucrados, en que la aplicación de sus propuestas no es algo automático, sino que dependen de plazos, presupuestos y prioridades que tengan a su vez, las autoridades. Son propuestas y eso queda de manifiesto.

3.5.2 Análisis de talleres y entrevistas

a) Visión del destino

En general, existe una evaluación negativa respecto a la falta de un plan que organice las iniciativas turísticas. El proyecto de elaboración de un PLADETUR llevaba años en carpeta, sobre todo por la vocación comunal.

NO obstante lo anterior, existe una valoración positiva respecto a elementos como las playas, la gastronomía y la cultura, a los que se les debería sacar mucho más provecho. Al respecto existe la impresión que faltan actividades a desarrollar, principalmente durante la época en que bajan los visitantes, ya que en temporada alta, la comuna colapsa.

Hay una percepción positiva en cuanto a la calidad de los servicios gastronómicos y de hotelería que están formalizados, no así de los informales, que estarían haciendo un daño importante al territorio:

“Hay gente que se queda con la impresión de que toda la hotelería funciona como los informales y si tienen una mala experiencia se van con la sensación de que en El Quisco la hotelería es mala, cuando eso no es así²⁸”.

b) Principales atractivos o actividades que ofrece la comuna

La comuna ofrece distintos atractivos, muy diferentes entre sí, lo que genera que exista una gran cantidad de visitantes en la época de alta demanda. Estos atractivos, potencialmente, se podrían

²⁸ Testimonio de una de las entrevistas a actores claves.

utilizar de manera estratégica, para la realización de eventos o actividades durante los meses de baja demanda.

Por una parte existe un gran balneario en El Quisco, que en el verano y durante los fines de semana largo permanece lleno. Es uno de los balnearios más visitados del litoral, por una mezcla de atributos, que va desde ser una playa amplia y apta para el baño y estar en un territorio que ofrece una gran cantidad de servicios.

Por otra parte, cuenta con el sector de Isla Negra, tradicionalmente catalogado como cultural debido a la importancia que tiene la casa del poeta Pablo Neruda, siendo un polo turístico de gran envergadura. También existen espacios más bien de descanso como Punta de Tralca, que siempre ha estado vinculado al reposo y la tranquilidad.

Finalmente, la zona de El Totoral basa su desarrollo fundamentalmente en el turismo rural. Allí se realizan las misas a la chilena que convocan a personas en ciertas fechas de mayor importancia.

c) Principales fortalezas de la comuna respecto a los destinos aledaños

Tal como se ha comentado con anterioridad, que El Quisco sea principalmente una comuna con diferentes posibilidades de panoramas y de lugares con diferentes atractivos se transforman en la mayor fortaleza, y requiere un uso acorde.

d) Dificultades para desarrollar el turismo en la comuna

- Hay una tendencia a comprender el territorio como un conjunto de partes con grandes diferencias que no alcanzan a concebirse como parte de una misma unidad;
- Falta de servicios higiénicos públicos que contribuyen a la imagen de suciedad pues se utilizan las calles como baños;
- Falta señalética e información;
- Falta de infraestructura complementaria como señalización de las calles, de acceso y distancia a lugares específicos, de protección de espacios de conservación y alternativas de circulación vehicular en tiempos de verano;
- Problemas de estacionamiento. Mucha gente se estaciona en lugares no habilitados debido a la falta de espacios disponibles;
- Deficiencia en el sistema de recolección de basura, que tiene como consecuencias suciedad en las calles y suciedad en las playas;
- Fragilidad de distintos servicios que ante el aumento de visitantes colapsan de manera importante;
- Información turística deficiente. Falta de una oficina de información turística con mayores recursos y más visible;
- Falta de eventos masivos en temporada baja que aliente la presencia de visitantes no solo en verano;
- Falta profesionalización del rubro, generar capacitaciones en diversas áreas;
- Existe un déficit respecto de la infraestructura cultural;

e) Principales áreas de desarrollo a futuro en el destino

Existen perfiles claramente establecidos de los proyectos que debieran desarrollarse en las diferentes localidades, potenciando el trabajo que ya se ha realizado. Por ejemplo, los proyectos que quieren emprender desde el sindicato de pescadores de El Quisco, que se relaciona, fundamentalmente, con la realización de actividades de veraneo en el sector de la playa. Por otra parte, el desarrollo de un turismo rural en El Totoral, un turismo con un carácter más cultural en Isla Negra y con énfasis en la tranquilidad y el descanso en Punta de Tralca.

f) Demanda/oferta

Existe la sensación—en palabras de los mismos empresarios turísticos—que los visitantes que llegan al territorio no son turistas, sino más bien son catalogados como “veraneantes”. Se cree que los visitantes consideran a la comuna como un territorio de accesibilidad media, ni muy económico (distanciándose de playas como Cartagena) ni muy caro (distanciándose de balnearios como Algarrobo).

Además, los visitantes llegan hasta el territorio, principalmente, por el balneario de El Quisco, la casa de Pablo Neruda o el turismo rural de El Totoral. Y la mayoría de ellos procederían desde Santiago o Viña del mar.

La sensación que queda es que en la época de alta demanda (principalmente en verano o en fines de semana largo, feriados, etc) el cumplimiento de las expectativas de los visitantes no se logra resolver de la manera ideal, principalmente por las externalidades negativas que se generan al colapsar los servicios y la infraestructura.

Por otra parte, existe la idea de que la información dada al turista es deficiente. Por una parte existe mucha información relacionada con emprendimientos informales (llenando de basura las calles) y no hay una oficina visible de turismo a la cual recurrir en busca de información más oficial.

Las necesidades detectadas según el trabajo participativo se detallan a continuación.

- 1) Mejorar la gestión de la oficina de turismo del municipio;
- 2) Fomentar la asociatividad entre empresarios;
- 3) Mejorar accesos viales;
- 4) Romper con la estacionalidad;
- 5) Implementar mayor difusión, marketing y oferta de paquetes turísticos;
- 6) Implementar señalización turística;
- 7) Mejorar el sistema de recolección de basura;
- 8) Formación en conciencia turística (calidad de atención en los rubros de alojamiento y alimentación);
- 9) Capacitación en idioma Inglés;
- 10) Reforzar la calidad de información turística que se entrega visitantes, mediante información actualizada y estandarizada (folletería y oficinas de atención);
- 11) Mejorar la orgánica de la comuna en torno a la actividad turística: coordinación y participación deben ser robustecidas.

g) Identidad local

En términos identitarios, la comuna del Quisco es extremadamente diversa, muy marcada por la historia y la geografía de cada localidad. De esta manera se van configurando identidades particulares. Según las propias comunidades es posible reconocer diferencias importantes entre las localidades de El Quisco, El Totoral, Isla Negra, Punta de Tralca, etc.

h) Conocimiento de la historia local y patrimonio material e inmaterial

Existe un desconocimiento importante de los aspectos históricos y su relevancia en la identidad del lugar. En Isla negra, además de la casa de Pablo Neruda, que concentra toda la atención, existen casas de otras importantes figuras de la historia de Chile, como es el caso del dibujante Pepo. En el Totoral se comentó que existían registros de asentamientos de pueblos originarios, lo que no ha sido estudiado e investigado para ver la real dimensión y alcance de los mismos.

En cuanto al patrimonio natural, existe un énfasis en crear conciencia del valor de ciertos lugares como las quebradas, transformándolos en sectores atractivos para los visitantes.

3.6 Mapa de actores del territorio

3.6.1 Análisis de actores clave de El Quisco

Uno de los aspectos a destacar del proceso de construcción del PLADETUR, es que se trabajó con personas y agrupaciones relevantes para el desarrollo turístico de la comuna. Es así como fue posible conocer la opinión de agentes importantes que inciden en el ámbito turístico y que en definitiva serán los que se beneficiarán del Plan y serán los pilares desde los cuales se levantará el modelo de gestión que impulse la actividad.

Estos mismos actores identificados, forman parte del proceso de participación ciudadana que se está llevando a cabo en la comuna, con quienes se trabajarán las diferentes aristas del proyecto, como la definición de imagen objetivo y la formulación de los lineamientos sobre los cuales se conformará la estrategia de desarrollo turístico para el territorio.

Por otro lado, también existen actores clave que si bien su trabajo no se encuentra focalizado solo en esta comuna, también son importantes para el desarrollo turístico, por lo que es necesario incorporarlos en la construcción de este mapa.

Dentro de las agrupaciones comunales, algunas de ellas se encuentran en funcionamiento, pero son las mínimas. Se destaca que a medida que se realizaban las actividades de participación en el marco de este PLADETUR, los actores sintieron la necesidad de activar estas asociaciones para dar cumplimiento a los objetivos de este.

En la localidad de El Total, existen dos agrupaciones de artesanos, dos juntas de vecinos, un comité ecológico y polígonos de vivienda, siendo este último poco relevante para los objetivos del PLADETUR, por lo que no fueron considerados en el mapa de actores.

En Isla Negra existe una agrupación llamada Isla Negra Unida, que se reúne regularmente, y la Corporación cultural de artistas pro ecología con más de 25 años de trabajo.

El Consejo turístico público privado -CTP- de la comuna de El Quisco dejó de funcionar hace algunos años. En su período activo sus principales funciones fueron la realización de giras para la difusión de la comuna, presentación de proyectos a la municipalidad y realización de algunas acciones para el mejoramiento de la actividad turística. La falta de liderazgos provocó que la asociación dejara de funcionar. No obstante lo anterior, la fase de diagnóstico de este PLADETUR generó un entusiasmo entre los actores en torno a la activación de este consejo.

Una de las agrupaciones más potentes de la comuna es el sindicato de pescadores, tanto por su representatividad como por su antigüedad. Tienen reuniones de manera permanente, donde convocan a más de 50 socios cada vez y ejecutan un trabajo sostenido que les permite avanzar en los temas que les interesan.

Los concejales tienen un trabajo interno, tanto a nivel de Concejo como la comisión de turismo dentro del mismo, y también existe una asociación provincial pero se reúne para temas puntuales y no existe relación con concejales de otras comunas aledañas.

A nivel externo, se resalta la Mesa Provincial de Turismo liderada por la gobernación, en la que participan todos los encargados de turismo de los municipios pertenecientes al destino Litoral de los Poetas, jefes de servicio, la gobernación, Sernatur regional, la Subsecretaría de turismo, y trabajan, fundamentalmente, en acciones vinculadas al turismo de cruceros.

La municipalidad de El Quisco es socio de la AMTC -Asociación de Municipios Turísticos de Chile- y de la Corporación para el Desarrollo Turístico Provincial de San Antonio, entidad público/privada que lleva un tiempo sin estar activa, pero se están realizando los esfuerzos para que vuelva a

funcionar. Por otro lado, se trabaja con Sernatur en diversas iniciativas específicas tanto para la comuna como para el litoral. Se recibe asesoría técnica y recursos mediante los fondos del FNDR y diferentes capacitaciones; además de realizar acciones promocionales dentro y fuera del país.

Finalmente, se destaca que el municipio cuenta con un convenio con CODEFF desde 2016, que ha levantado diversas investigaciones en la zona, además de gestionar fondos para generar acciones junto a la Unidad de Turismo y a la oficina de medio ambiente.

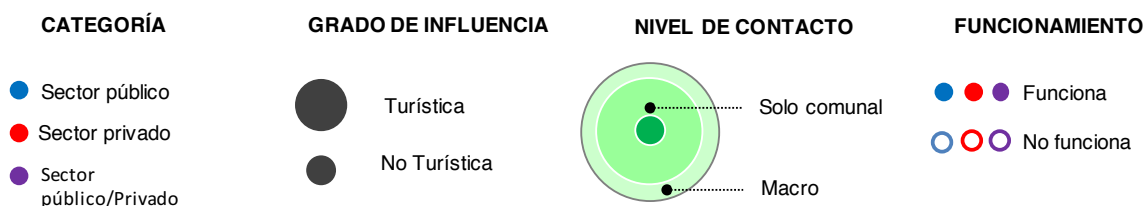
3.6.2 Resultado análisis de actores clave de El Quisco

Lo expuesto en el apartado anterior, se ha traducido en una evaluación de los actores clave que interactúan en el territorio, y que trabajan la actividad turística ya sea de manera directa o indirecta. El éxito de una herramienta de planificación como el PLADETUR, depende enormemente de la vinculación con la comunidad y el entorno en general. Un plan no es solo un documento, sino que es un compromiso de desarrollo de acuerdo a las visiones, en este caso, de toda una comuna.

Es por esto que la herramienta denominada “mapa de actores clave” es, como su nombre lo indica, clave para lograr determinar las prioridades al momento de involucrar a la comunidad en el empoderamiento en torno a la planificación sustentable de un territorio. En un mapa de actores se deben considerar los gobiernos locales, líderes comunales, representantes de asociaciones, y todos aquellos que tengan la capacidad de traspasar a las bases la información y aportar con propuestas vinculantes.

Para la realización del Mapa de Actores de la comuna de El Quisco, se tomaron en consideración todos los actores presentados con anterioridad y se les asigna una posición específica dentro del mapa, de acuerdo a cuatro criterios: categoría, grado de influencia, nivel de contacto y funcionamiento.

Esquema N° 4. Criterios para el análisis de los actores clave en torno a la actividad turística comunal



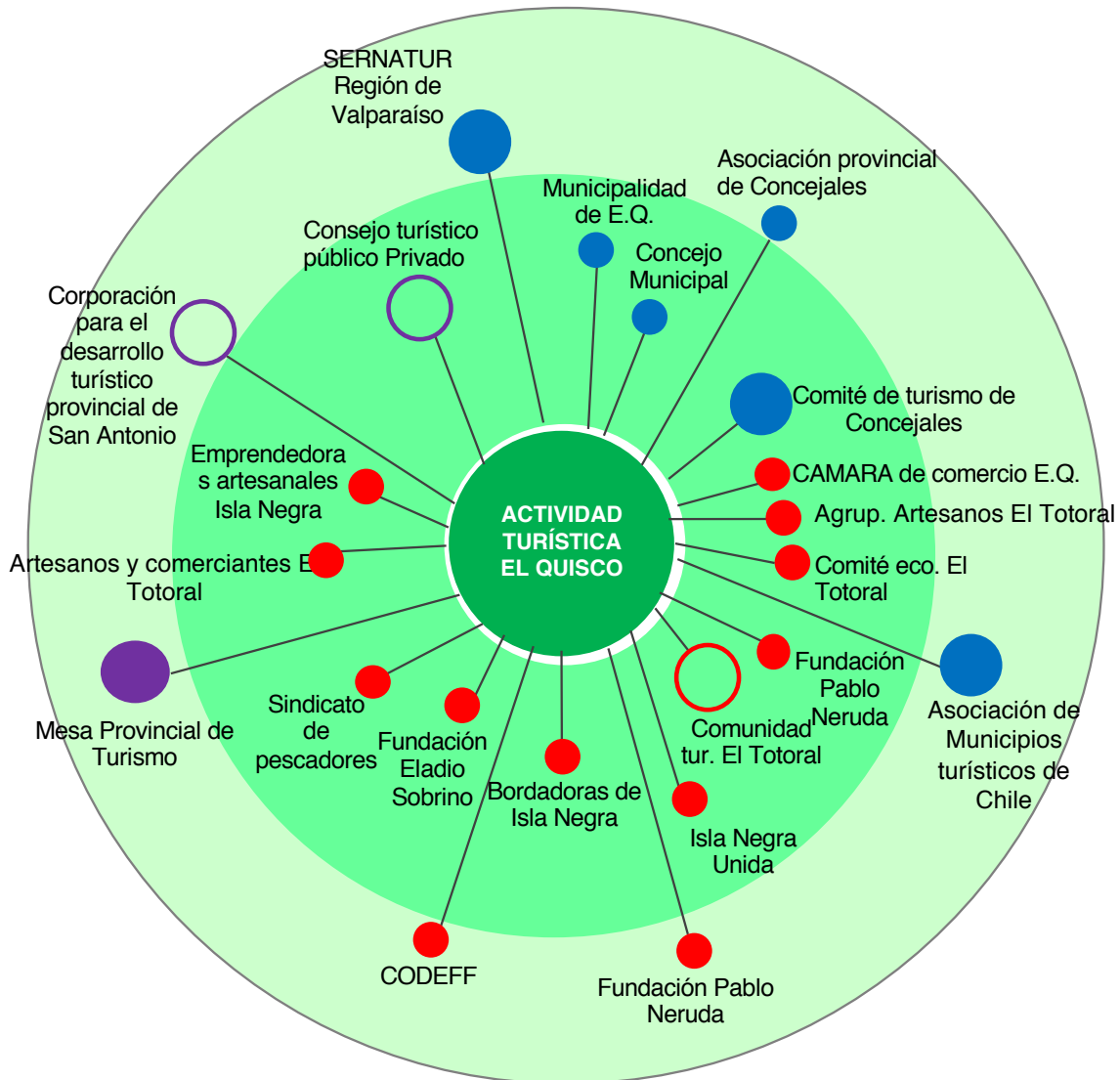
Fuente: DTS Consultores

Una vez identificados los actores clave para el turismo de la comuna de El Quisco, un total de 22, tanto internos como externos, directos e indirectos, se procede a aplicar los criterios especificados en el esquema anterior, lo que permite contar con un mapa gráfico de la posición que ocupa cada uno.

En Anexo N° 7 se entrega el Excel donde se incorpora cada uno de los actores clave definidos para la comuna de El Quisco, y el resultado de la aplicación de los cuatro criterios. En tanto, en Anexo N° 8 se presenta el mapa que se expondrá a continuación en su formato original en Power Point para su actualización.

A continuación se presenta esta representación gráfica del mapa de actores relacionados con la actividad turística de la comuna.

Esquema N° 5. Mapa de actores clave comuna de El Quisco



Fuente: DTS Consultores

Los 22 actores evaluados fueron traspasados al esquema en base a los criterios anteriormente explicados, todos en función de la actividad turística y la posición de los distintos actores frente a esta.

Visualmente se logra apreciar que existen siete organismos (los que se encuentran dentro del círculo mayor) que cumplen una función más allá de la propia comuna pero que son importantes y clave en el desarrollo turístico.

También se determina que solo siete actores son totalmente turísticos, de los cuales tres no se encontrarían en funcionamiento al día de hoy. Esto significa que las agrupaciones turísticas tienen dificultades para formarse y más aún para funcionar y mantenerse en el tiempo, que es una problemática que se repite a nivel nacional. Una de las razones de lo anterior, es que las empresas turísticas son más bien micro y pequeñas, esto implica que los dueños son los que se encuentran en toda la cadena del servicio por lo que el tiempo que pueden dedicar a trabajar en temas participativos es más bien escaso.

4. IMAGEN OBJETIVO

4.1 Consideraciones previas

El presente capítulo se elabora en función de los resultados arrojados por el diagnóstico turístico y las jornadas participativas, que fueran realizadas durante la primera etapa de ejecución del Plan de Desarrollo Turístico de la comuna de El Quisco. Además de esta fuente de información –diagnóstico- la elaboración de estos productos contaron con sus propias metodologías; talleres participativos, campañas en terreno con actores locales, sesiones de ideas del equipo consultor y trabajo de gabinete, con el fin de lograr interpretar y captar la esencia de la comuna y sus localidades.

De manera práctica, para elaborar la imagen objetivo es necesaria una cuota de creatividad de parte del equipo, basada en argumentos técnicos que permitan que el receptor conciba lo que se le está proponiendo, no solo de una manera romántica, sino que confiando en que están contruidos sobre una base sólida.

En la actualidad, la comuna de El Quisco está inserta dentro de un “destino turístico mayor” el Litoral de Los Poetas, pero como comuna, carece de una serie de componentes que lo hacen establecerse como tal, no obstante, el objetivo final de este estudio es la elaboración de un PLADETUR, por lo que se entiende la necesidad de transformar a la comuna en un espacio con todos los elementos necesarios para ser un destino turístico.

Los siguientes acápite se centran en dos enfoques: 1) analizar el destino El Quisco desde la mirada técnica necesaria que lo clasifique dentro de un marco de acción, lo que permitirá generar propuestas focalizadas para la obtención de resultados en el corto plazo y mediano plazo; y 2) los resultados del trabajo con la comunidad para la construcción de la visión aunada y representativa.

4.2 Análisis del ciclo de vida del destino

Un análisis en particular que permite situar el destino en su real contexto, es el **Ciclo de Vida Turística**. Este se encuentra conformado por Fases o Niveles de Desarrollo, que deben ser estudiadas para comprender las mejores formas de gestionar un producto o destino turístico, por lo que se partirá por exponer los conceptos que se encuentran detrás de este análisis.

- **Destino turístico local** es un espacio físico en el que un visitante pasa al menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo y atractivos y recursos turísticos en un radio que permite ir y volver en un día. Tiene unos límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes y percepciones que determinan su competitividad en el mercado. Los destinos locales incorporan a diversos grupos, entre los que se cuenta a menudo la comunidad anfitriona, y pueden establecer lazos y redes entre sí para constituir destinos mayores. (OMT, 2002).

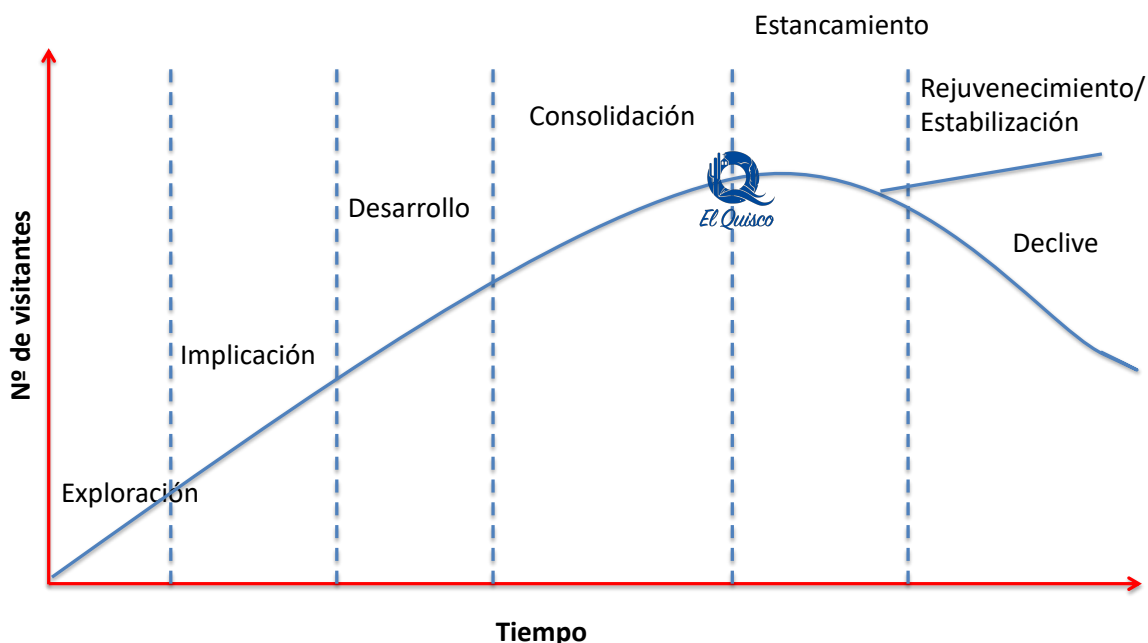
- **Producto turístico:** es la suma de componentes tangibles e intangibles, que incluye los bienes, recursos, infraestructuras, equipamientos, servicios, ingeniería de gestión, imagen de marca y precio que el turista percibe (ESADE, 1996). Se puede sintetizar como la combinación de tres elementos básicos: los atractivos (naturales, culturales y eventos), las facilidades (alojamiento, alimentación, recreación y otros servicios) y accesibilidad (infraestructura de transporte; Acerenza, 1982).

La comuna de El Quisco, debe ser un destino turístico que se conforme a partir de distintos productos, los que a través del tiempo pueden ir diversificándose, mutando, muriendo unos y naciendo otros, según los cambios en las tendencias y en los mercados meta. La principal diferencia cuando se analiza el ciclo de vida de un producto y de un destino se encuentran en que el primero se hace en función de las ventas y el segundo del número de visitantes.

Por lo anterior, y en orden de establecer la posición turística competitiva de la comuna, a los resultados de las etapas anteriores se le suma la aplicación de la metodología del ciclo de vida real del “destino turístico”, al que se llega luego de efectuar un análisis de la oferta, demanda, infraestructura de apoyo y superestructura.

Se destaca que esta determinación del ciclo de vida, tanto de productos como de destinos, se realiza en **función de su evolución y su posición** en el momento del análisis, y que corresponde a una herramienta de marketing para orientar las estrategias actuales y futuras. En este caso, el análisis se efectúa al momento de proponer la imagen objetivo, como un análisis que ayudará a contextualizar su base y la forma en que se exponen, para luego continuar con las siguientes etapas de la elaboración del PLADETUR.

Esquema N° 6. Ciclo de vida del destino turístico



Fuente: Elaboración DTS Consultores Ltda. en base a Butler 1980.

Según la figura que se expone, **la comuna de El Quisco se encontraría entre las fases de consolidación y estancamiento**. Definir en cual de las dos se encuentra de manera exacta, dependerá de la localidad donde se realice el análisis, no obstante, si la comuna es analizada de manera global y la imagen general que proyecta, el resultado es que se encuentra en la **fase de estancamiento**. Lo anterior basado en que el número de turistas alcanza su máximo y ya no crece de forma considerable, debido a que no existe el espacio para hacerlo, al menos en temporada alta. El destino ya no está de moda y ha perdido atractivo para determinados segmentos del mercado, normalmente de mayor poder adquisitivo. La demanda se basa, en gran parte, en las visitas de repetición, y son necesarias cantidades importantes de recursos para mantener el número de visitantes. A estas alturas, la capacidad de acogida²⁹ puede verse sobrepasada y el destino puede tener problemas medioambientales, económicos y sociales.

Los resultados de los distintos análisis realizados en la fase de diagnóstico han establecido este ciclo de vida para la comuna, lo que implica trabajar de manera estratégica con el fin de alcanzar en el corto plazo que todas las localidades lleguen a un punto de equilibrio. El factor común de cada una

²⁹ Número máximo de turistas deseable que visitarán el destino

de las fases, es la implicación de las autoridades en el desarrollo del destino, algunas para incorporar elementos y otras para limpiar la imagen y generar procesos de reingeniería.

En el caso de El Quisco, será necesario generar estrategias de rejuvenecimiento y ampliación de la temporada. A nivel de marketing, se debe trabajar en la reivindicación de su imagen en función de nuevos productos turísticos, y basados en una planificación innovadora como es la clusterización experiencial.

4.3 Proceso de elaboración de la imagen objetivo

4.3.1 Introducción

Se entiende como Imagen Objetivo – Turística, a la “imagen conceptual” de la comuna como destino capaz de ofrecer Productos Turísticos Competitivos. Esta Imagen, se alcanza mediante la interpretación de los distintos resultados obtenidos en el período de elaboración de las primeras etapas del PLADETUR, que se corresponde con un análisis eminentemente turístico con componentes de otras disciplinas, que permiten rescatar la esencia pasada y actual en pos de un aprovechamiento comercial del recurso.

En la Imagen Objetivo, en este caso de un destino turístico, se ve reflejado el pensamiento, la visión, prioridades, entre otros factores, que los actores ya sea públicos, privados, ciudadanos, etc., ven en el territorio y quisieran potenciar a fin de orientar un desarrollo local hacia la actividad turística, mediante el respeto a las comunidades locales, al medio ambiente y a la obtención de beneficios económicos para los habitantes del territorio.

La imagen objetivo para el desarrollo turístico de la comuna de El Quisco se plantea en base a conceptos que deben estar presentes en el territorio, ya que si bien cada uno por su lado, podría representar a otros sectores, al generar la interacción se produce una sinergia positiva, lo que permite asociar los términos con este espacio geográfico.

La obtención de esta imagen objetivo se materializa a través de distintas instancias, donde se relacionan cada una de las conclusiones de las distintas etapas del estudio, a fin de conformar líneas de acción que permitan apuntar a la consecución de un destino turístico en el largo plazo.

¿Qué pasa por la mente de las personas cuando escuchan hablar de la comuna de El Quisco?

Para responder esta pregunta se debe saber que la imagen de un lugar determina la forma en que sus habitantes y los foráneos responden al mismo. Esta dirección estratégica de la imagen requiere de examinar los siguientes puntos³⁰:

- 1) ¿Qué determina la imagen de un lugar?
- 2) ¿Cómo puede medirse la imagen?
- 3) ¿Qué guías existen para diseñar su imagen?
- 4) ¿Qué herramientas están disponibles para comunicar una imagen?
- 5) ¿Cómo puede corregir su imagen negativa?

Para responder a todas esas preguntas, se genera un marco teórico que sintetizará lo resultados de la investigación.

La Imagen es la suma de creencias, ideas e impresiones que una persona tiene de ella. Las imágenes representan la simplificación de un gran número de asociaciones y trozos de información

³⁰ Kotler, Haider, Rein, 1994

conectados con un lugar. Son un producto de la mente que trata de procesar y “esencializar” enormes cantidades de información sobre un lugar.

Para la valoración de la imagen es necesario seleccionar un público objetivo con distintas características, para luego generar la medición de las percepciones de la audiencia junto con los atributos relevantes.

Una vez que se cuenta con la comprensión de la imagen actual del lugar, se puede deliberar sobre la imagen apropiada, la que debe ser:

- Válida: que no sea alejada de la realidad.
- Creíble: que no trate de parecer mejor que otros lugares.
- Simple: no determinar muchas imágenes de sí misma, ya que conduce a la confusión.
- Tener atractivo: debe sugerir los motivos que hacen deseable vivir, visitar o invertir.
- Distintiva: debe ser diferente a otros temas comunes.

Las herramientas con que se cuenta para comunicar la imagen pueden ser tres:

- Lemas, temas y posicionamiento: puede ser una frase corta que contenga la visión general del lugar. Este, forma la plataforma sobre la cual la imagen puede ser ampliada.
- Símbolos visuales: son aspectos que quedan grabados en la conciencia del público (ej.: Torre Eiffel –París-, Big Ben –Londres-, la Plaza Roja –Moscú-, la Gran Muralla –China-).
- Acontecimientos y acciones: comunicar la imagen mediante un acontecimiento positivo que destaque al lugar.

Si un lugar se ha conformado con una imagen negativa, una de las opciones es admitir el problema y convertir lo negativo en positivo. Pero para eso es necesario hacerse cargo del problema, corregirlo y nacer nuevamente.

La comuna de El Quisco se encuentra en el peak de su ciclo de vida, tal como se pudo apreciar en el punto anterior, por lo que el PLADETUR debe tender a generar las estrategias pertinentes para evitar el declive, lo que implica un “rejuvenecimiento” del destino.

4.3.2 Determinación de la imagen objetivo turística

Sumado a los análisis técnicos a nivel de visión y estrategias para abordar la identidad, por un lado, y el marketing, por otro, se realizan entrevistas personalizadas y jornadas de trabajo que tienden a la obtención de insumos para la imagen, lo que se lleva a un actividad específica de co-diseño con los actores clave.

En esta actividad se contextualiza sobre la necesidad de identificar y poner en relieve la identidad del territorio, concepto que está dado por características sociales, culturales y espaciales del destino. Estas características fueron validadas con las ideas e imágenes que proveen los encargados de gestionar las experiencias turísticas del destino.

La actividad llevada a cabo, contó con metodologías y resultados específicos que fueron utilizados, en este caso, para generar la imagen objetivo conceptual y gráfica, del destino El Quisco, pero que servirán a los encargados de la ejecución del PLADETUR, en la realización de distintas acciones específicas, por lo que en el Anexo N° 9 de participación ciudadana – Taller 9. Resultados diagnóstico y elaboración de imagen Objetivo_07082018-, se encuentran los insumos para su utilización posterior.

Uno de los ejercicios realizados en la actividad específica de co-diseño de la imagen objetivo fue definir los conceptos más emblemáticos para el territorio en estudio, cuyo resultado fue el siguiente:

Estos elementos reflejarían la **Identidad Propia** de las distintas localidades pertenecientes a la comuna, y servirán como sustento para la propuesta de visión del destino. A su vez, se generaron ejercicios para la definición de otros aspectos a trabajar y que se entregan a continuación:

- Idea fuerza: **La comuna del Quisco es mucho más que un balneario de verano.**
- Relato: **El Quisco, es un balneario con atractivos naturales, lugar de relax, fuente de inspiración para poetas, con una variada oferta de artesanía y comidas típicas de la zona costera y el bosque nativo.**
- Palabras claves, que son aquellas palabras claves se repiten en la construcción de la marca en los procesos de participación: **Historia, Quebrada, Quisco, Artesanía, Gastronomía, Sustentabilidad, Mar.**

La conceptualización de un territorio se encuentra apoyado por elementos que representan la decisión de hacia donde se van a enfocar los esfuerzos, del antecedente para la generación de productos turísticos, y que en este caso se entregan en formato de frases representativas, que son las siguientes:

“Inspiración cultural” Tierra de poetas, artistas y artesanos.

“Naturaleza y medioambiente”, refiriéndose al escenario natural altamente singular que destaca en la comuna y que puede abarcar multitud de actividades relacionadas con el turismo de intereses especiales.

“Tradiciones campesinas y costeras”, “cultura típica”, se refieren al quehacer humano, a como se vincula la gente con su territorio y esto se muestra a través de la vida alrededor de la producción del campo y de la pesca.

“Gastronomía tradicional chilena”, este es un aspecto potente que podría transformarse en el elemento tangible que muestre la fusión mar y tierra de la comuna.

Cada una de estas temáticas, es parte de un tipo de turismo determinado y que van guiando al destino hacia su propuesta de valor, que según lo mencionado por la propia comunidad, se relaciona con el campo y la costa y que llega a los turistas a través de actividades asociadas al ecoturismo, turismo científico, turismo aventura, turismo rural, turismo cultural y gastronómico.

Luego de un trabajo de equipo y en gabinete, sustentado por los resultados de la actividad de co-diseño, se lleva a cabo una nueva jornada de validación, donde se presenta tanto la imagen objetivo conceptual como gráfica. En Anexo N°9 de participación ciudadana – Taller 10. Resultados imagen objetivo_31082018-, es posible encontrar las presentaciones con los detalles del trabajo realizado.

La imagen objetivo turística finalmente validada y aprobada por los actores relevantes del territorio se entrega a continuación:

“Organizar, implementar y posicionar la comuna de El Quisco como un territorio comprometido con el desarrollo de un turismo sustentable e inclusivo, de inspiración natural y cultural, con una variada oferta de experiencias y tradiciones típicas de la costa central de Chile y dentro del Destino Litoral de los Poetas, generando actividades relacionadas con la cultura local y naturaleza, realizada bajo una gestión asociativa que fomente el emprendimiento y la innovación para el fortalecimiento de la calidad de la oferta turística, logrando que sea atractiva y amigable a turistas nacionales e internacionales”.

Esta Imagen Objetivo, debiese ser la base para la conformación de las distintas herramientas que llevarán a posicionar en la comuna como un destino turístico en el largo plazo, y sus localidades en el corto y mediano plazo.

Una segunda parte de esta gran conceptualización del territorio en base a la imagen que se quiere proyectar, es la ideación de una marca, representado en un logo que pueda dar cuenta de las principales características del destino. Las jornadas sirvieron para recolectar los insumos, y de manera posterior idear bocetos que pudieran representar el sentir de los actores clave. Estos bocetos se transformaron en tres propuestas de imagen gráfica para El Quisco y que son las que se presentan a continuación.

Imagen N° 30. Propuestas de marca para el destino El Quisco



Fuente: DTS Consultores

Estas tres marcas fueron llevadas a una votación popular a través de distintas plataformas. Luego de estar cinco semanas a disposición de la gente, la imagen ganadora fue la número 1. El resultado de esta votación con las respuestas individualizadas, se encuentra en Anexo N° 10.

Es necesario aclarar que esta marca/logo del destino El Quisco es un trabajo que se realiza en el marco de este estudio y que debe ser usado por todos los actores (más allá de que represente o no el gusto de todas las personas, ya que esto tiene componentes muy subjetivos), con el fin de empoderar al territorio en torno al instrumento, al PLADETUR propiamente tal. Esta imagen puede cambiar en cualquier momento, pero los objetivos de desarrollo son los que realmente deben guiar los procesos de la comuna.

Imagen N° 31. Marca elegida por votación popular para el destino El Quisco



Fuente: DTS Consultores

La marca gráfica desarrollada, muestra los principales elementos conceptuales del territorio, representados por una letra "Q", que simboliza la descripción del balneario con atractivos naturales; lugar de relax representado por la iglesia del Totoral; como fuente de inspiración para poetas representado por la pluma; con una variada oferta de artesanía y comidas típicas de la zona costera y el bosque nativo; atractivos del balneario representado por las olas, el ave marina y un quisco de gran tamaño.

Los colores fueron seleccionados a partir de los resultados del taller imagen objetivo desarrollado con actores clave de la actividad turística en la comuna y de la observación realizada en el territorio. Resultando el verde como el color principal que representa al destino, identificado en la figura del quisco y el azul como el color secundario que representa el cielo y el mar.

La tipografía del logotipo es caligráfica -SingPainter HouseScript-, representando la mano de los escritores y poetas que inspiraron sus letras en este destino, pero también es simple y relajada, como la estadía en El Quisco.

Se sugiere para el uso de la marca gráfica los tres colores propuestos: verde (55C 0M 90Y 0K), azul (100C 75M 0Y 0K) y celeste (80C 0M 40Y 0K).

El manual de marca se encuentran en el Anexo N° 11 de este documento.

5. OBJETIVOS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

5.1 Análisis situacional de la comuna de El Quisco

El presente acápite utiliza insumos resultantes del punto 3.5 de este documento (diagnóstico participativo), contextualizando los resultados del proceso llevado a cabo con la comunidad a este capítulo, que tiene como fin proponer la estrategia macro que aportará en la construcción del plan de acción del PLADETUR.

Estas actividades participativas plantearon algunas consideraciones relevantes que se hace necesario destacar para este plan de acción. En primer lugar, el no contar con un plan que dirija las acciones turísticas comunales ha hecho que la unidad de turismo en el municipio no haya tenido los resultados territoriales que los empresarios y comunidad puedan haber esperado. Estas iniciativas generadas en el seno de la administración municipal no han dado cuenta de una visión a largo plazo en cuanto a equipamiento, infraestructura y coordinación con otros agentes de desarrollo turístico.

El punto anterior, es la razón por la que el municipio ha decidido realizar el plan de desarrollo turístico, a partir de una necesidad propia y también ciudadana. Y para direccionar este esfuerzo se propusieron ejes sobre los cuales se generarían distintas acciones. Estos ejes fueron validados por la comunidad y el municipio y son los siguientes: 1) gobernanza y asociatividad; 2) infraestructura e inversión; 3) fomento productivo; 4) capital humano; 5) calidad, innovación y competitividad, y; 6) marketing.

El paso siguiente fue asociar toda la información entregada por los asistentes a las jornadas a los ejes con el fin de poder dar respuesta a sus necesidades. Estas propuestas primarias, que luego fueron trabajadas en base a su pertinencia o no, mejoradas y validadas como se verá en capítulos más adelante, se entregan a continuación.

- 1) **Eje gobernanza y asociatividad:** fortalecimiento y puesta en marcha de organizaciones importantes para impulsar el destino.
 - Desarrollo de un proceso de articulación de los actores turísticos públicos y privados;
 - Fortalecimiento de las asociaciones de turismo del territorio;
 - Fortalecimiento de la oficina municipal de turismo;
 - Fortalecimiento de la relación con otras municipalidades y entre los encargados de turismo;
 - Generación de un departamento de desarrollo económico local y de participación ciudadana;
 - Establecer mecanismos de participación que permitan estar en contacto con el mundo turístico comunal;
 - Armar una cámara de comercio turístico;
 - Generar alianzas entre municipios para realizar viajes de adulto mayor;
 - Potenciar las experiencias de cooperación y alianzas con universidades.

- 2) **Eje infraestructura de apoyo e inversión en turismo:** diseño, construcción e implementación de proyectos ícono vinculados a la puesta en valor del territorio.
 - Ampliar la cobertura de señalética indicativa para acceder a las diferentes zonas del territorio;
 - Reinstalar la señalización de calles que las hayan perdido;
 - Instalar luminarias en ciertos sectores;
 - Mapa de ubicación e informativo de destino en sectores de alto tránsito de peatones;
 - Ordenanzas municipales relacionadas a estacionamientos, letreros y avisos publicitarios;
 - Creación de un camino peatonal costero;
 - Ampliar las avenidas para ser alternativas al camino costero;

- Resolver problemática de la carnicía de estacionamientos, tanto para turistas como para los propios vecinos;
- Generar alternativas para realizar trámites bancarios en el territorio y no tener que desplazarse a San Antonio;
- Mayor cantidad de basureros;
- Disminuir la contaminación;
- Recolección de basura los domingos en la noche, una vez que los visitantes abandonan la zona;
- Protección de santuarios y prohibiendo de acceso en vehículos motorizados;
- Trabajar las energías renovables para disminuir los efectos negativos de ciertas prácticas actuales;
- Plan de reforestación con especies nativas;
- Control hacia la masa de perros vagos;
- Instalación de baños públicos y duchas en la cantidad y accesibilidad necesarias para un balneario de la magnitud de El Quisco;
- Resolver falta de alcantarillado y pavimentación de los lugares más apartados del centro;
- Instalación de semáforos en sectores críticos;
- Implementación de un espacio común para los vecinos: plaza, parque, cine u algún otro formato;
- Coordinación entre carabineros y gobernación marítima para la vigilancia de sectores costeros;
- Defensa del oficio de artesano respecto del comercio de productos chinos.

3) Eje fomento productivo: reconocer al sector rural como un eje de desarrollo de servicios, con identidad y posicionamiento.

- Capacitación y acompañamiento para los proyectos levantados por empresarios turísticos que son postulados a fondos concursables;
- Mayor acceso de la comunidad a los instrumentos de fomento.
- Mejorar la calidad de los servicios de alojamiento y alimentación, promoviendo su formalización;
- Plan dedicado al sector rural de la comuna;
- Revisar la zona de extensión urbana y las definiciones de planificación territorial;
- Definir ejes comunales en torno a su vocación;
- Plataformas para informar a los turistas respecto a lugares formalizados.

4) Eje formación continua del capital humano: capacitación, conciencia turística y profesionalización de la actividad turística.

- Generar conciencia turística y medio ambiental a toda la comunidad, trabajando junto a los colegios, taxistas, escuelas y liceos, carabineros y organizaciones funcionales;
- Campaña sobre cómo cuidar y aprovechar positivamente la actividad turística;
- Educar a los visitantes sobre las normas comunales relacionadas con horarios y otros temas;
- Capacitación en higiene, atención cliente, público objetivo, empresas y formalización;
- Formación profesional del recurso humano de los municipios;
- Capacitación en idiomas.

5) Eje calidad, innovación y competitividad: normas de calidad, sellos de sustentabilidad y generación de productos turísticos experienciales.

- Productos y servicios definidos;
- Fiscalización en torno a la mejora de los establecimientos, que eleve el nivel de calidad y estandarice los servicios;
- Un municipio que potencie a los emprendimientos regularizados;

- Ordenanza municipal respecto a la seguridad pública.

6) Eje difusión, promoción y marketing turístico: imagen turística y plan de marketing.

- Asociatividad entre los municipios;
- Sitio web turístico de la comuna;
- Conexión con agencias y tour operadores;
- Generar un plan de difusión y promoción de territorio;
- Mayor promoción del destino en principales ciudades que atraigan visitantes;
- Generar una comisión para invitar a los medios y difundir los atractivos de la zona;
- Generar alternativas para que la gente se acerque en los días de baja temporada;
- Ruta que contemple a los artistas de la zona, que cada estación tenga un hito de importancia;
- Relevar la presencia de comunidades indígenas en el sector del Totoral;
- Inclusión de productos locales propios para fomentar la identidad;
- Fomentar el uso de libros de registro de visitantes para generar seguridad.

5.2 Análisis FODA Comuna de El Quisco

Uno de los instrumentos más utilizados para exponer la situación actual de un sistema (empresarial, territorial, estatal, etc...), es el análisis de sus condiciones internas y externas para el desarrollo de un diagnóstico integral. En este caso, permitirá relacionar las variables inherentes al propio espacio turístico y las correspondientes al entorno, sobre la base del análisis FODA.

Para la elaboración de la matriz se consideraron los elementos: Debilidades, Fortalezas, Amenazas y Oportunidades, que surgieron desde los análisis anteriores, enmarcados dentro de; superestructura; oferta turística, e; imagen objetivo. Asimismo, y con el objetivo de elaborar un análisis mucho más específico para la futura generación de acciones estratégicas, los elementos se agruparán conforme su incidencia global, en base a; políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales, lo que se denomina como **PESTA**.

PESTA:

P: Indica los factores políticos que afectarán el desarrollo del territorio, tales como regulaciones, leyes, incentivos del gobierno, prohibiciones, etc.

E: Factores económicos tales como ciclos de baja y de alta, aumento en el ingreso, recesiones, crisis, etc.

S: Se refiere a los factores sociales, como las tendencias culturales, la evolución y tendencias del mercado objetivo, etc.

T: Avances tecnológicos y su relación con la innovación.

A: Factores ambientales.

Esta matriz FODA - PESTA en particular, se realiza en base a la información existente a partir del análisis actual del sistema turístico comunal de este documento. Este análisis entrega una primera línea de información para la elaboración de las siguientes fases de planificación, ya que permite graficar la posición competitiva del destino.

Esta matriz FODA - PESTA genera una integración de los resultados, lo que permite establecer las brechas más determinantes con el fin de cerrarlas utilizando una estrategia acorde a la realidad territorial. Lo que se abordará a partir del capítulo de plan de acción del PLADETUR.

En las siguientes páginas se entrega este análisis para la comuna de El Quisco.

Tabla N° 21. Matriz FODA/PESTA de la actividad turística comuna de El Quisco

	FORTALEZA	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
POLÍTICOS	<ul style="list-style-type: none"> - Profesionales y departamentos clave para la actividad turística: Unidad de Turismo y de Fomento Productivo. - Voluntad política de la municipalidad para fomentar, apoyar y fortalecer el desarrollo turístico local. - Las tres profesionales existentes en la Unidad de Turismo son de carreras afines. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pronta implementación del plan de seguridad en el sector de El Totoral, por parte del municipio. - Posibilidad de desarrollar alianzas estratégicas con instituciones de educación superior o centros de estudios para el desarrollo turístico y postulación a fondos públicos. - Conectividad y comunicación con otros destinos para fomentar las visitas interregionales, potenciado por programas y mesas de trabajo inter municipios de SERNATUR y Gobierno Regional. - Ley de Turismo y Normativa de Calidad Turística. - Fondos Públicos Regionales para el desarrollo territorial y fortalecimiento de la asociatividad como FIC, Bienes Públicos, Fortalecimiento Gremial, entre otros. - Existencia de planes y programas de fomento a la asociatividad implementada por instituciones como CORFO, SERCOTEC, SERNATUR y Gobierno Regional. - Existencia de programas de Calidad Turística (Sellos Q y S). 	<ul style="list-style-type: none"> - Percepción de seguridad baja, con índices altos de victimización y delincuencia, sumado a la baja dotación de Carabineros en la comuna y falta de luminaria en ciertas zonas. - Carencia de normativas para ordenar el comercio establecido y homogeneizarlo. - Presencia de comercio ilegal y alta tolerancia a este tipo de comercio, dando la percepción de que en la comuna no se aplican las leyes y normas. - Estrategia de fiscalización al comercio ilegal deficiente. - Carencia de ordenanzas y/o normativas de protección del Patrimonio. 	<ul style="list-style-type: none"> - La desorganización entre autoridades para atacar la delincuencia en la comuna, habiendo zonas en jurisdicción de la Marina y otras de Carabineros. - Los índices de inseguridad altos y la percepción de la comunidad local en cuanto a la inutilidad de denunciar hechos delictuales por falta de respuestas concretas. - Cambios en la zona de El Totoral por causa de ventas de terreno y falta de fiscalización en la construcción de pozos ciegos, generando contaminación. - La urbanización permitida por el Plan Regulador, está disminuyendo las zonas rurales, perjudicando la oferta del turismo rural. - Descontrol del comercio ambulante e ilegal, sumado al crecimiento de la artesanía china, perjudicando la valorización de la artesanía autóctona. - Escepticismo de la comunidad local frente a proyectos de ordenamiento y gestión territorial como el Pladeco y Pladetec, debido a que no se alcanzan resultados o no se

	FORTALEZA	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
		<ul style="list-style-type: none"> - Cercanía con grandes ciudades como Santiago y Valparaíso. 		<p>perciben avances en estas materias.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La ausencia de una gobernanza que incluya al sector público y al privado para toma de decisiones y diseño de estrategias en torno a la actividad turística. - Falta de ambulancias y planes de contingencia en Isla Negra para atender emergencias de visitantes del museo.
ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> - Existe oferta gastronómica y de alojamiento. - La actividad turística se ha extendido como oportunidad de negocio a otras áreas económicas productivas como la pesca y la agricultura. - Existen organizaciones y/o gremios vinculados al turismo que se encuentran organizados e interesados en formar parte de iniciativas de desarrollo turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> - Llegada de Cruceros a Comunas aledañas como San Antonio. - Existe una oferta turística cuantificada y en vías de expansión y desarrollo. - Existencia de un Centro de Desarrollo de Negocios de la Provincia de San Antonio y la existencia de la Corporación de Desarrollo Productivo de la Provincia de San Antonio. - Desarrollo de otros tipos de turismo en torno al turismo cultural como alternativa al turismo masivo o convencional. - Demanda de oferta de fin de semana o escapadas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Comercio desorganizado y con horarios de apertura y cierre impredecibles como para generar recomendación al visitante. - Carencia de estrategias importantes para el fomento productivo en un contexto innovador y sustentable. - Carencia de servicios complementarios y de esparcimiento para fomentar el encuentro de la familia en la comuna, tales como parques, cines, etc. - Carencia de productos turísticos innovadores y experienciales en la zona (diferenciales). - Productos turísticos poco modernos y enfocados en la oferta más que en la demanda. - Poco desarrollo del Capital Humano en torno al turismo. - Calidad de servicios turísticos poco homogéneos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de estrategias para alcanzar nichos o segmentos de mercado nuevos en torno a nuevos productos turísticos enfocados en la experiencia del visitante potencial. - Desconocimiento y falta de disposición a desarrollar asociatividad causada por la desconfianza y la cultura de la competencia. - Desaprovechamiento de los eventos artísticos y culturales de la comuna para generar nuevas ofertas turísticas. - Alta estacionalidad por causa del turismo de sol y playa.

	FORTALEZA	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
			<ul style="list-style-type: none"> - Falta diferenciación con otras comunas pertenecientes al Litoral de los Poetas. - Carencia de relatos turísticos o de difícil acceso. - Falta de asociatividad para acceder a economías de escalas y alianzas estratégicas con proveedores. 	
SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> - Percepción positiva sobre la municipalidad en cuanto a su capacidad de organización de eventos religiosos, tales como la misa a la chilena en El Totoral o Fiestas Costumbristas, potenciado por la creación de alternativas al turista. - Buena gestión de los viajes ofrecidos al adulto mayor. - Existe una variada oferta cultural y gastronómica, resultante de la buena gestión de la municipalidad, según la percepción de la comunidad local. - Existen productos turísticos potenciales en torno a la caleta de pescadores, tales como paseos en lancha, paseos en banano, kayak e infraestructura básica en el sitio. - Historia y tradición referente a la artes literarias y a la cultura criolla. - Considerable cantidad de atractivos turísticos culturales; patrimoniales e históricos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existen antecedentes sobre vestigios Indígenas en la zona. - Existen elementos diferenciadores en la comuna que pueden ayudar a potenciar la identidad de la comuna, tales como las bordadoras y los licores. - Marca Litoral de los Poetas y sus atractivos culturales. - Desarrollo de experiencias turísticas Inclusivas, pudiendo ser comuna pionera en el litoral en cuanto al desarrollo del turismo inclusivo. - Oferta de eventos artísticos y culturales organizados en la comuna. - Existencia de Programas de turismo Social de SERNATUR. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de formación en turismo en niveles técnicos y medios. - Problemas de seguridad y limpieza dados por situaciones de alcoholismo, indigencia y presencia de perros abandonados. - Escasa oferta de baños públicos y duchas en las cercanías de las playas y lugares de interés, generando suciedad. - Escasa señalética turística y vial, y faltan semáforos en zonas críticas de alto tránsito. - Pavimentación en mal estado y carencia de estas en zonas más lejanas al centro de la comuna, sumada a la falta de alcantarillados e iluminación deficiente. - Carencia de convenios o alianzas estrategias público-privadas para el desarrollo del turismo receptivo y emisoro a nivel nacional. - Carencia de programas sociales de turismo para público familia y jóvenes. 	<ul style="list-style-type: none"> - La alta temporada genera aumento en desperdicios e inseguridad, provocada por los visitantes principalmente y afectando a los principales atractivos turísticos de la comuna. - Carencia de Conciencia Turística, tanto a nivel de anfitrión como del visitante. - La falta de un sentido de pertenencia a un solo destino para desarrollar marca turística. Existe un afán de diferenciación entre zonas de la comuna. - Mala percepción de la comunidad respecto al turismo local por causa de los altos niveles inseguridad y victimización, así como también de la mala gestión ambiental. - Desarrollo turístico de comunas aledañas con similares características.

	FORTALEZA	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> - Conectividad con comunas aledañas permitiendo la accesibilidad. - Existen empresarios del turismo comprometidos con el desarrollo de la actividad y están dispuestos a tomar responsabilidades para que la comuna avance en temas de desarrollo turístico. - Existen cuatro localidades de la comuna con historia y cultura local que dan valor a la comuna. - Identidad cultural basada en artes literarias y personajes emblemáticos de esta área. 			
TECNOLÓGICO / INNOVACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de red social Facebook para la difusión de eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Expansión de la Tecnología de Información y Comunicación como herramienta de promoción, comercialización y gestión del turismo en el mundo, con vías de potencialización en Chile. - Tecnología disponible de bajo costo para la promoción, tales como Redes Sociales, Pagina web y aplicaciones móviles. - Desarrollo de Destinos Inteligentes y SmartCities. - Desarrollo de Tecnología Big Data. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de conocimiento del capital humano sobre tecnologías aplicadas al turismo. - Falta de asociatividad para acceder a las tecnologías a bajo costo (economías de escalas). - Estrategias de marketing no son coherentes con los nichos de mercado y la tecnología actual. - Carencia de proyectos en materia de desarrollo tecnológico aplicado al turismo, y por lo tanto, inexistencia de presupuesto por este concepto. - No existen mesas de trabajo o comisiones para desarrollar tecnología aplicada al turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Baja capacidad de respuesta a las necesidades tecnológicas de la demanda turística. - Desconocimiento del perfil del visitante, de las características de la demanda actual y potencial, y nuevos nichos de mercado por no contar con la tecnología adecuada de procesamiento de información y datos. - Baja innovación en productos y servicios turísticos. - Bajo acceso a nuevos mercados y proveedores. - Gestión desactualizada y estrategias inadecuadas en cuanto al desarrollo del destino.
AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> - Posee entorno natural y playas limpias potenciado por la 	<ul style="list-style-type: none"> - Ley de Responsabilidad Extendida al Productor (REP). 	<ul style="list-style-type: none"> - Existe deforestación por el tránsito de personas y capacidad de carga superada. 	<ul style="list-style-type: none"> - Deterioro de los espacios públicos naturales y culturales por mala gestión ambiental.

	FORTALEZA	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
	<p>restricción de uso de bolsas plásticas en el litoral.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atractivos de tipo Natural en buen estado, tales como quebradas y miradores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Disposición a trabajar en el desarrollo de energías renovables en la comuna. - Economía circular y gestión sustentable de residuos en la industria alimentaria. - Programas de fomento al reciclaje y agricultura orgánica. - Desarrollo del turismo sustentable e inteligente a nivel mundial, nacional, regional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Alta demanda de servicios básicos como energía eléctrica y Agua Potable genera cortes y desabastecimiento en temporada de mayor afluencia de visitantes. - Carencia de estrategias y programas de reciclaje. - Carencia de Conciencia ambiental y programas de difusión de buenas prácticas ambientales. - Falta de incentivos a empresas para el uso eficiente y sustentable de residuos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Contaminación desmedida que afecte a las playas y espacios naturales de la comuna. - Mala imagen de destino por contaminación e inseguridad. - Sobre poblamiento de turistas indeseados o de baja conciencia/cultura turística. - Alejamiento de la comunidad local respecto a la realización del turismo. - Uso ineficiente de recursos orgánicos y reciclables.

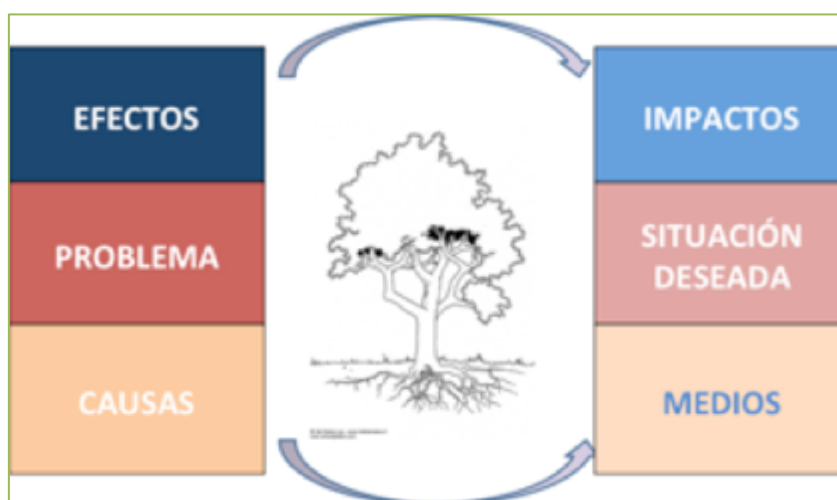
Fuente: DTS Consultores

5.3 Árbol de problemas y soluciones Comuna de El Quisco

El detonante principal para dar comienzo al proceso de planificación, sobre todo si se actúa desde las políticas públicas (Estado), será la identificación del problema o tema de investigación, lo que conducirá a la definición del objetivo y hará posible la selección de actividades relevantes. Antes de comenzar a realizar estas actividades, es necesario conocer el o los problemas que necesitan ser resueltos, los cuales ya se encuentran enumerados en la matriz FODA - PESTA realizada con anterioridad.

Con el fin de abordar de manera eficiente los siguientes pasos de la planeación estratégica, se utilizará la metodología del **árbol de problemas**, el que determina las causas que lo provocan y los efectos del mismo. A partir de esto, es factible plantear una situación deseada, donde los medios y los impactos, formarán parte del **árbol de soluciones**.

Esquema N° 7. Árbol de problemas y soluciones



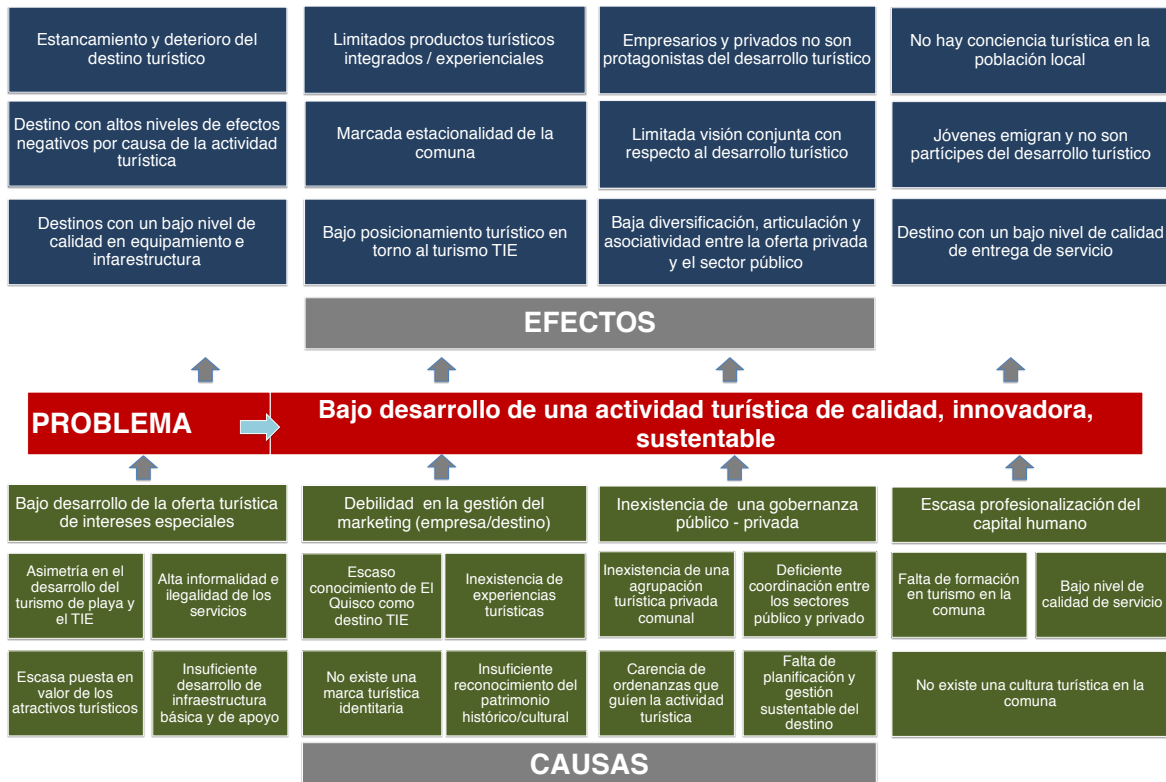
Fuente: DTS Consultores

El FODA planteó una serie de aspectos positivos que deben ser potenciados en el territorio, y otra cantidad de elementos que serían los causantes de la baja competitividad de la comuna de El Quisco como destino diverso y sustentable.

Un punto importante en la determinación del problema, así como del árbol con sus causas y efectos, fueron las actividades participativas, ya que confirmaron conclusiones determinadas a través del trabajo de gabinete y terreno y visualizó aspectos determinantes para la siguiente etapa.

Las causas, problema y efectos que conlleva esta situación se presenta en el siguiente esquema, que servirá para las propuestas posteriores de trabajo.

Esquema N° 8. Árbol de problemas de la actividad turística de la comuna de El Quisco



Fuente: DTS Consultores

Este árbol de problemas se construye en base a las debilidades y amenazas del análisis FODA realizado con anterioridad, ya que se corresponden con los aspectos que generan negatividad, en este caso, en la Comuna de El Quisco. Por otro lado, los aspectos positivos (fortalezas y oportunidades) aportarán en la fase de la construcción de soluciones que se presentarán como estrategias para la elaboración del PLADETUR.

Todos estos aspectos negativos que determina el FODA se agrupan en temáticas relacionadas, para luego determinar cuáles de ellos corresponden a las causas que provocan el problema y cuáles son los efectos que trae consigo el mismo.

Bajo estos antecedentes, y en base al escenario actual, se determina que el **problema** de la Comuna de El Quisco es el **bajo desarrollo de una actividad turística de calidad, innovadora y sustentable**. Esto, trae como consecuencia que los esfuerzos que se realicen sean aislados y no logren sumar hacia una gestión eficiente.

El paso a seguir inmediatamente, una vez identificadas las problemáticas, es convertirlas en las directrices que guiarán el proceso, entendiendo que existen ciertos aspectos que no son abordables por un PLADETUR, por lo que se consideran aquellas que son más factibles de implementar, aun cuando se hace mención a las temáticas globales y que también deben ser parte del trabajo de las instancias asociativas. A continuación, se presenta el árbol de objetivos para la comuna de El Quisco.

Esquema Nº 9. Árbol de soluciones de la actividad turística de la comuna de El Quisco



Fuente: DTS Consultores

De acuerdo a este árbol de objetivos, la situación deseada para la Comuna de El Quisco, elaborada en base a la conversión del problema en la imagen a proyectar, y sumando los elementos de la imagen objetivo conceptual, es la siguiente:

Destino turístico organizado, inclusivo y sustentable, reconocido por contar con una oferta turística de calidad y diversa durante todo el año

Para que esta visión se cumpla, es necesario llevar a cabo acciones (medios) que tengan el impacto que se espera de un destino turístico de calidad.

6. PLAN DE ACCIÓN PLADETUR EL QUISCO

6.1 Estrategia de desarrollo turístico Comuna de El Quisco

De acuerdo a los análisis y conclusiones, se establecen cinco elementos que son esenciales en la redacción y posterior ejecución del PLADETUR; imagen objetivo, misión, visión, principios y objetivos y ejes, que en conjunto conforman la estrategia de desarrollo turístico del destino. Estos elementos se exponen a continuación.

Imagen objetivo turística PLADETUR El Quisco

Organizar, implementar y posicionar la comuna de El Quisco como un territorio comprometido con el desarrollo de un turismo sustentable e inclusivo, de inspiración natural y cultural, con una variada oferta de experiencias y tradiciones típicas de la costa central de Chile y dentro del Destino Litoral de los Poetas, generando actividades relacionadas con la cultura local y naturaleza, realizada bajo una gestión asociativa que fomente el emprendimiento y la innovación para el fortalecimiento de la calidad de la oferta turística, logrando que sea atractiva y amigable a turistas nacionales e internacionales.

Misión PLADETUR El Quisco

El Plan de Desarrollo Turístico de la comuna de El Quisco es la carta de navegación de la actividad turística, desde el cual el municipio mandata a las distintas unidades con respecto al trabajo a realizar en el sector. Este valida y consolida una agenda para el seguimiento del proceso de ejecución del PLADETUR, que aportará beneficios a la población local, de manera directa e indirecta, a través de una oferta sustentable que se posicione en los mercados meta.

Visión PLADETUR El Quisco

Destino turístico organizado, inclusivo y sustentable, reconocido por contar con una oferta turística de calidad y diversa durante todo el año.

Principios PLADETUR El Quisco

Colaboración

Establecer un trabajo armónico y articulado, entre los distintos estamentos que participan directamente de las decisiones comunales para el desarrollo turístico, sean públicos o privados.

Identidad

Tener conciencia de las características propias que hacen que la comuna tenga un patrimonio que mostrar, para compartirlo con quienes visitan el destino.

Inclusión

Asegurar el derecho de todas personas que llegan al destino, de disfrutar de los atractivos y actividades en un ambiente seguro y diverso.

Innovación

Estar permanentemente en la búsqueda de nuevas formas de agregar valor a los recursos, crear productos turísticos y vincular la oferta con nuevas técnicas, tecnologías y oportunidades de desarrollo.

Sustentabilidad

Aportar al desarrollo regional, a partir de la puesta en valor de manera responsable, de los recursos naturales; generar oportunidades para la población local y; que los beneficios económicos lleguen, de manera justa, a todos los participantes de la cadena de valor.

Objetivos y ejes estratégicos PLADETUR El Quisco

La adecuada conjunción de los elementos expuestos a través de este capítulo, se transforman en los objetivos y lineamientos estratégicos que guiarán al PLADETUR en su puesta en marcha, ejecución e implementación.

Esquema N° 10. Objetivos y ejes estratégicos PLADETUR El Quisco

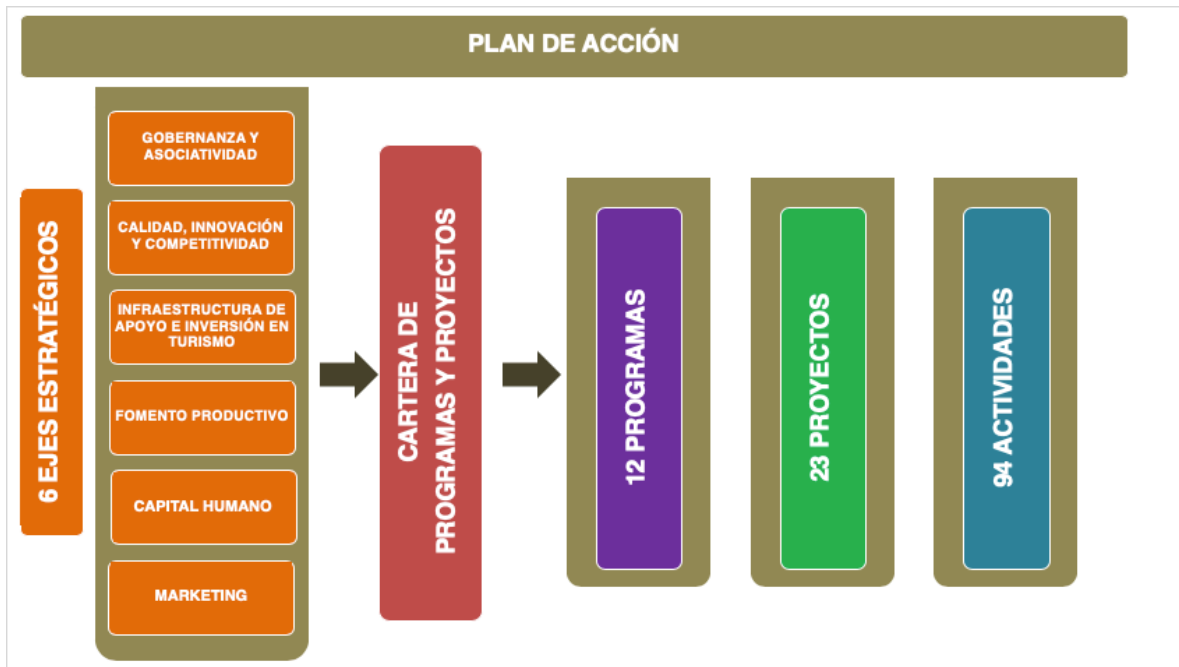


Fuente: DTS Consultores

6.2 Estructura del plan de acción Comuna de El Quisco

El plan de acción, que ha sido elaborado en base a la estrategia mencionada en el apartado anterior, se compone de varios eslabones que permiten ir abordando las brechas de competitividad turística del territorio. Esta estructura permite visualizarlos en base a su orden lógico de implementación.

Esquema N° 11. Estructura Plan de Acción PLADETUR El Quisco



Fuente: DTS Consultores

La base del plan de acción y de la cartera de programas y proyectos son los ejes estratégicos, que han sido propuestos en base al trabajo realizado a lo largo del PLADETUR. Estos ejes representan un marco que justifica las acciones que se desprenden desde la ciudadanía y que, bajo el alero del equipo de profesionales, se robustecen a partir de programas, proyectos y actividades que permitirán orientar el proceso para cumplir con la imagen objetivo del territorio. Estos ejes, de acuerdo a sus definiciones más representativas de los objetivos y metas de este PLADETUR se entregan en los siguientes párrafos.

I. Gobernanza y asociatividad

Este eje es la base para la conformación de un destino turístico sostenible, la gobernanza y asociatividad se encuentra ligada al o los formatos de organizar el destino, ya sea a través de un modelo de gestión estructurado o uno creado especialmente para el PLADETUR en cuestión. Este debe identificar el tipo de organización a implementar y sus redes precursoras e institucionalidad futura, además de la definición de actores vinculantes actuales y potenciales, sus objetivos, sus roles y funciones, los procedimientos, y el sistema de financiamiento de la estructura operativa.

Igualmente, es en este punto donde las ordenanzas municipales toman mayor relevancia y protagonismo, ya que son el instrumento con mayor potencial de uso para la gestión territorial turística. Manual de Ordenanzas Municipales para el Desarrollo Turístico Sustentable, publicado por SERNATUR el año 2015, expone el concepto "Ordenanza Municipal" definido por ley³¹ como "normas

³¹ Ley 18.695 "Orgánica Constitucional de Municipalidades". Artículo 12.

generales y obligatorias aplicables a la comunidad. Considerar el trabajo en la creación, adecuación e implementación de estas herramientas, permitirán aportar a la gestión y planificación del turismo en la comuna de El Quisco.

Se destaca en este ámbito también el Modelo de Gestión Turística Municipal³², que considera los componentes y elementos que debe tener la estructura interna del municipio, con el fin de convertirse en un municipio con distinción en turismo. Siendo este el objetivo final del Modelo y para el que aporta con manuales y batería de herramientas que guiarán su implementación.

Finalmente es importante señalar que el Manual de Buenas Prácticas Municipales enmarca los principales tipos de ordenanzas con impacto en la actividad turística de manera general en los siguientes grandes temas³³: *Medioambiente, Uso de espacios públicos, Eventos, Conservación patrimonio histórico – cultural, Urbanismo y paisaje, Áreas silvestres protegidas, Tránsito y transporte, Ventas y comercio ambulante, Actividades turísticas, deportivas y recreativas, Aseo y ornato, y Uso eficiente del agua y energía.*

II. Calidad, innovación y competitividad

Entendiendo las cualidades de la comuna de El Quisco y la alta competencia, es necesario trabajar para el desarrollo de una oferta distintiva, sustentable y de alta calidad, abordando los desafíos de innovación asociados, así permitir la generación de ingresos presente en su patrimonio natural y cultural.

Es así como la competitividad hoy en día radica en mostrarse de una manera innovadora, siendo capaces de representar las necesidades del turista actual que busca vivir una experiencia y obtener una excelente relación precio-calidad. Por lo anterior, con este eje se pretende incorporar la experiencia turística a través de la elaboración de proyectos creativos que lleve al destino a ser competitivo y sostenible.

III. Infraestructura de apoyo e inversión en turismo

Este es un eje que es necesario trabajar de manera externa con los agentes públicos que poseen las competencias y recursos para ejecutar grandes obras de infraestructuras y los que tienen herramientas para generar proyectos que apoyen el desarrollo del destino. Es necesario para este eje estratégico contar con la participación de la dirección de vialidad/obras públicas.

IV. Fomento productivo

Este eje está enfocado a las herramientas necesarias para el desarrollo turístico de la comuna, en relación con el desarrollo económico local y el emprendimiento, para que todos puedan tener las mismas posibilidades, con la entrega de capacitación, asesoría y un seguimiento constante de los avances instalados.

Los responsables de este eje deben ser el municipio, los actores privados y desde el servicio público organismos como; SERCOTEC y CORFO, ya que son los que cuentan con una mayor cantidad de instrumentos de fomento que podrían servir para las distintas iniciativas presentes en el territorio.

³² http://transformaturismo.cl/wp-content/uploads/2018/01/informe_final_ecosistemas_locales.pdf

³³ SERNATUR, 2012, "Manual de Buenas Prácticas Municipalidades" páginas 60 y 61.

V. Formación continua de capital humano en turismo

El desarrollo de capital humano para la actividad turística busca que los prestadores de servicios del destino cuenten con las habilidades para planificar, difundir, implementar y operar la oferta turística, lo cual hace indispensable que los actores directos e indirectos del turismo estén educados y capacitados.

Se hace necesaria la creación e implementación de un programa formativo al corto y mediano plazo, que entregue las competencias laborales pertinentes para que el territorio cuente con mano de obra calificada y por ende entregar servicios de mayor calidad.

Los responsables que se preocupen de este eje estratégico deberán tener entre sus filas a representantes de organismos públicos que cuentan con instrumentos relacionados con capacitaciones, además, de representantes de instituciones educacionales que puedan guiar la forma en que se trabaja para profesionalizar la actividad turística en la comuna.

VI. Difusión, promoción y marketing turístico

Durante la etapa de conformación e implementación del destino debe existir difusión interna entre los actores de este, tanto a los que participaron en el proceso como a los que no, ya que es la manera de involucrar a la población de manera directa e indirecta. Asimismo, en la medida que se vayan poniendo en valor las experiencias y generando nuevos productos es necesario contar con un plan que guíe el proceso de promoción y comercialización, y al mismo tiempo, sea capaz de ejecutar las acciones tácticas de posicionamiento del destino.

6.3 Cartera de programas y proyectos PLADETUR El Quisco

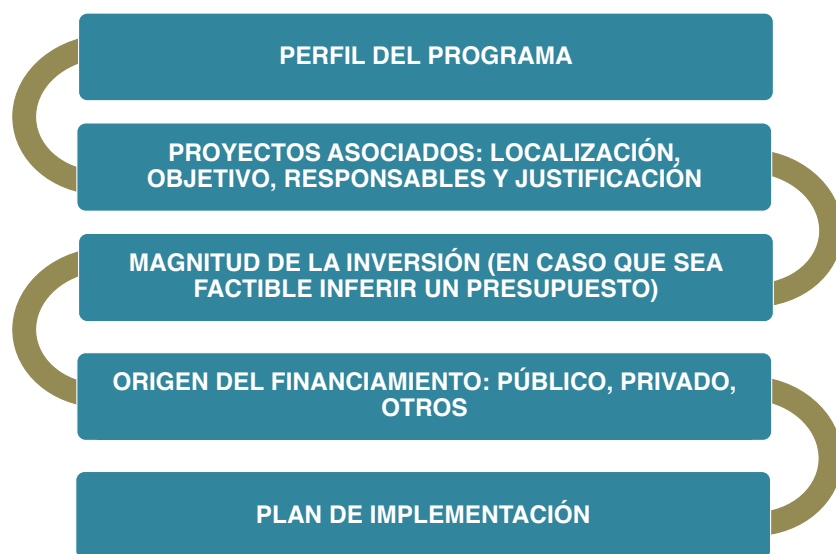
6.3.1 Introducción

La presente **cartera de programas y proyectos turísticos** para el PLADETUR de El Quisco ha sido conformada teniendo en cuenta la estrategia de desarrollo propuesta con anterioridad, y que es el resultado de todo el proceso de participación, de trabajo de campo y de gabinete realizado durante más de un año de trabajo.

A través de las iniciativas propuestas se trata de potenciar las fortalezas turísticas de la comuna de El Quisco mediante la incorporación de proyectos que puedan incentivar a los actores del territorio a profesionalizarse, poner en valor atractivos turísticos y elevar la calidad de sus servicios. Esta propuesta pretende plantear al municipio, organizaciones públicas y privadas, una línea de intervención en función de una propuesta de desarrollo turístico sostenible, que comienza con la **asociatividad** como base para la implementación de programas y proyectos en el territorio.

La propuesta de programas y proyectos se encuentra conformada por seis ejes estratégicos, 12 programas, 23 proyectos y 94 actividades, y se elaboran bajo la perspectiva de guiar el proceso de los próximos cuatro años, donde la comuna de El Quisco se podrá consolidar en la medida que se implemente la estrategia de desarrollo y cada una de sus directrices. La estructura de la cartera se presenta en el esquema.

Esquema N° 12. Estructura de Cartera de Programas y Proyectos PLADETUR El Quisco



Fuente: DTS Consultores

Las iniciativas formuladas en este informe corresponden a requerimientos de inversión dirigidos a poner en valor, mejorar y diversificar la oferta e incrementar la demanda turística de la comuna de El Quisco, identificadas en etapas anteriores del estudio, las que debieran ser iniciadas en el corto plazo (1 a 2 años) e implementadas no más allá del mediano plazo (3 a 4 años).

En esta instancia del Plan sólo es posible establecer montos estimados generales de inversión, ya que una determinación más acabada es factible de realizar cuando se formulan a nivel de factibilidad las iniciativas propuestas, cuestión que excede los alcances de este estudio.

En Anexo N° 12, se entrega en formato Excel el Plan de trabajo que contiene cada uno de los programas, proyectos, actividades y elementos que los conforman.

6.3.2 Programas y proyectos Comuna de El Quisco

6.3.2.1 Eje Estratégico gobernanza y asociatividad

6.3.2.1.1 Programa: Organización del destino

I. Perfil del programa

Detrás de cada eslabón de la cadena de servicios (alojamiento, transporte, recreación, etc.) y su relación con las decisiones de los actores públicos (inversión, instrumentos, entre otros) está en juego la competitividad del destino y su mantención en el tiempo, es decir su sustentabilidad. Esto hace indispensable que los actores públicos y privados apliquen protocolos básicos (estratégicos) consensuados entre ellos, al estilo de “buenas prácticas”, para asegurarle al visitante una experiencia turística de la mejor calidad posible, que permita proyectar en el tiempo la industria y sus componentes empresariales.

Un soporte fundamental de este tipo de acciones es contar con el acceso a tecnologías y herramientas de gestión aplicables al sector. Esto implica que ya no basta con que un destino turístico cuente con servicios de alimentación, alojamiento y transporte eficientes desde el punto de vista empresarial, y que cumplan con las expectativas de los visitantes; sino que el destino debe ser concebido y gestionado como un producto turístico.

Por tanto, la participación, acercamiento y sensibilización de los actores involucrados en la comuna de El Quisco, su organización y respectiva gestión administrada en un sistema de gobernanza municipal, se hace necesaria para la obtención de los objetivos propuestos, por lo que el programa considera reuniones, talleres e incorporación de conocimientos mediante la transferencia de herramientas de gestión de vanguardia.

II. Proyectos

Proyecto N° 1: Creación de una organización de gestión del destino El Quisco

Objetivo: Poner en marcha las tareas correspondientes a la implementación del modelo de Organización de Gestión del Destino -OGD-, que funcione como asociación público – privada del territorio, a partir de una directiva y comisiones de trabajo que generen un trabajo permanente en el destino.

Responsables:

- Municipalidad de El Quisco
- Cámara de comercio de El Quisco

Justificación: Un PLADETUR es una carta de navegación altamente necesaria para el desarrollo sustentable de un destino. Contar con una organización que implemente este Plan, es fundamental para su viabilidad en el tiempo, por lo que esta se convierte en el proyecto base del territorio.

Proyecto N°2: Activación y fortalecimiento de asociaciones de turismo

Objetivo: Incentivar, reactivar y fortalecer el desarrollo organizacional del Consejo turístico público – privado (CTP) y otras asociaciones y/o agrupaciones gremiales vinculadas al turismo.

Responsables:

- Municipalidad de El Quisco
- Cámara de Comercio de El Quisco
- Organizaciones y/o asociaciones gremiales vinculadas al turismo

Justificación: La sustentabilidad de una organización se basa en el capital humano que lo conforme y la representatividad de este, es por esto que esta asociación debe considerar la participación de la mayor cantidad de actores vinculados al turismo, siendo lo más transversal y colaborativo posible. En este sentido, mientras mayor sea la cantidad de representantes vinculados, mayor será su representatividad en las instancias de coordinación y planificación de actividades del turismo y otras vinculadas.

Es así, que se propone reanudar los esfuerzos por revivir al antiguo Consejo turístico público – privado (CTP) y/o, según la nueva participación y motivación de actores, crear un nuevo Consejo preocupado y ocupado netamente de aquellos actores directamente relacionados con el turismo, con el fin de fomentar las actividades relacionadas y generar nuevos productos y servicios.

Proyecto N°3: Elaboración de manual de ordenanzas municipales para el desarrollo del turismo

Objetivo: Crear normativas a nivel comunal que regulen el desarrollo de ciertas áreas y actividades en pro del desarrollo turístico de El Quisco.

Responsables:

- Municipalidad de El Quisco
- Cámara de Comercio de El Quisco
- Organizaciones y/o asociaciones gremiales vinculadas al turismo

Justificación: Muchas áreas del municipio se desarrollan sin considerar la transversalidad de sus impactos en esta actividad, es por esto que se hace imperante conocer casos de buenas prácticas en ordenanzas turísticas que han aportado al desarrollo del turismo en comunas donde se reconoce el desarrollo de esta actividad como un pilar estratégico del desarrollo económico y social de sus habitantes.

Proyecto N°4: Elevar el rango administrativo de la actual Unidad de Turismo

Objetivo: Potenciar la actividad turística de la comuna a partir de una gestión y administración comunal más eficiente y eficaz.

Responsables:

- Municipalidad de El Quisco
- SERNATUR
- Gobierno Regional de Valparaíso

Justificación: La unidad municipal que se haga cargo de la gestión turística en la comuna debe tener la importancia y relevancia necesaria para facilitar la toma de decisiones en la gestión sustentable de la actividad. Para ello, es necesario entregar las facultades adecuadas para eliminar las brechas políticas-administrativas insertas en la comuna.

Proyecto N°5: Implementar el modelo para el fortalecimiento de la gestión turística municipal (Transforma Turismo)

Objetivo: Contar con un modelo interno de funcionamiento dentro del municipio, que tienda a generar una gestión eficiente para el desarrollo turístico sostenible de la comuna.

Responsables:

- Municipalidad de El Quisco

Justificación: Este modelo fue desarrollado por el Programa Transforma Turismo de CORFO. Cuenta con directrices, líneas de acción y consideraciones a seguir para el fortalecimiento de la gestión turística municipal, poniendo en valor la importancia de esta actividad y su personal especializado, que tiene como objetivo asesorar tanto a la alcaldesa, como a los otros departamentos técnicos que se vinculen directamente con el desarrollo turístico. Además, para poder lograr la correcta aplicación, se debe considerar la conformación de un equipo técnico y profesional especializado en distintas áreas de trabajo (promoción, planificación, inversiones, entre otras.)

III. Magnitud de la inversión

Se considera que los proyectos vinculados a la organización del destino, requiere un monto anual de aproximadamente \$ 40.000.000 (cuarenta millones de pesos).

IV. Origen de la financiación

FONDOS PÚBLICOS	FONDOS PRIVADOS	OTROS FONDOS
Nodo para la Competitividad	Aportes de Empresarios del Sector	Fondos Municipales
Programa de Difusión Tecnológica (PDT)		
Programa de Fortalecimiento Gremial		

6.3.2.2 Eje estratégico calidad, innovación y competitividad

6.3.2.2.1 Programa: Experiencias turísticas

I. Perfil del programa

Tal como es sabido, y destaca el Manual de Diseño de Experiencias Turísticas publicado por el Servicio Nacional de Turismo en diciembre del año 2017, los turistas son cada vez más exigentes y requieren de servicios que destaquen por su calidad y excelencia de gestión, aparte de los atributos mismos que puedan tener los destinos por temas de paisajes y atractivos turísticos.

En este PLADETUR, se presenta este programa como una oportunidad para agregar valor y diferenciación a los productos existentes, reconociendo como elemento clave el diseño de experiencias para la generación de productos turísticos innovadores, lo que al mismo tiempo, se plantea como un desafío para empresarios y emprendedores interesados en renovar y desarrollar una oferta turística que sea atractiva y de calidad, y sobre todo, capaz de ofrecer experiencias bien planificadas para lograr ser realmente competitivos a nivel local, regional y nacional.

Es posible reconocer que, con un buen diseño de experiencias en el destino, los empresarios turísticos elevan considerablemente su demanda, ya que son capaces de ofrecer productos y/o servicios a un público objetivo claro, son fácilmente diferenciados del resto de los empresarios, se reconoce el valor de su oferta y pasan a distinguirse competitivamente.

A todo lo anterior, se debe sumar que, trabajando de manera conjunta con el resto de los actores públicos y privados de El Quisco, es posible planificar y diseñar experiencias turísticas aún más organizadas y con mayores impactos, tales como la relevancia de contar con un relato o guion turístico comunal que aúne historias, tradiciones y costumbres del territorio, lo cual aumenta el sentido de pertenencia e identidad de los destinos.

II. Proyectos

Proyecto N°6: Creación de guion turístico experiencial del territorio

Objetivo: Diseñar e implementar un guion turístico experiencial para la comuna.

Responsable:

- Organizaciones y/o asociaciones gremiales vinculadas al turismo
- Empresarios de servicios turísticos

Justificación: Los elementos de una experiencia turística son claves para lograr que el turista viva momentos memorables en los destinos. No obstante, constituirse como un territorio verdaderamente experiencial requiere del esfuerzo conjunto de todos los sectores, por lo que este proyecto en particular sólo será exitoso, en la medida que el resto de los programas se vayan implementando, ya que todo apunta a que la diferenciación y oferta de productos turísticos innovadores en la comuna de El Quisco, son la mejor opción para descentralizar la demanda en el destino y aumentar la estadía promedio.

Crear un guion turístico no es fácil, hay que trabajar en una idea central que tenga significado, hay que definir detalles, momentos y episodios que permitan al turista estar dentro de esta curva dramática de emociones y experiencias únicas donde el/ella es protagonista de cada uno de esos momentos, los que bien planificados, podrán lograr una progresión del interés y compromiso emotivo, y con ello, maximizar su satisfacción y memorabilidad de la experiencia en su conjunto.

Proyecto N°7: Creación de productos turísticos experienciales

Objetivo: Construir una oferta de productos turísticos experienciales.

Responsable:

- Organizaciones y/o asociaciones gremiales vinculadas al turismo
- Empresarios de servicios turísticos

Justificación: Una vez creado el guion turístico de la comuna, y recordando que una experiencia turística atractiva requiere de la configuración de una buena curva dramática que parte justamente con contextualizar al territorio, es posible estructurar este tema en unidades más pequeñas creando productos turísticos experienciales, los cuales también pueden tener su propio guion, momentos y episodios, lo que planificados pasaran a ser parte de la oferta innovadora del destino.

Es relevante mencionar que para la creación de este tipo de productos todo tiene significado y un rol importante para lograr que la planificación y experiencia sea realmente significativa: el protagonista, las acciones que pueda realizar, el lugar y todo su entorno, los relatos de quien guía y los elementos que sean incorporados a la vivencia (folletos, videos, señaléticas, audio guías, etc.) son claves para alcanzar las expectativas del turista.

III. Magnitud de la inversión

Se considera que el proyecto orientado a la creación del guion turístico experiencial del territorio y sus productos, requiere un monto aproximado de \$25.000.000 (veinte y cinco millones de pesos).

IV. Origen del financiamiento

FONDOS PÚBLICOS	FONDOS PRIVADOS	OTROS FONDOS
Nodos para la competitividad. CORFO	Aportes de empresarios del sector.	Al Invest 5.0. Comisión europea para MiPymes de Latinoamérica
Programa de Difusión Tecnológica (PDT). CORFO		
Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC)		
Proyectos Asociativos de Fomento (Profo). CORFO		
Iniciativas de Desarrollo de Mercado. SERCOTEC		
Juntos. Fondo para negocios asociativos. SERCOTEC		

6.3.2.2.2 Programa: calidad y sustentabilidad

I. Perfil del programa

Hoy en día existen en Chile, dos sellos específicos para la industria turística; Calidad “Q” y Sustentabilidad “S”. No obstante, las empresas del territorio cuentan con brechas que les impiden alcanzar ciertos estándares base para obtener estas certificaciones. En este sentido, es que se debe generar proyectos que tiendan a nivelar la oferta, partiendo desde aspectos básicos y que puedan ir escalando en la medida que existan las condiciones para aquello.

En este programa deben complementarse acciones de concientización de las normativas, registro de proveedores, creación de estándares propios de la comuna y la obtención de sellos para aquellos que vayan cumpliendo los ámbitos que se evalúan.

II. Proyectos

Proyecto N°8: Formalizar y capacitar a la oferta turística

Objetivo: Generar conciencia entre los negocios ilegales e informales de la comuna para el escalamiento en la competitividad del destino.

Responsables:

- Municipalidad de El Quisco
- Cámara de Comercio
- Asociaciones y/o gremios del sector
- Sernatur

Justificación: Según el diagnóstico turístico comunal, existe un porcentaje importante de empresas informales y con una baja estandarización de calidad, lo que limita apuntar a nichos específicos de mercado. La formalización, en la actualidad, es un factor crítico ya que la informalidad está generando un menoscabo en las externalidades positivas de la actividad turística, potenciando la gentrificación, la mala calidad de los servicios, no contando con condiciones de seguridad y minimizando los beneficios para el municipio y el Estado en términos de recaudación de impuestos, patentes, empleo, etc...

En este sentido, el proyecto apunta a que los negocios turísticos cuenten con incentivos cuantificables para la formalización. Que a partir de capacitaciones, actividades e información se demuestre el valor agregado asociado a la legalidad de la actividad turística.

Proyecto N°9: Promover e implementar los sellos de calidad Q y sustentabilidad S

Objetivo: Generar conciencia para la implementación de los sellos Q y S y lograr el escalamiento en la calidad de los negocios turísticos, incidiendo en la competitividad del destino.

Responsables:

- Municipalidad de El Quisco
- Cámara de Comercio
- Asociaciones y/o gremios del sector
- Sernatur

Justificación: En la comuna de El Quisco, según el análisis del diagnóstico turístico comunal, existe un porcentaje importante de empresas informales y con una baja estandarización de calidad, lo que limita apuntar a nichos específicos de mercado.

Para que El Quisco se convierta en una comuna turística competitiva, es necesario promover

estándares de calidad mejorando el nivel actual de las empresas y lograr un porcentaje de empresas certificadas con los sellos actuales promovidos en Chile que son el Sello Q y el Sello S.

Por esto es necesario hacer campañas, y conciencia para motivar y dar a conocer los beneficios de mejorar la calidad actual de los servicios y obtener las certificaciones actuales. Por otro lado, la comuna quiere destacarse por sobre otras comunas del litoral por el acceso universal y la sustentabilidad turística, por lo que estos sellos permiten apoyar la estandarización de la oferta y cumplir con las metas antes señaladas.

En este sentido, es que este proyecto apunta a que los negocios turísticos, tengan un reconocimiento por sus características de empresas temáticas y que, para contar con este sello, deban cumplir aspectos como estar registrados en SERNATUR (registro oficial), contar con procedimientos mínimos en la entrega de los servicios y participar de la dinámica territorial y asociaciones vinculadas.

III. Magnitud de la inversión

Se considera que el programa de estandarización y sustentabilidad de la oferta turística requiere un monto aproximado de \$30.000.000 (treinta millones) anualmente.

IV. Origen de la financiación

FONDOS PÚBLICOS	FONDOS PRIVADOS	OTROS FONDOS
Programa de fomento a la calidad (FOCAL). CORFO	Inversión propia negocios de turismo y rubros asociados	-----
Nodos para la competitividad. CORFO		
Programa de Difusión Tecnológica (PDT). CORFO		
Proyectos Asociativos de Fomento (Profo). CORFO		
Iniciativas de Desarrollo de Mercado. SERCOTEC		
Juntos. Fondo para negocios asociativos. SERCOTEC		

6.3.2.3 Eje Estratégico infraestructura de apoyo e inversión en turismo

6.3.2.3.1 Programa: Infraestructura accesible

I. Perfil del programa

El concepto de infraestructura se enmarca en un conjunto de estructuras de ingeniería, equipos e instalaciones de larga vida útil, que constituyen la base sobre la cual se produce la prestación de servicios para los sectores productivos y los hogares. La infraestructura vial es otra gran temática que se considera fundamental dentro del apoyo complementario al turismo, debido a que es esta la que permite acceder a todo el territorio a través del transporte terrestre

A pesar de los grandes esfuerzos y la importante inversión que se está desarrollando en la región, es necesario proponer una serie de proyectos relacionados a la infraestructura vial como, por ejemplo: mejoramiento del paisajismo en las principales entradas a la comuna; implementación de señalética vial de tránsito y toponimia urbana; habilitación de pasos peatonales que brinden seguridad a los turistas y residentes, creación de ciclovías, baños y estacionamientos públicos, costaneras, miradores, entre otros. Este programa debe estar asociado al Plan Regional de Gobierno Región del Valparaíso.

II. Proyectos

Proyecto N°10: Diseño e implementación de infraestructura accesible para un turismo inclusivo

Objetivo: Crear espacios que permitan recorrer la comuna de manera segura y en un entorno ordenado y planificado turísticamente accesible e inclusivo.

Responsables:

- MOP
- Gobernación Región de Valparaíso
- Municipalidad El Quisco

Justificación: una comuna turística debe considerar espacios para el desplazamiento accesible de todos sus residentes y visitantes, por lo que la comuna de El Quisco está en un excelente momento para dejar en evidencia que el desarrollo del turismo requiere de apoyo y esfuerzos regionales para su posicionamiento y mejora en la apreciación de la prestación de sus servicios. Debe contar con espacios que satisfagan la necesidad de la gran demanda de turistas que llega en temporada alta y para esto es necesario considerar la implementación de diferentes servicios que ayuden a acoger de mejor manera al visitante, tales como: ramplas, ciclovías, miradores, costaneras, baños y estacionamientos, por mencionar lo más urgentes.

III. Magnitud de la inversión

No determinada. Depende de estudios de factibilidad.

IV. Origen de la financiación

FONDOS PÚBLICOS	FONDOS PRIVADOS	OTROS FONDOS
Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR).	----	----
Fondo regional de iniciativa local (FRIL).		
Direcciones de vialidad y arquitectura. MOP		
Dirección de arquitectura. MOP		
Plan de Reconstrucción patrimonial. MINVU		
FONDART Regional (línea de patrimonio cultural).		

6.3.2.3.2 Programa: Inversión en turismo

I. Perfil del programa

Un destino no planificado, puede llegar rápidamente al estancamiento en su ciclo de vida, por cuanto crece de manera desordenada y sin la lógica de la sostenibilidad. Es relevante que el sistema turístico funcione de manera integrada de toda la cadena de valor del turismo. Es fundamental generar una inversión específica, apuntando a que la cadena de valor genere una experiencia completa desde que el visitante se informa de la comuna, ejecuta actividades en su estadía y regresa a su lugar de origen.

Es necesario mejorar la experiencia turística a través de proyectos específicos que permitan la mejora del sistema y cadena de valor actual del turismo en la comuna.

II. Proyectos

Proyecto N°11: Diseño, implementación y estandarización de señalética turística

Objetivo: Implementar un sistema de información y comunicación para el desarrollo turístico comunal.

Responsable:

- Municipalidad de El Quisco
- Cámara de Comercio
- Organizaciones y/o gremios de servicios vinculados al turismo

Justificación: Los destinos turísticos exitosos poseen la característica de ser capaces de mostrar todos sus atributos de manera fácil y atractiva. Para aquello, la señalética cumple un rol fundamental, orientando, interpretando y educando a aquellos que los recorren. En este caso, donde los turistas nacionales son los principales segmentos es más importante aún, ya que el territorio debe ser capaz de mantenerlos y entregarles herramientas para una mayor estadía y una mejor calidad de la experiencia.

Proyecto N°12: Implementación de oficinas de información turística

Objetivo: Habilitar espacios públicos y de interés turístico mediante el mejoramiento de su infraestructura e incorporando información turística comunal.

Responsable:

- Municipalidad de El Quisco
- SERNATUR
- Gobierno Regional de Valparaíso
- Organizaciones y/o asociaciones gremiales vinculadas al turismo

Justificación: Actualmente, solo existe una oficina de información turística en la localidad de Isla Negra, lo que implica que la gran mayoría de los visitantes que llegan hasta la comuna no cuentan con información precisa con respecto a los atractivos, sitios de interés y servicios. Sumado a lo anterior, en el caso de El Quisco donde la cantidad de visitantes en verano supera a la población flotante, las oficinas de información juegan un rol fundamental para dispersar a los turistas por el territorio y acercarlos a nuevos espacios y oferta. Asimismo, no solo es importante contar con espacio físico, si no que se debe disponer de recursos para que informadores/as sean buenos anfitriones y provean de lo necesario a cada visitante. Lo anterior, a través de una metodología de capacitación que incorpore habilidades blandas y conocimiento del territorio.

Este proyecto propone que se habiliten espacios que hoy día corresponden a un recurso turístico y

son espacios públicos, para que puedan ser dispuestos en formato de centro de información turística. Esta dotación de oficinas es vital para facilitar información al turista sobre los recursos que posee la comuna y sus localidades, así como de las actividades que se realizan, ya sean de ocio, culturales o deportivas, además de ofrecer información sobre la oferta hotelera, comercios, gastronomía, entre otros. Por otro lado, es la oportunidad de realizar registros y encuestas a los visitantes. Se propone que estos puntos puedan ser implementados y/o mejorados, al menos, en: El Quisco Centro, Isla Negra y el Totoral.

III. Magnitud de la inversión

No determinada. Depende de estudios de factibilidad.

IV. Origen de la financiación

FONDOS PÚBLICOS	FONDOS PRIVADOS	OTROS FONDOS
Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR). Gobierno Regional de Valparaíso	Aportes de empresarios del sector	Fondos Municipales
Fondo regional de iniciativa local (FRIL). Gobierno Regional de Valparaíso		
Dirección de Vialidad		
Dirección de Arquitectura		
FONDART Regional (línea de patrimonio cultural). CNCA		
Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC-R) Regional de Valparaíso.		

6.3.2.4 Eje estratégico fomento productivo

6.3.2.4.1 Programa: Emprendimiento y empresa

I. Perfil del programa

En Chile existe una serie de instrumentos, provenientes principalmente de servicios públicos, que apoyan el emprendimiento individual y a nivel grupal y/o territorial. Este programa se encuentra relacionado con los servicios tangibles a entregar por los actores turísticos del territorio. Los servicios que se ofrezcan en el destino deben contar con una imagen acorde al desarrollo territorial, además, de entregar un servicio de calidad. En este sentido, es que los actores turísticos debiesen generar proyectos que entreguen las herramientas necesarias para elevar aún más el perfil de la comuna.

Este PLADETUR entrega una base de datos de empresas formalizadas del territorio y que trabajan en el rubro del turismo, que entrega información de sus servicios, recursos humanos, niveles de calidad, entre otros aspectos. Es muy importante conocer cuál es el nivel de compromiso del emprendedor/empresario a la hora de invertir en sus negocios ya que todos los instrumentos de fomento solicitan esta información del negocio para que el servicio público apoye el proyecto.

Una de las principales falencias en la comuna es que los empresarios no tienen la suficiente información de fondos públicos en las fechas pertinentes, por otro lado, los concursos o fondos nos siempre son de fácil comprensión y acceso a todos los empresarios. Es necesario vincular y bajar la información a todas las localidades de la comuna y a respectivos emprendedores y empresarios que se relacionan directa o indirectamente con la actividad turística.

II. Proyectos

Proyecto N°13: Vinculación y promoción de los servicios del departamento de fomento productivo del municipio e instituciones, con los empresarios de turismo

Objetivo: Entregar servicios de acompañamiento en el desarrollo productivo a las empresas en un contexto innovador y sustentable.

Responsables:

- Municipalidad de El Quisco
- Empresas locales
- Organizaciones y/o gremios de servicios vinculados al turismo

Justificación: Es necesario que los empresarios vinculados a la actividad turística de forma directa e indirecta, estén alineados con las estrategias y planes municipales y por, sobre todo, tener la información necesaria para orientar sus empresas y servicios a esas estrategias a nivel comunal y regional.

Se debe tener un plan de trabajo que permita no solo entregar información de parte del municipio sobre proyectos, fondos y concursos, si no también, apoyar y acompañar en las etapas de postulación a través de asesorías y entrega de información en todo el proceso. Esto permite que el municipio pueda tener registros de proyectos postulados y ejecutados, logrando un acercamiento y trabajo más eficiente con los empresarios, logrando traspasar y bajar las estrategias comunales y regionales para lograr que las empresas eleven su calidad, en un contexto innovador y sustentable.

Proyecto N°14: Fortalecimiento del fomento productivo para el desarrollo turístico

Objetivo: Generar una línea de trabajo con los organismos públicos y privados que tienen la capacidad de entregar instrumentos y financiamiento a las empresas y al territorio, para mejorar productos y servicios, con el fin de lograr ventajas competitivas.

Responsables:

- Municipalidad de El Quisco
- Empresas locales
- SERCOTEC
- CORFO
- SERNATUR
- Gobierno Regional de Valparaíso

Justificación: Una de las mayores trabas para las empresas de turismo, según los talleres de participación en el marco de este PLADETUR, es el poco conocimiento que tienen de los instrumentos de fomento. Este es un problema común en Chile, por lo que un camino positivo es generar encuentros entre la comunidad y los organismos para generar sinergias positivas en torno a las ideas de negocio y la puesta en valor de la actividad. Es por eso que una parte fundamental es que el municipio genere un trabajo en conjunto con los organismos públicos que están dentro de la RED de Fomento productivo y puedan focalizar y bajar proyectos territoriales e individuales más acordes a la realidad comunal, esto debe ser un trabajo entre el municipio, empresarios y organismos públicos. El municipio tiene el rol de articular, coordinar y bajar la información de la oferta existentes y que esta sea pertinente al territorio, además de generar ofertas especiales a la comuna.

Proyecto N°15: Gestión y vinculación de la oferta turística con acciones de comercialización

Objetivo: Generar instancias y oportunidades de negocio para los servicios turísticos de la comuna.

Responsables:

- Municipalidad de El Quisco
- SERNATUR
- Gobierno Regional de Valparaíso

Justificación: El proyecto busca la generación instancias para la implementación de redes de negocio, tanto a nivel interno, la propia comuna, como a nivel externo: regional y nacional. Con esto, se busca el fortalecimiento de la asociatividad de manera transversal, lo que implica una oportunidad, por ejemplo, de generar nuevos productos turísticos entre empresarios apuntando a la disminución de costos, fidelización de clientes y relación con los demás destinos para una mirada amplia del destino.

Para esto, es necesario la conformación de un programa y seguimiento de actividades que involucren la organización de ferias de turismo y workshop a nivel comunal y participación en ferias regionales y nacionales, como la VYVA.

El logro de los objetivos es parte de un trabajo eminentemente de gestión y articulación de jornadas, reuniones y eventos que fomenten la relación a nivel privado – privado y público – privado.

III. Magnitud de la inversión

El monto anual requerido corresponde a \$15.000.000 (quince millones de pesos).

IV. Origen de la financiación

FONDOS PÚBLICOS	FONDOS PRIVADOS	OTROS FONDOS
Nodos para la competitividad. CORFO	Inversión propia negocios de turismo y rubros asociados	Fondos Municipales
Programa Regional de Apoyo al Emprendimiento CORFO		
Capital Abeja Emprende. SERCOTEC		
Asesoría Empresarial. SERCOTEC		
Capital semilla emprende. SERCOTEC		
Iniciativas de Desarrollo de Mercado. SERCOTEC		
Juntos. Fondo para negocios asociativos. SERCOTEC		
Redes de oportunidades de negocio. SERCOTEC		
Formación empresarial. SERCOTEC		
Mejora Negocios: Fondo de Asesorías Empresariales. SERCOTEC		
Promoción y canales de comercialización. SERCOTEC		
Crece. Fondo de desarrollo de negocios. SERCOTEC		
Programa de asesoría técnica especializada y gestor comercial. INDAP		
Programa de asociatividad económica – PAE. INDAP		
Crédito impulso turístico rural: en la ruta del financiamiento del turismo rural. INDAP		
Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC)		

6.3.2.5 Eje formación continua del capital humano

6.3.2.5.1 Programa: Desarrollo y fomento del capital humano en turismo

I. Perfil del programa

El valor que tiene el capital humano en el desarrollo de un destino turístico debe considerarse como un pilar de desarrollo estratégico permanente para cualquier comuna. Tanto los profesionales del turismo vinculados en los procesos de planificación y organización de la actividad turística, como las personas que se desempeñan en cargos de oficio directamente relacionados con la atención al cliente, deben ser apoyados de manera permanente para su mejora continua. El desarrollo de conocimientos, habilidades en la atención y hospitalidad, son claves para demostrar al visitante que El Quisco quiere a su visitante y desea tratarlo de la mejor manera para que decida volver. Todas estas personas, más todos los actores públicos y privados que se encuentran relacionados al turismo deben enfocarse en su profesionalización en todos los niveles de la cadena de valor turística.

II. Proyectos

Proyecto N°16: Implementar la especialidad de turismo y/o gastronomía en la enseñanza técnica profesional de la comuna

Objetivo: Formar a estudiantes de tercero y cuarto medio de enseñanza técnica profesional en carreras vinculadas al turismo y la gastronomía para fomentar la importancia de esta actividad en la comuna.

Responsables:

- Municipalidad de El Quisco
- Cámara de Comercio
- Organizaciones y/o asociaciones gremiales vinculadas al turismo

Justificación: Se hace necesaria que la profesionalización del turismo en la comuna se desarrolle desde sus niveles educacionales más básicos, desde el trabajo de concientización turística a la comunidad y la Enseñanza Básica hasta la Enseñanza Media y posteriores niveles de educación. De este modo, profesionalizar el turismo desde el nivel técnico profesional impartidos por liceos o centros educacionales técnicos puede dar mayor aporte al desarrollo del capital humano local y al fomento de la calidad de los servicios. Por otro lado, dicha iniciativa provocaría un aumento en la tasa de jóvenes que se quedan en la comuna por oportunidades laborales y profesionales y contribuiría a la sustentabilidad por medio del desarrollo e inclusión de la comunidad local.

III. Magnitud de la inversión

Se considera que los proyectos vinculados a este programa, requiere un monto anual de aproximadamente \$ 30.000.000 (treinta millones de pesos).

IV. Origen de la financiación

FONDOS PÚBLICOS	FONDOS PRIVADOS	OTROS FONDOS
----	----	Fondos Municipales

6.3.2.5.2 Programa: Formación y profesionalización de los negocios turísticos

I. Perfil del programa

La industria turística tiene la desventaja de ser estacional, por lo que la mayoría de las empresas corresponden a un nivel micro y pequeñas. Esto implica que se produce un desnivel en la entrega de servicios, provocado por la poca profesionalización del sector. Las empresas muchas veces contratan personal solo por temporadas, por lo que la formación casi no existe, no cuenta con una continuidad de procesos y se ven obligados a contratar a personas no capacitadas.

En este sentido, se hace fundamental generar proyectos que impliquen una formación más permanente, lo que debe ir de manera paralela con la generación de experiencias y productos turísticos vinculados a la propuesta de valor del territorio (guion turístico territorial), que debe tender a contar con un destino preparado para los mercados potenciales y continuar atrayendo los actuales.

II. Proyectos

Proyecto N°17: Capacitaciones para los negocios turísticos

Objetivo: Generar un programa de capacitaciones para la estandarización de la calidad de los servicios turísticos parte la oferta formal de la comuna de El Quisco.

Responsable:

- Municipalidad de El Quisco
- Cámara de Comercio
- Organizaciones y/o asociaciones gremiales vinculadas al turismo

Justificación: Existen iniciativas que tienden a mejorar el capital humano de ciertos rubros. No obstante, estas se pierden muchas veces porque las empresas no se enteran o más aun, porque no se corresponde con las verdaderas necesidades de las empresas y territorios. En este sentido, se hace necesario contar con una guía de requerimientos en torno a la formación de las personas de este rubro, lo que permitirá estar al pendiente de las iniciativas existentes, pero más importante aún tener la capacidad de solicitar capacitaciones específicas según las exigencias del entorno.

Los requerimientos de formación se encuentran en todos los ámbitos, por lo que este programa deberá contar con todo el abanico de posibilidades territoriales. Algunos de ellos se muestran en la tabla siguiente:

Atención al cliente	Marketing	Formalización	Manipulación de alimentos
Historia local	Creación de productos turísticos	Sustentabilidad	Seguros
Asociatividad	Técnicas de reciclaje	Eficiencia energética	Gestión y administración empresarial
Idiomas	Técnicas de Guiado	Giras internas: "conociendo a tus pares"	Habilidades blandas

III. Magnitud de la inversión

No se puede establecer hasta contar con el programa oficial.

IV. Origen de la financiación

FONDOS PÚBLICOS	FONDOS PRIVADOS	OTROS FONDOS
Nodos para la competitividad. CORFO	Inversión propia negocios de turismo y rubros asociados	Fondos Municipales
Programa Regional de Apoyo al Emprendimiento - CORFO		
Becas capital humano. CORFO		
Iniciativas de Desarrollo de Mercado. SERCOTEC		
Juntos. Fondo para negocios asociativos. SERCOTEC		
Redes de oportunidades de negocio. SERCOTEC		
Formación empresarial. SERCOTEC		
Mejora Negocios: Fondo de Asesorías Empresariales. SERCOTEC		
Promoción y canales de comercialización. SERCOTEC		
Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC)		

6.3.2.5.3 Programa: Cultura turística

I. Perfil del programa

Tal como se ha señalado en apartados anteriores, la industria turística posee características que muchas veces la hacen ser poco comprendida por el entorno, y se toma a la ligera. Esto puede deberse al concepto de “entretención y ocio” que existe detrás de la actividad turística, donde muchas veces se suele creer que no requiere ser planificada o peor aún, que no necesita del entorno para desarrollarse de manera sustentable.

En este sentido, se hace fundamental para el territorio, generar proyectos que no solo involucren a la comunidad en su conjunto, si no que la hagan protagonista de la industria, generando acercamientos, retroalimentación, capacitación y una visualización de los beneficios de este trabajo integral.

II. Proyectos

Proyecto N°18: Conciencia turística

Objetivo: Generar un programa de conciencia turística para toda la comunidad.

Responsable:

- Municipalidad de El Quisco
- Cámara de Comercio
- Organizaciones y/o asociaciones gremiales vinculadas al turismo

Justificación: El éxito de un destino turístico depende, muchas veces, de la capacidad de la comunidad para recibir de buena manera a turistas y visitantes. Encontrar en el habitante local a un aliado, será motivo de recomendación del destino, por parte de quienes lo visiten. Para ello es necesario involucrar de manera directa a la comunidad, en todas sus formas, por lo que este proyecto debe abarcar a colegios, profesores y alumnos, carabineros, comerciantes y población local.

III. Magnitud de la inversión

Se considera que los proyectos vinculados a este programa, requiere un monto anual de aproximadamente \$ 10.000.000 (diez millones de pesos).

IV. Origen de la financiación

FONDOS PÚBLICOS	FONDOS PRIVADOS	OTROS FONDOS
----	----	Fondos municipales

6.3.2.6 Eje difusión, promoción y marketing turístico

6.3.2.6.1 Programa: Difusión interna del PLADETUR

I. Perfil general

Sumado a las actividades relacionadas con la cultura turística del territorio en general, y las más específicas como la profesionalización, aumento de la calidad de los servicios o la creación de experiencias únicas, el PLADETUR, debe ser capaz de involucrar a la mayor cantidad de empresarios y oferta en general y para aquello deben conocerse sus atributos, medidas y especialmente, la forma en que esta planificación aportará al desarrollo sustentable del territorio, más allá de la actividad turística.

Para lo anterior, se debe planificar actividades trimestrales, al menos, para involucrar a la comunidad en general, y concientizar la realidad de ser parte de un destino turístico. Estas actividades deberán difundir el PLADETUR con el fin de que nuevos actores se vayan sumando a la formación del destino.

II. Proyectos

Proyecto N°19: Conversatorios sobre el PLADETUR y la actividad turística en la comuna

Objetivo: Incorporar a la comunidad local en la implementación del PLADETUR, difundiendo y promocionando sus estrategias y acciones, así como también, sus servicios y atractivos turísticos para la preservación, conservación y puesta en valor.

Responsables:

- Unidad de Turismo
- Representantes del Sector privado vinculados al turismo.
- Gremios activos vinculados directa e indirectamente con el turismo a nivel comunal

Justificación: El éxito de una política pública depende muchas veces del involucramiento de la población local en el proceso de implementación. Para que aquello ocurra, la comunidad no solo debe estar enterada de su existencia, si no que más importante aún, debe compartir sus propósitos, los que se visualizan como una imagen objetivo, donde todos se encuentran involucrados. Este debe ser un proceso que vaya de la mano con la conciencia turística, no obstante, esto debe ser incluso más participativo que este último.

Proyecto N° 20: Fortalecimiento de la identidad local en los productos turísticos

Objetivo: Incorporar de manera explícita elementos de la identidad local de la comuna de El Quisco en los principales productos turísticos y en su promoción.

Responsable:

- Municipalidad de El Quisco
- SERNATUR
- Cámara de Comercio de El Quisco

Justificación: Utilizar la identidad local para la creación de productos turísticos experienciales e innovadores, de tal manera que se puedan generar nuevos flujos y atender nuevos mercados de acuerdo con la oferta y características del mercado objetivo. Para esto es necesario generar una recopilación de todos los hitos locales, relatos, tradiciones entre otros y permita generar un manual de la identidad comunal de El Quisco, esto permite estandarizar el discurso y relato turístico que pueda ser utilizado por los empresarios y habitantes de la comuna. También se debe incorporar en todos elementos de promoción que se consideren a nivel de comuna como a nivel de empresa, generando una identidad y relato estandarizado

III. Magnitud de la inversión

Se considera que el programa de difusión del PLADETUR requiere un monto aproximado anual de \$5.000.000 (cinco millones de pesos).

IV. Origen de la financiación

FONDOS PÚBLICOS	FONDOS PRIVADOS	OTROS FONDOS
Nodos para la competitividad. CORFO	----	Fondos Municipales
Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC)		
Programa conciencia turística. SERNATUR		

6.3.2.6.2 Programa: Plan de marketing

I. Perfil general

Todo destino turístico, que se precie de ser tal, debe contar con una herramienta comunicacional, que aborde todos los temas que conforman su propuesta de valor, para ser traspasada a los mercados, tanto actuales como potenciales.

Un plan de marketing debe contener toda la estructura del destino, desde los productos hasta la forma gráfica en que se presentará ante la demanda. Tan importante como tener claridad de las necesidades y ventajas competitivas del destino para la elaboración de esta estrategia, es considerar como está comunicando Chile su estrategia tanto interna como externa. Esto es, trabajar desde la planificación que los organismos pertinentes se encuentran trabajando para el país.

II. Proyectos

Proyecto N°21: Elaboración del plan de marketing turístico

Objetivo: Construir una herramienta que permita comunicar, posicionar y comercializar el destino y los productos turísticos a nivel nacional.

Responsables:

- Municipalidad de El Quisco
- Cámara de Comercio

Justificación: Una vez que se cuenta con productos y servicios, un destino debe generar el posicionamiento y la posterior comercialización de estos. De manera paralela a la elaboración de productos se debe llevar a cabo la creación del plan de marketing, con el fin de repercutir de manera más efectiva en la planificación y gestión.

Proyecto N°22: Implementación del plan de marketing turístico

Objetivo: Desarrollar y llevar a cabo las estrategias y acciones de promoción, difusión y comercialización de la comuna como destino turístico.

Responsables:

- Municipalidad de El Quisco
- Cámara de Comercio

Justificación: Al igual que un PLADETUR, o cualquier instrumento de planificación y gestión, un plan de marketing debe ser llevado a cabo, por lo que se genera esta separación entre su creación y posterior aplicación para forzar el escenario más positivo para el destino. Asimismo, siempre será más pertinente contar con una oferta de calidad, antes de llevar a cabo una promoción masiva, por lo que una vez teniendo productos y la planificación del marketing es factible cumplir fases posteriores.

III. Magnitud de la inversión

Se considera que la elaboración del plan de marketing requiere un monto aproximado de \$30.000.000 (treinta millones de pesos chilenos). El costo de su implementación dependerá de las características y propuestas de este.

IV. Origen de la financiación

FONDOS PÚBLICOS	FONDOS PRIVADOS	OTROS FONDOS
Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR).		Fondos Municipales.
Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC)		

6.3.2.6.3 Programa: Eventos comunales turísticos

I. Perfil general

La realización de eventos culturales en distintos territorios pone en evidencias aspectos de identidad y cultura única de ese espacio. Estas manifestaciones culturales llenas de tradición e historia son actividades que celebran la idiosincrasia del territorio, y, por ende, son parte importante de las raíces que el turista quiere conocer y ser parte. Generalmente estos eventos son realizados en temporada alta como oportunidad para dar a conocer emprendimientos locales y artistas de la comuna, transformándose muchas veces en uno de los eventos más esperados por los vecinos, y algunos turistas que viajan solamente para ser parte de estas experiencias y momentos locales.

II. Proyectos

Proyecto N°23: Fortalecimiento de eventos comunales en función de la actividad turística

Objetivo: Posicionar, a nivel nacional, estos eventos programados como experiencia turística imperdible vinculado con el territorio.

Responsables:

- Municipalidad de El Quisco
- Gobierno Regional
- Organizaciones turísticas comunales activas

Justificación: La comuna de El Quisco anualmente celebra actualmente siete eventos culturales, clasificados como acontecimientos programados. La Fiesta de la Virgen de la Merced de El Totoral, la Misa a la chilena, la Fiesta Costumbrista de El Totoral, la fiesta de San Pedro, La Feria Gastronómica, la Fiesta de la chilenidad y el Festival bienvenido verano, son actividades que la comuna debiese potenciar y dar a conocer a nivel regional y nacional, ya que agrega valor a la idiosincrasia de todo el territorio de la comuna.

Es por esto que estos eventos deben ser posicionados y organizados a nivel comunal, regional y

nacional, transformándolo en hitos turísticos de gran importancia de manera organizada y sustentable, basado en la colaboración, cooperativismo y asociatividad de los distintos actores involucrados. Para esto, es necesaria la creación de instancias o iniciativas asociativas para la creación de una oferta coordinada e innovadora en torno a los eventos comunales que se organicen.

III. Magnitud de la inversión

Se considera que este programa requiere un monto aproximado anual de \$100.000.000 (cien millones de pesos)

IV. Origen de la financiación

FONDOS PÚBLICOS	FONDOS PRIVADOS	OTROS FONDOS
Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC)	---	Fondos Municipales

6.3.3 Calendarización de actividades del plan de trabajo

Con el fin de especificar las actividades que se derivan de la cartera de programas y proyectos, que corresponden a las acciones necesarias para que estos proyectos puedan ser implementados y se vayan cumpliendo los objetivos y metas asociados al PLADETUR, se entregan en un ítem específico calendarizadas de manera fácil para hacer más eficiente su ejecución. Esta calendarización se entrega en la tabla a continuación.

Tabla N° 22. Calendarización de actividades plan de trabajo PLADETUR

EJE ESTRATÉGICO	PROGRAMA	LÍNEA DE ACCIÓN / PROYECTO	ACTIVIDADES	AÑO DE EJECUCIÓN			
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
GOBERNANZA Y ASOCIATIVIDAD	Organización del destino	Creación de una OGD	Desarrollo e implementación de un sistema de representación por localidad para la gestión de la comuna.				
			Creación e implementación de una Mesa/Comité público-privado para el desarrollo del turismo en la comuna de El Quisco.				
			Desarrollar en conjunto Plan de trabajo y líneas de acción de esta Mesa/Comité público- privado.				
			Realizar gira técnica por todos los atractivos de la comuna liderada por los representantes privados y municipales a todos los actores vinculados al desarrollo del turismo en la comuna. (públicos y privados)				
		Activación y fortalecimiento de asociaciones de turismo	Identificar a todas las entidades gremiales y/o asociaciones vinculadas al turismo. (Cámara de comercio, artesanos, productores, pescadores, taxistas, transporte, empresarios de alojamiento, alimentación, tour operadores, emprendedoras, folkloristas, etc.)				
			Incluir a entidades gremiales y/o asociaciones vinculadas al turismo a todas las instancias que se vinculen a la actividad dentro de la comuna.				
			Definir roles y responsabilidades de cada uno de los gremios y/o asociaciones en acciones que promuevan el desarrollo en la comuna.				
		Elaborar manual de ordenanza municipales para el desarrollo del turismo	Identificar en mesa de trabajo publico privada todas las ordenanzas existentes en la comuna y su relación/ impacto con la actividad turística.				
			Clasificar ordenanzas dentro de las 11 grandes áreas que propone el Manual de Buenas Prácticas para Municipalidades.				

EJE ESTRATÉGICO	PROGRAMA	LÍNEA DE ACCIÓN / PROYECTO	ACTIVIDADES	AÑO DE EJECUCIÓN				
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
CALIDAD, INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD	Experiencias turísticas		Identificar aquellas ordenanzas que apoyan el desarrollo del turismo en la comuna y las que no, para proponer opciones de modificación.					
			Proponer ordenanzas que no estén siendo consideradas y se reconozcan como apoyo al desarrollo de la actividad turística dentro de la comuna de El Quisco. (Regulación de: alojamientos informales, organización de eventos, uso de espacio público, tránsito en avenida principal de los buses de turismo, parqueaderos, estacionamientos informales, señalética turística, por mencionar algunas)					
			Elevar el rango administrativo de la actual Unidad de Turismo	Elevar el rango de la actual Unidad de Turismo a Dirección, considerando que es una de las actividades pilares del desarrollo de la comuna.				
				Ampliar la dotación de profesionales del turismo y otros vinculados a su desarrollo (profesionales de sustentabilidad, innovación, marketing, diseño y publicidad)				
				Aumentar exposición y vínculo con la comunidad local y los empresarios de turismo.				
			Implementar el modelo para el fortalecimiento de la gestión turística municipal	Definir modelo de gobernanza para la gestión turística de la comuna de El Quisco				
		Propiciar la sustentabilidad de la gobernanza en el tiempo a través de una orgánica formal.						
		Generar de modelo de gestión municipal para realidad de la comuna de El Quisco.						
		Creación de guion turístico experiencial del territorio	Identificar elementos de identidad únicos y significativos de la comuna.					
			Investigar relatos asociados a los atractivos turísticos de la comuna					
			Desarrollar experiencias turísticas según mercado y sus intereses					
			Creación de guion turístico y sus relatos					
Creación de manual de relatos turísticos								
Creación de productos turísticos experienciales	Construcción de línea base de la oferta turística							
	Diagnosticar a la empresa que participaran en la construcción de los productos turísticos experienciales							
	Estudio de mercado definiendo segmentos y nichos							

EJE ESTRATÉGICO	PROGRAMA	LÍNEA DE ACCIÓN / PROYECTO	ACTIVIDADES	AÑO DE EJECUCIÓN					
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4		
Calidad y sustentabilidad			Definir los objetivos experienciales						
			Definición de rutas, itinerarios y distribución						
			Definición rol del turista						
			Definición de acciones y momentos						
			Creación de prototipos de productos						
			Prueba de productos turísticos experienciales						
		Formalizar y capacitar a la oferta turística		Trabajo permanente entre la Unidad de Turismo y Renta con un profesional a cargo como responsable de identificar la oferta formalizada vinculada al turismo.					
				Realizar catastro en temporada alta de oferta informal vinculada a establecimientos de alojamiento y agencias de viajes/tour operador para sumarlos a la oferta formal.					
				Generar instancias de capacitación para formalizar a nuevos vecinos oferentes de servicios turísticos.					
				Incluir en la red de oferta organizada a los nuevos prestadores de servicios turísticos para promover la asociatividad y mejora del destino en su conjunto.					
		Promover e implementar los sellos de calidad Q y sustentabilidad S del Servicio Nacional de Turismo			Diagnosticar las necesidades de mejora en materia de gestión, tecnología y sustentabilidad de las empresas de turismo de la comuna.				
					Promover y asesorar a los empresarios en la implementación del sello Q y S y visibilizar logro a nivel municipal.				
					Identificar establecimientos con infraestructura accesible y promover con sello "Inclusivo" al servicio.				
					Implementar proyectos de asesorías para la mejora en la prestación de los servicios orientadas a temáticas de hospitalidad y atención al cliente.				
INFRAESTRUCTURA E INVERSIÓN	Infraestructura accesible	Diseño e implementación de infraestructura accesible para un turismo inclusivo	Sensibilizar a la comunidad acerca de la necesidad y la importancia de contar con infraestructura accesible para todos.						
			Identificar espacios de uso público idóneos para el diseño o rediseño de paseos peatonales, costaneras a lo largo de la comuna, ciclovías, miradores, baños y estacionamientos públicos accesibles.						

EJE ESTRATÉGICO	PROGRAMA	LÍNEA DE ACCIÓN / PROYECTO	ACTIVIDADES	AÑO DE EJECUCIÓN					
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4		
	Inversión en turismo	Diseño e Implementación estandarizada de señalética turística en la comuna	Diseñar estos espacios considerando el Guion turístico de la comuna y las experiencias turísticas posibles de realizar.						
			Catastrar y definir atractivos e hitos turísticos de la comuna a promover que sean coherentes con el Guion Turístico.						
			Levantar información relevante para la puesta en valor de los hitos y atractivos turísticos identificados.						
			Diseñar señalética turística acorde al Guion y experiencias turísticas que se ofrecerán.						
			Implementar señalética turística en hitos y atractivos turísticos en español, inglés y braille.						
		Implementación de oficinas de información turística	Identificar los lugares más visibles y con mayor tránsito en las cuatro localidades de la comuna de El Quisco para ubicar Oficinas de Información Turística (OIT)						
			Definir temporadas, fechas y horarios de atención según demanda en los territorios.						
			Considerar la contratación de personal capacitado en turismo, idiomas y parte de la localidad que promoverá.						
		FOMENTO PRODUCTIVO	Emprendimiento y empresa	Vincular y promover los servicios del Departamento de Fomento Productivo con los empresarios de turismo	Elaborar políticas y proyectos para el desarrollo productivo de las empresas vinculadas al turismo.				
					Fomentar y apoyar el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa turística por medio de reuniones periódicas con representantes de gremios y/o asociaciones privadas.				
Ampliar dotación de personal en este Departamento y asignar responsabilidad vinculada a la Unidad de Turismo.									
Promover la organización público privada y su interacción transversal a nivel municipal.									
Fortalecimiento del Fomento Productivo para el Desarrollo Turístico de la comuna	Identificar fondos concursables nacionales y regionales con sus respectivas fechas de postulación, exigencias y objetivos para informar a los representantes de los gremios y/o asociaciones vinculadas al turismo.								
	Promover asociatividad para la postulación a fondos concursables.								
	Vincularse con Instituciones que tengan experiencia en desarrollo de proyectos de fomento productivo								

EJE ESTRATÉGICO	PROGRAMA	LÍNEA DE ACCIÓN / PROYECTO	ACTIVIDADES	AÑO DE EJECUCIÓN			
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
			(Universidades, Institutos Profesionales, Centros Tecnológicos, Gremios, etc.)				
			Contar con un profesional capacitado en este tema que asesore a los empresarios de manera previa a los procesos de postulación.				
		Gestión y vinculación de la oferta turística con acciones de comercialización	Desarrollo de una feria de emprendedores turísticos a nivel comunal en temporada alta.				
			Participación y difusión de la oferta turística de la comuna en ferias regionales y nacionales con productos turísticos del territorio.				
			Generar ruedas de negocios para la creación de alianzas estratégicas y nuevos negocios.				
FORMACIÓN CONTINUA DEL CAPITAL HUMANO	Desarrollo y fomento del capital humano local	Implementar la especialidad de turismo y/o gastronomía en la enseñanza técnica profesional de la comuna	Solicitar reunión estratégica con el Departamento de Administración de Educación Municipal (DAEM) y la autoridad máxima de la institucionalidad público privada de turismo de la comuna para plantear esta consideración.				
			Levantar demanda de estudiantes de segundo medio interesados en optar a carrera técnica de turismo en un establecimiento de su comuna.				
			Crear plan de prácticas profesionales y metodologías de Plan Dual entre actores públicos y privados del turismo y la educación para asegurar la pertinencia.				
	Formación y profesionalización de los negocios turísticos	Capacitaciones para los negocios turísticos	Generar catastro de profesionales del turismo existentes en la comuna y promover su participación en instancias de capacitación al resto de los actores.				
			Promover cursos de formación y apoyo para el desarrollo del capital humano de la comuna (idiomas, atención al cliente, desarrollo de productos, etc.)				
			Conseguir asesoramiento de profesionales externos en turismo para la capacitación de gremios y/o asociaciones, según sus necesidades de formación.				
	Cultura turística	Conciencia turística	Diseñar e implementar programa de conciencia turística y educación del patrimonio natural y cultural en todos los niveles de educación de los establecimientos de la comuna.				
			Implementar salidas a terreno en todos los niveles de educación a cargo de diferentes Unidades y/o				

EJE ESTRATÉGICO	PROGRAMA	LÍNEA DE ACCIÓN / PROYECTO	ACTIVIDADES	AÑO DE EJECUCIÓN			
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
			Departamentos Municipales (cultura, medio ambiente, turismo)				
			Ampliar este programa a diferentes actores del turismo, según rol que ocupan en el desarrollo de la actividad en la comuna (taxistas, artesanos, quiosqueros, empresarios, vecinos, etc.)				
			Realizar concurso a nivel comunal denominado Guías Locales de Turismo.				
DIFUSIÓN, PROMOCIÓN Y MARKETING	Difusión interna del PLADETUR	Conversatorios sobre el PLADETUR y la actividad turística en la comuna	Generar contenido audiovisual con relato identitario.				
			Desarrollar e implementar plataforma online y APP móvil con información completa de los atractivos naturales, culturales y eventos programados existentes.				
			Promover oferta turística formal y actividades durante el año para ser reconocidos y visitados por la comunidad local.				
		Fortalecimiento de la identidad local en los productos turísticos	Agrupar a los empresarios del rubro de la alimentación y desarrollar un producto gastronómico con identidad local.				
			Agrupar a los artesanos y/o productores de la comuna identificando sus productos y creando una marca común que los posicione y diferencie.				
			Generar redes entre agrupaciones, asociaciones, artesanos/productores y representantes de empresarios de alojamiento, alimentación y agencias de viajes/tour operadores, guías de turismo, para ofrecer sus productos vinculados entre sí.				
			Generar oferta de productos turísticos experienciales que den alternativas de actividades a los visitantes				
	Plan de marketing	Elaboración del Plan de Marketing Turístico	Realizar estudio de mercado				
			Definir canales de comunicación formales y permanentes				
			Potenciar trabajo permanente entre Relaciones Públicas y Unidad de Turismo				
Mejorar la comunicación a nivel general dentro de la municipalidad y promover a tiempo las iniciativas de cada Unidad, Departamento o Dirección.							
Definir marca, eslogan y storybrand de acuerdo a las características de la comuna y el mercado objetivo							

EJE ESTRATÉGICO	PROGRAMA	LÍNEA DE ACCIÓN / PROYECTO	ACTIVIDADES	AÑO DE EJECUCIÓN				
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
		Implementar Plan de Marketing Turístico	Definir estrategias a implementar según orden de prioridades, de acuerdo a los objetivos y recursos disponibles					
			Desarrollar campañas publicitarias de acuerdo a público objetivo					
			Desarrollar actividades de promoción y activación para motivar visitas en la comuna.					
			Implementación de la marca por medio de actividades de promoción					
			Definir sistema de control y monitoreo de las metas y objetivos del plan de marketing					
	Eventos comunales turísticos	Fortalecimiento de eventos comunales	Definir eventos y categorizarlos según características y público objetivo					
			Definir una cartera y calendarización de eventos comunales					
			Diseñar y elaborar una cartelera cultural periódica a disposición de la comunidad local y visitantes					
			Implementación de planes de difusión de eventos, oferta de servicios y productos asociados					
			Diseñar, organizar y producir festival de carácter nacional o internacional, ejemplo: Festival Nacional de la Poesía o Festival de Poetas (por ser parte de la Ruta Litoral de Los Poetas)					
			Promocionar estos festivales/ eventos/ concursos a destinos nacionales de larga distancia					
			Agendar eventos en fecha de temporada baja para disminuir estacionalidad					

Fuente: DTS Consultores Ltda.

La calendarización expuesta resume de las 94 actividades concretas que permitirán la implementación de la cartera de programas y proyectos, donde se espera que el primer año de ejecución del PLADETUR, se logre cumplir con el 35,36% de las actividades aquí planteadas, ya que se consideran como la base para permitir el trabajo ordenado y sistemático de los años siguientes. Para el año 2 (2020) se han calendarizado el 36,58% de las actividades. Algunas de ellas se podrían trabajar de manera paralela en el 2019, no obstante es importante no saturar la gestión y respetar el orden de la planificación, lo que permitirá además una visualización más integral de las acciones a seguir. En el caso del tercer año de ejecución del plan (2021), han quedado definidas el 23,17% de las actividades, para llegar al año 4 (2022) a culminar esta calendarización con el 4,87 de las actividades pendientes.

6.4 Identificación de fuentes de financiamiento

6.4.1 Consideraciones previas

En Chile existen una serie de instrumentos provenientes principalmente de servicios públicos, que apoyan el emprendimiento individual de las personas, de las empresas y de asociaciones o gremios vinculados a diversas actividades económicas. En el caso del turismo, existe una oferta amplia de instrumentos orientados a responder a la diversidad de requerimientos de los actores de esta actividad, quienes, según el territorio en el que se encuentran, pueden optar a otras alternativas focalizadas a nivel regional, provincial, y en algunos casos comunal.

En este apartado de identificación de fuentes de financiamiento para la ejecución de las actividades de la cartera de programas y proyectos, se exponen instituciones, sus programas de apoyo, descripciones de los instrumentos, beneficiarios y otros detalles que permiten identificar la mejor alternativa para apoyar emprendimientos y negocios locales en distintas fases de desarrollo, considerando principalmente apoyo de recursos económicos, asesorías técnicas y capacitaciones como herramientas para el desarrollo territorial.

El Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC), la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (SUBDERE), el Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP), el Ministerio de Obras Públicas (MOP), Gobierno Regional de Valparaíso (GORE), Ministerio de Vivienda y Urbanismo (MINVU), el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), son algunas de las Instituciones del Estado citadas en el documento, quienes en conjunto a otras de carácter privado apoyan el emprendimiento, la innovación y la competitividad en Chile junto con fortalecer el capital humano y las capacidades tecnológicas.

Es imperante considerar a los diferentes actores públicos y privados que son alternativa de apoyo para el desarrollo turístico de la comuna de El Quisco, los que permitirán la consecución de los programas propuestos para el PLADETUR, orientados a mejorar su posicionamiento y calidad de la prestación de los servicios turísticos, considerando los principios de sustentabilidad, inclusividad y la formación del capital humano, como factores trascendentales que aumentaran la competitividad turística de esta comuna.

6.4.2 Fuentes de financiamiento asociadas a programas del plan de acción

Los seis ejes estratégicos propuestos dentro del PLADETUR El Quisco, tienen asociados 12 programas, los que tienen asociados fuentes de financiamiento, por lo que a continuación se exponen cada uno de ellos.

Tabla N° 23. Fuentes de financiamiento asociadas a los programas del plan de acción

PROGRAMA	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS
Organización del destino	Nodo para la Competitividad	CORFO
	Programa de Difusión Tecnológica (PDT)	CORFO
	Programa de Fortalecimiento Gremial	SERCOTEC
	Fondos Municipales	Municipalidad de El Quisco
	Aportes de Empresarios del Sector	Privados
Experiencias turísticas	Nodo para la Competitividad	CORFO
	Programa de Difusión Tecnológica (PDT)	CORFO
	Proyectos Asociativos de Fomento (PROFO)	CORFO
	Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC)	GORE Valparaíso
	Centro de Desarrollo de Negocios de San Antonio	SERCOTEC
Juntos, Fondos para Negocios Asociativos	SERCOTEC	

PROGRAMA	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS
	Aportes de Empresarios del Sector	Privados
	Programa AI Invest 5.0	Comisión Europea (UE)
Calidad y sustentabilidad	Programa de Fomento a la Calidad (FOCAL)	CORFO
	Nodo para la Competitividad	CORFO
	Programa de Difusión Tecnológica (PDT)	CORFO
	Proyectos Asociativos de Fomento (PROFO)	CORFO
	Centro de Desarrollo de Negocios de San Antonio	SERCOTEC
	Juntos, Fondos para Negocios Asociativos	SERCOTEC
	Inversión propia Individual de empresas turísticas y complementarias	Privados
Infraestructura accesible	Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)	SUBDERE
	Fondo Regional de Iniciativa Local (FRIL)	GORE Valparaíso
	Dirección de Vialidad	MOP
	Dirección de Arquitectura	MOP
	Plan de Reconstrucción Patrimonial	MINVU
	Fondo Nacional para el Desarrollo de la Cultura y las Artes (FONDART) Regional	Ministerio de las Culturas, Artes y Patrimonio
	Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC-R) Regional de Valparaíso.	GORE Valparaíso
Inversión en Turismo	Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR). Gobierno Regional de Valparaíso	GORE Valparaíso
	Fondo regional de iniciativa local (FRIL). Gobierno Regional de Valparaíso	GORE Valparaíso
	Dirección de Vialidad	MOP
	Fondos Municipales	Municipalidad de El Quisco
Emprendimiento y empresa	Nodo para la Competitividad	CORFO
	Programa Regional de Apoyo al Emprendimiento (PRAE)	CORFO
	Capital Abeja	SERCOTEC
	Capital Semilla	SERCOTEC
	Centro de Desarrollo de Negocios de San Antonio	SERCOTEC
	Juntos. Fondo para Negocio Asociativos	SERCOTEC
	Redes de Oportunidades de Negocio	SERCOTEC
	Formación Empresarial	SERCOTEC
	Mejora de Negocios, Fondo de Asesorías Empresariales	SERCOTEC
	Promoción y Canales de Comercialización	SERCOTEC
	Crece, Fondo de Desarrollo de Negocios	SERCOTEC
	Programa de asesoría técnica especializada y gestor comercial	INDAP
	Programa de asociatividad económica (PAE)	INDAP
	Crédito impulso turístico rural: en la ruta del financiamiento del turismo rural	INDAP
	Programa Adelante Mujer Rural	INDAP
	Fondo de Innovación para la Competitividad Regional (FIC-R)	GORE Valparaíso
	Fondos Municipales	Municipalidad de El Quisco
	Inversión propia Individual de empresas turísticas y complementarias	Privados
Formación profesionalización de los negocios turísticos	Nodo para la Competitividad	CORFO
	Programa Regional de Apoyo al Emprendimiento (PRAE)	CORFO
	Becas de Capital Humano	CORFO

PROGRAMA	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS
	Iniciativas de Desarrollo de Mercado	SERCOTEC
	Centro de Desarrollo de Negocios de San Antonio	SERCOTEC
	Redes de Oportunidades de Negocio	SERCOTEC
	Formación Empresarial	SERCOTEC
	Mejora de Negocios, Fondo de Asesorías Empresariales	SERCOTEC
	Promoción y Canales de Comercialización	SERCOTEC
	Junos. Fondo para Negocio Asociativos	SERCOTEC
	Fondo de Innovación para la Competitividad Regional (FIC-R)	GORE Valparaíso
	Fondos Municipales	Municipalidad de El Quisco
	Inversión propia Individual de empresas turísticas y complementarias	Privados
Cultura Turística	Programa Conciencia Turística	SERNATUR
	Fondos Municipales	Municipalidad de El Quisco
Difusión Interna del PLADETUR	Nodo para la Competitividad	CORFO
	Fondo de Innovación para la Competitividad Regional (FIC-R)	GORE Valparaíso
	Programa Conciencia Turística	SERNATUR
	Fondos Municipales	Municipalidad de El Quisco
Plan de Marketing	Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR). Gobierno Regional de Valparaíso	GORE Valparaíso
	Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC)	GORE Valparaíso
	Fondos Municipales	Municipalidad de El Quisco
Eventos comunales turísticos	Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC)	GORE Valparaíso
	Fondos Municipales	Municipalidad de El Quisco

Fuente: DTS Consultores Ltda.

6.4.3 Fuentes de financiamiento públicas

Los instrumentos de financiamiento público se entregan en la tabla a continuación.

Tabla N° 24. Fuentes de financiamiento públicas asociadas a la ejecución del plan de acción

FONDO	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	BENEFICIARIOS	FINANCIAMIENTO	RESULTADOS ESPERADOS
Becas Capital Humano	CORFO	Apoyar la labor de los trabajadores de diversos sectores productivos y geográficos del país, donde existe una falta de personal calificado o donde el personal existente requiera fortalecer habilidades fundamentales para su mejor desempeño laboral, a través de cursos de especialización.	Persona natural mayor de 18 años de nacionalidad chilena o extranjera con residencia definitiva	90% del costo del curso	Mejora de la formación laboral de técnicos y profesionales, con el fin de invertir más y mejor en la creación de habilidades para el trabajo
Capital Abeja	SERCOTEC	Apoya la puesta en marcha de nuevos negocios, liderados por mujeres y con oportunidad de participar en el mercado. Cofinancia un plan de trabajo destinado a implementar un proyecto de negocio. Este plan de trabajo incluye acciones de gestión empresarial (capacitación, asistencia técnica y acciones de marketing) e inversiones en bienes necesarios para cumplir el objetivo del proyecto.	Mujeres, mayores de 18 años, sin inicio de actividades en primera categoría ante el Servicio de Impuestos Internos, que presenten un proyecto de negocio que cumpla con el foco definido por la convocatoria de Sercotec en su región.	Hasta un 80% del total del proyecto con tope de 3.500.000 pesos	Nuevos negocios liderados por mujeres con elemento diferenciador
Capital Semilla	SERCOTEC	Apoya la puesta en marcha de nuevos negocios con oportunidad de participar en el mercado. Cofinancia un plan de trabajo destinado a implementar un proyecto de negocio. Este plan de trabajo incluye acciones de gestión empresarial	Personas naturales, mayores de 18 años, sin inicio de actividades en primera categoría ante el Servicio de Impuestos Internos, que presenten un proyecto de negocio que cumpla con el foco definido	Hasta un 80% del total del proyecto con tope de 3.500.000 pesos	Nuevos negocios con oportunidad de mercado con elemento diferenciador

FONDO	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	BENEFICIARIOS	FINANCIAMIENTO	RESULTADOS ESPERADOS
		(capacitación, asistencia técnica y acciones de marketing) e inversiones en bienes necesarios para cumplir el objetivo del proyecto.	por la convocatoria de Sercotec en su región.		
Centro de Desarrollo de Negocios Provincia de San Antonio	SERCOTEC	Espacios donde los pequeños empresarios y emprendedores, hombres y mujeres, reciben asesoría técnica, individual y sin costo, a través de mentores expertos, para fortalecer sus capacidades y desarrollar su actividad. El centro les acompaña sostenidamente en el tiempo para asegurar efectivos resultados en sus negocios, como aumento de ventas y generación de empleos.	Pequeñas empresas y emprendedores que requieran apoyo y lleven adelante un plan de trabajo acordado con el centro, en el que comprometan su esfuerzo, constancia y responsabilidad.	100%. Gratuito para beneficiarios	Mipymes fortalecidas en sus capacidades, aumentando sus ventas y generando empleos.
Conciencia Turística	SERNATUR	Área encargada de generar incentivos, beneficios y herramientas de apoyo para los prestadores de servicios turísticos nacionales, empresarios formalizados y que cuenten con la certificación de Calidad y la distinción de Sustentabilidad vigente. Entre sus acciones, está facilitar información relacionada a fondos de financiamiento o instrumentos públicos, además de proponer mejoras en regulaciones o normativas que involucren a prestadores de servicios.	Empresas formalizadas registradas como Prestadores de Servicios Turísticos, con Certificación de Calidad y Distinción de Sustentabilidad vigente.	Gratuito. Acceso a documentación y apoyo a fondos de financiamiento	Prestadores de Servicios con mejoras en su gestión, regulaciones o normativas que lo involucren

FONDO	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	BENEFICIARIOS	FINANCIAMIENTO	RESULTADOS ESPERADOS
CRECE Turismo	SERCOTEC	Crece es un subsidio no reembolsable de Sercotec destinado a potenciar el crecimiento de las micro y pequeñas empresas o su acceso a nuevas oportunidades de negocio. Apoya la implementación de un plan de trabajo que incluye acciones de gestión empresarial (asistencias técnicas, capacitación y acciones de marketing) para el fortalecimiento de competencias de los empresarios y empresarias, así como el financiamiento de inversiones.	<ul style="list-style-type: none"> - Micro y pequeñas empresas con iniciación de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos en primera categoría, con ventas anuales netas entre UF 200 y UF 25.000. - Empresas con ventas anuales demostrables inferiores a UF 200, solo en el caso de tener menos de un año de existencia. - Cooperativas con ventas anuales demostrables promedio por asociado/a menores a UF 25.000 al año. 	Hasta 70% con tope de 6.000.000 pesos	Empresas del sector turismo fortalecidas en sus competencias
Crédito Impulso Turístico Rural": En la Ruta del Financiamiento del Turismo Rural	INDAP	Este crédito es un financiamiento reembolsable de corto y largo plazo, que se entregara a usuarios de INDAP, y que financia necesidades de capital de trabajo y/o inversiones, para desarrollar económicamente a los emprendedores de proyectos de turismo rural del País. Fomentar el desarrollo y fortalecimiento de la industria turística nacional vinculada al medio rural, a través del financiamiento de proyectos rentables que generen empleos y fomenten el desarrollo en zonas rurales	Personas naturales y jurídicas, prestadores o prestadoras de servicios turísticos y a aquellos que como consecuencia del crédito se inicien en la actividad turística, y que cuente con los permisos correspondiente emitida por las autoridades competentes.	Según ámbito de apoyo	Según ámbito de apoyo

FONDO	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	BENEFICIARIOS	FINANCIAMIENTO	RESULTADOS ESPERADOS
Dirección de Arquitectura	Ministerio de Obras Publicas	encargada de proveer y conservar la edificación pública requerida para favorecer la competitividad y el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, incorporando en ella, el Patrimonio Arquitectónico, el Arte y la Cultura a la Infraestructura y Espacio Público, incorporando estándares de eficiencia internacional y los instrumentos formativos que permitan la adecuada fiscalización, para satisfacer con calidad los requerimientos de las Instituciones del Sector Público	Gobiernos Regionales, Municipalidades y otros que requieran la asesoría técnica del Servicio	Según proyecto	Según proyecto
Dirección de Vialidad	Ministerio de Obras Publicas	Mejorar la conectividad interna del territorio chileno y con los países de la región, mediante la provisión de servicios de infraestructura vial, potenciando el desarrollo del país y su gente, resguardando su calidad de vida, promoviendo la equidad social, étnica, de género, resguardando la seguridad vial, dando sustentabilidad medioambiental e incorporando sistemáticamente tecnologías innovadoras en el ámbito vial y de transporte.	Comunidad local	Según proyecto	Según proyecto

FONDO	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	BENEFICIARIOS	FINANCIAMIENTO	RESULTADOS ESPERADOS
Fondo de Innovación para la Competitividad	Gobierno Regional	El FIC destina recursos a proyectos de investigación científica, innovación empresarial, transferencia tecnológica y emprendimiento, entre otros, a través de agencias públicas especializadas	Grupos de MiPymes que postulan a través de instituciones como Universidades, Centros Regionales de Desarrollo Científico y Tecnológico, Incubadoras de negocios e innovación vigentes y otras instituciones que cumplan con requisitos del decreto 68 del Ministerio de Economía.	Según concurso y región de postulación. Para el caso de la Región de Valparaíso en 2017 se financia hasta el 85% del total del proyecto con tope de 135.000.000 y cofinanciamiento del 15% de la institución postulante con 5% pecuniario y 10% no pecuniario.	Según el proyecto a postular y los niveles de impacto regional
Fondo Nacional de Desarrollo Regional FNRD	SUBDERE	Fortalecer la capacidad de gestión de los Gobiernos Regionales en materias de inversión pública regional, administrar, controlar y efectuar seguimiento sobre la ejecución financiera de los presupuestos de inversión regional y elaborar y sistematizar información relevante para la toma de decisiones de la autoridad	Gobiernos Regionales, Gobiernos locales (Municipalidad)	Según proyecto	Según proyecto
Fondo Nacional para el Desarrollo de la Cultura y las Artes (FONDART) Regional	Ministerio de las Culturas, Artes y Patrimonio	Estimular la formación profesional, la creación artística, la mediación cultural y la conservación patrimonial en las siguientes disciplinas artísticas: Artes Visuales, Fotografía, Teatro, Danza, Artes Circenses, Artesanía, Folclor, Arquitectura, Diseño, Nuevos Medios, Gastronomía, Patrimonio Material e Inmaterial, Gestión Cultural, Culturas de Pueblos Originarios, Desarrollo Cultural Local y Turismo Cultural.	Comunidad local artística, según concurso o línea de financiamiento	Según Concurso	Según Concurso

FONDO	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	BENEFICIARIOS	FINANCIAMIENTO	RESULTADOS ESPERADOS
Fondo Regional de Iniciativas Locales FRIL	Gobierno Regional	Financiar proyectos de infraestructura pública, que mejoren la calidad de vida de las personas, dotando a la comunidad de un entorno amigable, creando conectividad y fortaleciendo la sociabilidad entre los habitantes de la comuna.	Municipalidad	De acuerdo con el reglamento FRIL del año presupuestario vigente.	De acuerdo con el reglamento FRIL del año presupuestario vigente.
Formación Empresarial	SERCOTEC	Servicio de formación para micro y pequeños empresarios/as y emprendedores/as, que entrega conocimientos en temas de gestión y desarrollo de habilidades empresariales a través de capacitaciones, seminarios o talleres para contribuir a una adecuada puesta en marcha de los negocios, mejorar la gestión de estos y obtener mejores resultados.	Personas naturales, micro y pequeñas empresas y emprendedores/as. En el caso de la Región de Valparaíso, durante 2015 Formación Empresarial tendrá una orientación multisectorial.	100%. Gratuito para beneficiarios	Personas con habilidades empresariales Negocios mejorados en su gestión y con mejores resultados

FONDO	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	BENEFICIARIOS	FINANCIAMIENTO	RESULTADOS ESPERADOS
Fortalecimiento Gremial y Cooperativo	SERCOTEC	Es un subsidio concursable de Sercotec, no reembolsable y de convocatoria regional, destinado a apoyar la creación y el fortalecimiento de asociaciones de micro y pequeños empresarios/as y cooperativas. Busca contribuir a que grupos de empresarios/as se formalicen, afiancen la asociatividad, mejoren su capacidad de gestión y puedan ofrecer nuevos y mejores servicios a sus asociados.	Cooperativas y Asociaciones empresariales y/o gremiales	<ul style="list-style-type: none"> - Cooperativas: hasta \$8.000.000 para Creación y Desarrollo y hasta \$10.000.000 para Fortalecimiento. - Asociaciones empresariales y gremiales: hasta \$3.000.000 para Creación de una asociación; hasta \$8.000.000 para Fortalecimiento mediante la generación de nuevos o mejores servicios a sus socios, y hasta \$10.000.000 para Creación + Desarrollo, considerando la conformación de un gremio y el desarrollo de un plan de trabajo para potenciarlo. 	Asociaciones gremiales y/o empresariales o Cooperativas fortalecidas en cuanto a sus niveles de asociatividad, con objetivos en común y un plan de trabajo
Juntos	SERCOTEC	Es un subsidio no reembolsable destinado al desarrollo de nuevos negocios asociativos o a la mejora de los ya existentes, impulsado por grupos de empresas o cooperativas para las cuales sería más difícil concretar estas iniciativas de manera individual.	<ul style="list-style-type: none"> - Grupos de al menos tres micro y pequeñas empresas con iniciación de actividades en primera categoría, con ventas individuales entre UF 200 y UF 25.000 en los últimos 12 meses. - Cooperativas con ventas promedio por asociado inferiores a UF 25.000 en los últimos 12 meses. 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de factibilidad del negocio asociativo: Hasta 4.000.000 de pesos - Desarrollo del plan de trabajo: Hasta 31.000.000 de pesos anuales para capacitación y asistencia técnica y hasta 25.000.000 del monto total del proyecto para inversiones 	Nuevos negocios asociativos o mejorados

FONDO	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	BENEFICIARIOS	FINANCIAMIENTO	RESULTADOS ESPERADOS
Mejora Negocios, Fondo de Asesorías Empresariales	SERCOTEC	Es un subsidio no reembolsable de Sercotec que cofinancia la contratación de asesorías técnicas en diferentes materias por parte de micro y pequeñas empresas, para que puedan aumentar su productividad y mejorar la calidad de sus productos o servicios.	Micro y pequeñas empresas con iniciación de actividades en primera categoría ante el Servicio de Impuestos Internos, con ventas anuales entre UF 200 y UF 25.000; también cooperativas con ventas menores a UF 25.000 por asociado.	Hasta 70% con tope de 400.000 pesos para asesorías en áreas tales como manejo de inventarios, imagen corporativa y diseño, tecnologías de información para la comercialización, asesoría tributaria y otras, de acuerdo a los temas priorizados por cada Dirección Regional de Sercotec. Hasta 70% con tope de 1.500.000 pesos para asesorías especializadas en temáticas tales como certificación o auditorías de normas de calidad, producción limpia, eficiencia energética y otras.	Empresas aumentan su productividad y calidad de sus productos y servicios
Nodos para la Competitividad	CORFO	Empresas interesadas en participar colaborativamente con otras Pymes para mejorar la competitividad de sus servicios o productos y acceder a cadenas de exportación	Grupo de Pymes (personas naturales o jurídicas) que sean contribuyentes del impuesto de Primera Categoría de la Ley de Impuesto a la Renta, con ventas entre 2.400 y 100.000 UF.	Hasta el 90% del total del proyecto con tope de 40.000.000 pesos	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyar el acceso y el uso de información de mercado, relevante para el proceso de exportación. - Transferir técnicas y prácticas productivas para la adecuación de la oferta a los requerimientos de la demanda. - Apoyar procesos de mejora de la gestión productiva y administrativa de la

FONDO	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	BENEFICIARIOS	FINANCIAMIENTO	RESULTADOS ESPERADOS
					<p>empresa.</p> <p>- Proveer de los conocimientos y requerimientos para implementar procesos de comercialización hacia y en los mercados de destino.</p>
Programa Asesoría Técnica Especializada y Gestor Comercial	INDAP	<p>Desarrollar de forma sostenible el nivel de competitividad del negocio o sistema productivo de los pequeños productores agrícolas, campesinos y sus familias. El Programa permite acceder a incentivos económicos no reembolsables, destinados a cofinanciar servicios en el ámbito de asesoría técnica especializada y gestión comercial.</p>	<p>Pequeños productores agrícolas, campesinos y sus familias que realizan actividades económico-productivas silvoagropecuarias, agroindustriales u otras actividades conexas; cuyos productos o servicios forman parte de una cadena de valor y estén destinados al mercado nacional y/o internacional; y cuya demanda corresponde a la incubación de emprendimientos y/o la consolidación de sus negocios</p>	según Línea de apoyo	Según línea de apoyo

FONDO	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	BENEFICIARIOS	FINANCIAMIENTO	RESULTADOS ESPERADOS
Programa de Asociatividad Económica -PAE	INDAP	Desarrollar y/o fortalecer los negocios asociativos de empresas campesinas y grupos de emprendedores, contribuyendo al desarrollo económico de la agricultura familiar campesina. Es un instrumento de fomento, que permite el acceso de los actores de la asociatividad económica y economía social destinados a cofinanciar servicios en el ámbito de la gestión empresarial, desarrollo organizacional y asesoría técnica, entre otros.	<ul style="list-style-type: none"> - Grupos de Emprendedores: grupos formados por personas naturales o jurídicas, asociados informalmente, cuyo eje ordenador es una actividad económica común o una acción que genera mejora y agregue valor respecto al negocio individual, en adelante "grupos". - Empresas Asociativas Campesinas (EAC): organizaciones con personalidad jurídica y vida tributaria, que desarrollan un negocio asociativo y que tienen un fin comercial, tales como Cooperativas, Sociedades Anónimas, Sociedades de Responsabilidad Limitada, en adelante. 	Según ámbito de apoyo	Empresas campesinas fortalecidas en asociatividad y gestión empresarial
Programa de Fomento a la Calidad FOCAL	CORFO	Busca incentivar a las empresas a mejorar su productividad y competitividad, a través de la implementación y certificación de normas técnicas de sistemas de gestión y de productos o protocolos, reconocidos por Corfo como habilitantes para acceder a mercados más atractivos o de exportación.	<ul style="list-style-type: none"> - Empresas que demuestren rentas líquidas imponibles o ventas netas anuales superiores a UF 1.200 (mil doscientas Unidades de Fomento) y que no excedan de UF 100.000.- (cien mil Unidades de Fomento). - Empresas que vendan menos de UF 1.200 (mil doscientas Unidades de Fomento), que desarrollen actividades económicas 	<ul style="list-style-type: none"> - El cofinanciamiento total para la implementación de cada documento normativo no podrá exceder a \$3.500.000.- (tres millones quinientos mil pesos). - El cofinanciamiento total para la certificación de cada documento normativo no podrá exceder a \$1.000.000.- (un millón de pesos). 	<ul style="list-style-type: none"> - Incorpore mejoras con la implementación de técnicas de gestión y de productos o protocolos - Pueda acceder a mercados más atractivos o de exportación.

FONDO	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	BENEFICIARIOS	FINANCIAMIENTO	RESULTADOS ESPERADOS
			clasificadas en los rubros agricultura y/o ganadería y del rubro turístico.		
Programa de Transferencia Tecnológica (PDT)	CORFO	Busca acercar a las Pymes al conocimiento, tecnologías, prácticas de innovación disponibles y mejores prácticas productivas, a través de actividades asociativas de difusión y transferencia tecnológica que aporten valor a su desempeño productivo y competitividad.	Empresas y personas naturales constituidas en Chile que tributen en primera categoría del Impuesto a la Renta. El proyecto debe tener un Gestor, que postula y es el que ejecuta las actividades, y un grupo de Empresas participantes (atendidas). El instrumento está destinado a Pymes y se permite participación de Microempresas de forma excepcional y las Grandes no pueden superar el 20% del total de Participantes.	Hasta el 70% del total del proyecto con tope de 90.000.000 pesos.	<ul style="list-style-type: none"> - Genere redes en torno a nuevas tecnologías, buenas prácticas y conocimientos aplicables a los negocios. - Desarrolle las condiciones habilitantes para innovar.
Programa Regional de Apoyo al Emprendimiento PRAE	CORFO	Apoyar a los emprendedores de regiones que pueda crecer al doble cada 3 o 4 años y presente innovación, con respecto a lo que se encuentra en el mercado regional, pero con un foco también nacional.	<ul style="list-style-type: none"> - Personas naturales mayores de 18 años que postulen individualmente. - Personas jurídicas constituidas en Chile, con fines de lucro con menos de tres años de existencia 	Hasta 75% de cofinanciamiento con tope de 25.000.000 pesos	<ul style="list-style-type: none"> - Primeras ventas facturadas del proyecto. - Producto mínimo viable funcional con usuarios y clientes. - Crecimiento de las ventas, número de clientes y/o usuarios. - Capital levantado en forma de financiamiento privado u otra. - Realizar al menos 3 actividades de vinculación con el medio durante la ejecución del proyecto.

FONDO	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	BENEFICIARIOS	FINANCIAMIENTO	RESULTADOS ESPERADOS
Promoción y Canales de Comercialización	SERCOTEC	Servicio que apoya la participación de pequeñas empresas en ferias, eventos u otros espacios de comercialización, con el fin de facilitarles una vitrina que contribuya a la promoción y comercialización de sus productos o servicios, y a la generación de relaciones de negocio sostenidas en el tiempo.	Micro o pequeños empresarios/as con iniciación de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos. Este instrumento se orienta preferentemente a los rubros priorizados por la Dirección Regional	Cofinanciamiento definido por la Dirección Regional	Empresas con relaciones de negocios sostenidas en el tiempo
Proyectos Asociativos de Fomento PROFO	CORFO	Tiene como fin que las empresas mejoren su gestión, enfrenten mayores desafíos productivos, desarrollen capital social, incrementen su oferta de labor y accedan a nuevos mercados a través de la asociatividad y generación de alianzas	Empresas (en forma individual) que demuestren ventas netas anuales superiores a 2.400 UF y que no excedan las 600.000 UF.	Hasta el 70% del costo del proyecto, con tope de 48.000.000 de pesos	<ul style="list-style-type: none"> - Resuelva sus desafíos de productividad. - Aproveche las oportunidades del mercado. - Impulse estrategias de negocio colaborativas.
Redes de Oportunidades de Negocio	SERCOTEC	Servicio que apoya la generación de redes de trabajo entre micro y pequeños empresarios/as a través de la realización de encuentros empresariales que buscan la transferencia de conocimientos, el intercambio de experiencias y el desarrollo de vínculos comerciales entre los/as participantes.	Emprendedores/as y micro y pequeños empresarios/as. En el caso de la Región de Valparaíso, durante 2015 este instrumento se orienta preferentemente al rubro turismo, priorizado por la Dirección Regional.	100%. Gratuito para beneficiarios	Encuentros empresariales; conocimientos transferidos e intercambios de experiencias exitosas

Fuente: DTS Consultores Ltda.

6.4.4 Fuentes de financiamiento privadas

Los instrumentos de financiamiento privados se entregan en la tabla a continuación.

Tabla N° 25. Fuentes de financiamiento privadas asociadas a la ejecución del plan de acción

FONDO	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	BENEFICIARIOS	FINANCIAMIENTO	RESULTADOS ESPERADOS
Aporte de Empresarios del sector	N/A	Por medio de cuotas sociales o aportes pecuniarios o no pecuniarios en la postulación de proyectos a fondos públicos	Empresarios Locales	Según proyecto o iniciativa	Participación activa de los procesos involucrados en los proyectos o iniciativas para el desarrollo turístico
Inversión propia individual	N/A	Aportes de empresas individuales pertenecientes al turismo o complementarios	Empresarios Locales	Según proyecto o iniciativa	Participación activa de los procesos involucrados en los proyectos o iniciativas para el desarrollo turístico

Fuente: DTS Consultores Ltda.

6.4.5 Otras fuentes de financiamiento

Otros instrumentos de financiamiento detectados se entregan en la tabla a continuación.

Tabla N° 26. Otras fuentes de financiamiento asociadas a la ejecución del plan de acción

FONDO	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	BENEFICIARIOS	FINANCIAMIENTO	RESULTADOS ESPERADOS
Fondos Municipales	Municipalidad de El Quisco	Fondos Municipales previamente aprobados por el Consejo Municipal y considerado en el presupuesto anual para programas, proyectos y actividades relacionadas con el desarrollo turístico local	Empresas locales, comunidad local	Según iniciativa o proyecto	Participación activa del municipio y sus representantes en los proyectos e iniciativas de desarrollo turístico local, regional.
Programa AL Invest 5.0	Comisión Europea (UE)	Es uno de los proyectos de cooperación internacional más importantes de la Comisión Europea en Latinoamérica. Inició buscando atraer inversiones europeas a Latinoamérica y con el tiempo, viendo las realidades de la región, cambió para promover la internacionalización e impulsar la productividad de decenas de miles de micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) de América Latina.	Empresas locales y organizaciones empresariales	Según proyecto o convocatoria	Empresas latinoamericanas mejoran su productividad y competitividad, además de acceder a la internacionalización y cooperación internacional

Fuente: DTS Consultores Ltda.

6.5 Sistema de seguimiento y monitoreo

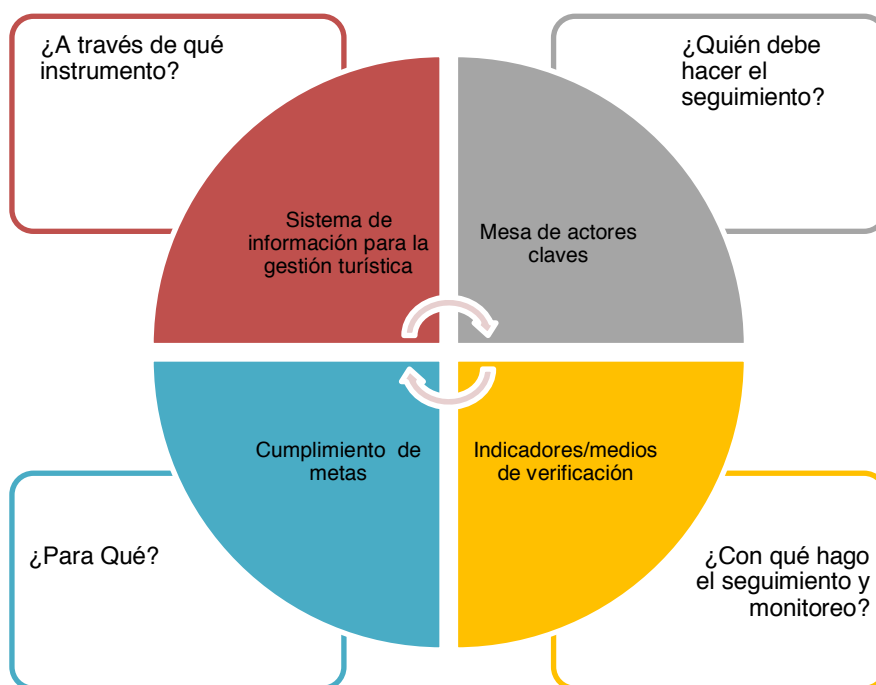
6.5.1 Introducción

El seguimiento y monitoreo para la ejecución del PLADETUR, se encuentra conformado por un conjunto de actividades que permiten verificar si el plan avanza según lo planificado. Para lograr el éxito en el plan de desarrollo turístico de El Quisco, es necesario controlar la correcta ejecución de las actividades establecidas en él, así como el seguimiento de los recursos materiales y actores que se disponen en el desarrollo de este.

La etapa más crítica de los procesos de planificación es el control de los planes realizados. Gran parte del resultado de esta etapa, se basan en la capacidad técnica de facilitación y en la existencia de procesos positivos de liderazgo interno así como el capital social de la comuna.

En la ejecución del plan es necesario contar con instrumentos y personas especializadas para auditar el cumplimiento de las metas mediante indicadores específicos de logro. Esto debe ser liderado por el municipio de El quisco con un equipo de gestión designado y participación de actores locales participantes en el proceso de estructuración del PLADETUR.

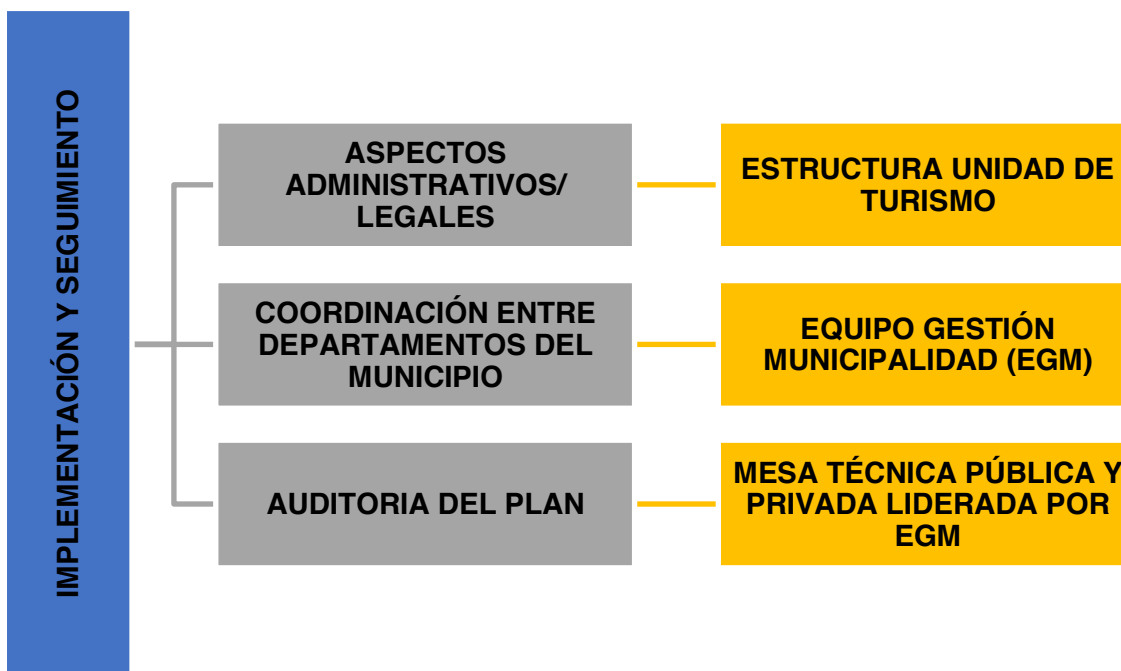
Esquema N° 13. Proceso de monitoreo y gestión del PLADETUR



Fuente: Elaboración propia en base a "Orientaciones para el diseño de un plan de desarrollo turístico en destinos turísticos, Sernatur, 2015".

Es necesario constituir un grupo de gestión y control que permita el seguimiento de la ejecución y control de los avances del PLADETUR.

Esquema N° 14. Implementación y seguimiento PLADETUR El Quisco



Fuente: DTS Consultores Ltda.

El proceso de seguimiento permitirá a la institucionalidad pública, empresarios/emprendedores del turismo, y al municipio conocer el avance de las iniciativas y acciones principales definidas en este instrumento de planificación.

Este proceso de monitoreo y seguimiento se sustenta en los componentes del plan de acción y cuenta con los elementos que se enumeran a continuación.

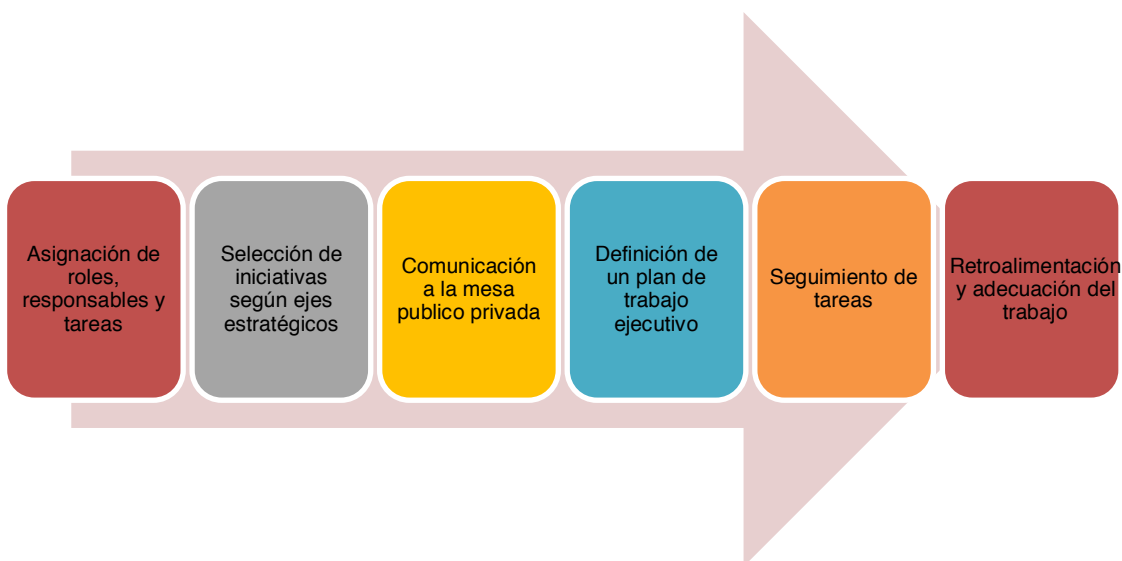
- i. Programa;
- ii. Proyecto;
- iii. Objetivo;
- iv. Responsable;
- v. Iniciativas;
- vi. Indicadores de gestión.

En las siguientes viñetas se propone una secuencia de etapas en donde sea posible el seguimiento del PLADETUR:

- Asignación de responsables y tareas: esta labor la realiza el equipo de gestión del municipio bajo la coordinación de la unidad de turismo, definiendo a las personas y/o instituciones encargadas de colaborar en las líneas de acción e iniciativas definidas para cada eje estratégico.
- Sistema de Comunicación PLADETUR: se debe comunicar en una Asamblea Ampliada con la Mesa Público Privada, de las actividades y tareas específicas que deben cumplirse para el logro de los objetivos e iniciativas seleccionadas para cada eje estratégico del PLADETUR con el fin de obtener compromisos para su implementación.

- Selección de iniciativas por eje estratégico: el equipo de gestión, en base a la propuesta realizada por mesa presenta a la Asamblea General de la organización, una priorización de aquellas iniciativas que serán abordadas con su respectivo plan de trabajo según lo establecido en el PLADETUR.
- Definición de un plan específico de trabajo a seguir para cada iniciativa seleccionada: se designa un encargado por eje estratégico para generar un plan de trabajo específico para aquellas iniciativas seleccionadas, definiendo acciones, productos, plazos e instituciones involucradas públicas y/o privadas para posibles cooperaciones.
- Seguimiento de actividades: se debe realizar un seguimiento del plan de trabajo elaborado para cada iniciativa seleccionada por eje estratégico del PLADETUR. Esta etapa pretende determinar contingencias y externalidades que no se identificaron de forma oportuna, adecuando de esta forma las estrategias a utilizar para la realización de los objetivos, líneas de acción e iniciativas del PLADETUR.
- Retroalimentación/readecuación de plan de trabajo por iniciativa: en esta etapa se analiza el cumplimiento real de los planes de trabajo de las iniciativas seleccionadas por eje estratégico, debiendo presentar un avance a la mesa, como un actividad anual obligatoria de esta instancia público privada.

Esquema N° 15. Etapas para el seguimiento del PLADETUR



Fuente: DTS Consultores Ltda.

Ejemplo Flujo de seguimiento:

Iniciativa	Acciones prioritarias	Productos	Responsable	Semestre 1	Semestre 2	Evaluación final

Mientras no se adopte un modelo de gestión de destino que establezca una instancia institucional de coordinación público-privada en la comuna de El Quisco, la encargada de supervisar el grado de avance de los proyectos y programas que esta deba implementar, será la estructura jerárquica superior de la cual dependa la unidad de turismo municipal, es decir, SECPLA.

Para el seguimiento y monitoreo del plan y sus programas, es preciso detallar que el plan considera 6 ejes estratégicos, 12 programas, 23 proyectos y 94 actividades concretas iniciales para cada uno de ellos.

Se espera que el primer año de ejecución del PLADETUR, se logre cumplir con el 35,36% de las actividades aquí planteadas, ya que se consideran como la base para permitir el trabajo ordenado y sistemático de los años siguientes. Para el año 2 (2020) se han calendarizado el 36,58% de las actividades. Algunas de ellas se podrían trabajar de manera paralela en el 2019, no obstante es importante no saturar la gestión y respetar el orden de la planificación, lo que permitirá además una visualización más integral de las acciones a seguir. En el caso del tercer año de ejecución del plan (2021), han quedado definidas el 23,17% de las actividades, para llegar al año 4 (2022) a culminar esta calendarización con el 4,87 de las actividades pendientes.

En Anexo N° 13 se entrega el plan de monitoreo en formato Excel lo que facilita su uso para el control del plan de acción del PLADETUR.

6.5.2 Descripción de programas para seguimiento y monitoreo

Tabla N° 27. Seguimiento y monitoreo del plan de acción

EJE ESTRATÉGICO	PROGRAMA	MONTO DE LA INVERSIÓN	ORIGEN DE LA FINANCIACIÓN		
			FONDOS PÚBLICOS	FONDOS PRIVADOS	OTROS FONDOS
GOBERNANZA Y ASOCIATIVIDAD	Organización del destino	\$ 80.000.000	NODO de competitividad. CORFO	Aportes de empresarios del sector	Fondos Municipales
			Programa de Transferencia Tecnológica. CORFO		
			Fortalecimiento gremial. SERCOTEC		
CALIDAD, INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD	Experiencias turísticas	\$ 25.000.000	Nodos para la competitividad. CORFO	Aportes de empresarios del sector	Al Invest 5.0. Comisión europea para mipymes de Latinoamérica
			Programa de Difusión Tecnológica (PDT). CORFO		
			Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC)		
			Proyectos Asociativos de Fomento (Profo). CORFO		
			Centro de Desarrollo de Negocios San Antonio. SERCOTEC		
			Juntos. Fondo para negocios asociativos. SERCOTEC		
	Calidad y sustentabilidad	\$ 120.000.000	Programa de fomento a la calidad (FOCAL). CORFO	Inversión propia negocios de turismo y rubros asociados	----
			Nodos para la competitividad. CORFO		
			Programa de Difusión Tecnológica (PDT). CORFO		
			Proyectos Asociativos de Fomento (Profo). CORFO		
			Centro de Desarrollo de Negocios San Antonio. SERCOTEC		
Juntos. Fondo para negocios asociativos. SERCOTEC					
	Infraestructura accesible	\$ -	Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR). Gobierno Regional de Valparaíso	----	----

EJE ESTRATÉGICO	PROGRAMA	MONTO DE LA INVERSIÓN	ORIGEN DE LA FINANCIACIÓN		
			FONDOS PÚBLICOS	FONDOS PRIVADOS	OTROS FONDOS
INFRAESTRUCTURA DE APOYO E INVERSIÓN EN TURISMO			Fondo regional de iniciativa local (FRIL). Gobierno Regional de Valparaíso		
			Dirección de vialidad. MOP		
			Dirección de arquitectura. MOP		
			Plan de Reconstrucción patrimonial. MINVU		
			FONDART Regional (línea de patrimonio cultural). CNCA		
	Inversión en turismo	\$ -	Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR). Gobierno Regional de Valparaíso	Aportes de empresarios del sector	Fondos Municipales
			Fondo regional de iniciativa local (FRIL). Gobierno Regional de Valparaíso		
			Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC)		
FOMENTO PRODUCTIVO	Emprendimiento y empresa	\$ 60.000.000	Nodos para la competitividad. CORFO	Inversión propia negocios de turismo y rubros asociados	Fondos Municipales
			Programa Regional de Apoyo al Emprendimiento - Región de Valparaíso. CORFO		
			Capital Abeja Emprende. SERCOTEC		
			Asesoría Empresarial. SERCOTEC		
			Capital semilla emprende. SERCOTEC		
			Centro de Desarrollo de Negocios San Antonio. SERCOTEC		
			Juntos. Fondo para negocios asociativos. SERCOTEC		
			Redes de oportunidades de negocio. SERCOTEC		
			Formación empresarial. SERCOTEC		

EJE ESTRATÉGICO	PROGRAMA	MONTO DE LA INVERSIÓN	ORIGEN DE LA FINANCIACIÓN		
			FONDOS PÚBLICOS	FONDOS PRIVADOS	OTROS FONDOS
			Mejora Negocios: Fondo de Asesorías Empresariales. SERCOTEC		
			Promoción y canales de comercialización. SERCOTEC		
			Crece. Fondo de desarrollo de negocios. SERCOTEC		
			Programa de asesoría técnica especializada y gestor comercial. INDAP		
			Programa de asociatividad económica – PAE. INDAP		
			Crédito impulso turístico rural: en la ruta del financiamiento del turismo rural. INDAP		
			Programa adelante mujer rural: programa de financiamiento crediticio para mujeres del campo de Chile. INDAP		
			Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC)		
FORMACIÓN CONTINUA DEL CAPITAL HUMANO	Desarrollo y fomento del capital humano local	\$ 60.000.000	----	----	----
	Formación y profesionalización de los negocios turísticos	\$ -	Nodos para la competitividad. CORFO	Inversión propia negocios de turismo y rubros asociados	Fondos Municipales
			Programa Regional de Apoyo al Emprendimiento - Región de Valparaíso. CORFO		
Becas Capital Humano. CORFO					

EJE ESTRATÉGICO	PROGRAMA	MONTO DE LA INVERSIÓN	ORIGEN DE LA FINANCIACIÓN		
			FONDOS PÚBLICOS	FONDOS PRIVADOS	OTROS FONDOS
			Iniciativas de Desarrollo de Mercado. SERCOTEC		
			Juntos. Fondo para negocios asociativos. SERCOTEC		
			Redes de oportunidades de negocio. SERCOTEC		
			Formación empresarial. SERCOTEC		
			Mejora Negocios: Fondo de Asesorías Empresariales. SERCOTEC		
			Promoción y canales de comercialización. SERCOTEC		
			Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC)		
	Cultura turística	\$ 40.000.000	Nodos para la competitividad. CORFO	----	Fondos Municipales
			Programa conciencia turística. SERNATUR		
	DIFUSIÓN, PROMOCIÓN Y MARKETING TURÍSTICO	Difusión interna del PLADETUR	\$ 20.000.000	Nodos para la competitividad. CORFO	----
Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC)					
Programa conciencia turística. SERNATUR					
Plan de marketing		\$ 30.000.000	Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR). Gobierno Regional de Valparaíso	----	Fondos Municipales
			Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC)		
Eventos comunales turísticos		\$ 100.000.000	NODO de competitividad. CORFO	----	Fondos Municipales
			Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC)		

Fuente: DTS Consultores Ltda.

6.5.3 Matriz de marco lógico para el seguimiento de la ejecución del PLADETUR

Tabla N° 28. Marco lógico PLADETUR El Quisco: Eje gobernanza y asociatividad

PROGRAMA	PROYECTO	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTIÓN	RESPONSABLES
Organización del destino	1	Organización de gestión del destino El Quisco	<p>Poner en marcha las tareas correspondientes a la implementación del modelo de Organización de Gestión del Destino - OGD-, que funcione como asociación público – privada del territorio, a partir de una directiva y comisiones de trabajo que generen un trabajo permanente en el destino</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo e implementación de un sistema de representación por localidad para la gestión de la comuna. 2. Creación e implementación de una Mesa/Comité público-privado para el desarrollo del turismo en la comuna de El Quisco. 3. Desarrollar en conjunto Plan de trabajo y líneas de acción de esta Mesa/Comité público-privado. 4. Realizar gira técnica por los atractivos de la comuna, liderada por los representantes privados y municipales y todos los actores vinculados al desarrollo del turismo comunal. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Implementación del sistema de representación por localidad. 2. Implementación de la mesa/Comite público - privado, para comuna de El Quisco. 3. Realización del plan de trabajo y lineas de acción de Mesa/Comité público - privado. 4. Gira técnica realizada por los atractivos de la comuna. 	<ul style="list-style-type: none"> - Municipalidad de El Quisco - Cámara de Comercio de El Quisco

PROGRAMA	PROYECTO	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTIÓN	RESPONSABLES	
	2	Activación y fortalecimiento de asociaciones de turismo	Incentivar, reactivar y fortalecer el desarrollo organizacional del Consejo turístico público – privado (CTP) y otras asociaciones y/o agrupaciones gremiales vinculadas al turismo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar a todas las entidades gremiales y/o asociaciones vinculadas al turismo. (Cámara de comercio, artesanos, productores, pescadores, taxistas, transporte, empresarios de alojamiento, alimentación, tour operadores, emprendedoras, folkloristas, etc.) 2. Incluir a entidades gremiales y/o asociaciones vinculadas al turismo a todas las instancias que se vinculen a la actividad dentro de la comuna. 3. Definir roles y responsabilidades de cada uno de los gremios y/o asociaciones en acciones que promuevan el desarrollo en la comuna. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Excel con listado de todas las entidades gremiales y/o asociaciones vinculadas al turismo con sus respectivos objetivos. 2. Check list, con lista de asistencia en actividades. (70% de asistencia) 3. Roles y responsabilidades definidas de cada gremio y/o asociación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Municipalidad de El Quisco - Cámara de Comercio de El Quisco - Organizaciones y/o asociaciones gremiales vinculadas al turismo
	3	Elaboración de manual de ordenanzas municipales para el desarrollo del turismo	Crear normativas a nivel comunal que regulen el desarrollo de ciertas áreas y actividades en pro del desarrollo turístico de El Quisco	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar en mesa de trabajo público-privada todas las ordenanzas existentes en la comuna y su relación/ impacto con la actividad turística. 2. Clasificar ordenanzas dentro de las 11 grandes áreas que propone el Manual de Buenas Prácticas para Municipalidades. 3. Identificar aquellas ordenanzas que apoyan el desarrollo del turismo en la 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Excel con mesa de trabajo público-privada, con cada ordenanza existente y su relación/impacto con la actividad. 2. Excel con ordenanzas y su respectiva área ligada con el manual de buenas prácticas para Municipalidades. 3. Tabla con ordenanzas que apoyan y las que no apoyan el desarrollo del turismo comunal, y su posible modificación. 4. Realización de documento con propuestas de ordenanzas que no están siendo consideradas, 	<ul style="list-style-type: none"> - Municipalidad de El Quisco - Cámara de Comercio de El Quisco - Organizaciones y/o asociaciones gremiales vinculadas al turismo

PROGRAMA	PROYECTO	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTIÓN	RESPONSABLES	
			<p>comuna y las que no, para proponer opciones de modificación.</p> <p>4. Proponer ordenanzas que no estén siendo consideradas y se reconozcan como apoyo al desarrollo de la actividad turística dentro de la comuna de El Quisco. (Regulación de: alojamientos informales, organización de eventos, uso de espacio público, tránsito en avenida principal de los buses de turismo, parqueaderos, estacionamientos informales, señalética turística, por mencionar algunas).</p>	para así reconocer el apoyo al desarrollo turístico.		
	4	Elevar el rango administrativo de la actual Unidad de Turismo	<p>Potenciar la actividad turística de la comuna a partir de una gestión y administración comunal más eficiente y eficaz</p>	<p>1. Elevar el rango de la actual Unidad de Turismo a Dirección, considerando que es una de las actividades pilares del desarrollo de la comuna.</p> <p>2. Ampliar la dotación de profesionales del turismo y otros vinculados a su desarrollo (profesionales de sustentabilidad, innovación, marketing, diseño y publicidad)</p> <p>3. Aumentar exposición y vínculo con la comunidad local y los empresarios de turismo.</p>	<p>1. Decreto Municipal que establece la creación de la dirección de Turismo Municipal</p> <p>2. Aumento del equipo de profesionales de la dirección de turismo Municipal</p> <p>3. Programas, proyectos y actividades de vinculación con la comunidad local en el desarrollo turístico sustentable de la comuna de El Quisco</p>	<p>- Municipalidad de El Quisco</p> <p>- SERNATUR</p> <p>- Gobierno Regional de Valparaíso</p>

PROGRAMA	PROYECTO	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTIÓN	RESPONSABLES	
	5	Implementar el modelo para el fortalecimiento de la gestión turística municipal	<p>Contar con una unidad asesora de la Alcaldesa y de los otros departamentos técnicos que tienen atribuciones que se vinculan directamente con el desarrollo turístico</p>	<p>1. Definir modelo de gobernanza para la gestión turística de la comuna de El Quisco.</p> <p>2. Propiciar la sustentabilidad de la gobernanza en el tiempo a través de una orgánica formal.</p> <p>3. Generar de modelo de gestión municipal para realidad de la comuna de El Quisco.</p>	<p>1. Modelo de gobernanza definido para la gestión turística de la comuna de El Quisco.</p> <p>2. Check list definido con parametros de sustentabilidad (cumplimiento sobre el 70% de cumplimiento).</p> <p>3. Modelo de gestión municipal para realidad de la comuna de El Quisco definido.</p>	- Municipalidad de El Quisco

Fuente: DTS Consultores Ltda.

Tabla N° 29. Marco lógico PLADETUR El Quisco: Eje calidad, innovación y competitividad

PROGRAMA	N°	PROYECTOS	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTIÓN	RESPONSABLES
Experiencias turísticas	6	Creación de guion turístico experiencial del territorio	Diseñar e implementar un guion turístico experiencial para la comuna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar elementos de identidad únicos y significativos de la comuna. 2. Investigar relatos asociados a los atractivos turísticos de la comuna 3. Desarrollar experiencias turísticas según mercado y sus intereses 4. Creación de guion turístico y sus relatos 5. Creación de manual de relatos turísticos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realización de documento con elementos de identidad únicos y significativos de la comuna. 2. Documento con relatos de los atractivos. 3. Documento con distintas propuestas de experiencias turísticas según mercado y sus intereses. 4. Implementación del relato. 5. Implementación del manual. 	<ul style="list-style-type: none"> - Organizaciones y/o asociaciones gremiales vinculadas al turismo - Empresas de Servicios Turísticos
	7	Creación de productos turísticos experienciales	Construir una oferta de productos turísticos experienciales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Construcción de línea base de la oferta turística 2. Diagnosticar a la empresas que participaran en la construcción de los productos turísticos experienciales 3. Estudio de mercado definiendo segmentos y nichos 4. Definir los objetivos experienciales 5. Definición de rutas, itinerarios y distribución. 6. Definición rol del turista 7. Definición de acciones y momentos 8. Creación de prototipos de productos 9. Prueba de productos turísticos experienciales 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realización de documento con Line base de la Comuna. 2. Documento diagnostico de las empresas y servicios participantes. 3. Documento con distintas propuestas productos turísticos experienciales 4. Implementación y prueba de productos. 5. Catalogo de productos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Organizaciones y/o asociaciones gremiales vinculadas al turismo - Empresas de Servicios Turísticos

PROGRAMA	N°	PROYECTOS	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTIÓN	RESPONSABLES
calidad y sustentabilidad	8	Formalizar y capacitar a la oferta turística	Generar conciencia entre los negocios ilegales e informales de la comuna para el escalamiento en la competitividad del destino	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trabajo permanente entre Unidad de Turismo y Renta con profesional a cargo responsable de identificar oferta formalizada vinculada al turismo. 2. Realizar catastro en temporada alta de oferta informal vinculada a establecimientos de alojamiento y agencias de viajes/tour operador para sumarlos a la oferta formal. 3. Generar instancias de capacitación para formalizar a nuevos vecinos oferentes de servicios turísticos. 4. Incluir en la red de oferta organizada a los nuevos prestadores de servicios turísticos para promover la asociatividad y mejora del destino en su conjunto. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Listado de actas de reuniones 2. Catastro de empresas y actividades informales de la comuna 3. Certificados de capacitaciones 4. Folletería, sitio web y todo el material informativo con los nuevos prestadores de servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Municipalidad de El Quisco - Cámara de Comercio de El Quisco - Organizaciones y/o asociaciones gremiales vinculadas al turismo
	9	Promover e implementar los sellos de calidad Q y sustentabilidad S del Servicio Nacional de Turismo	Generar conciencia para la implementación de los sellos Q y S y lograr el escalamiento en la calidad de los negocios turísticos, incidiendo en la competitividad del destino	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diagnosticar las necesidades de mejora en materia de gestión, tecnología y sustentabilidad de las empresas de turismo de la comuna. 2. Promover y asesorar a los empresarios en la implementación del sello Q y S y visibilizar logro a nivel municipal. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Documento donde se indiquen las necesidades de mejora en gestión, tecnología y sustentabilidad de las empresas. 2. Participación de un 70% de los empresarios para la implementación del Sello Q y S. 3. Listado de los establecimientos con infraestructura accesible. 	<ul style="list-style-type: none"> - Municipalidad de El Quisco - Cámara de Comercio de El Quisco - Organizaciones y/o asociaciones gremiales vinculadas al turismo

PROGRAMA	N°	PROYECTOS	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTIÓN	RESPONSABLES
				3. Identificar establecimientos con infraestructura accesible y promover con sello "Inclusivo" al servicio. 4. Implementar proyectos de asesorías para la mejora en la prestación de los servicios orientadas a temáticas de hospitalidad y atención al cliente.	4. Participación de un 70% de emprendedores.	

Fuente: DTS Consultores Ltda.

Tabla N° 30. Marco lógico PLADETUR El Quisco: Eje infraestructura de apoyo e inversión en turismo

PROGRAMA	N°	PROYECTOS	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTIÓN	RESPONSABLES
Infraestructura accesible	10	Diseño e implementación de infraestructura accesible para un turismo inclusivo	Crear espacios que permitan recorrer la comuna de manera segura y en un entorno ordenado y planificado turísticamente accesible e inclusivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sensibilizar a la comunidad acerca de la necesidad y la importancia de contar con infraestructura accesible para todos. 2. Identificar espacios de uso público idóneos para el diseño o rediseño de paseos peatonales, costaneras a lo largo de la comuna, ciclo vías, miradores, baños y estacionamientos públicos accesibles. 3. Diseñar estos espacios considerando el Guion turístico de la comuna y las experiencias turísticas posibles de realizar. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reuniones con la comunidad donde se exponga la necesidad. 2. Elaboración de listado de iniciativas de infraestructura por localidad. 3. Listado de los espacios rediseñados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Municipalidad de El Quisco - MOP - Gobierno Regional de Valparaíso
Inversión en turismo	11	Diseño, implementación y estandarización de señalética turística	Implementar un sistema de información y comunicación para el desarrollo turístico comunal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Catastrar y definir atractivos e hitos turísticos de la comuna a promover que sean coherentes con el Guion Turístico. 2. Levantar información relevante para la puesta en valor de los hitos y atractivos turísticos identificados. 3. Diseñar señalética turística acorde al Guion y experiencias turísticas que se ofrecerán. 4. Implementar señalética turística en hitos y 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Catastro de los hitos turísticos de la comuna. 2. Informe con los hitos turísticos de la comuna y su respectiva importancia histórica-cultural. 3. Documento con bocetos de los diseños a implementar. 4. Fotografías de las distintas señaléticas instaladas en los hitos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Municipalidad de El Quisco - Cámara de Comercio de El Quisco - Organizaciones y/o asociaciones gremiales vinculadas al turismo

PROGRAMA	N°	PROYECTOS	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTIÓN	RESPONSABLES
				atractivos turísticos en español, inglés y braille.		
	12	Implementación de oficinas de información turística	Habilitar espacios públicos y de interés turístico mediante el mejoramiento de su infraestructura e incorporando información turística comunal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar lugar visible y con mayor tránsito en las cuatro localidades de la comuna de El Quisco para ubicar Oficinas de Información Turística (OIT). 2. Definir temporadas, fechas y horarios de atención según demanda en los territorios. 3. Considerar la contratación de personal capacitado en turismo, idiomas y parte de la localidad que promoverá. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Listado con espacios de interés turístico más demandados. 2. Informe con datos de la demanda turística en el territorio. 3. Contratos con un 75% de especialistas en Turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Municipalidad de El Quisco - SERNATUR - Gobierno Regional de Valparaíso - Organizaciones y/o asociaciones gremiales vinculadas al turismo

Fuente: DTS Consultores Ltda.

Tabla N° 31. Marco lógico PLADETUR El Quisco: Eje fomento productivo

PROGRAMA	N°	PROYECTOS	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTIÓN	RESPONSABLES
Emprendimiento y empresa	13	Vinculación y promoción de los servicios del departamento de fomento productivo del municipio e instituciones, con los empresarios de turismo	Entregar servicios de acompañamiento en el desarrollo productivo a las empresas en un contexto innovador y sustentable.	<p>1. Elaborar políticas y proyectos para el desarrollo productivo de las empresas vinculadas al turismo.</p> <p>2. Fomentar y apoyar el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa turística por medio de reuniones periódicas con representantes de gremios y/o asociaciones privadas.</p> <p>3. Ampliar dotación de personal en este Departamento y asignar responsabilidad vinculada a la Unidad de Turismo.</p> <p>4. Promover la organización público privada y su interacción transversal a nivel municipal.</p>	<p>1. Creación del documento de políticas y proyectos para el desarrollo productivo de las empresas vinculadas al turismo.</p> <p>2.Registro fotográfico de la realización de las reuniones para el fomento y apoyo para el desarrollo de las empresas turísticas.</p> <p>3. Listado de la dotación de personal del departamento y registro de asignación de las responsabilidades vinculadas a la unidad turística.</p> <p>4. Seguimiento de la promoción de la organización público privado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Municipalidad de El Quisco - Empresas locales - Organizaciones y/o gremios de servicios vinculados al turismo

PROGRAMA	N°	PROYECTOS	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTIÓN	RESPONSABLES
	14	Fortalecimiento del fomento productivo para el desarrollo turístico	Generar una línea de trabajo con los organismos que tienen la capacidad de entregar instrumentos y financiamiento a las empresas, y al territorio, para mejorar productos y servicios, con el fin de lograr ventajas competitivas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar fondos concursables nacionales y regionales con sus respectivas fechas de postulación, exigencias y objetivos para informar a los representantes de los gremios y/o asociaciones vinculadas al turismo. 2. Promover asociatividad para la postulación a fondos concursables. 3. Vincularse con Instituciones que tengan experiencia en desarrollo de proyectos de fomento productivo (Universidades, Institutos Profesionales, Centros Tecnológicos, Gremios, etc.) 4. Contar con un profesional capacitado en este tema que asesore a los empresarios antes de los procesos de postulación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Registro de fondos concursables regionales y nacionales para los representantes de los gremios y asociaciones vinculadas al turismo. 2. Promoción y difusión para la postulación de fondos concursables. 3. Acuerdos con organismos para la obtención de retroalimentación al momento de la postulación a instrumentos de fomento. 4. Sesiones de trabajo que adviertas las necesidades de una y otra parte, para la correcta postulación a instrumentos. 5. Contratación del profesional a cargo de las asesorías para los emprendimientos ante los procesos de postulación a fondos concursables. 	<ul style="list-style-type: none"> - Municipalidad de El Quisco - Empresas locales - SERCOTEC - CORFO - SERNATUR - Gobierno Regional de Valparaíso

PROGRAMA	N°	PROYECTOS	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTIÓN	RESPONSABLES
	15	Gestión y vinculación de la oferta turística con acciones de comercialización	Generar instancias y oportunidades de negocio para los servicios turísticos de la comuna	<p>1. Desarrollo de una feria de emprendedores turísticos a nivel comunal en temporada alta.</p> <p>2. Participación y difusión de la oferta turística de la comuna en ferias regionales y nacionales con productos turísticos del territorio.</p> <p>3. Generar ruedas de negocios para la creación de alianzas estratégicas y nuevos negocios.</p>	<p>1. Realización y registro visualde la feria de emprendedores turísticos.</p> <p>2. Listado de los participantes de la oferta turística en ferias regionales y nacionales con los productos turisticos del territorio.</p> <p>3. Creación de la rueda de negocios para el desarrollo y acción estratégica y para nuevos negocios.</p>	<p>- Municipalidad de El Quisco</p> <p>- SERNATUR</p> <p>- Gobierno Regional de Valparaíso</p>

Fuente: DTS Consultores Ltda.

Tabla N° 32. Marco lógico PLADETUR El Quisco: Eje formación continua del capital humano

PROGRAMA	N°	PROYECTOS	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTIÓN	RESPONSABLES
Desarrollo y fomento del capital humano local	16	Implementar la especialidad de turismo y/o gastronomía en la enseñanza técnica profesional de la comuna	Formar a estudiantes de tercero y cuarto medio de enseñanza técnica profesional en carreras vinculas al turismo y la gastronomía para fomentar la importancia de esta actividad en la comuna.	<p>1. Solicitar reunión estratégica con el Departamento de Administración de Educación Municipal (DAEM) y la autoridad máxima de la institucionalidad publico privada de turismo de la comuna para plantear esta consideración.</p> <p>2. Levantar demanda en estudiantes de segundo medio interesados en optar a carrera técnica de turismo en un establecimiento de su comuna.</p> <p>3. Crear plan de prácticas profesionales y metodologías de plan Dual entre actores públicos y privados del turismo y la Educación para asegurar la pertinencia.</p>	<p>1. Reuniones con DAEM y Ministerio de Educación con registro de asistentes.</p> <p>2. Encuestas a estudiantes de segundo medio interesados en optar a carrera técnica de turismo.</p> <p>3. Creación y ejecución de plan educacional con metodología de formación dual.</p>	<p>- Municipalidad de El Quisco</p> <p>- Cámara de Comercio de El Quisco</p> <p>- Organizaciones y/o asociaciones gremiales vinculadas al turismo</p>

PROGRAMA	N°	PROYECTOS	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTIÓN	RESPONSABLES
Formación y profesionalización de los negocios turísticos	17	Capacitaciones para los negocios turísticos	Generar un programa de capacitaciones para la estandarización de la calidad de los servicios turísticos para la oferta formal de la comuna de El Quisco.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Generar catastro de profesionales del turismo existentes en la comuna y promover su participación en instancias de capacitación al resto de los actores. 2. Promover cursos de formación y apoyo para el desarrollo del capital humano de la comuna (idiomas, atención al cliente, desarrollo de productos, etc.). 3. Conseguir asesoramiento de profesionales externos capacitados en turismo para la capacitación de gremios y/o asociaciones, según sus necesidades de formación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Catastro de profesionales del turismo que se encuentran en la comuna. 2. Realización y registro visual de los cursos de formación y apoyo para el desarrollo del capital humano de la comuna con listados de asistentes a estas. 3. Registro de los profesionales encargados de las capacitaciones y asesorías para los gremios y/o asociaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> - Municipalidad de El Quisco - Cámara de Comercio de El Quisco - Organizaciones y/o asociaciones gremiales vinculadas al turismo
Cultura turística	18	Conciencia turística	Generar un programa de conciencia turística para toda la comunidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar e implementar programa de conciencia turística y educación del patrimonio natural y cultural en todos los niveles de educación de los establecimientos de la comuna. 2. Implementar salidas a terreno en todos los niveles de educación a cargo de diferentes Unidades y/o Departamentos Municipales (Cultura, Medio Ambiente, Turismo). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar listas de centros educacionales, asociaciones de comerciantes, y otros. 2. Reuniones con municipios y SERNATUR para el financiamiento del programa. 3. Plan de acción del programa; temas, lugares, fechas. 4. Llevar a cabo conversatorios que incluyan la gama de temas necesarios para aumentar la cultura turística del territorio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Municipalidad de El Quisco - Cámara de Comercio de El Quisco - Organizaciones y/o asociaciones gremiales vinculadas al turismo

PROGRAMA	N°	PROYECTOS	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTIÓN	RESPONSABLES
				<p>3. Ampliar este programa a diferentes actores del turismo, según rol que ocupan en el desarrollo de la actividad en la comuna (taxistas, artesanos, quiosqueros, empresarios, vecinos, etc.)</p> <p>4. Realizar concurso a nivel comunal denominado Guías Locales de Turismo.</p>		

Fuente: DTS Consultores Ltda.

Tabla N° 33. Marco lógico PLADETUR El Quisco: Eje difusión, promoción y marketing turístico

PROGRAMA	N°	PROYECTOS	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTIÓN	RESPONSABLES
Difusión interna del PLADETUR	19	Conversatorios sobre el PLADETUR y la actividad turística en la comuna	Incorporar a la comunidad local en la implementación del PLADETUR, difundiendo y promocionando sus estrategias y acciones, así como también, sus servicios y atractivos turísticos para la preservación, conservación y puesta en valor.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Generar contenido audiovisual con relato identitario. 2. Desarrollar e implementar plataforma online y APP móvil con información completa de los atractivos naturales, culturales y eventos programados existentes. 3. Promover oferta turística formal y actividades durante el año para ser reconocidos y visitados por la comunidad local. 4. Agrupar a los empresarios del rubro de la alimentación y desarrollar un producto gastronómico con identidad local. 5. Agrupar a los artesanos y/o productores de la comuna identificando sus productos y creando una marca común que los posicione y diferencie. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Registro de videos promocionales elaborados. 2. Boceto de la APP móvil diseñada. 3. Participación en eventos y exposiciones turísticas en la Región. 4. Lista de los empresarios gastronómicos de la comuna de El Quisco. 4. Producto gastronómico diseñado. 5. Diseño de la marca y/o logo de la asociación de artesanos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Unidad de Turismo, Municipalidad de El Quisco - Cámara de Comercio de El Quisco
	20	Fortalecimiento de la identidad local en los productos turísticos	Incorporar de manera explícita elementos de la identidad local de la comuna de El Quisco en los principales productos turísticos y en su promoción.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Agrupar a los empresarios del rubro de la alimentación y desarrollar un producto gastronómico con identidad local. 2. Agrupar a los artesanos y/o productores de la comuna 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Listado de productos gastronómicos experienciales diferenciados con identidad local y, al menos, un producto gastronómico diseñado. 3. Diseño de la marca comuna identitaria para los productos locales. 4. Cartera de asociaciones de 	<ul style="list-style-type: none"> - Municipalidad de El Quisco - SERNATUR - Cámara de Comercio de El Quisco

PROGRAMA	N°	PROYECTOS	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTIÓN	RESPONSABLES
				<p>identificando sus productos y creando una marca común que los posicione y diferencie.</p> <p>3. Generar redes entre agrupaciones, asociaciones, artesanos/productores y representantes de empresarios de alojamiento, alimentación y agencias de viajes/tour operadores, guías de turismo, para ofrecer sus productos vinculados entre sí.</p> <p>4. Generar oferta de productos turísticos experienciales que den alternativas de actividades a los visitantes.</p>	<p>un 70% entre lo servicios de alojamiento, alimentación, guías de turismo, tour operadores y artesanos.</p> <p>5. Cartera de proyectos y productos turísticos experienciales de la comuna.</p>	
Plan de marketing	21	Elaboración del plan de marketing turístico	<p>Construir una herramienta que permita comunicar, posicionar y comercializar el destino y los productos turísticos a nivel nacional</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar Estudio de mercado 2. Definir canales de comunicación formales y permanentes 3. Potenciar trabajo permanente entre Relaciones Públicas y Unidad de Turismo 4. Mejorar la comunicación a nivel general dentro de la municipalidad y promover a tiempo las iniciativas de cada Unidad, Departamento o Dirección 5. Definir marca, eslogan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informe del estudio de mercado. 2. Registro de los canales de comunicación seleccionados. 3. Mesa de trabajo entre ambas unidades. 4. Registro de reuniones realizadas entre cada Unidad, Departamento o Dirección. 5. Documento con la marca turística de la comuna El Quisco: marca, eslogan y storybrand. 	<ul style="list-style-type: none"> - Municipalidad de El Quisco - Cámara de Comercio de El Quisco

PROGRAMA	N°	PROYECTOS	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTIÓN	RESPONSABLES
				y storybrand de acuerdo a las características de la comuna y el mercado objetivo		
	22	Implementación del plan de marketing turístico	Desarrollar y llevar a cabo las estrategias y acciones de promoción, difusión y comercialización de la comuna como destino turístico.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definir estrategias a implementar según orden de prioridades, de acuerdo a los objetivos y recursos disponibles. 2. Desarrollar campañas publicitarias de acuerdo a público objetivo. 3. Desarrollar actividades de promoción y activación para motivar visitas en la comuna. 4. Implementación de la marca por medio de actividades de promoción. 5. Definir sistema de control y monitoreo de las metas y objetivos del plan de marketing. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lista de las estrategias establecidas según orden de prioridad. 2. Registro de las campañas publicitarias lanzadas en la comuna. 3. Cartera de proyectos y actividades de promoción calendarizadas. 4. Calendarización de eventos programados y ferias de promoción. 5. Sistema de control y seguimiento del plan de marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> - Municipalidad de El Quisco - Cámara de Comercio de El Quisco
Eventos comunales	23	Fortalecimiento de eventos comunales en función de la actividad turística	Posicionar, a nivel nacional, estos eventos programados como experiencia turística imperdible vinculado con el territorio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definir eventos y categorizarlos según características y público objetivo. 2. Definir una cartera de eventos comunales y una posterior calendarización 3. Diseñar y elaborar una Cartelera Cultural periódica a disposición de la comunidad local y visitantes. 4. Implementación de planes de difusión de eventos, oferta de 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Registro de los eventos culturales seleccionados y ordenados por características y público objetivo. 2. Cartera pública para la comunidad, con los eventos comunales calendarizados . 3. Catastro de Atractivos Turísticos Culturales; Acontecimientos programados y eventos culturales. 4. Plataforma online con eventos, oferta de servicios y productos asociados en El Quisco. 	<ul style="list-style-type: none"> - Municipalidad de El Quisco - Cámara de Comercio de El Quisco - Gobierno Regional de Valparaíso

PROGRAMA	N°	PROYECTOS	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTIÓN	RESPONSABLES
				<p>servicios y productos asociados.</p> <p>5. Diseñar, organizar y producir Festival de carácter nacional o internacional, ejemplo: Festival Nacional de la Poesía o Festival de Poetas (por ser parte de la Ruta Litoral de Los Poetas).</p> <p>6. Promocionar estos festivales/ eventos/ concursos a destinos nacionales de larga distancia.</p> <p>7. Agendar eventos en fecha de temporada baja para disminuir estacionalidad.</p>		

Fuente: DTS Consultores Ltda.

7. PARTICIPACIÓN CIUDADANA PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL PLADETUR EL QUISCO

7.1 Consideraciones previas

La participación ciudadana es una de las instancias más importantes dentro de la creación de una estrategia de desarrollo, en cualquier ámbito. Es por esto que como parte de la elaboración de este estudio, este ámbito fue fundamental y requirió una alta dedicación en horas, logística y recurso humano.

Los resultados expuestos en los capítulos anteriores fueron realizados en base a los resultados de todas estas jornadas, reuniones, entrevistas y conversaciones en el territorio, donde cada una de estas acciones apuntó a conseguir algún resultado enfocado en la temática de ese momento. Lo anterior significa que los resultados de cada página de este documento se encuentran contextualizados en el marco de una visión comunitaria, a lo que se la suma la especialización técnica del equipo, quién transforma las ideas de los actores locales en estrategias y proyectos para el desarrollo.

Las jornadas de trabajo, talleres, entrevistas y reuniones fueron realizadas entre noviembre de 2017 y octubre de 2018, cumpliendo un año de trabajo territorial, y se llevaron a cabo en los sectores de pertenencia de los actores y muchos de ellos en dependencias municipales. Asimismo, se optó por realizar las actividades en las tardes, de manera posterior a la jornada laboral para que muchas más personas tuviesen la oportunidad de asistir.

La participación en los talleres fue exitosa, logrando convocar a más de 300 asistentes divididos en 15 talleres y más de 10 profesionales que trabajaron en metodologías teóricas y prácticas y expusieron sobre temáticas técnicas relevantes.

Los registros de verificadores de realización de cada una de las actividades se encuentran en el Anexo N°9 de este documento.

7.2 Resultados participación ciudadana

I. Taller 1. Presentación PLADETUR

El propósito de este taller fue comprender, desde la mirada de los propios actores, los aspectos centrales de las necesidades y requerimientos en torno a la actividad turística comunal. Para lo anterior, en primer lugar se realiza una exposición de los objetivos que se persiguen con este PLADETUR, la metodología de las distintas etapas y los resultados esperados.

Se realizaron dinámicas, entre ellas la elaboración de un FODA, para conocer su propio diagnóstico de la actividad turística, el nivel de organización y contar con propuestas que pudieran emerger desde ellos y su intención de colaborar con que el proyecto se desarrolle de la mejor manera.

Tabla N° 34. Taller 1. Presentación PLADETUR

FECHA	LUGAR	HORARIO	ASISTENTES CONTROLADOS
27 noviembre 2017	Auditorio Municipalidad de El Quisco	17: 00 - 19:00	8 personas
EXPOSITORES			
Nombre	Especialización		
Gustavo Salinas	Ingeniero en gestión turística - Máster en dirección y gestión turística.		
Pavel Piña	Sociólogo. Profesional especializado en métodos cualitativos y cuantitativos de investigación, experiencia en entrevistas de profundidad y focus group, manejo de grupos de trabajo, microempresarios, jóvenes y niños.		

FOTOGRAFÍAS



Fuente: DTS Consultores

II. Taller 2. Actores locales Isla Negra

El propósito de este taller fue comprender, desde la mirada de los propios actores, los aspectos centrales de las necesidades y requerimientos en torno a la actividad turística comunal. Para lo anterior, en primer lugar se realiza una exposición de los objetivos que se persiguen con este PLADETUR, la metodología de las distintas etapas y los resultados esperados. De manera posterior, se llevó a cabo una dinámica que aglutinó a los actores clave de la localidad de Isla Negra en torno a su visión de la actividad turística comunal, lo que de manera posterior se expresa en los resultados incorporados a lo largo de todo este PLADETUR.

Tabla N° 35. Taller 2. Actores locales Isla Negra

FECHA	LUGAR	HORARIO	ASISTENTES CONTROLADOS
18 diciembre 2017	Casa particular en Isla Negra	18:30 – 20:30	8 personas
EXPOSITORES			
Nombre	Especialización		
Pavel Piña	Sociólogo. Profesional especializado en métodos cualitativos y cuantitativos de investigación, experiencia en entrevistas de profundidad y focus group, manejo de grupos de trabajo, microempresarios, jóvenes y niños.		

Fuente: DTS Consultores

III. Taller 3. Actores locales El Totoral

El propósito de este taller fue comprender, desde la mirada de los propios actores, los aspectos centrales de las necesidades y requerimientos en torno a la actividad turística comunal, y específicamente de la localidad de El Totoral como hito del turismo rural en la zona. Desde el equipo consultor se realiza una exposición de los objetivos que se persiguen con este PLADETUR, la metodología de las distintas etapas y los resultados esperados.

Tabla N° 36. Taller 3. Actores locales El Totoral

FECHA	LUGAR	HORARIO	ASISTENTES CONTROLADOS
21 diciembre 2017	Restaurante El Mirador de El Totoral	17:30 - 19:30	12 personas
EXPOSITORES			
Nombre	Especialización		
Pavel Piña	Sociólogo. Profesional especializado en métodos cualitativos y cuantitativos de investigación, experiencia en entrevistas de profundidad y focus group, manejo de grupos de trabajo, microempresarios, jóvenes y niños.		

Fuente: DTS Consultores

IV. Taller 4. Sindicato de pescadores

El equipo consultor realiza una exposición de los objetivos que se persiguen con este PLADETUR, la metodología de las distintas etapas y los resultados esperados. Este tuvo como propósito comprender, desde la mirada de los propios actores, los aspectos centrales de las necesidades y requerimientos en torno a la actividad turística comunal y conocer cuales son las iniciativas que proyectan en el ámbito del turismo.

Tabla N° 37. Taller 4. Sindicato de pescadores

FECHA	LUGAR	HORARIO	ASISTENTES CONTROLADOS
12 marzo 2018	Sindicato de pescadores	17:00 – 18:00	31 personas
EXPOSITORES			
Nombre	Especialización		
Gustavo Salinas	Ingeniero en gestión turística - Máster en dirección y gestión turística.		
Pavel Piña	Sociólogo. Profesional especializado en métodos cualitativos y cuantitativos de investigación, experiencia en entrevistas de profundidad y focus group, manejo de grupos de trabajo, microempresarios, jóvenes y niños.		

FOTOGRAFÍAS



Fuente: DTS Consultores

V. Taller 5. Reunión con concejales

El equipo consultor realiza una exposición de los objetivos que se persiguen con este PLADATUR, la metodología de las distintas etapas y los resultados esperados. Se realiza una dinámica para obtener la visión de los concejales como actores clave de las decisiones políticas de la comuna, lo que implica que apoyen o no iniciativas como este PLADATUR.

Tabla N° 38. Taller 5. Reunión con concejales

FECHA	LUGAR	HORARIO	ASISTENTES CONTROLADOS
13 marzo 2018	Auditorio municipal	15:00 – 16:00	6 personas
EXPOSITORES			
Nombre	Especialización		
Pavel Piña	Sociólogo. Profesional especializado en métodos cualitativos y cuantitativos de investigación, experiencia en entrevistas de profundidad y focus group, manejo de grupos de trabajo, microempresarios, jóvenes y niños.		

Fuente: DTS Consultores

VI. Taller 6. Definición temas prioritarios

La jornada se realiza con actores clave, principalmente empresarios, de las localidades de El Quisco, Isla Negra, Punta de Tralca y El Totoral. El Taller abordó el trabajo realizado los meses anteriores: catastro de atractivos y empresas turísticas, encuestas de demanda, reuniones y entrevistas con actores clave, entre otras.

Esta entrega de información fue la antesala para generar un espacio de reflexión diseñado para conectar las empresas locales, profundizar su cohesión y fomentar sinergias entre ellas, para el logro de objetivos comunes.

Una segunda parte del taller, abordó las fortalezas y obstaculizadores del desarrollo turístico comunal y las propuestas para la minimización de las brechas de competitividad.

Tabla N° 39. Taller 6. Definición temas prioritarios

FECHA	LUGAR	HORARIO	ASISTENTES CONTROLADOS
22 marzo 2018	Auditorio municipal	17:00 – 19:30	23 personas
EXPOSITORES			
Nombre	Especialización		
Gustavo Salinas	Ingeniero en gestión turística - Máster en dirección y gestión turística.		
Pavel Piña	Sociólogo. Profesional especializado en métodos cualitativos y cuantitativos de investigación, experiencia en entrevistas de profundidad y focus group, manejo de grupos de trabajo, microempresarios, jóvenes y niños.		

FOTOGRAFÍAS



Fuente: DTS Consultores

VII. Taller 7. Conversatorio con Dirigentes I

El propósito del taller fue reforzar los aspectos centrales de la visión del actividad turística con actores claves que son parte de diversas organizaciones sociales.

Tabla N° 40. Taller 7. Conversatorio con Dirigentes I

FECHA	LUGAR	HORARIO	ASISTENTES CONTROLADOS
26 marzo 2018	Auditorio municipal	11:00 – 12:00	9 personas
EXPOSITORES			
Nombre	Especialización		
Pavel Piña	Sociólogo. Profesional especializado en métodos cualitativos y cuantitativos de investigación, experiencia en entrevistas de profundidad y focus group, manejo de grupos de trabajo, microempresarios, jóvenes y niños.		

Fuente: DTS Consultores

VIII. Taller 8. Conversatorio con Dirigentes II

El propósito del taller fue reforzar los aspectos centrales de la visión del actividad turística con actores claves que son parte de diversas organizaciones sociales.

Tabla N° 41. Taller 8. Conversatorio con Dirigentes II

FECHA	LUGAR	HORARIO	ASISTENTES CONTROLADOS
26 marzo 2018	Auditorio municipal	17:00 – 18:00	9 personas
EXPOSITORES			
Nombre	Especialización		
Pavel Piña	Sociólogo. Profesional especializado en métodos cualitativos y cuantitativos de investigación, experiencia en entrevistas de profundidad y focus group, manejo de grupos de trabajo, microempresarios, jóvenes y niños.		

Fuente: DTS Consultores

IX. Taller 9. Resultados diagnóstico y elaboración imagen objetivo

La primera parte del taller tuvo como objetivo entregar los resultados del diagnóstico a la comunidad local, para validar el trabajo realizado durante los meses anteriores. La segunda parte correspondió a la construcción de la imagen objetivo junto a empresarios/as y emprendedores/as, que diera cuenta de la visión con respecto a la comuna, sus sueños al corto, mediano y largo plazo y la identidad que quieren proyectar como destino turístico.

La propuesta metodológica para abordar este taller tuvo tres hitos: INSPIRACIÓN (ejercicio experiencial), IDEACIÓN (discusión práctica) e IMPLEMENTACIÓN (exposición grupal); que ayudaron a conocer y manejar conceptos de pensamiento creativo mediante herramientas para proyectar estrategias e innovar centrándose en las experiencias de los usuarios.

Tabla N° 42. Taller 9. Resultados diagnóstico y elaboración imagen objetivo

FECHA	LUGAR	HORARIO	ASISTENTES CONTROLADOS
7 de agosto 2018	Auditorio Municipal	15:30 a 18:00	36 personas
EXPOSITORES			
Nombre	Especialización		
Carolina Mella	Ingeniera en Gestión Turística. Coordinadora de proyecto.		
Gustavo Salinas	Ingeniero en gestión turística - Máster en dirección y gestión turística.		
Eduardo Albornoz	Diseñador Gráfico de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso y Master en Diseño Estratégico. Posee amplia experiencia en elaboración e implementación de proyectos de comunicación y marketing para productos y servicios, en diversas áreas del sector productivo. Director de Idea Factory Diseño, empresa consultora en Diseño.		

FOTOGRAFÍAS



Fuente: DTS Consultores

X. Taller 10. Resultados imagen objetivo

Esta jornada estuvo enfocada en entregar los resultados del trabajo de imagen objetivo, tanto conceptual como gráfica. El ejercicio fue mostrar los resultados para luego obtener una retroalimentación de los asistentes y poder, de manera posterior, exponer los resultados finales para su validación.

Tabla N° 43. Taller 10. Resultados imagen objetivo

FECHA	LUGAR	HORARIO	ASISTENTES CONTROLADOS
31 de agosto 2018	Auditorio Municipal	15:30 a 18:00	19 personas
EXPOSITORES			
Nombre	Especialización		
Carolina Mella	Ingeniera en Gestión Turística. Coordinadora de proyecto.		
Gustavo Salinas	Ingeniero en gestión turística - Máster en dirección y gestión turística.		
Eduardo Albornoz	Diseñador Gráfico de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso y Master en Diseño Estratégico. Posee amplia experiencia en elaboración e implementación de proyectos de comunicación y marketing para productos y servicios, en diversas áreas del sector productivo. Director de Idea Factory Diseño, empresa consultora en Diseño.		
FOTOGRAFÍAS			
			

Fuente: DTS Consultores

XI. Taller 11. Definición de la estrategia de desarrollo turístico

Durante esta jornada se presentó a los participantes la relevancia de su participación y lo significativo del trabajo conjunto entre públicos y privados. Asimismo, se debe mencionar, que la participación de esta instancia destacó por la asistencia de funcionarios públicos pertenecientes a diferentes Unidades y Departamentos de la municipalidad vinculados a la actividad turística, tales como: Deporte, Renta, Fomento Productivo, Promoción y gestión, Oficina de Protección de Derechos (OPD), Inclusión y diversidad, DIDECO, Relaciones Públicas y la Dirección de Tránsito. Todos ellos, más los actores privados provenientes de los rubros de alojamiento, alimentación y agencias de viajes/tour operador, trabajaron divididos en cinco grupos integrado por seis personas cada uno.

Una vez definidos los equipos, lo más heterogéneos posible, se presentan las seis áreas o ejes estratégicos identificados en un trabajo anterior, para ser trabajados con los participantes, quienes fueron guiados y acompañados en todo momento por el profesional a cargo. Los ejes estratégicos son los siguientes.

- Gobernanza y asociatividad
- Infraestructura de apoyo e inversión en turismo
- Fomento productivo
- Formación continua del capital humano
- Calidad, innovación y competitividad
- Difusión, promoción y marketing turístico

El trabajo de los grupos fue realizado en una ficha con la indicación del nombre del eje estratégico en el que debieron centrar su trabajo. La tarea fue señalar tres alternativas para abordar y superar la brecha, con sus respectivas líneas de acción. Al término de la actividad se reúnen todas las fichas y se explica que para la siguiente jornada esta información sería expuesta para su evaluación y futura validación.

Tabla Nº 44. Taller 11. Definición de la estrategia de desarrollo turístico

FECHA	LUGAR	HORARIO	ASISTENTES CONTROLADOS
7 de septiembre 2018	Club de Yates, El Quisco	15:00 a 18:00	28 personas
EXPOSITORES			
Nombre	Especialización		
Carolina Mella	Ingeniera en Gestión Turística. Coordinadora de proyecto.		
Diego Rodríguez	Gerente de Consulting Design, trabaja en consultorías relacionadas con el desarrollo de las comunicaciones corporativas y estrategia comercial de sus clientes, especialmente en materia de diseño estratégico, diseño de modelos de negocio, desarrollo de marca, identidad corporativa y plataformas Internet. Experto en metodologías de diseño participativo de proyectos para el sector Pyme. Consultor Fundación Eurochile y Socio de Consulting Design Ltda.		

FOTOGRAFÍAS



Fuente: DTS Consultores

XII. Taller 12. Validación de la estrategia de desarrollo turístico

Durante esta jornada se presenta a los asistentes la estrategia definida previamente en la jornada anterior, que se encuentra integrada por los siguientes ejes: Fomento Productivo, Calidad, innovación y competitividad, Infraestructura de apoyo e inversión al turismo, Gobernanza y asociatividad, Formación de Capital Humano y Difusión, promoción y marketing. Sumado a lo anterior, se presentan las líneas de acción que componen los ejes estratégicos para ser analizados por los equipos de trabajo y evaluar su pertinencia e incorporar sugerencias, observaciones y/o su validación final.

Tabla N° 45. Taller 12. Validación de la estrategia de desarrollo turístico

FECHA	LUGAR	HORARIO	ASISTENTES CONTROLADOS
11 de septiembre 2018	Auditorio Municipal	17:00 a 20:00	18 personas
EXPOSITORES			
Nombre	Especialización		
Carolina Mella	Ingeniera en Gestión Turística. Coordinadora de proyecto.		
FOTOGRAFÍAS			
			
			

Fuente: DTS Consultores

XIII. Taller 13. Productos turísticos experienciales

Charla que abarca el sistema turístico en su conjunto, como marco teórico para el sustento en la creación de productos turísticos. El foco estuvo puesto en la calidad, innovación y sustentabilidad en la creación de productos, que se traduce en una propuesta de valor en torno a la experiencia que puede vivir una persona al consumir un servicio turístico. La segunda parte de la jornada se enfocó en la aplicación de conceptos experienciales con ejemplos concretos y con la participación de los asistentes en torno a sus propias experiencias y otras.

Tabla N° 46. Taller 13. Productos turísticos experienciales

FECHA	LUGAR	HORARIO	ASISTENTES CONTROLADOS
27 septiembre 2018	Club de Yates, El Quisco	15:00 a 18:00	15 personas
EXPOSITORES			
Nombre	Especialización		
Pablo Ramírez	Socio fundador DTS Consultores. Master en gestión pública del turismo. Especialista en inversiones y productos turísticos experienciales.		

FOTOGRAFÍAS



Fuente: DTS Consultores

XIV. Taller 14. Validación programas, proyectos e indicadores

Durante esta jornada se expone a los asistentes los seis ejes estratégicos, sus respectivas líneas de acción y actividades. Asimismo, se da a conocer la propuesta de programas y proyectos asociados a cada eje, definiendo objetivos, responsables y fondos vinculados en detalle. Los asistentes expresan sus observaciones, sugerencias y se validan las propuestas.

Tabla N° 47. Taller 14. Validación programas, proyectos e indicadores

FECHA	LUGAR	HORARIO	ASISTENTES CONTROLADOS
4 octubre 2018	Club de Yates, El Quisco	16:00 a 19:00	18 personas
EXPOSITORES			
Nombre	Especialización		
Carolina Mella	Ingeniera en Gestión Turística. Coordinadora de proyecto.		
FOTOGRAFÍAS			

Fuente: DTS Consultores

XV. Taller 15. ZOIT y ordenanzas a funcionarios municipales

El objetivo del taller es generar una bajada de dos instrumentos a funcionarios de la municipalidad de El Quisco: las zonas de interés turístico –ZOIT- y las ordenanzas municipales. La razón por la que se realiza a los funcionarios de varios departamentos de la municipalidad es que puedan generar propuestas conjuntas para el desarrollo turístico, entendiendo que es una actividad transversal a varios sectores económico y sociales.

Tabla N° 48. Taller 15. ZOIT y ordenanzas a funcionarios municipales

FECHA	LUGAR	HORARIO	ASISTENTES CONTROLADOS
8 octubre 2018	Unidad de turismo municipalidad El Quisco	15:00 a 17:00	18 personas
EXPOSITORES			
Nombre	Especialización		
Bárbara Vallejos	Socia fundadora de DTS Consultores.: Ingeniera en Gestión Turística y Máster en Patrimonio Cultural. Especialista en planificación, ordenamiento territorial y sustentabilidad.		
Yaser Soleman	Administrador turístico y máster en gestión turística. Especialista en asociatividad y planificación turística.		
FOTOGRAFÍAS			
			

Fuente: DTS Consultores

8. PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS

8.1 Consideraciones previas

Los productos complementarios que se adjuntan en este documento, corresponden a actividades de valor agregado que fueron señalados como parte de la propuesta inicial de trabajo. Estos productos se encuentran en tres áreas de trabajo: talleres de capacitación, insumos comunicacionales y ordenamiento territorial turístico.

En los siguientes apartados se entrega el detalle de cada una de las áreas que fueron trabajadas como valor agregado a los productos base del documento del PLADETUR.

8.2 Talleres de capacitación

Los talleres ofrecidos como valor agregado, relacionados con la capacitación de la comunidad en torno a temáticas turísticas específicas, tuvieron como foco la planificación territorial y el diseño de productos.

Los verificadores de estos talleres se encuentran en el capítulo 7 –Participación ciudadana- y el material complementario en el Anexo N°9 - Taller 13. Productos Turísticos_27092018 y Taller 15. ZOIT y ordenanzas a funcionarios municipales_08102018.

8.3 Insumos comunicacionales

Los productos esperados de este ítem corresponden a: diseño e implementación de mejoras al sitio web municipal, diseño e implementación de la muestra audiovisual, diseño y reproducción de material gráfico promocional y el diseño e impresión del PLADETUR en diversos formatos.

Diseño e implementación de mejoras al sitio web municipal

La capacidad de destinos y productos turísticos de adaptarse a las nuevas tendencias es clave para su posicionamiento en los mercados objetivos. Si bien contar con elementos digitales es parte de la estrategia, ésta también debe ir asociada a un conjunto de elementos que provean a consumidores potenciales de un abanico de posibilidades para vivir la experiencia de, en este caso, un destino turístico.

Por lo anterior, para la comuna de El Quisco se ha creado un micro sitio que debe ir vinculado al sitio web municipal y que muestre imágenes de los principales atractivos, fiestas, naturaleza, campo y cultura, y también que entregue información de la oferta turística existente, lo que se traduce en un mapa con la ubicación espacial de atractivos y servicios existentes. Este mapa se une con un producto adicional, el SIG turismo, por lo que se profundizará en el producto en el acápite 8.4 más adelante.

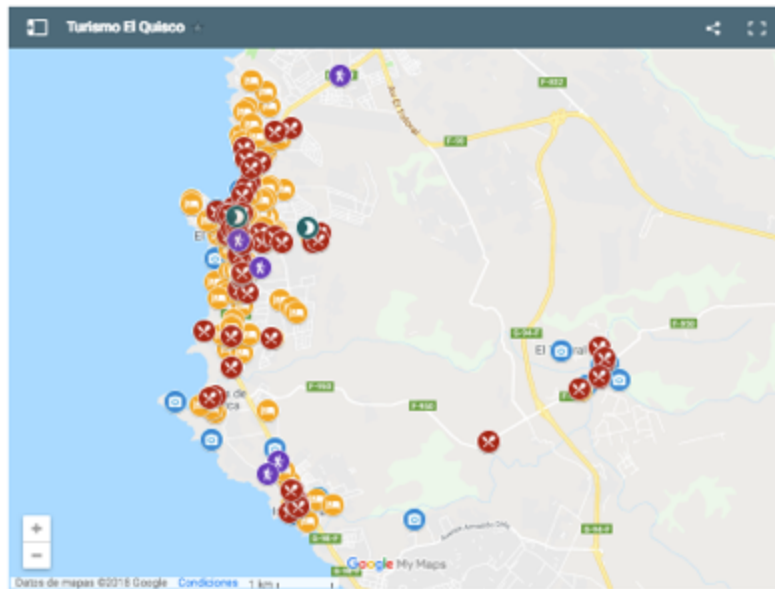
Imagen N° 32. Micro sitio Turismo El Quisco



Su nombre viene de la cactácea Quisco (*Echinopsis chilensis*), que a su vez proviene de la palabra proveniente del quechua khishka. El Quisco es uno de los balnearios más populares del litoral de la región de Valparaíso, ubicado en la provincia de San Antonio y ubicado muy próximo a Santiago, razón por la que es uno de los lugares favoritos de los residentes de la Región Metropolitana, principalmente para ser visitado en época estival, pero también durante los fines de semana largos.

Posee playas amplias, de arenas limpias y obras con roqueríos, son inclusivas ya que tienen acceso para discapacitados, único en Chile.

Las playas son un gran atractivo, pero también se puede vivir el campo, la ruralidad, la naturaleza y la cultura en las distintas zonas turísticas: El Totoral, Isla negra, Punta de Traica y El Quisco.



Quebrada de Córdova



Bordadoras de Isla Negra



Fiesta de San Pedro



Nave imaginaria



Feria Gastronómica 2018



Cantaleo



Fiesta costumbrista



Playa inclusiva Las Conchitas

Todos los datos asociados al micro sitio y su utilización se encuentran contenidos en Anexo N° 14. Micro sitio El Quisco – Información micro sitio El Quisco-

Diseño e implementación de la muestra audiovisual

Durante el fin de semana largo del 31 de octubre y 1ero de noviembre del 2018, un equipo audiovisual se trasladó hasta la comuna de El Quisco para realizar un video promocional de la comuna. Para lo anterior, el equipo consultor entregó un informativo con los aspectos más importantes de la comuna, desde el punto de vista de la actividad turística. Este informativo consideró los siguientes contenidos:

- Mapa de ubicación de la comuna y localidades;
- Cuatro localidades turísticas integrantes del destino;
- Entrevistas a turistas de todas las edades;
- Actividades turísticas relacionadas con el sol y playa, la naturaleza, la compra de souvenirs y la cultura.

Con estos antecedentes, el equipo audiovisual generó el producto que fue aprobado por la contraparte para ser integrante del material promocional de la comuna, tanto a nivel interno: propia comunidad, como externo: otros organismos públicos y privados y los turistas.

El material audiovisual se encuentra en el Anexo N° 15 de este documento.

Imagen N° 33. Material audiovisual El Quisco. Muestra captura de pantalla



Diseño y reproducción de material gráfico promocional

Para efectos de cubrir una amplia gama de aspectos relacionados con la llegada a los mercados, se ha diseñado un díptico de la comuna de El Quisco que promocióne sus atractivos y servicios. No es un folleto con información directa sino más bien uno que insta a descubrir nuevos sectores y tipo de actividades, donde se menciona la inspiración natural y cultural del destino. Una de las innovaciones es que se entrega un código QR que lleva hasta el micro sitio turístico y al mapa con la ubicación de los atractivos y los servicios turísticos de la comuna. Este díptico se entrega en formato digital para ser reproducido y 1.000 ejemplares impresos.

Imagen N° 34. Díptico turístico El Quisco: tiro



Imagen N° 35. Díptico turístico El Quisco: retiro

¿POR QUÉ VISITAR LA COMUNA DE EL QUISCO?

- Comuna de **Inspiración cultural**. Tierra de poetas, artistas y artesanos.
- Naturaleza y medioambiente**, encontrando un escenario altamente singular con actividades de turismo de intereses especiales.
- Un lugar de **Tradiciones campesinas y costeras**.
- Y su **Gastronomía tradicional chilena**.

DISFRUTA LA COMUNA DE EL QUISCO, TERRITORIO DE INSPIRACIÓN NATURAL Y CULTURAL.

DESCUBRE DESCUBRE SUS QUEBRADAS, PLAYAS, GASTRONOMÍA, MUSEOS, FESTIVIDADES Y VIVE EXPERIENCIAS MEMORABLES.

La comuna de El Quisco es mucho más que un balneario de verano.

El Quisco es un destino de patrimonio natural y cultural, lugar de **relajo**, fuente de **inspiración** para poetas, un bosque nativo mágico y con diversa oferta de **artesanía** y comidas **típicas** de la zona costera.

Después de usar esta guía ¡NO la botes! regálala e invita a otros a conocer El Quisco

Descarga la web turística de **El Quisco** para encontrar los atractivos y servicios del destino.

DESTACADOS

Borde costero que comprende los sectores de **Punta Tralca y El Quisco**, en los que se pueden realizar **actividades de baño y recreación** en playas como: **Poza Azul, Las Conchitas, Los Corsarios y Hanga Roa**.

Turismo **rural, religioso y gastronómico** en **El Quisco y El Totoral**.

Patrimonio cultural en Isla Negra. Localidad de gran riqueza cultural y natural, donde destaca la **Casa Museo Pablo Neruda**. Este lugar ha sido declarado Zona Típica para preservar su estética y naturaleza.

El folleto en digital se encuentra en el Anexo N° 16. Material Gráfico Pladetur El Quisco -PLADETUR El Quisco_Díptico promocional-.

Diseño e impresión del PLADETUR en diversos formatos

Con el fin de continuar el vínculo del PLADETUR con la ciudadanía que participó en su elaboración, además, de incorporar al resto de la comunidad, tanto aquella que se relaciona de manera directa con la actividad turística como la que lo hace indirectamente, se propusieron y entregaron tres productos: un díptico informativo, una revista del resumen ejecutivo y el informe final empastado.

Este material se entrega en las siguientes cantidades impresas:

- 1.000 ejemplares díptico informativo;
- 50 ejemplares revista con resumen ejecutivo del PLADETUR;
- 5 ejemplares del informe final empastado.

A continuación se entregan algunas muestras del material especificado.

Imagen N° 36. Díptico informativo PLADETUR El Quisco: tiro





El Quisco

COMUNA DE EL QUISCO · LITORAL DE LOS POETAS · REGION DE VALPARAISO · CHILE

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO COMUNA DE EL QUISCO

2019 - 2022

DIRECTRICES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

1	Ordenamiento del territorio	2	Desarrollo de asociación público - privada de carácter turístico
3	Robustecimiento de la identidad local	4	Ejecución de actividades de conciencia turística
5	Capacitaciones para la mejora de la calidad de los servicios turísticos	6	Regularización de los servicios informales
7	Generación de alianzas con otros municipios	8	Coordinación con otras instituciones públicas y privadas

¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?

PLAN DE ACCIÓN PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

El resultado final de este PLADETUR es un Plan de Acción, cuya estructura se encuentra conformada por tres componentes: ejes estratégicos, líneas de acción y cartera de programas y proyectos. La correcta ejecución de este Plan de Acción durante los próximos cuatro años permitirá que **El Quisco se transforme en un Destino Turístico Organizado, Inclusivo y Sustentable.**

- Gobernanza y asociatividad
- Calidad, innovación y competitividad
- Infraestructura de apoyo e inversión en turismo
- Fomento productivo
- Fomento productivo
- Fomento productivo

75 actividades



6 EJES ESTRATÉGICOS → 20 LÍNEAS DE ACCIÓN → CARTERA PROGRAMAS Y PROYECTOS

11 programas
20 proyectos

Proyecto financiado por  MUNICIPALIDAD DE EL QUISCO *Un lugar para todos*

Elaborado por  DTS CONSULTORES MEMBROS DE TORRENT CONSULTING

Imagen N° 37. informativo PLADETUR El Quisco: retiro



El folleto en digital se encuentra en el Anexo N° 16. Material Gráfico Pladetur El Quisco -PLADETUR El Quisco_Díptico promocional-.

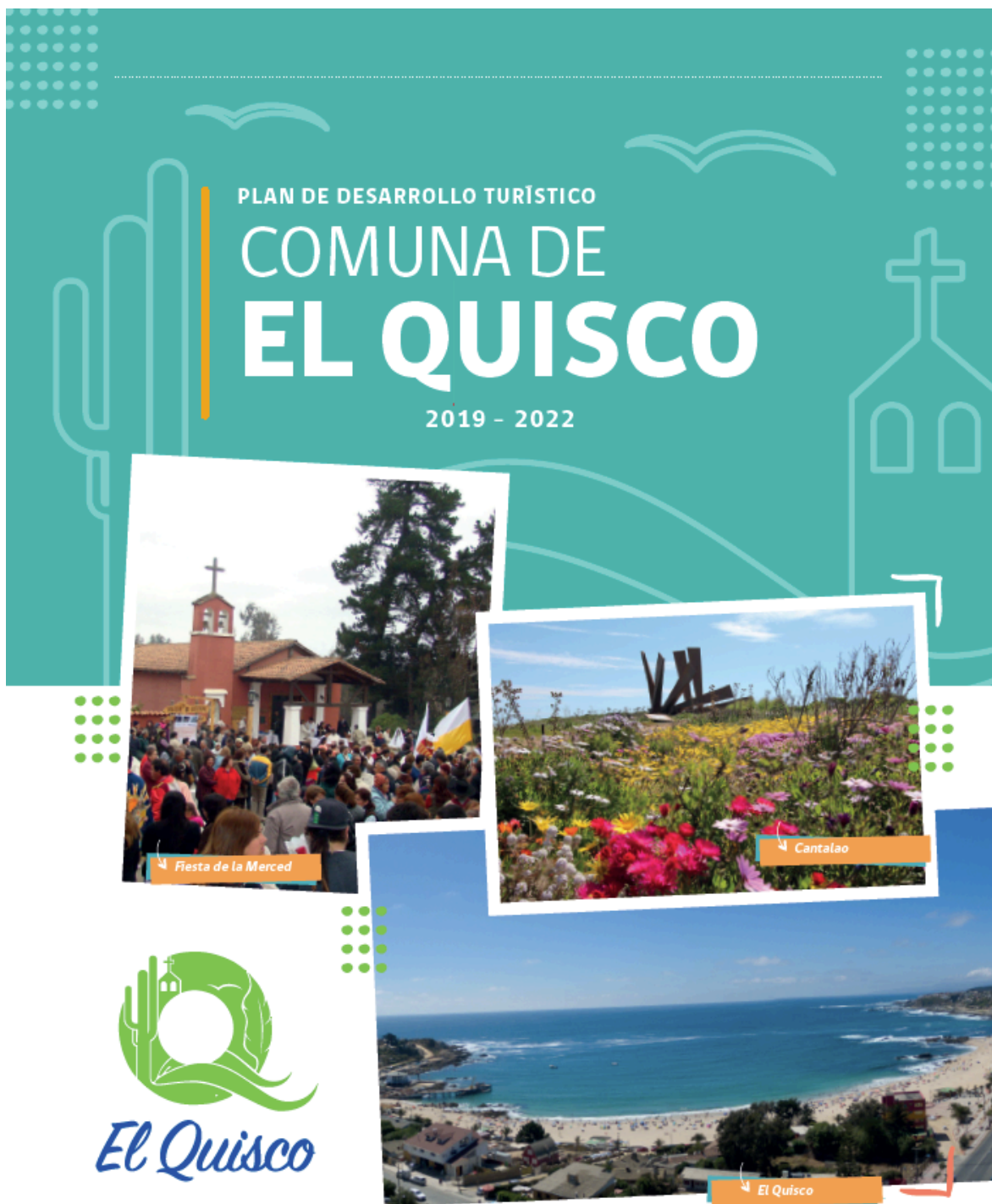


Imagen N° 39. Revista resumen PLADETUR El Quisco: contra portada



PLADETUR EL QUSCO

El resumen ejecutivo en digital se encuentra en el Anexo N° 16. Material Gráfico Pladetur El Quisco - PLADETUR El Quisco_Revista resumen ejecutivo-.

8.4 Ordenamiento territorial turístico

El ordenamiento del territorio es una parte fundamental de la planificación turística. Esta puede ser realizada de manera teórica, visual, legal, entre otros formatos. En el caso de la comuna de El Quisco, esta se ha dado de manera espontánea debido a que existen cuatro localidades que poseen los atractivos turísticos tanto naturales como culturales, y al contar con estos recursos se ha ido generando una planta turística asociada. Cada una de estas localidades ha tenido más o menos intervención tanto pública como privada, por lo que sus ciclos de vida turística, herramienta guía para la generación de acciones de intervención, se encuentran en distintas fases y por lo mismo, se deben abarcar con instrumentos que permitan aprovechar esta diferencia.

Los productos complementarios propuestos y que se relacionan con un ordenamiento del territorio, corresponden a: propuesta de ZOIT e implementación de un SIG de turismo. Estos dos temas se entregan en los siguientes apartados.

Diseño de propuesta declaratoria ZOIT

Con el objeto de entregar una propuesta territorial para una ZOIT en la comuna de El Quisco, se entregarán a continuación algunos elementos clave para que en el corto plazo el municipio pueda iniciar su trabajo en este ámbito si es que así lo deciden.

i. ¿Qué es una ZOIT?

ZOIT es un instrumento de gestión que tiene como fin el fomento y el desarrollo del turismo, en un determinado territorio, y con participación público-privada.

ii. ¿Cuáles son los beneficios de ser declarado ZOIT?

- 1) Descentraliza;
- 2) Posiciona a territorios en el desarrollo turístico;
- 3) Alinea actores relevantes;
- 4) Proyectos definidos y con prioridad en financiamiento y ejecución.

iii. Objetivo de una ZOIT

Promover el desarrollo de la actividad turística en áreas delimitadas del territorio mediante la priorización de programas y proyectos públicos de fomento, que permitan la valoración y simultáneamente el resguardo de sus características culturales y naturales como recurso turístico.

iv. ¿Cuáles son los requisitos para ser declarado ZOIT?

- 1) Turismo sea una de las principales actividades de desarrollo económico;
- 2) Poseer atractivos turísticos (de jerarquía) de acuerdo al catastro de SERNATUR;
- 3) Poseer oferta turística inscrita en el Registro Nacional;
- 4) Ser destino reconocido en Políticas y Planificación Turística;
- 5) En áreas protegidas, ser coherente con el Plan de Manejo.

v. Pasos para ser declarado ZOIT

- 1) Envío de formulario de solicitud declaratoria ZOIT;
- 2) Evaluación de admisibilidad;
- 3) Consultas;
- 4) Sistematización de antecedentes;
- 5) Evaluación de la solicitud;
- 6) Elaboración del Plan de Acción;

- 7) Evaluación del Plan de Acción;
- 8) Informe del proceso;
- 9) Declaratoria.

vi. *Definición del alcance territorial de la ZOIT*

Esquema N° 16. Pasos para la definición del alcance territorial



Fuente: Guía para la delimitación de Zonas de Interés Turístico (ZOIT). Subsecretaría de Turismo 2018

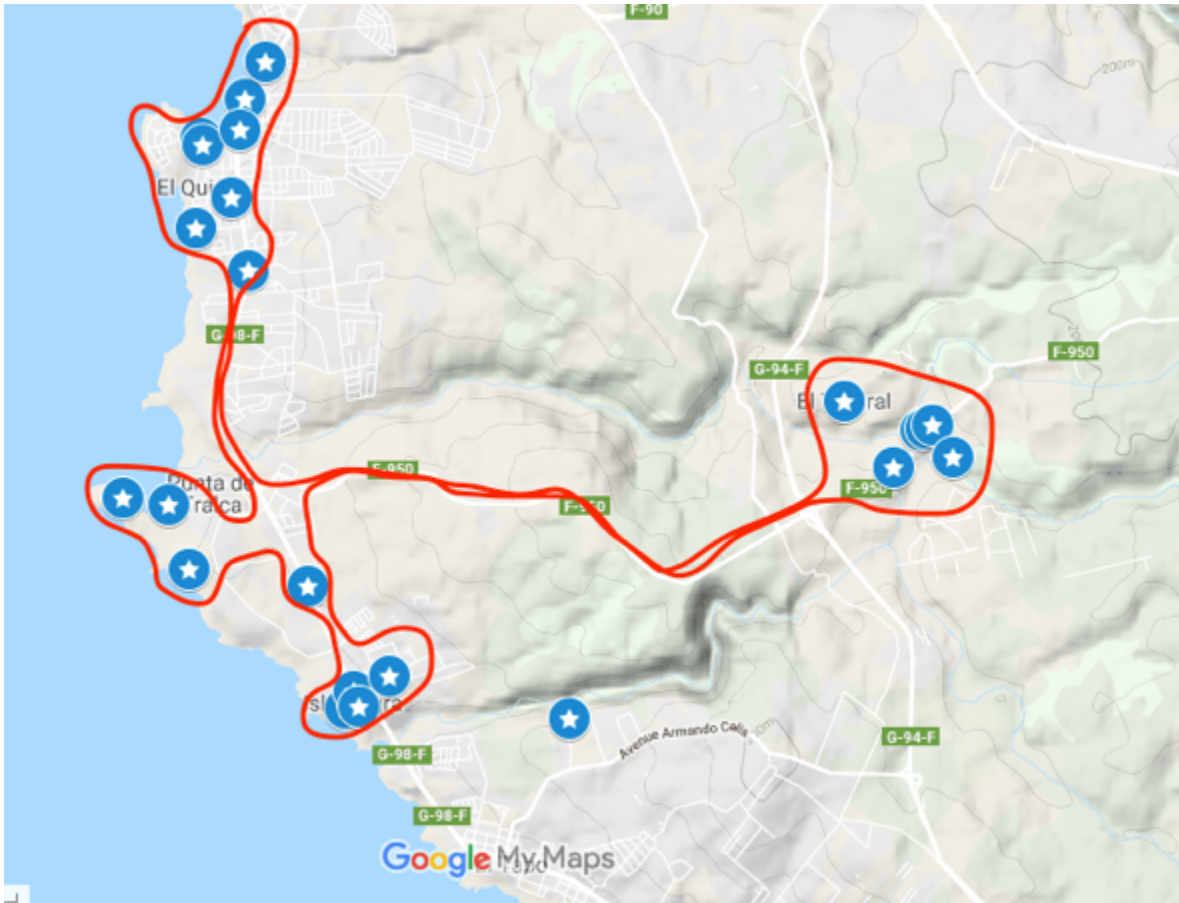
- a. Identificar los principales atractivos turísticos naturales, culturales y/o patrimoniales de jerarquía regional, nacional o internacional de acuerdo al Catastro de Atractivos Turísticos del Servicio (Artículo N°5 literal b);
- b. Se podrá considerar de manera justificada y excepcional otros atractivos que no forman parte del Catastro individualizados en la ficha de postulación ZOIT. La idea es reconocer que toda la comuna o territorio no tiene el mismo potencial turístico y que se debe focalizar en sectores más acotados. Esta primera focalización permitirá hacer un esfuerzo para reconocer el área núcleo del destino;
- c. Identificar la oferta turística, debidamente inscrita en el Registro Nacional de Prestadores de Servicio Turístico del Sernatur, tales como: Alojamiento, Restaurantes, Agencias de Viaje y Tour Operadores, Servicios de Turismo Aventura, Guías de Turismo entre otras definidas en la Ficha de Postulación ZOIT (Artículo N°5 literal c);
- d. Considerar dentro de la propuesta de límites al principal centro poblado (solo aquellas áreas que son parte de la experiencia de viaje y visitación);
- e. Crear el polígono o área que incluya: El núcleo del centro poblado donde se concentra la oferta turística y los principales atractivos;
- f. Una vez creado el polígono ZOIT es necesario identificar las unidades territoriales que forman la ZOIT y que poseen características o realidades comunes (números

- del mapa). Esto nos ayudará a identificar acciones o medidas específicas en la tarea próxima que es desarrollar el Plan de Acción para el Fomento del Turismo;
- g. Identificar las comunidades indígenas, área de desarrollo indígena (ADI), dentro del área y su relación con la ZOIT, si corresponde;
 - h. Identificar las áreas protegidas del territorio;
 - i. En el caso que exista una propuesta que incluya en un mismo destino un territorio ya declarado ZOIT aplicara el inciso IV) Literal b) del artículo N°6, que establece que deberá estar debidamente fundada y que corresponda a una unidad territorial de un destino;
 - j. El área propuesta deberá abarcar un territorio con vocación principalmente turística.

vii. Propuesta de polígono ZOIT El Quisco

La propuesta de polígono que se presenta en el marco de este documento, corresponde a un análisis base del territorio en función de la posición de los atractivos turísticos, y su conformación espacial dentro de cuatro localidades de la comuna.

Imagen N° 40. Polígono propuesto ZOIT El Quisco



Fuente: Elaboración propia utilizando google maps.

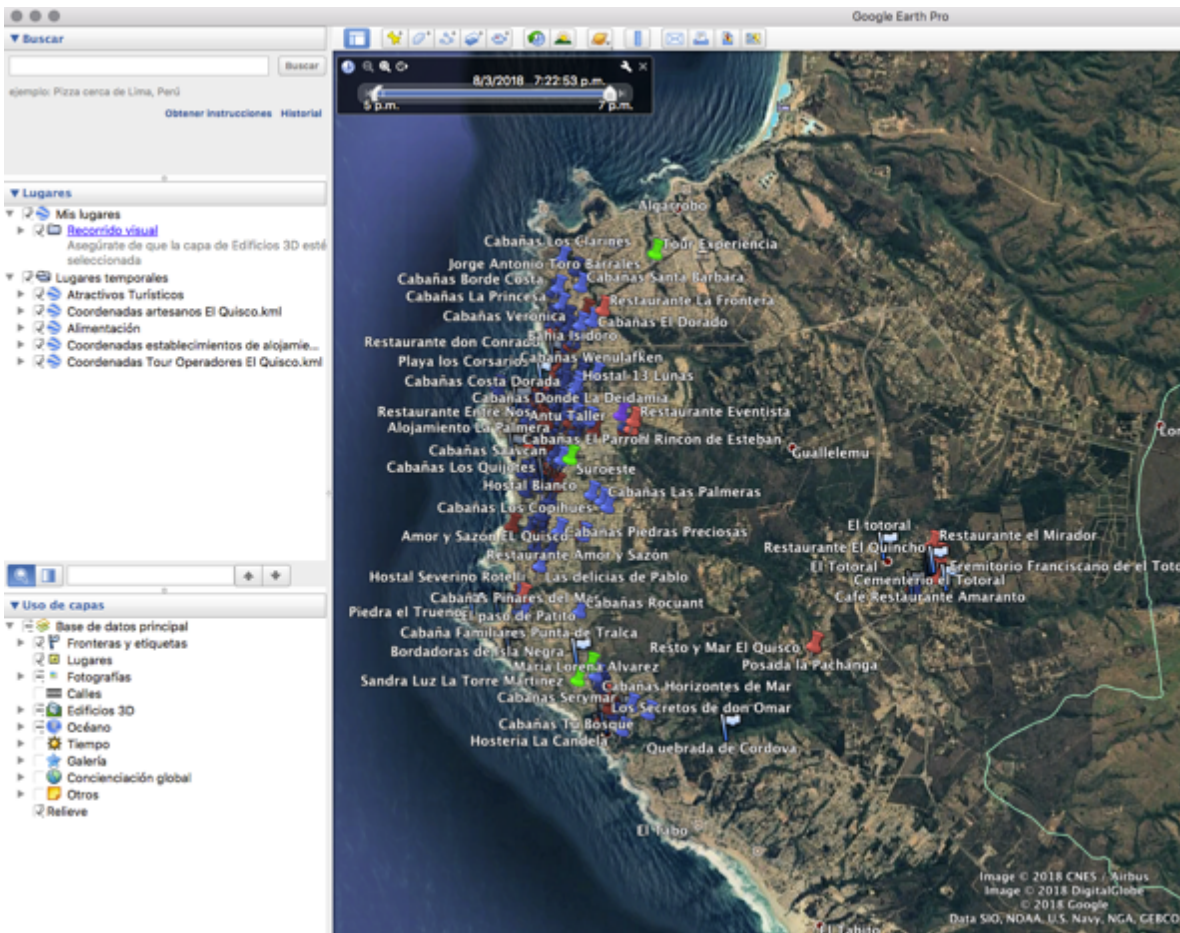
La imagen muestra la zona que se propone como polígono, que abarca las cuatro localidades con sus atractivos turísticos y que son unidos mediante las carreteras y vías propias del lugar, para que estos “manchones” puedan ser integrados en un trabajo de planificación.

Como se aprecia en el mapa, existe un atractivo que no alcanza a ser incorporado dentro del polígono por cuanto se aleja de las cuatro localidades y de los caminos lógicos del recorrido. Este atractivo

Diseño e implementación de SIG turístico

El trabajo llevado a cabo durante los meses en que este PLADETUR fue realizado, tuvo un fuerte componente de trabajo de campo, el que incluyó la realización de catastros de oferta turística. Este trabajo consistió en la elaboración de bases de dato de atractivos, servicios de alojamiento, alimentación, artesanías, tour operadores y agencias de viaje y actividades de turismo aventura, que incluyeron la toma de coordenadas y posterior trabajo de gabinete para su depuración.

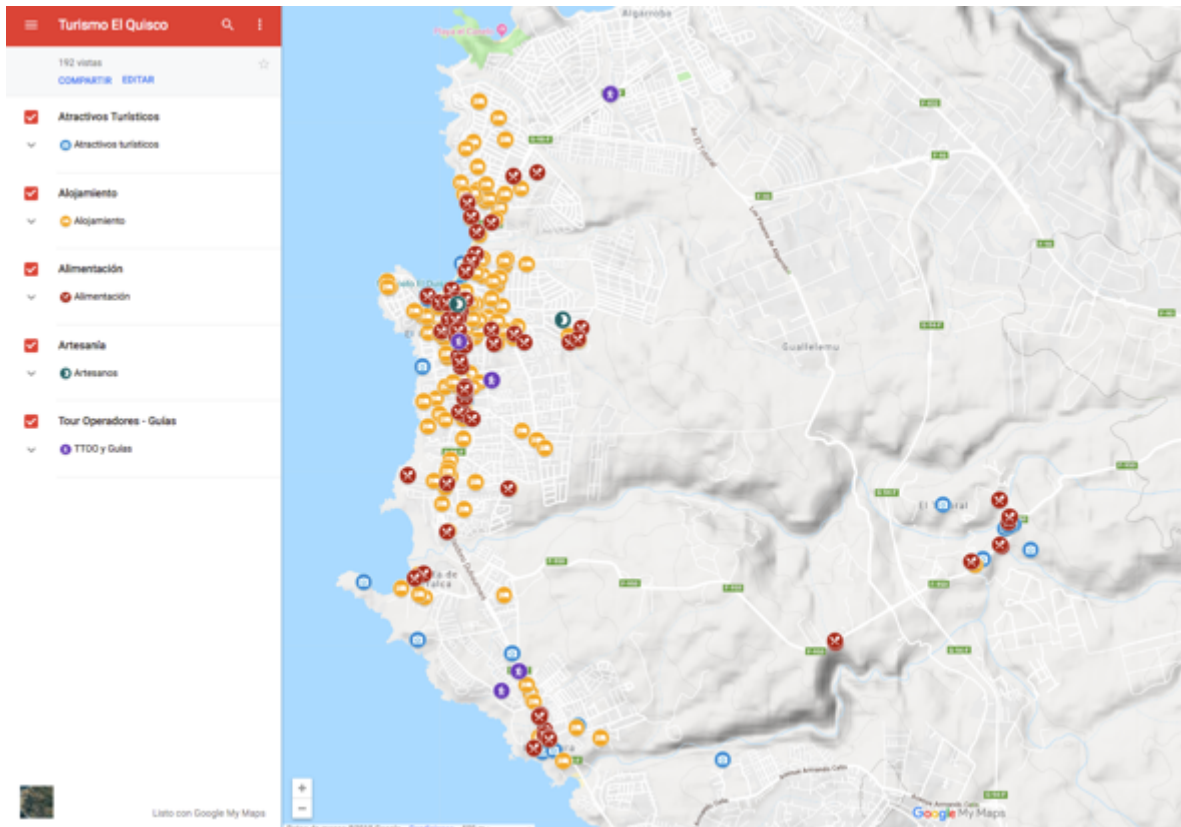
Imagen N° 42. Coordenadas oferta turística El Quisco



Fuente: Elaboración propia utilizando google earth.

Este trabajo de georreferenciación fue traspasado a google maps, específicamente al micro sitio creado para este PLADETUR, con el fin de que la oferta pudiese ser visualizada en formatos amigables para los visitantes. El que se muestra en la imagen a continuación.

Imagen N° 43. Micro sitio mapa Turismo El Quisco



Fuente: Elaboración propia utilizando google maps.

A partir de este trabajo, y como producto entregable, en Anexo N° 17 de este documento se encuentra el material asociado a la georreferenciación de toda la oferta de la comuna de El Quisco. Asimismo, en Anexo N° 18 se puede encontrar todo el detalle para la edición del contenido en el mapa realizado en base a la información georreferenciada.

9. CONCLUSIÓN

La OMT señala que el **turismo** lo representan las **actividades** que las personas realizan en un lugar diferente al de su residencia habitual. En general, cuando se pregunta “¿qué es el turismo?” muy pocos responden de manera apropiada, ya que se tiende a pensar solo en un viaje o muchas veces asociarlo con un alojamiento o un restaurante. No obstante, al momento de planificar un destino se requiere poner especial énfasis en esta definición, ya que de lo contrario es factible que se comience generando inversión para contar con gran cantidad de servicios asociados a la planta turística, y no exista una preocupación por la puesta en valor de recursos turísticos y el capital humano, que lleven a contar con las actividades que hacen que un turista se quede en un lugar más tiempo, haciendo que consuma más servicios y como consecuencia, generando mayores ingresos para todos los involucrados y el territorio en general.

La comuna de El Quisco es un territorio que lleva muchas décadas enfrentando una actividad turística permanente, por lo que su desarrollo ha sido más bien espontáneo y en función de un turismo de “veraneo”, que implica una sobre explotación en temporada alta y como consecuencia una alta oferta de servicios no regularizados y de baja calidad. Esto sucede, principalmente, porque la comuna hasta el momento no contaba con una estrategia para un turismo sustentable a partir de un instrumento formal para guiar el proceso de planificación, ordenamiento territorial y ejecución de acciones.

Lo anterior implica que este PLADETUR se conforme como la base para cimentar la actividad turística, entregando directrices que minimizarán las brechas de competitividad detectadas en la etapa de diagnóstico, y cuyo plan de trabajo de los próximos cuatro años deberá ser implementado en toda su magnitud y al término de este, plantear una nueva estrategia de acuerdo a su actual ciclo de vida turístico.

La comuna posee cuatro localidades donde la actividad turística se encuentra bien marcada: El Totoral, El Quisco centro, Punta de Tralca e Isla Negra. Esta última es el atractivo mejor posicionado de la comuna, y no solo de ese territorio sino que de todo el Litoral de Los Poetas, nombre con el que se conoce el Destino en el cual se encuentra inmerso El Quisco. La Casa Mueso de Pablo Neruda sostiene por si misma un turismo nacional e internacional durante todo el año, lo que debe ser aprovechado por el resto de la comuna generando productos, y sobre todo, experiencias memorables para que estos turistas decidan comprar otras actividades. No obstante, para cumplir con este objetivo será necesario recorrer el camino de los cuatro años que plantea el Plan de Acción del PLADETUR, procurando dar cabida a cada directriz, para que los cimientos sean lo suficientemente fuertes para que la generación de experiencias se vaya dando de manera

espontánea por parte de los empresarios, conforme se encuentren en un destino que posee todas las características para operar con calidad y bajo un enfoque de sustentabilidad.

El mencionado Plan de Acción se encuentra fundamentado en estrategias de turismo a nivel nacional y regional, y que procura abordar temáticas para ir cerrando brechas de competitividad que posee el destino, de manera escalonada a fin de no trabajar problemáticas que no hayan sido trabajadas en su génesis. Este plan de acción se encuentra conformado por los siguientes ejes estratégicos.

- I. **Gobernanza y asociatividad**
- II. **Infraestructura de apoyo e inversión en turismo**
- III. **Fomento productivo**
- IV. **Formación continua de capital humano en turismo**
- V. **Calidad, innovación y competitividad**
- VI. **Difusión, promoción y marketing turístico**

Uno de los ejes más importantes, y por tanto, el primero en la numeración es la gobernanza y asociatividad, ya que pocas actividades son capaces de sostenerse en el tiempo si no poseen una gestión potente que pueda llevarlas a cabo y defienda los intereses, en este caso, de un turismo sostenible. El resto de los ejes son necesarios para alcanzar los objetivos propuestos, donde cada uno de ellos vela por cerrar y minimizar las brechas existentes a nivel de destino.

Finalmente, se deja la imagen objetivo del destino El Quisco, que deberá transformarse en el sueño que se persiga durante los próximos cuatro años, donde el trabajo organizado, inclusivo y sustentable llevarán a vivir un territorio de inspiración natural y cultural.

Organizar, implementar y posicionar la comuna de El Quisco como un territorio comprometido con el desarrollo de un turismo sustentable e inclusivo, de inspiración natural y cultural, con una variada oferta de experiencias y tradiciones típicas de la costa central de Chile y dentro del Destino Litoral de los Poetas, generando actividades relacionadas con la cultura local y naturaleza, realizada bajo una gestión asociativa que fomente el emprendimiento y la innovación para el fortalecimiento de la calidad de la oferta turística, logrando que sea atractiva y amigable a turistas nacionales e internacionales